



ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ, ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Κορωνοϊός και Αξιολόγηση του Σχεδίου Επανεκκίνησης του
Τουρισμού από τους Έλληνες χρήστες

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Πολυξένη Γ. Νταβράνογλου

Αθήνα, 2021

Τριμελής Επιτροπή

Γιάννης Σκαρπέλος, Επίκουρος Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου (Επιβλέπων)

Αγγελική Γαζή, Επίκουρη Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου

Δήμητρα Ιορδάνογλου, Επίκουρη Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Πολυξένη Γ. Νταβράνογλου, 2021

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τη συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων της συγγραφέα.

*Στη μητέρα μου, Ιωάννα, ήρωα της πραγματικής ζωής
και άγγελο της καρδιάς μου.*

Ευχαριστίες

Μετά από σχεδόν δύο χρόνια μαθημάτων και έρευνας, ο μεταπτυχιακός κύκλος σπουδών ολοκληρώνεται και επίσημα. Ένας κύκλος συμβολικός, που τα είχε όλα, καθώς η επιστροφή μου στο Πάντειο Πανεπιστήμιο και το αγαπημένο Τμήμα Επικοινωνίας, δεν άργησε καθόλου να γίνει. Συνολικά 6 χρόνια σπουδών, γεμάτα εμπειρίες και γνωριμίες, με projects, καθηγητές, συμφοιτητές και επαγγελματίες από τον χώρο των Media, αναρίθμητες στιγμές με τις οποίες μεγάλωσα και είναι αδύνατο να ξεχάσω.

Ένα ταξίδι, του οποίου η ρότα όμως άλλαξε ξαφνικά με την έλευση της πανδημίας του Covid – 19. Μία πρωτόγνωρη εξέλιξη, μία πρόκληση θα έλεγα, που ανέτρεψε τα δεδομένα παγκοσμίως αλλά «παρενέβη» στα δεδομένα και του δικού μου φοιτητικού μικρόκοσμου, καθώς αποτέλεσε και την πηγή έμπνευσης της διπλωματικής μου εργασίας. Η αγάπη μου για τα ταξίδια και η αγάπη μου να «μελετάω» τον κόσμο, αποτέλεσαν τα δικά μου insights στα οποία βασίστηκα για να βρω το πεδίο έρευνας της διπλωματικής μου εργασίας, με τον Covid – 19, να αποτελεί το κατεξοχήν θέμα της επικαιρότητας στα μέσα ενημέρωσης. Οι εξελίξεις για το μέλλον του Τουρισμού εν μέσω πανδημίας στην Ελλάδα, αποτέλεσαν και το πεδίο της διπλωματικής μου εργασίας. Μία έρευνα που μελετά συμπεριφορές χρηστών στο περιβάλλον του Twitter και γίνεται για πρώτη φορά σε σχέση με τις επιπτώσεις του Covid – 19 στον ελληνικό τουρισμό.

Καθώς οι δυσκολίες ήταν τεχνικές από άποψη μεθοδολογίας και πρακτικές λόγω της επιβολής καραντίνας, θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον επιβλέποντα καθηγητή μου, Γιάννη Σκαρπέλο, του οποίου η βοήθεια ήταν πολύτιμη και η καθοδήγηση διαρκής σε μια περίοδο όπου ο εγκλεισμός λόγω της πανδημίας, αποτέλεσε και μια περίοδο δοκιμασιών απέναντι στη δύναμη της υπομονής και επιμονής. Έμπειρος και καταρτισμένος στο χώρο του Οπτικού Πολιτισμού, της Σημειωτικής και της Υπολογιστικής Ανάλυσης Μεγάλων Δεδομένων, είναι ο άνθρωπος που ήδη από το προπτυχιακό πρόγραμμα μιλούσε για την «τέχνη» της Οπτικοποίησης των Δεδομένων και της Ανάλυσης Δικτύων, μια ανερχόμενη επιστήμη στο χώρο των Media μέσα από την οποία εντοπίζονται συμπεριφορές και σχέσεις μεταξύ των χρηστών στα κοινωνικά δίκτυα. Το μεταπτυχιακό πρόγραμμα μου έδωσε την ευκαιρία να ανακαλύψω περισσότερα σχετικά με αυτή την επιστήμη. Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά λοιπόν τον κ. Σκαρπέλο, ο οποίος έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην πορεία της έρευνάς μου, καθώς με βοήθησε στη λήψη των απαραίτητων δεδομένων σε πραγματικό

χρόνο και στον τρόπο χειρισμού όλων των αναγκαίων υπολογιστικών προγραμμάτων τα οποία ήταν «ξένα» για εμένα.

Στο ταξίδι αυτό, θα ήθελα να ευχαριστήσω και δύο σημαντικές καθηγήτριες με τις οποίες ξανασυναντήθηκα και ο ρόλος τους ήταν κομβικός για την προπτυχιακή και μεταπτυχιακή μου εξέλιξη, την κα. Μπέτυ Τσακαρέστου, τον άνθρωπο που μεταλαμπάδευσε όλες τις γνώσεις και τις καινοτομίες που έχουν να κάνουν με το χώρο των Μέσων και την κα. Δήμητρα Ιορδάνογλου, μέσα από τα μαθήματα της οποίας έμαθα για πρώτη φορά τη σημασία της συναισθηματικής νοημοσύνης και έλαβα τις βάσεις για να δομήσω την επαγγελματική μου ταυτότητα.

Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω τρεις πολύ σημαντικούς ανθρώπους, την Αρετή Τ., τη Ζήνα Σ. και την Τόνια Π. καρδιακές φίλες που γνώρισα στο μεταπτυχιακό και πορευτήκαμε μαζί από την αρχή μέχρι το τέλος αυτού του κύκλου. Ένα μεγάλο ευχαριστώ θα ήθελα να δώσω και στον Γιώργο Σ., φίλο και web developer, ο οποίος σε όλα τα έκτακτα τεχνικά θέματα που προέκυπταν λόγω της «απειρίας» μου στα υπολογιστικά προγράμματα ανάλυσης, ήταν και είναι εδώ μέσα στις δυσκολίες που υπήρξαν εν μέσω πανδημίας για να με βοηθήσει.

Το μεγαλύτερο ευχαριστώ όμως, δε θα μπορούσα παρά να το δώσω στη μία και μοναδική μου μητέρα, Ιωάννα, η οποία βίωσε όλα τα άγχη μου και βρέθηκε σε αυτή την πρόκληση δίπλα μου για να με στηρίξει. Της οφείλω το γεγονός ότι επέλεξα το συγκεκριμένο μεταπτυχιακό, και κυρίως στο γεγονός ότι είναι ο άνθρωπος που με μεγάλωσε και μου δίδαξε τι σημαίνει υπομονή, αγάπη και ελπίδα όσες δυσκολίες και να βρεθούν στη ζωή. Της αφιερώνω λοιπόν αυτή την εργασία, που με πολύ κόπο και μεράκι ολοκληρώθηκε, όπως και εκείνη έχει μάθει να αγωνίζεται για να πετυχαίνει στη ζωή.

Ένας κύκλος λοιπόν που έφτασε στο τέλος του, και με βοήθησε όχι μόνο να ανοίξω τα φτερά μου για νέους επαγγελματικούς και ερευνητικούς ορίζοντες, αλλά το πιο σημαντικό, συνέβαλε ώστε να γνωρίσω ανθρώπους που πάντα θα μου θυμίζουν γιατί έφτασα ως εδώ.

Περιεχόμενα

Εικόνες.....	10
Περίληψη.....	11
Abstract.....	13
Εισαγωγή.....	15
Κεφάλαιο 1 – Θεωρητικό Πλαίσιο.....	19
1.1. Τουρισμός και Κρίσεις.....	19
1.2. Τουρισμός και Κρίσεις στη Δημόσια Υγεία.....	20
1.3. Covid - 19 και οι Επιπτώσεις στον Παγκόσμιο Τουρισμό.....	24
1.3.1. Το φαινόμενο της «Απο-παγκοσμιοποίησης».....	25
1.3.2. Οικονομικές Επιπτώσεις.....	26
1.3.3. Απασχόληση και Παραγωγικότητα.....	28
1.3.4. Κοινωνική Εμπειρία.....	29
1.3.5. Περιβάλλον.....	30
1.3.6. Ταξιδιωτική Συμπεριφορά.....	31
Κεφάλαιο 2 – Μέσα Ενημέρωσης και Τουρισμός.....	33
2.1. Ο ρόλος των Μέσων Ενημέρωσης και του Διαδικτύου στην Ανάκαμψη της Τουριστικής Βιομηχανίας.....	33
2.2. Ψηφιακά Μέσα και Ταξιδιωτική Συμπεριφορά.....	35
Κεφάλαιο 3 – Covid-19 και Ελληνικός Τουρισμός.....	38
3.1. Η πανδημία του Covid-19 στην Ελλάδα.....	38
3.1.1. Covid-19 και Ελληνικός Τουρισμός.....	39
3.1.2. Ασφάλεια και Οικονομία.....	40
3.1.3. Ανάκαμψη του Τουρισμού την περίοδο της πανδημίας.....	48
3.1.4. Σχέδιο επανεκκίνησης «Restart Tourism».....	50
3.1.5. Η πορεία για ένα βιώσιμο μοντέλο και τα επόμενα σχέδια.....	52
Κεφάλαιο 4 – Σχεδιασμός Έρευνας.....	55
4.1. Σκοπός της Έρευνας και Ερευνητικά Ερωτήματα.....	55
4.2. Μεθοδολογία Έρευνας.....	59
4.2.1. Ανάλυση Λόγου μέσω Υπολογιστικών Προγραμμάτων.....	59
4.3. Συλλογή Δεδομένων.....	59
4.3.1. Συλλογή Πρωτοσέλιδων Ειδήσεων.....	60

4.3.2. Συλλογή Tweets.	63
4.3.3. Επιλογή Ημερών και Διαστημάτων.	64
4.4. Προεξεργασία και Μετασχηματισμός δεδομένων	65
4.5. Μέτρηση Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης: Χρήστες και Επιρροή.....	68
4.6. Ανάλυση Λόγου	70
4.6.1. Topic Modelling και Public Sentiment.	70
4.6.2. Επεξεργασία Φυσικής Γλώσσας και Ανάλυση Λόγου.	70
4.6.3. Topic modelling.	71
Κεφάλαιο 5 – Ευρήματα.....	74
5.1. Κοινωνική Αλληλεπίδραση χρηστών.....	74
5.2. 20 Μαΐου – 5 Ιουνίου	76
5.3. 2-19 Ιουνίου.....	89
5.4. 29 Ιουνίου – 26 Ιουλίου.....	105
5.5. 1 – 28 Αυγούστου.....	123
5.6. 7 Αυγούστου – 15 Σεπτεμβρίου	153
Κεφάλαιο 6 – Συμπεράσματα.....	164
6.1. Περιορισμοί Έρευνας.....	170
6.2. Μελλοντικά Ερευνητικά Ερωτήματα.....	171
Πηγές – Βιβλιογραφία	173
Πηγές	173
Ελληνική Βιβλιογραφία	176
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία	176

Πίνακες

Πίνακας 1. Αναδημοσίευση του πίνακα «Αφίξεις σε χιλιάδες» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETTE Intelligence, 2020. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETTE Intelligence.....	42
Πίνακας 2. Αναδημοσίευση του πίνακα «Αφίξεις εσωτερικού στα κυριότερα αεροδρόμια, Σεπτέμβριος 2020» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETTE Intelligence, 2020. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETTE Intelligence.....	44
Πίνακας 3. Αναδημοσίευση του πίνακα «Διεθνείς αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια, Σεπτέμβριος 2020» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETTE Intelligence, 2020. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETTE Intelligence.....	45
Πίνακας 4. Αναδημοσίευση του πίνακα «Οδικές Αφίξεις, Σεπτέμβριος 2020» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETTE Intelligence, 2020. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETTE Intelligence.....	46
Πίνακας 5. Αναδημοσίευση του πίνακα «Εισπράξεις σε εκατομμύρια €» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETTE Intelligence, 2021. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETTE Intelligence.....	47
Πίνακας 6. Κορυφαίες Θεματικές Επικαιρότητας για τους μήνες Μάιος – Σεπτέμβριος 2020	62
Πίνακας 7. Κορυφαίες Θεματικές 20 Μαΐου - 15 Σεπτεμβρίου.....	72
Πίνακας 8. Τα topics των tweets της περιόδου 20 - 27 Μαΐου 2020	78
Πίνακας 9. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	82
Πίνακας 10. Τα topics των tweets της περιόδου 22 Μαΐου – 5 Ιουνίου 2020	83
Πίνακας 11. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	86
Πίνακας 12. Τα topics των tweets της περιόδου 2 - 10 Ιουνίου 2020.....	93
Πίνακας 13. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	96
Πίνακας 14. Τα topics των tweets της περιόδου 11 - 19 Ιουνίου 2020.....	97
Πίνακας 15. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	100
Πίνακας 16. Τα topics των tweets της περιόδου 29 Ιουνίου – 8 Ιουλίου 2020.....	110
Πίνακας 17. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	113
Πίνακας 18. Τα topics των tweets της περιόδου 15 – 24 Ιουλίου 2020	114

Πίνακας 19. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	117
Πίνακας 20. Τα topics των tweets της περιόδου 23 - 26 Ιουλίου 2020.....	118
Πίνακας 21. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	120
Πίνακας 22. Τα topics των tweets της περιόδου 1 – 11 Αυγούστου 2020	131
Πίνακας 23. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	133
Πίνακας 24. Τα topics των tweets της περιόδου 11 – 13 Αυγούστου 2020	134
Πίνακας 25. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	136
Πίνακας 26. Τα topics των tweets της ημέρας της 11 ^{ης} Αυγούστου 2020	137
Πίνακας 27. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	141
Πίνακας 28. Τα topics των tweets της περιόδου 14 – 22 Αυγούστου 2020	142
Πίνακας 29. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	144
Πίνακας 30. Τα topics των tweets της περιόδου 20 – 28 Αυγούστου 2020	145
Πίνακας 31. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	147
Πίνακας 32. Τα topics των tweets της περιόδου 27 Αυγούστου – 4 Σεπτεμβρίου 2020	156
Πίνακας 33. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	158
Πίνακας 34. Τα topics των tweets της περιόδου 6 – 15 Σεπτεμβρίου 2020.....	159
Πίνακας 35. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets	161

Εικόνες

Εικόνα 1. Αναδημοσίευση της εικόνας «Εισερχόμενος Τουρισμός» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETE Intelligence, 2020. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETE Intelligence.	41
Εικόνα 2. Μέρες με τη μεγαλύτερη δραστηριότητα χρηστών την περίοδο Μάιος – Σεπτέμβριος 2020 μέσω της πλατφόρμας SocioViz	65
Εικόνα 3. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 20 - 27 Μαΐου 2020.....	77
Εικόνα 4. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 22 Μαΐου - 5 Ιουνίου 2020	81
Εικόνα 5. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 2 - 10 Ιουνίου 2020	90
Εικόνα 6. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 11 - 19 Ιουνίου 2020	92
Εικόνα 7. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 29 Ιουνίου – 8 Ιουλίου 2020 ..	107
Εικόνα 8. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 15 - 24 Ιουλίου 2020	108
Εικόνα 9. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 24 - 26 Ιουλίου 2020	109
Εικόνα 10. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 1 - 11 Αυγούστου 2020	125
Εικόνα 11. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 11 - 13 Αυγούστου 2020	126
Εικόνα 12. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 14 - 22 Αυγούστου 2020	127
Εικόνα 13. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 11η Αυγούστου 2020	129
Εικόνα 14. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 20 - 28 Αυγούστου 2020	130
Εικόνα 15. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 27 Αυγούστου - 4 Σεπτεμβρίου 2020	154
Εικόνα 16. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 7 - 15 Σεπτεμβρίου 2020	155

Περίληψη

Η βιομηχανία του τουρισμού στην Ελλάδα, αποτελεί έναν από τους πιο βασικούς πυλώνες για την παραγωγική μηχανή στην οικονομία της χώρας. Καθίσταται όμως «ευπαθής» σε αλλαγές που μπορούν να προκληθούν από εξωγενείς κρίσεις με άμεσες επιπτώσεις στη δραστηριότητά της. Η υγειονομική κρίση της πανδημίας του Covid – 19, έκανε απρόσμενα την εμφάνισή της εν έτει 2019, διαταράσσοντας το παγκόσμιο σύστημα της αγοράς.

Παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα ενημέρωσης μετέδιδαν σε καθημερινή βάση τις εξελίξεις της πανδημίας, από την εμφάνιση του ιού και την επιβολή καραντίνας, μέχρι και την άρση όλων των αυστηρών μέτρων που επιβλήθηκαν στις χώρες, επηρεάζοντας τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης στο πλαίσιο της ατομικής προστασίας και κοινωνικής συνάθροισης. Ο αντίκτυπος στις εθνικές και τοπικές οικονομίες συνοδεύτηκε από επιπτώσεις στην κοινωνία, το περιβάλλον και ιδιαίτερα στο πεδίο λήψης ταξιδιωτικών αποφάσεων. Η συμπεριφορά των δυνητικών ή μη επισκεπτών, επηρεάστηκε από συναισθήματα άγχους και φόβου σε περίπτωση έκθεσής τους στον ιό.

Η άρση όλων των μέτρων από το Μάιο του 2020 στην Ελλάδα, σήμανε και την επανεκκίνηση του ελληνικού τουρισμού. Το σχέδιο της κυβέρνησης με τίτλο «Restart Tourism», με το οποίο ορίστηκε το άνοιγμα των συνόρων της χώρας για το καλοκαίρι του 2020, βρέθηκε στο πλαίσιο της επικαιρότητας των μέσων ενημέρωσης, αλλά και των πολιτών στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Η παρούσα διπλωματική εργασία, διερευνά την επίδραση της πανδημίας στον ελληνικό τουρισμό και στην συμπεριφορά των χρηστών σε σχέση με τις αποφάσεις της κυβέρνησης για την επανεκκίνηση της βιομηχανίας. Ειδικότερα, μελετά τις αξιολογήσεις των Ελλήνων χρηστών για το κυβερνητικό σχέδιο επανεκκίνησης του τουρισμού όπως αναπαρήχθη από τα μέσα ενημέρωσης στο ψηφιακό μέσο του Twitter, με σκοπό να εντοπίσει τις συμπεριφορές και απόψεις τους για το άνοιγμα του ελληνικού τουρισμού. Μέσα από την εξαγωγή των κυρίαρχων θεματικών της περιόδου Μάιος – Σεπτέμβριος 2020 και την ανάλυση των δικτύων χρηστών από την πλατφόρμα του Twitter, εντοπίζονται οι απόψεις και η συναισθηματική πολικότητα των Ελλήνων χρηστών σε σχέση με τα νέα μέτρα της κυβέρνησης.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε βασίστηκε στην ανάλυση λόγου μέσω υπολογιστικών προγραμμάτων για την εξαγωγή των πιο σημαντικών πληροφοριών μέσα από τη συλλογή ενός τεράστιου αριθμού tweets σε πραγματικό χρόνο, με σκοπό την εξαγωγή των κυρίαρχων θεματικών που προέκυψαν με την έναρξη του ελληνικού τουρισμού. Μέσα από

τις θεματικές που προέκυψαν επόμενο βήμα ήταν να εντοπιστούν τα συναισθήματα των χρηστών μπροστά στο φόβο της πανδημίας και τον τρόπο που βιώνουν την επιστροφή σε μια «μη κανονική» καθημερινότητα την περίοδο του καλοκαιριού καθώς και τη στάση που κρατούν απέναντι στο μέλλον μπροστά στον καταιγισμό της πληροφορίας για τις εξελίξεις του Τουρισμού, καθώς και την πιθανότητα διαμόρφωσης - μοντελοποίησης μιας κοινής ή συγκεκριμένης συμπεριφοράς μπροστά στα κυβερνητικά μέτρα επανεκκίνησης.

Λέξεις-κλειδιά: Κορωνοϊός, Τουρισμός, Twitter, Ελλάδα, δίκτυα χρηστών, θεματική μοντελοποίηση, συναισθηματική πολικότητα

Abstract

The tourism industry in Greece is one of the most basic pillars for the productive machine in the country's economy. However, it becomes "vulnerable" to changes that can be caused by external crises with a direct impact on its activity. The health crisis of the Covid - 19 pandemic, unexpectedly appeared in 2019, disrupting the global market system.

Traditional and digital media broadcast on daily basis the current affairs of the pandemic from the appearance of the virus and the imposition of quarantine to the lifting of all the strict measures imposed on the countries, influencing the formation of public opinion in the context of personal protection and social gathering. The impact on national and local economies has been accompanied by an impact on society, the environment and especially in the field of travel decision-making. The behavior of potential or non-visitors was influenced by feelings of anxiety and fear in case of exposure to the virus.

The lifting of all measures from May 2020 in Greece also meant the resumption of Greek tourism. The government's plan entitled "Restart Tourism", which set the opening of the country's borders for the summer of 2020 was in the agenda news of media, but also in the citizens' daily discussions on social media platforms. This dissertation investigates the impact of the pandemic on Greek tourism and user behavior in relation to government decisions to restart the industry. In particular, it studies the evaluations of Greek users for the governmental plan to restart tourism as reproduced by traditional media on Twitter, in order to identify their attitudes and views on the opening of Greek tourism. Through the extraction of the main topics of the period May - September 2020 and the analysis of the user networks from the Twitter platform, the views and the emotional polarity of the Greek users in relation to the new measures of the government are identified.

The methodology that was implemented was based on speech analysis through computer programs to extract the most important information through the collection of a huge number of tweets in real time to extract the dominant topics that emerged with the beginning of Greek tourism. Among the topics that emerged, the next step was to identify the feelings of users in the face of the fear of the pandemic and how they experience the return to an "abnormal" daily routine during the summer, the attitude they hold towards the future through the spate of the information for the future of Tourism, as well as the possibility of shaping - modeling a common or specific behavior in front of the government restart measures.

Keywords: Coronavirus, Tourism, Twitter, Greece, User Networks, Topic Modelling,
Emotional Polarity

Εισαγωγή

Το 2020, χαρακτηρίστηκε ως η πιο ανατρεπτική χρονιά του 21ου αιώνα. Σε μια εποχή όπου η τεχνολογία εξελίσσεται με ασύλληπτους ρυθμούς, με αγαθά και υπηρεσίες να έχουν αναβαθμίσει γεωμετρικά τα επίπεδα διαβίωσης του ανθρώπου, η απρόσμενη εμφάνιση της πανδημίας του Covid-19 ήρθε για να υπενθυμίσει καθολικά και βεβιασμένα, ότι τίποτα στη ζωή δεν μπορούμε να θεωρούμε δεδομένο. Ένας ιός «αίνιγμα», που εντοπίστηκε για πρώτη φορά το Νοέμβριο του 2019 στην πόλη Γιουχάν της Κίνας, αποτέλεσε τον μεγαλύτερο υγειονομικό κίνδυνο που είχε εμφανιστεί στον πλανήτη, μια απειλή όπου οι ρυθμοί μετάδοσής της κλόνισαν τα συστήματα υγείας, το εμπόριο, κάθε είδους επαγγελματική δραστηριότητα και ευρύτερα την παγκόσμια οικονομία. Ταυτόχρονα γίνεται μια αναφορά στην περίοδο «αποπαγκοσμιοποίησης» που ζούμε (Niewiadomski, 2020) με το κλείσιμο των συνόρων και την παύση των παγκόσμιων μεταφορών και ταξιδιών. Τα ταξίδια στην υφήλιο στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης πλαισιώνονταν από ένα «άνοιγμα στο χώρο» όπου η ευκολία στις μετακινήσεις πχ. αεροπορικά ταξίδια, και οι έντονοι ρυθμοί ζωής άλλαξαν με το κλείσιμο των συνόρων.

Οι επιπτώσεις δεν ήταν όμως μόνο οικονομικές αλλά και κοινωνικές. Μπροστά στην ανάγκη για προστασία της Δημόσιας υγείας, η πανδημία στέρησε από τον άνθρωπο, τη μεγαλύτερη έμφυτη ανάγκη του, την αίσθηση του «ανήκειν» σε μία ομάδα, τη συνύπαρξη με άλλους ανθρώπους, τη σύναψη και διατήρηση των κοινωνικών του σχέσεων. Η επιτακτική στροφή στην κοινωνική απομόνωση κάτω από τις νέες συνθήκες αποστασιοποίησης λόγω της ταχείας μετάδοσης του ιού, οδήγησε στην επαυξημένη ανάγκη για έντονη σύνδεση, αλληλεπίδραση και δραστηριοποίηση μέσα από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπου οι χρήστες αντάλλασσαν ιδέες, απόψεις, εμπειρίες σχετικά με τη νέα πραγματικότητα.

Οι Gössling, Scott και Hall (2020) αναφέρουν ότι «η έντονη κάλυψη των μέσων ενημέρωσης μπορεί να οδηγήσει τους ανθρώπους να αντιδράσουν υπερβολικά σε ήπιες πανδημίες», γεγονός που επιβεβαιώνει ότι οι συμπεριφορές επηρεάζονται από την επικοινωνία της πληροφορίας από τις ειδήσεις και από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Καθώς όμως ο Κορωνοϊός δεν αποτέλεσε μια ήπια πανδημία, η απειλή του θανάτου κυριάρχησε σε πολύ πιο έντονο βαθμό. Η δραστηριότητα των ανθρώπων στα κοινωνικά δίκτυα την περίοδο πριν και μετά την καραντίνα οδήγησε σε έναν αυξημένο διαμοιρασμό της πληροφορίας, ενημέρωσης και επικοινωνίας, και στη δημιουργία κοινοτήτων με κοινά ενδιαφέροντα και απόψεις, σε σχέση με την άρση της καραντίνας το αβέβαιο του μέλλοντος της αγοράς, της

εργασίας και της οικονομίας σε συνδυασμό με τον κίνδυνο της μετάδοσης του ιού και τα σχέδια της κυβέρνησης για επιστροφή στην καθημερινότητα.

Η παρούσα διπλωματική εργασία, χρησιμοποιεί ως περιβάλλον έρευνας δραστηριότητας των χρηστών την πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης του Twitter, για να μελετήσει συμπεριφορές και κοινωνικές σχέσεις μεταξύ των χρηστών αναφορικά με τη νέα πραγματικότητα που επέβαλε η πανδημία του Κορωνοϊού. Πεδίο μελέτης αποτελεί ο Τουρισμός για τον οποίο διερευνώνται οι αξιολογήσεις των Ελλήνων χρηστών σχετικά με τα νέα κυβερνητικά μέτρα επανεκκίνησης της βιομηχανίας, λίγο μετά την έξοδο από την τρίμηνη καραντίνα που επιβλήθηκε στη χώρα και την άρση όλων των μέτρων κοινωνικής αποστασιοποίησης, με σκοπό το άνοιγμα της αγοράς και της ελληνικής οικονομίας.

Η επιλογή του συγκεκριμένου πεδίου, έχει να κάνει με το γεγονός ότι ο Τουρισμός στην Ελλάδα λόγω της γεωγραφικής της τοποθεσίας, αποτελεί τον τομέα με τη μεγαλύτερη οικονομική δραστηριότητα, ο οποίος όμως λόγω της απρόσμενης έλευσης του Covid-19, απειλήθηκε και επλήγη περισσότερο από όλους τους άλλους κλάδους της εθνικής οικονομίας. Η κρίση της τουριστικής βιομηχανίας αποτέλεσε ένα από τα κορυφαία ειδησεογραφικά ζητήματα της επικαιρότητας προς αναφορά, ήδη πριν την άρση της καραντίνας το Μάιο του 2020. Μετά την ολοκλήρωση όλων των απαραίτητων κυβερνητικών μέτρων με σκοπό την προστασία της πολιτείας από την πανδημία, ο Πρωθυπουργός της χώρας Κυριάκος Μητσοτάκης σε διάγγελμά του στις 20 Μαΐου 2020 μαζί με την άρση των μέτρων ανακοίνωσε και τα νέα μέτρα στήριξης της οικονομίας, της εργασίας καθώς και το σχέδιο επανεκκίνησης του Τουρισμού με τίτλο «Restart Tourism». Ζητήματα που αφορούν το σταδιακό άνοιγμα του Τουρισμού, την ενίσχυση των υγειονομικών δομών και την επιχειρησιακή διαχείριση κρουσμάτων θα μελετηθούν υπό το πρίσμα του Έλληνα πολίτη, ερευνώντας τον τρόπο με τον οποίο αξιολογεί τον θεσμικό λόγο και τους νέους κυβερνητικούς όρους για την διαμόρφωση και την εξέλιξη της τουριστικής σεζόν μέσα από το Twitter.

Στο πλαίσιο αυτό, διερευνώνται οι κορυφαίες θεματικές που αναπτύχθηκαν και συζητήθηκαν μεταξύ των κοινοτήτων στην πλατφόρμα του Twitter, καθώς και η συναισθηματική πολικότητα που χαρακτηρίζει τους χρήστες. Προχωρώντας σε ένα σχέδιο επανεκκίνησης της χώρας και μέσα σε ένα καθεστώς όπου το νόημα της ζωής έχει αναδιαμορφωθεί μετά το lockdown, στόχος είναι η μελέτη του τρόπου με τον οποίο ο θεσμικός λόγος επηρεάζει τις αξιολογήσεις των χρηστών στο Twitter σε ένα πλαίσιο όπου έννοιες όπως η «αβεβαιότητα», το «άγνωστο», το «καινούριο», η «προσαρμογή», η «προσοχή», η «υπευθυνότητα» και η «ασφάλεια» αποτελούν κριτήρια για τη διαμόρφωση της

αντίληψης που αφορά το μέλλον τους, μετά από το αίσθημα φόβου και τρόμου που κυριάρχησε.

Κατά την φάση όπου ο Τουρισμός στην Ελλάδα, εστιάζει περισσότερο στην εσωτερική αγορά, το σταδιακό άνοιγμα στον εξωτερικό και την επαναφορά στο καθεστώς της παγκοσμιοποίησης, η παρούσα έρευνα έχει σκοπό να μελετήσει την αξιολόγηση των μέτρων από τους Έλληνες όπου το ζήτημα της ασφάλειας των τουριστών έχει πρωταγωνιστικό ρόλο. Την περίοδο της κοινωνικής αποστασιοποίησης ο άνθρωπος βρήκε εναλλακτικές επιλογές εξόρμησης, ήρθε πιο κοντά στη φύση και την έννοια της απλότητας, έλαβε ερεθίσματα τα οποία είναι σημαντικά για την πρόσληψη μιας νέας εμπειρίας και την τάση προς μια νέα συμπεριφορά. Η αλλαγή αυτής της συμπεριφοράς επηρεάζει τις τουριστικές προτιμήσεις και την ταξιδιωτική ζήτηση γεγονός που οφείλεται και σε παράγοντες όπως η προσωπική οικονομική ευημερία, το διαθέσιμο εισόδημα, οι αλλαγές στο κόστος, οι αντιληπτοί κίνδυνοι για την υγεία, και η αλλαγή της συνολικής ικανότητας κατανάλωσης ως αποτέλεσμα των πανδημικών περιορισμών (Gössling, Scott και Hall, 2020)). Σκοπός λοιπόν και με βάση τα νέα μέτρα της κυβερνητικής πολιτικής όπως ανακοινώθηκαν στις 20 Μαΐου 2020, είναι η αξιολόγηση των χρηστών για το σχέδιο επανεκκίνησης του Τουρισμού μέσα από έρευνα στο Twitter με συλλογή, εξόρυξη, ανάλυση και οπτικοποίηση δεδομένων από τα tweets των Ελλήνων χρηστών.

Στο **πρώτο κεφάλαιο** παρουσιάζεται το θεωρητικό πλαίσιο σχετικά με τις κρίσεις που έχουν εμφανιστεί στο πεδίο του τουρισμού με ειδική αναφορά σε προηγούμενες κρίσεις υγειονομικής φύσης που επηρέασαν την τουριστική δραστηριότητα. Καθώς προγενέστερες μελέτες εστιάζουν στις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού από υγειονομικές κρίσεις της τελευταίας 20ετίας, γίνεται μια προσπάθεια εντοπισμού για την επίδραση που μπορεί να έχουν στο περιβάλλον, την εργασία και την κοινωνία. Ειδική αναφορά γίνεται και για τις επιπτώσεις στην ταξιδιωτική συμπεριφορά, καθώς η ταξιδιωτική δραστηριότητα αποτέλεσε μία από τις κύριες πηγές ταχείας εξάπλωσης του ιού, γεγονός που ενέτεινε αρνητικά συναισθήματα φόβου, άγχους και ανησυχίας μπροστά στη λήψη όλων των απαραίτητων ταξιδιωτικών αποφάσεων.

Το **δεύτερο κεφάλαιο** που αποτελεί ουσιαστικά συνέχεια στη μελέτη της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς, δίνει πιο συγκεκριμένη αναφορά για το ρόλο που παίζουν τα παραδοσιακά και τα σύγχρονα μέσα ενημέρωσης στη μετάδοση της επικοινωνίας της υγειονομικής κρίσης, και τον τρόπο με τον οποίο επηρεάζουν στη λήψη των ταξιδιωτικών αποφάσεων σε όλα τα στάδια εξέλιξης μίας κρίσης στη Δημόσια Υγεία.

Στο **τρίτο κεφάλαιο**, αποτυπώνεται το χρονικό της εμφάνισης της πανδημίας στην Ελλάδα, οι άμεσες επιπτώσεις καθώς και τα κυβερνητικά μέτρα που ελήφθησαν για την αντιμετώπιση της υγειονομικής κρίσης, και την επανεκκίνηση της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα. Ειδικότερα, παρουσιάζεται το σχέδιο τουριστικής επανεκκίνησης με τίτλο «Restart Tourism», ενώ μετά το τέλος των μέτρων που εφαρμόστηκαν, αναφέρονται οι επόμενοι στόχοι της κυβέρνησης σε σχέση με την αντιμετώπιση του Κορωνοϊού και την προσπάθεια της χώρας για την εξέλιξη του Τουρισμού ώστε να λάβει πλεύση προς ένα βιώσιμο μοντέλο.

Στο **τέταρτο κεφάλαιο** παρουσιάζεται η μεθοδολογία και τα ερευνητικά ερωτήματα της έρευνας, ενώ ακολουθεί η περιγραφή του τρόπου συλλογής δεδομένων από την πλατφόρμα του Twitter και η διαδικασία που ακολουθήθηκε ως προς την εξαγωγή, την επεξεργασία και την οπτικοποίησή τους. Παράλληλα, με σκοπό να γίνει κατανοητή η ανάλυση των κοινωνικών δεδομένων και των δικτύων χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δίνεται η απαραίτητη βιβλιογραφική αναφορά για τον τρόπο που συνδέονται, δραστηριοποιούνται και γίνεται η μέτρηση της μεταξύ τους αλληλεπίδρασης. Μέσα από την οπτικοποίηση των κοινωνικών δεδομένων δίνονται τα αποτελέσματα των δικτύων χρηστών που εμφανίζονται και παρουσιάζονται οι κορυφαίοι χρήστες για την κάθε χρονική περίοδο που ερευνήθηκε.

Στο **πέμπτο κεφάλαιο** μέσα από την ανάλυση λόγου των tweets, εντοπίζονται οι κορυφαίες θεματικές για την περίοδο Μάιος – Σεπτέμβριος 2020, ενώ παρουσιάζεται και η συναισθηματική πολικότητα των χρηστών σε σχέση με τις θεματικές που αφορούν τα μέτρα επανεκκίνησης. Τέλος, γίνεται παράθεση των συμπερασμάτων αναφορικά με τις απόψεις και τα συναισθήματα των χρηστών για τα μέτρα επανεκκίνησης του τουρισμού στην Ελλάδα σε σχέση με τα δίκτυα που διαμορφώθηκαν μεταξύ τους, ενώ η εργασία ολοκληρώνεται με τους περιορισμούς της έρευνας και την διατύπωση των επόμενων ερευνητικών ερωτημάτων που θα μπορούσαν να δημιουργήσουν το κίνητρο για μια μελλοντική έρευνα.

Κεφάλαιο 1 – Θεωρητικό Πλαίσιο

1.1. Τουρισμός και Κρίσεις

Ο τουρισμός, έχει αναγνωρισθεί διεθνώς ως βιομηχανία πολυπολιτισμικού χαρακτήρα (Mistilis & Sheldon, 2006) που δραστηριοποιείται σε ένα πολυδιάστατο περιβάλλον (Uğur & Akbiyik, 2020), τεχνολογικής, οικονομικής, πολιτισμικής, οικολογικής ή πολιτικοκοινωνικής φύσεως. Ανάμεσα σε ένα πλήθος αλληλεπιδράσεων, προσδιορίζεται ως ένα ανοιχτό σύστημα δικτύωσης (Pforr & Hosie, 2008· Uğur & Akbiyik, 2020), το οποίο όμως καθίσταται ευπαθές σε αλλαγές που οφείλονται σε εξωγενείς κρίσεις ή καταστροφές, οι οποίες το διαταράσσουν και το επηρεάζουν αρνητικά (Tsao & Ni, 2016). Οι Ritchie και Jiang (2019), αναφέρουν ότι κάθε γεγονός που μπορεί να απειλήσει την ομαλή λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων ή να προκαλέσει ζημιά στη φήμη ενός τουριστικού προορισμού χαρακτηρίζεται ως «τουριστική κρίση». Επηρεάζει αρνητικά την αντίληψη των δυνητικών επισκεπτών σε θέματα ασφάλειας, προσέλκυσης και άνεσης για έναν προορισμό, οδηγώντας σε κρίση την τοπική τουριστική οικονομία καθώς και σε μείωση των αφίξεων και της τουριστικής κινητικότητας.

Οι Nanni και Ulqinaku (2020), αναφέρουν ότι η επίπτωση από μία κρίση στον τουρισμό μπορεί να είναι περίπλοκη ως προς τη φύση, το μέγεθος και το βαθμό που την χαρακτηρίζει, ενώ οι Zeng, Carter και De Lacy (2005) υποστηρίζουν ότι η διαφορετική φύση των κρίσεων συνεπάγεται και διαφορετικές επιπτώσεις στον τουρισμό με ανάλογα ποσοστά και ρυθμούς ανάκαμψης. Το είδος μιας κρίσης στον τουρισμό διαφέρει ανάλογα με τον πολιτισμό στον οποίο θα εμφανιστεί, την οργανωσιακή κουλτούρα των επιχειρήσεων και την πολιτική δομή του περιβάλλοντος που πλαισιώνει τη βιομηχανία (Mistilis & Sheldon, 2006). Ανάλογα με τη γεωγραφική της έκταση, μπορεί να είναι τοπική, περιφερειακή, εθνική, ή διεθνής κρίση, ενώ ως προς τη φύση μπορεί να είναι οικονομικού κοινωνικοπολιτισμικού, οικολογικού, υγειονομικού ή τεχνολογικού χαρακτήρα (Uğur & Akbiyik, 2020:3). Μπορεί να είναι ενδογενής, αν έχει προκύψει εντός της τουριστικής βιομηχανίας ή εξωγενής αν έχει προκύψει από συνθήκες του εξωτερικού περιβάλλοντος (Mistilis & Sheldon, 2006· Uğur & Akbiyik, 2020:3), ενώ μπορεί να είναι τυχαία ή να συμβαίνει κατόπιν σχεδιασμού (Ritchie & Jiang, 2019).

Τα τελευταία 20 χρόνια, ο παγκόσμιος τουρισμός έχει εκτεθεί σε μια σειρά από κρίσεις (Gössling, Scott & Hall, 2020· Mistilis & Sheldon, 2006· Pforr & Hosie, 2008· Polyzos, Samitas & Spyridou, 2020), η φύση των οποίων σχετίζεται με την πολιτική αστάθεια

(αναταραχές, πραξικοπήματα, εθνικές αντιπαλότητες), τις οικονομικές συνθήκες (χρηματοοικονομικά γεγονότα, χρηματιστηριακές κρίσεις) όπως η Παγκόσμια Οικονομική Κρίση του 2009, τις φυσικές καταστροφές (σεισμοί, ανεμοστρόβιλοι, πλημμύρες, τσουνάμι, πυρκαγιές, ηφαιστειακές εκρήξεις, χιονοστιβάδες, τυφώνες) όπως το Τσουνάμι το 2004 στη Νοτιοανατολική Ασία που προκάλεσε καταστροφή σε 15 χώρες και ο κυκλώνας Κατρίνα το 2005 στις Νοτιοανατολικές Πολιτείες των Η.Π.Α. και ιδιαίτερα στη Νέα Ορλεάνη, τρομοκρατικές απειλές και επιθέσεις, όπως η επίθεση της 11ης Σεπτεμβρίου το 2001, εγκληματικές ενέργειες, πολέμους και επιδημίες.

1.2. Τουρισμός και Κρίσεις στη Δημόσια Υγεία

Η πλειονότητα των ερευνών (Ritchie & Jiang, 2019) έχει εστιάσει σε ποικίλες κρίσεις και αλλαγές που έχουν επηρεάσει την τουριστική βιομηχανία, όμως λίγες από αυτές έχουν διερευνήσει κρίσεις που σχετίζονται με τη δημόσια υγεία. Μελέτες που αφορούν κρίσεις υγειονομικής φύσεως και ειδικότερα επιδημίες, διαπίστωσαν ότι οι κρίσεις αυτές προκαλούν αρνητικό αντίκτυπο στην τουριστική βιομηχανία (Gössling κ.ά., 2020· Hall κ.ά., 2020· Ritchie & Jiang, 2019) σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο, εστιάζοντας όμως μόνο στις οικονομικές επιπτώσεις (Gössling κ.ά., 2020), ή στις επιπτώσεις σε συγκεκριμένες χώρες, και όχι στη γενικότερη σχέση μεταξύ πανδημιών, τουρισμού και των μακροπρόθεσμων επιπτώσεών τους στη βιομηχανία (Hall, Scott, & Gössling, 2020).

Η παγκοσμιοποίηση του τουρισμού και της ταξιδιωτικής δραστηριότητας (Niewiadomski, 2020), αποτελούν συνθήκες που διευκολύνουν στην εξάπλωση μιας επιδημίας, γεγονός που αυξάνει εκθετικά το μέγεθος μιας υγειονομικής κρίσης (Hall, κ.ά., 2020· Niewiadomski, 2020· Uğur & Akbiyik, 2020) και επιφέρει έντονες οικονομικές επιπτώσεις (Gössling κ.ά., 2020· Hall κ.ά., 2020· Ritchie & Jiang, 2019) στη βιομηχανία του τουρισμού.

Με πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα, το ξέσπασμα της επιδημίας του Σοβαρού Οξέος Αναπνευστικού Συνδρόμου¹ (Severe Acute Respiratory Syndrome - SARS) το 2003, ο ιός εμφανίστηκε στο Χονγκ Κονγκ και μεταδόθηκε πολύ γρήγορα σε τουρίστες από την Κίνα, την Ταϊβάν και τον Καναδά (Gössling κ.ά., 2020· Polyzos κ.ά., 2020). Οι ταξιδιώτες κατά την

¹ Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας τα συμπτώματα του Σοβαρού Οξέος Αναπνευστικού Συνδρόμου είναι ο συχνά υψηλός πυρετός μεγαλύτερος του 38°C, τα έντονα ρίγη στο σώμα, ο μυϊκός πόνος που συνοδεύεται από έντονη δύσπνοια και ξηρός βήχας. Εδώ: https://www.who.int/health-topics/severe-acute-respiratory-syndrome#tab=tab_1

επιστροφή τους στις χώρες τους μετέδωσαν τον ιό, με αποτέλεσμα να μολυνθούν 8000 άτομα παγκοσμίως σε περισσότερες από 30 χώρες (Uğur & Akbiyik, 2020).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών² (United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2003), αποφάσισε ταξιδιωτικούς περιορισμούς σε πολλές περιοχές της Ασίας και της Βόρειας Αμερικής, με σκοπό την μείωση της εξάπλωσης του ιού, καθώς περισσότεροι από 800 άνθρωποι παγκοσμίως πέθαναν από τον ιό. Κατά την επιδημία του SARS, η κυβέρνηση της Κίνας προχώρησε σε κλείσιμο των σχολείων, των επιχειρήσεων, των χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς και τουριστικής αναψυχής καθώς και σε ακύρωση ή αναβολή εκδηλώσεων (Polyzos κ.ά., 2020).

Οι επιπτώσεις από την υγειονομική κρίση στο Χονγκ Κονγκ εμφανίστηκαν κατά κύριο λόγο, στον τουρισμό, τα ταξίδια και το λιανικό εμπόριο λόγω της απότομης μείωσης των επισκέψεων από την έναρξη της επιδημίας, με οικονομικό κόστος 48 δισεκατομμυρίων δολαρίων στην Κίνα, 100 δισεκατομμυρίων δολαρίων παγκοσμίως (Gössling κ.ά., 2020) και μείωση 8,6 εκατομμυρίων διεθνών αφίξεων σε ποσοστό 1,2% σε σύγκριση με το 2002 (Tran, Chen, Tseng, & Liao, 2020). Ειδικότερα, το πρώτο τετράμηνο του 2003, η υγειονομική κρίση οδήγησε σε μείωση των διεθνών ταξιδιών κατά 2,6% των ταξιδιωτικών αφίξεων κατά 10% στην Ασία (Tran κ.ά., 2020) και 50% στον Ειρηνικό σε σύγκριση με το 2002 (Polyzos κ.ά., 2020). Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού³ (World Travel & Tourism Council [WTTC], 2003), οι οικονομικές επιπτώσεις από την επιδημία του SARS, επέφεραν μείωση του τουριστικού ΑΕΠ των ασιατικών χωρών που επλήγησαν, με το ΑΕΠ της Κίνας να μειώνεται κατά 25%, του Βιετνάμ κατά 15%, του Χονγκ Κονγκ και της Σιγκαπούρης κατά 40%.

Το ξέσπασμα της επιδημίας του Αναπνευστικού Συνδρόμου της Μέσης Ανατολής⁴ το 2015 (Middle East Respiratory Syndrome - MERS), επηρέασε την τουριστική βιομηχανία της Νότιας Κορέας με μικρό αρνητικό αντίκτυπο στη ζήτηση του εσωτερικού τουρισμού, αλλά με εμφανή μείωση κατά 2,1 εκατομμύρια αφίξεις για τον εξωτερικό τουρισμό και αντίστοιχη οικονομική απώλεια 2,6 δισεκατομμυρίων δολαρίων (Tran κ.ά., 2020). Η εκδήλωση της επιδημίας είχε επιπτώσεις και στο σύνολο των εισερχόμενων τουριστικών αφίξεων στην Κίνα, με σημαντικές οικονομικές απώλειες σε σχέση με τις ταξιδιωτικές δραστηριότητες αναψυχής,

² Εδώ: <https://www.unwto.org/>

³ Εδώ: <https://wttc.org/>

⁴ Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας τα συμπτώματα του Αναπνευστικού Συνδρόμου της Μέσης Ανατολής είναι ο πυρετός, ο βήχας και η δύσπνοια, η διάρροια όπως επίσης η πνευμονία προκαλώντας μέχρι και αναπνευστική ανεπάρκεια. Εδώ: https://www.who.int/health-topics/middle-east-respiratory-syndrome-coronavirus-mers#tab=tab_1

αλλά χωρίς να επηρεάζονται τα ποσοστά αφίξεων και δραστηριοτήτων επαγγελματικού χαρακτήρα (Shi & Li, 2017).

Η Γρίπη των Χοίρων⁵ (Swine flu ή H1N1 Influenza) που ξέσπασε το 2009 στο Μεξικό και εξαπλώθηκε σε πάνω από 214 χώρες με σχεδόν 285.000 θανάτους παγκοσμίως, οδήγησε σε μείωση των αφίξεων κατά 1 εκατομμύριο τουρίστες και απώλεια 2,8 δισεκατομμυρίων δολαρίων για τη χώρα (Gössling κ.ά., 2020). Σε παγκόσμιο επίπεδο, κατά τη διάρκεια της κρίσης, οι χώρες του Ειρηνικού κατέγραψαν μείωση στις τουριστικές αφίξεις κατά 3 εκατομμύρια επισκέπτες και αντίστοιχη οικονομική επίπτωση 6 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Η Ευρώπη κατέγραψε μείωση στις αφίξεις τουριστών κατά 26 εκατομμύρια και απώλεια 61 δισεκατομμυρίων δολαρίων (Škare, Soriano & Porada-Rochon, 2021).

Ο ιός Ebola⁶ το 2013, οδήγησε σε τουλάχιστον 11.261 θανάτους με τη Γουινέα, τη Σιέρα Λεόνε και τη Λιβερία να εμφανίζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά κρουσμάτων και θυμάτων με αντίστοιχη οικονομική επίπτωση 1,6 δισεκατομμυρίων δολαρίων (Ala'a & Albattat, 2019). Καθώς το ξέσπασμα του ιού εντοπίστηκε για πρώτη φορά στη Δυτική Αφρική και στη Λαϊκή Δημοκρατία του Κονγκό, ενέτεινε την ξеноφοβία απέναντι στους αφρικανικούς προορισμούς (Gössling κ.ά., 2020· Hall, κ.ά., 2020· Tran κ.ά., 2020). Η συσχέτιση της ασθένειας με τις χώρες από τις οποίες προήλθε, τα κρούσματα που εμφανίστηκαν και τον αυξημένο κίνδυνο μετάδοσης του ιού δημιούργησαν, συνολικά, αρνητικό αντίκτυπο για την εικόνα της Αφρικανικής Ηπείρου. Οι Maphanga και Henama (2019), σε έρευνά τους για τις επιπτώσεις του ιού στον τουρισμό στην Αφρική, διέκριναν επίσης την αναπαραγωγή του φαινομένου της ξеноφοβίας και τη σύνδεση του ιού με ολόκληρη την αφρικανική ήπειρο. Ανέφεραν ότι οι ταξιδιώτες προχώρησαν σε ακύρωση των ταξιδιών τους σε χώρες της Δυτικής Αφρικής, στη Νότια Αφρική και την Κένυα όπου δεν υπήρχε καμία ένδειξη κρουσμάτων από τον ιό. Οι επιπτώσεις στον τουρισμό, αφορούσαν κλείσιμο ξενοδοχείων, αεροπορικών εταιρειών, και χώρων εστίασης καθώς και αναβολή δραστηριοτήτων αθλητικού χαρακτήρα ή θρησκευτικών συγκεντρώσεων, και οδήγησαν σε μείωση των εσόδων και σε αύξηση του ποσοστού ανεργίας.

⁵ Ο ιός H1N1, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας χαρακτηρίζεται από συμπτώματα πονοκεφάλου, βήχα, πυρετού, πόνου στο σώμα και στις αρθρώσεις. Αν και αποτελεί είδος εποχιακής γρίπης, τα συμπτώματα και οι επιπτώσεις στον ανθρώπινο οργανισμό μπορούν να είναι πιο βλαβερές από μια τυπική εποχιακή γρίπη. Εδώ: [https://www.who.int/emergencies/situations/influenza-a-\(h1n1\)-outbreak](https://www.who.int/emergencies/situations/influenza-a-(h1n1)-outbreak)

⁶ Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας τα συμπτώματα του ιού Ebola, είναι ο πυρετός, η κόπωση, ο μυϊκός πόνος, ο πονοκέφαλος και ο πονόλαιμος, ενώ ακολουθούν ο εμετός και η διάρροια, με συμπτώματα μειωμένης λειτουργίας των νεφρών και του ήπατος, προκαλώντας ακόμη και εσωτερική ή εξωτερική αιμορραγία. Εδώ: https://www.who.int/health-topics/ebola#tab=tab_1

Αν και έχει διαπιστωθεί, ότι ο τουρισμός, ανακάμπτει πιο αργά από άλλες βιομηχανίες, καθώς η τουριστική ζήτηση εξαρτάται από τον αντίκτυπο του κινδύνου (Ala'a & Albattat, 2019) και της ζημιάς που έχει προκληθεί στην εικόνα ενός προορισμού καθώς και από την ανασφάλεια που αισθάνονται οι άνθρωποι. Οι επιδημίες του SARS, του MERS, ή του H1N1, επηρέασαν την τουριστική κινητικότητα και τις διεθνείς αφίξεις, χωρίς όμως να οδηγήσουν σε μακροπρόθεσμη μείωση της παγκόσμιας ανάπτυξης του τουρισμού (Gössling κ.ά., 2020). Συμπληρωματικά, οι Škare, Soriano και Porada-Rochó (2021) υποστηρίζουν ότι οι επιδημικές κρίσεις επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση και ότι ο αντίκτυπος διαφέρει ανάλογα με δυναμική που έχει ο εκάστοτε ιός. Παράγοντες όπως η μολυσματικότητα και η ευκολία μετάδοσης καθορίζουν την επίδραση μιας επιδημίας ή πανδημίας στην ανάκαμψη της τουριστικής ζήτησης. Εστιάζουν μάλιστα στο γεγονός, ότι ο αντίκτυπος μιας υγειονομικής κρίσης διαφέρει ανάλογα με την ποικιλομορφία της εγχώριας τουριστικής βιομηχανίας, το επίπεδο ανάπτυξης της οικονομίας και την ανθεκτικότητα της πληγείσας περιοχής, αλλά και από το αντίστοιχο επίπεδο της τεχνολογικής και θεσμικής ανάπτυξής της.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η πανδημία του 1918⁷ (The 1918 flu pandemic), που υπήρξε ή περισσότερο θανατηφόρα στην ιστορία της ανθρωπότητας με περίπου 500 εκατομμύρια θύματα. Το ξέσπασμα της μεγαλύτερης πανδημίας του 20ου αιώνα, συμπίπτει με τη λήξη του Α Παγκοσμίου Πολέμου και με μια εποχή στην οποία τα τεχνολογικά και θεσμικά μέσα δεν είχαν αναπτυχθεί στον ίδιο βαθμό με σήμερα, ενώ ο τουρισμός δεν είχε ακόμα πάρει τόσο σημαντική θέση. Η πανδημία του Covid-19 παρόλο που έχει την ίδια δυναμική επικινδυνότητας με την πανδημία του 1918, δεν μπορεί να συγκριθεί σε κάποιο άλλο επίπεδο, καθώς η ταξιδιωτική και τουριστική δραστηριότητα σήμερα είναι πιο εμφανής και εντονότερη από ποτέ.

Σε σύγκριση με επιδημικές κρίσεις του 21ου αιώνα, όπως αυτές του SARS και του H1N1 από τις οποίες η τουριστική αγορά ανέκαμψε σχεδόν αμέσως μετά την άρση των κυβερνητικών μέτρων, ο αντίκτυπος της πανδημίας του COVID-19 στην ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία είναι διαφορετικός, και είναι δύσκολο να τοποθετηθεί στην ίδια κλίμακα (Škare κ.ά., 2021). Η υγειονομική κρίση που προκάλεσε είχε ακόμη και καταστροφικές επιπτώσεις, με την παγκόσμια ανάκαμψη της βιομηχανίας να χρειάζεται περισσότερο χρόνο από τη μέση αναμενόμενη περίοδο των 10 μηνών. Σημειώνεται δε, ότι η

⁷ Η γρίπη του 1918, αποτέλεσε την πιο θανατηφόρα πανδημία στην ανθρωπότητα, προκαλώντας οξύ πνευμονικό οίδημα και εσωτερική αιμορραγία και η ταχεία εξάπλωση της οποίας κόστιζε τη ζωή τουλάχιστον 2 εκατομμυρίων ανθρώπων παγκοσμίως. Εδώ: <https://www.who.int/news-room/spotlight/influenza-are-we-ready>

ανάκαμψη του τουρισμού και της συνολικής αγοράς εξαρτάται σε άμεσο βαθμό από τη θεσμική αποτελεσματικότητα των χωρών, το συντονισμό μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής πολιτικής και τον προσανατολισμό στην ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού μοντέλου περισσότερου βιώσιμου και ανθεκτικού για την περίοδο 2020-2021.

1.3. Covid - 19 και οι Επιπτώσεις στον Παγκόσμιο Τουρισμό

Τον Ιανουάριο του 2020, στην πόλη Wuhan της Κίνας, ανακοινώθηκε από τα μέσα ενημέρωσης μια σειρά κρουσμάτων πνευμονίας με ένα νέο στέλεχος Κορωναϊού με το όνομα «2019 - nCoV»⁸, «Covid-19»⁹ ή αλλιώς «Κορωνοϊός» (Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας [ΠΟΥ], 2020). Σύμφωνα με τον Εθνικό Οργανισμό Δημόσιας Υγείας (ΕΟΔΥ, 2020) η επίπτωση που μπορεί να έχει ο ιός στον ανθρώπινο οργανισμό, αφορά τη λοίμωξη του αναπνευστικού συστήματος με συμπτώματα ήπιου βαθμού όπως ο πυρετός, ο ξηρός βήχας και η κόπωση, με ένα ποσοστό της τάξεως του 80% των περιπτώσεων που νοσεί να ανήκει στη γενική κατηγορία που δεν απαιτεί κάποια νοσοκομειακή περίθαλψη.

Η έκθεση στον ιό, αποτελεί όμως άμεσο κίνδυνο για όσους αντιμετωπίζουν αναπνευστικά προβλήματα, υποκείμενα νοσήματα ή ανήκουν σε ομάδα προχωρημένης ηλικίας. Ο ταχύς ρυθμός μετάδοσης μέσω των αναπνευστικών σταγονιδίων από κάποιον που βήχει, αλλά και ο μεγάλος αριθμός περιπτώσεων που εντοπίστηκαν ως ασυμπτωματικοί, διαμόρφωσαν μια κατάσταση εκτός ελέγχου, με την παγκόσμια υγειονομική ασφάλεια να απειλείται επιβεβαιωμένα από την εμφάνιση του ιού. Ως αποτέλεσμα, ο ΠΟΥ (UNWTO, 2020) προχώρησε σε ανακοίνωση για τον ιό Covid-19, αρχικά ως έκτακτο ζήτημα υγειονομικής ανησυχίας και στη συνέχεια, στην επίσημη αναφορά του ως πανδημία¹⁰, με όλες τις χώρες να λαμβάνουν σταδιακά μέτρα προστασίας εκτάκτου ανάγκης, με επιβολή καραντίνας, κλείσιμο συνόρων και διακοπή κάθε είδους οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας.

Το ξέσπασμα του Covid-19 αποτέλεσε μια παγκόσμια υγειονομική απειλή που ανέτρεψε τα δεδομένα της καθημερινότητας σε ολόκληρο τον κόσμο. Προκάλεσε μια αναπόφευκτη οικονομική κρίση (Hall, κ.ά, 2020· UNWTO, 2020) οδηγώντας σε κατάρρευση της βιομηχανίας παγκοσμίως, αλλά και κοινωνική κρίση (Benjamin κ.ά, 2020· Hall, κ.ά, 2020) ως προς τον τρόπο ζωής και τον κώδικα αξιών. Η διακοπή κάθε δραστηριότητας είχε

⁸ Εδώ: <https://eody.gov.gr/neos-koronaivos-covid-19/>

⁹ Εδώ: https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

¹⁰ Εδώ: <https://www.who.int/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>

πρωτοφανείς επιπτώσεις στις οικονομίες των χωρών, με ισχυρές βιομηχανίες όπως ο τουρισμός να κλονίζονται και ο αντίκτυπος της πανδημίας να είναι καταστροφικός και πολυεπίπεδος.

1.3.1. Το φαινόμενο της «Απο-παγκοσμιοποίησης».

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO, 2020), ο τουρισμός αποτελεί τον τρίτο μεγαλύτερο εξαγωγικό τομέα της παγκόσμιας οικονομίας, μετά τα καύσιμα και τα χημικά, αντιπροσωπεύοντας για το 2019 το 7% του παγκόσμιου εμπορίου, ενώ για κάποιες χώρες αντιστοιχεί σε πάνω από το 20% του ΑΕΠ και σε ορισμένα αναπτυσσόμενα κράτη το 80% των εξαγωγών. Η παγκοσμιοποίηση της τουριστικής βιομηχανίας (Niewiadomski, 2020), έδωσε τη δυνατότητα στους ανθρώπους, ώστε να πραγματοποιούν ταξίδια αναψυχής, να γνωρίζουν διαφορετικούς πολιτισμούς, να αποκτούν νέες εμπειρίες, να δραστηριοποιούνται επαγγελματικά και επιχειρηματικά.

Η εκδήλωση όμως της πανδημίας ανέτρεψε την κατάσταση αυτή (Niewiadomski, 2020). Καθώς είχε διαπιστωθεί ότι τα διεθνή ταξίδια αποτελούσαν πρωταρχικό μέσο εύκολης και ταχείας μετάδοσης του ιού, η απομόνωση των χωρών αποτέλεσε ένα αναγκαίο μέτρο για κάθε χώρα, με την παγκόσμια κοινότητα να βιώνει μία πρωτόγνωρη υγειονομική, οικονομική και κοινωνική κρίση (UNWTO, 2020). Έτσι διαμορφώθηκε μια νέα πραγματικότητα που οδήγησε την τουριστική βιομηχανία στην συνθήκη της προσωρινής «Απο-παγκοσμιοποίησης» (Niewiadomski, 2020:2), με αποτέλεσμα να υφίσταται ένα βαρύτατο οικονομικό πλήγμα (Lew, Cheer, Haywood, Brouder & Salazar, 2020).

Τα εθνικά σύνορα έκλεισαν σταδιακά παγκοσμίως (Yeh, 2020: 2· UNWTO, 2020) και ο αντίκτυπος των ταξιδιωτικών περιορισμών ήταν αρνητικός σε διεθνές, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, με επιπτώσεις στην οικονομία, τον διεθνή και εγχώριο τουρισμό, τις αεροπορικές μεταφορές, τις κρουαζιέρες, τις δημόσιες συγκοινωνίες, και τον τομέα της φιλοξενίας (Gössling κ.ά., 2020:2). Οι διεθνείς αεροπορικές εταιρείες ανέβαλαν τη λειτουργία πτήσεων (Bhuiyan, Hassan, Darda & Habib, 2020), ενώ πολλές από αυτές ακολούθησαν την αναγκαία πολιτική περιορισμού των θέσεων ανά πτήση με σκοπό να διατηρήσουν τις αποστάσεις μεταξύ των επιβατών με αποτέλεσμα τη μείωση του αριθμού των πτήσεων (Gössling κ.ά., 2020).

Η αναστολή των διεθνών μεταφορών και κάθε είδους τουριστικής δραστηριότητας, οδήγησε σε μείωση της τουριστικής ζήτησης και των διεθνών αφίξεων, καθώς υπεραστικές, σιδηροδρομικές και θαλάσσιες μεταφορές παρεμποδίσθηκαν λόγω των περιοριστικών

μέτρων. Όσοι εργάζονταν στον τομέα της αεροπορίας και των μεταφορών τέθηκαν σε αναστολή ή απολύθηκαν και χιλιάδες θέσεις εργασίας χάθηκαν με αποτέλεσμα τη ραγδαία αύξηση της ανεργίας (Yeh, 2020: 2· UNWTO, 2020). Η απαγόρευση όλων των ταξιδιών και η ζημία εκατομμυρίων δολαρίων για τις αεροπορικές εταιρείες και τις αερομεταφορές, δημιούργησε επίσης πρόβλημα στην άμεση διαθεσιμότητα φαρμάκων, τροφίμων και άλλων προϊόντων στις πληγείσες χώρες (Bhuiyan κ.ά., 2020). Ταυτόχρονα, πλοία στα οποία είχαν εντοπιστεί κρούσματα παρέμειναν στη θάλασσα χωρίς να μπορούν να αγκυροβολήσουν, ενώ μεγάλα κρουαζιερόπλοια όπως το Diamond Princess¹¹, παρέμειναν αγκυροβολημένα χωρίς να επιτρέπεται η αποβίβαση των ταξιδιωτών, οι οποίοι έπρεπε να μείνουν σε καραντίνα στην καμπίνα τους (Gössling κ.ά., 2020).

Το φαινόμενο της Από-παγκοσμιοποίησης, εξάλειψε προσωρινά την συνθήκη του Υπερτουρισμού (Benjamin, κ.ά., 2020) λόγω των ταξιδιωτικών περιορισμών. Ο Υπερτουρισμός αναπτύχθηκε απότομα τα τελευταία χρόνια με το άνοιγμα των διεθνών συνόρων και την ένταξη νέων προορισμών στην παγκόσμια οικονομία, οι οποίοι ήταν λιγότερο ακριβοί αλλά ενίσχυαν εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο οικοτουρισμός, ο θεματικός τουρισμός και ο θρησκευτικός τουρισμός, που έφεραν επιπλέον έσοδα στις εθνικές οικονομίες (Ρήγου, 2019).

1.3.2. Οικονομικές Επιπτώσεις.

Τα επίσημα δεδομένα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού που δημοσιεύτηκαν τον Μάιο του 2020 (UNWTO, 2020), έδειξαν για το πρώτο τρίμηνο του 2020 μείωση των αφίξεων κατά 22% και ειδικότερα για τον Μάρτιο του 2020 μείωση κατά 57%, λίγο μετά την έναρξη του lockdown, την αναστολή των πτήσεων και το κλείσιμο των συνόρων. Η απώλεια αντιστοιχεί σε 67 εκατομμύρια αφίξεις και 80 δισεκατομμύρια δολάρια σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του προηγούμενου έτους.

¹¹ Η περίπτωση του κρουαζιερόπλοιου Diamond Princess, αποτελεί ένα από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα στο οποίο εντοπίστηκαν για πρώτη φορά μαζικά κρούσματα θετικά στον Covid – 19. Πιο συγκεκριμένα το κρουαζιερόπλοιο είχε ξεκινήσει στις 20 Ιανουαρίου 2020 από την Ιαπωνία με 3700 επιβάτες, όταν τέθηκε σε κατάσταση εκτάκτου ανάγκης λόγω της ξαφνικής εκδήλωσης του Covid – 19. Το πλοίο υποχρεώθηκε να μείνει αγκυροβολημένο από τις 3 Φεβρουαρίου και για 2 εβδομάδες στο λιμάνι της πόλης Γιοκοχάμα, καθώς 355 επιβάτες βρέθηκαν θετικοί στον Κορωνοϊό, γεγονός που οδήγησε στο θάνατο 7 επιβατών, και μετέπειτα σε οικονομικές απώλειες της εταιρείας, καθώς και σε έκτακτο επαναπατρισμό τουριστών από τις Η.Π.Α., την Ιταλία και άλλες χώρες της Ευρώπης, και της Ασίας. Είναι χαρακτηριστικό ότι κατά την καταγραφή των κρουσμάτων παγκοσμίως και ανά χώρα, το κρουαζιερόπλοιο Diamond Princess εμφανιζόταν αυτοτελώς (σαν κράτος).

Πιο συγκεκριμένα, η Ασία και ο Ειρηνικός παρουσίασαν μείωση σε αφίξεις κατά 35%, η Ευρώπη κατά 19%, η Αμερική κατά 15%, η Αφρική κατά 12% και η Μέση Ανατολή κατά 11% σε σύγκριση με το 2019. Οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί ήταν το μέτρο που επιβλήθηκε από τις 20 Απριλίου παγκοσμίως σε όλους τους προορισμούς λόγω της πανδημίας. Σύμφωνα με την έκθεση του ΠΟΤ, το 45% των προορισμών έκλεισαν πλήρως ή μερικώς τα σύνορά τους για τους τουρίστες, το 30% ανέστειλαν πλήρως ή μερικώς τις διεθνείς πτήσεις, ενώ το 18% αποφάσισαν το κλείσιμο των συνόρων απαγορεύοντας την είσοδο επιβατών από συγκεκριμένες χώρες προέλευσης.

Σε νέα στοιχεία που συγκέντρωσε ο οργανισμός δύο μήνες αργότερα για τον Ιούλιο του 2020, (UNWTO, 2020) αναφέρεται ότι το κόστος που προκάλεσε η πανδημία μέχρι τον Μάιο του 2020, ήταν ήδη τριπλάσιο από αυτό της Παγκόσμιας Οικονομικής Κρίσης του 2009. Ειδικότερα και σύμφωνα με το Παγκόσμιο Βαρόμετρο Τουρισμού¹² του ΠΟΤ, το lockdown οδήγησε σε μείωση κατά 98% των διεθνών τουριστικών αφίξεων τον Μάιο του 2020 σε σύγκριση με το 2019. Η οικονομική απώλεια από τη μείωση των αφίξεων, έφτασε στα 320 δισεκατομμύρια δολάρια, αριθμός τριπλάσιος από την απώλεια που καταγράφηκε κατά τη διάρκεια της Παγκόσμιας Οικονομικής Κρίσης του 2009.

Η επίδραση της πανδημίας στον τουρισμό έφερε αρνητικά αποτελέσματα στις οικονομίες που αφορούν την ατομική διαβίωση (Bhuiyan κ.ά., 2020), τις υπηρεσίες δημόσιου χαρακτήρα και τις μικρές επιχειρήσεις που καλύπτουν το 80% του παγκόσμιου τουρισμού (UNWTO, 2020). Σε σχέση με τον τομέα της φιλοξενίας, ο αριθμός των επισκεπτών μειώθηκε περισσότερο από 50% σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς, και κατά κύριο λόγο σε χώρες που δέχτηκαν τεράστιο χτύπημα, όπως η Ιταλία και η Ισπανία, ή χώρες που έλαβαν δραστικά μέτρα για τον περιορισμό της κυκλοφορίας, όπως η Ελλάδα και η Γερμανία (Gössling κ.ά., 2020).

Τα μέτρα κοινωνικής αποστασιοποίησης και οι απαιτήσεις της καραντίνας, οδήγησαν σε μείωση της λειτουργίας ή ακόμα και σε κλείσιμο των επιχειρήσεων φιλοξενίας (Hall κ.ά., 2020). Η υγειονομική κρίση δεν επηρέασε μόνο τις παραδοσιακές επιχειρήσεις φιλοξενίας, αλλά και τα τουριστικά καταλύματα που έχουν να κάνουν με πρακτικές διαμονής Peer-to-Peer¹³ (P2P) (Farmaki, Miguel, Drotarova, Aleksic, Časni, & Efthymiadou, 2020) όπως

¹² Εδώ: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>

¹³ Το μοντέλο φιλοξενίας Peer-to-Peer (Farmaki, Miguel, Drotarova, Aleksic, 2020), βασίζεται σε διαδικτυακές πλατφόρμες δικτύωσης, μέσω των οποίων οι άνθρωποι μπορούν να προσφέρουν προς ενοίκιαση το κατάλυμά τους για μικρό χρονικό διάστημα. Το πιο χαρακτηριστικό μοντέλο Peer-to-Peer Φιλοξενίας, αποτελεί η ψηφιακή πλατφόρμα της Airbnb. Εδώ: <https://www.airbnb.gr/>

συνέβη με την παγκόσμια πλατφόρμα βραχυπρόθεσμων ενοικιάσεων της Airbnb¹⁴. Οι πρακτικές P2P και η σημασία της εμπειρίας της φιλοξενίας αμφισβητούνται πλέον λόγω της νέας πραγματικότητας που έφερε η πανδημία. Τα ξενοδοχεία έχουν κάποιο πλεονέκτημα λόγω της έλλειψης τυποποίησης στις πρακτικές φιλοξενίας P2P, καθώς το ζήτημα της υγιεινής και της προσωπικής ασφάλειας αποτελεί προτεραιότητα για τους επισκέπτες. Η πανδημία επέβαλε την προσαρμογή των ιδιοκτητών, τη συμμόρφωση με προστατευτικές συμπεριφορές με τη λήψη μέτρων πρόληψης, τη διάθεση των ακινήτων δωρεάν στους εργαζόμενους στον τομέα της υγείας, ή τη διαφήμιση των καταλυμάτων ως «καταφύγιο Covid-19», αψηφώντας όμως τους αυστηρούς κανονισμούς της καραντίνας μπροστά στο οικονομικό κέρδος. Έρευνα των Farmaki, Miguel, Drotarova, Aleksić, Časni, και Efthymiadou (2020), για τις αντιλήψεις των οικοδεσποτών P2P σχετικά με τις πρακτικές φιλοξενίας και τις επιπτώσεις της πανδημίας Covid-19 στις χώρες τις Μεσογείου, διαπίστωσαν ότι οι οικοδεσπότες επηρεάστηκαν άμεσα και αρνητικά από τα μέτρα που έλαβαν οι κυβερνήσεις για τον έλεγχο της εξάπλωσης της πανδημίας. Η αναστολή των πτήσεων και το κλείσιμο των συνόρων οδήγησε σε ακύρωση των κρατήσεων, ενώ άλλοι οικοδεσπότες προχώρησαν σε κλείσιμο των καταλυμάτων κατά τη διάρκεια της πανδημίας, φοβούμενοι τη μετάδοση του ιού. Αν και η Airbnb, λόγω των δυσχερών οικονομικών επιπτώσεων, ανακοίνωσε την πρόθεσή της να παράσχει περισσότερα από 250 εκατομμύρια δολάρια για να υποστηρίξει την κοινότητά της, οι οικοδεσπότες δήλωσαν ότι αισθάνονταν σε μεγάλο βαθμό αδικημένοι από τις κυβερνήσεις που δεν τους παρείχαν οικονομική υποστήριξη, καθώς πολλές από αυτές εξαίρεσαν τη στέγαση P2P από τα μέτρα προστασίας των επιχειρήσεων.

1.3.3. Απασχόληση και Παραγωγικότητα.

Σε επίπεδο απασχόλησης, ο τουρισμός υποστηρίζει 1 στις 10 θέσεις εργασίας για εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο (UNWTO, 2020). Η εκδήλωση της πανδημίας απείλησε 100 εκατομμύρια θέσεις εργασίας στον άμεσο τουρισμό, και 144 εκατομμύρια εργαζομένους στις βιομηχανίες στέγασης και υπηρεσίες εστίασης παγκοσμίως. Οι ανισότητες στο περιβάλλον εργασίας, οι χαμηλοί μισθοί, η υπερεργασία και η έκτακτη εργασία σε συνδυασμό με τις δυσμενείς συνθήκες που επικρατούσαν στο εργασιακό περιβάλλον (Benjamin κ.ά., 2020), αποτελούσαν ήδη πριν την πανδημία καίρια ζητήματα προς επίλυση

¹⁴ Εδώ: <https://www.airbnb.gr/>

τα οποία όμως ο Κορωνοϊός επανέφερε στο προσκήνιο λόγω της αυξημένης απώλειας θέσεων εργασίας σε όλον τον κόσμο.

Συγκεκριμένα, η εξάρτηση της τουριστικής αγοράς και των επιχειρήσεων από το κεφάλαιο, κατέστησαν την οικονομική κρίση που προκλήθηκε από την πανδημία ιδιαίτερα οδυνηρή (Benjamin κ.ά., 2020:3), αφού η αύξηση της ανεργίας στον κλάδο του τουρισμού ήταν αναμενόμενη, με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC, 2020) να προβλέπει απώλεια 50 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας παγκοσμίως. Ταυτόχρονα, η παραγωγικότητα μειώθηκε την περίοδο της πανδημίας μπροστά στον κίνδυνο επέκτασης της κρίσης (Bhuiyan κ.ά., 2020). Χώρες που επένδυσαν για να καταστούν κέντρα μελλοντικής τουριστικής ανάπτυξης και αναψυχής με παροχές όπως εστιατόρια, καφετέριες, μουσεία, γυμναστήρια, εμπορικά κέντρα, πισίνες και πολιτιστικά κέντρα επηρεάστηκαν λόγω της υγειονομικής κρίσης (Bhuiyan κ.ά., 2020), η οποία οδήγησε και σε διακοπή της χρηματοδότησης για τη διατήρηση της βιοποικιλότητας, επηρεάζοντας τις θέσεις εργασίας, με μειώσεις του εργατικού δυναμικού (UNWTO, 2020). Μια άλλη επίπτωση, έχει να κάνει με την αδυναμία συμμετοχής των κοινοτήτων και των ντόπιων στον φυσικό τουρισμό, οι οποίοι πριν την πανδημική κρίση είχαν καταφέρει να ευημερήσουν, μέσα από τη συμβολή τους στην προστασία της φυσικής κληρονομιάς και τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Φεστιβάλ, πολιτιστικές δραστηριότητες και συγκεντρώσεις αναβλήθηκαν, επηρεάζοντας την τοπική αγορά στην οποία συμμετείχαν οι ντόπιοι (Bhuiyan κ.ά., 2020).

1.3.4. Κοινωνική Εμπειρία.

Οι κοινωνικές επιπτώσεις στον τομέα του τουρισμού, αφορούν την έννοια της κοινωνικής εμπειρίας των ταξιδιωτών (Bhuiyan κ.ά., 2020). Με σκοπό την αποφυγή της κοινωνικής επαφής (Niewiadomski, 2020), η απαγόρευση συναθροίσεων και το κλείσιμο δημόσιων χώρων επηρέασαν τις τουριστικές δραστηριότητες και οδήγησαν σε μείωση της κοινωνικής κατανάλωσης (Hall, κ.ά., 2020· Uğur & Akbiyik, 2020) στην τουριστική βιομηχανία λόγω του περιορισμού των επισκέψεων σε πολιτιστικούς χώρους και εκδηλώσεις (Uğur & Akbiyik, 2020) και της διοργάνωσης, συναντήσεων και συνεδρίων (Hall, κ.ά., 2020).

Η επιβολή του lockdown και της κοινωνικής αποστασιοποίησης, είχε ως αποτέλεσμα την αναστολή όλων των δραστηριοτήτων κοινωνικού, πολιτικού, πολιτιστικού και αθλητικού χαρακτήρα (φεστιβάλ, εκθέσεις, διεθνείς συναντήσεις και αθλητικά δρώμενα, όπως οι Θερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες του 2020) (Gössling κ.ά., 2020:2· Uğur & Akbiyik, 2020). Η τουριστική ζήτηση μειώθηκε συνολικά. Περιηγήσεις εικονικής πραγματικότητας μέσω

καινοτόμων τεχνολογιών σε τουριστικά αξιοθέατα, πάρκα και μουσεία, δημιούργησαν θετική εντύπωση στους ανθρώπους, εντείνοντας την επιθυμία τους να επισκεφθούν τα μέρη που τους ενδιαφέρουν και μετά το τέλος της πανδημίας (Bhuiyan κ.ά., 2020· Nanni & Ulqinaku, 2020).

1.3.5. Περιβάλλον.

Κορυφαίοι τουριστικοί προορισμοί και μητροπόλεις που χαρακτηρίζονταν από Υπερτουρισμό, ήταν οι πρώτες που επλήγησαν οικονομικώς (Benjamin κ.ά., 2020). Ο μεγαλύτερος αριθμός κρουσμάτων σημειώθηκε σε περιοχές με αυξημένη τουριστική κινητικότητα λόγω της γρήγορης μετάδοσης της πανδημίας, γεγονός που οδήγησε σε ακύρωση των βραχυπρόθεσμων ενοικιάσεων και σε πλήρη ερήμωση των προορισμών αυτών. Το γεγονός αυτό όμως έφερε ταυτόχρονα και θετικό αντίκτυπο σε προορισμούς, όπου προηγουμένως η περιβαλλοντική υποβάθμιση ήταν έντονη (Bhuiyan κ.ά., 2020). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτέλεσε η πόλη της Βενετίας (Benjamin κ.ά., 2020), στην οποία ο Υπερτουρισμός και η περιβαλλοντική υποβάθμιση εξαφανίστηκαν λόγω της απαγόρευσης των ταξιδιών. Η επιβολή της καραντίνας, οδήγησε σε αναστολή κάθε δραστηριότητας στα κανάλια της πόλης, με αποτέλεσμα την περιβαλλοντική ανάκαμψη λόγω της απουσίας ρύπανσης και αποβλήτων.

Η ξαφνική εκμηδένιση της ανθρώπινης δραστηριότητας, που μέχρι σήμερα έχει προκαλέσει σοβαρές επιπτώσεις όπως η ρύπανση, η υπερθέρμανση του πλανήτη, η αλλαγή του οικοσυστήματος και της βιοποικιλότητας, δημιούργησε προσωρινά θετικό αντίκτυπο σε όλους τους προορισμούς. Ο περιορισμός στην εκμετάλλευση των φυσικών πόρων οδήγησε σε μείωση της δραστηριότητας της ρύπανσης σε φυσικά τουριστικά αξιοθέατα όπως δάση και παραλίες, δρώντας θετικά σε επίπεδο περιβάλλοντος και τουρισμού (Bhuiyan κ.ά., 2020). Οι παραλίες αποτελούν τα πιο ελκυστικά φυσικά αξιοθέατα και κέντρα τουριστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων για πολλές χώρες, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και την αύξηση του βιοτικού επιπέδου. Η ανάγκη για κοινωνική αποστασιοποίηση, οδήγησε σε μείωση της τουριστικής κινητικότητας και των δραστηριοτήτων επιδρούν στο περιβάλλον και ταυτόχρονα σε αύξηση δράσεων καθαρισμού των παραλιών κατά την περίοδο της πανδημίας. Αξίζει να σημειωθεί, ότι η μείωση της χρήσης των μεταφορών στα τουριστικά αξιοθέατα συνέβαλε στη μείωση του ποσοστού ηχορύπανσης που αποτελεί σημαντική πηγή διαταραχής του οικοσυστήματος και της υγείας (Bhuiyan κ.ά., 2020).

1.3.6. Ταξιδιωτική Συμπεριφορά.

Η εκδήλωση του Covid-19, επηρέασε και σε επίπεδο ταξιδιωτικής συμπεριφοράς. Η αιφνίδια μείωση της τουριστικής κινητικότητας οφείλεται στο αίσθημα του φόβου των ταξιδιωτών για πιθανή μόλυνση και των αντίστοιχων συνεπειών από την έκθεσή τους (Luo & Lam, 2020· Uğur & Akbiyik, 2020:2). Η επιλογή ενός προορισμού συνδέεται με την αίσθηση της ασφάλειας ή του κινδύνου που χαρακτηρίζει τον προορισμό. Όταν ένας προορισμός θεωρείται «μη ασφαλής» (Luo & Lam, 2020), τότε μπορεί να δημιουργηθεί αρνητική αντίληψη και να προκαλέσει ένταση του άγχους, και μείωση του αισθήματος της ασφάλειας και προστασίας, με αποτέλεσμα να μεταβάλλεται η πρόθεση για ταξιδιωτική δραστηριότητα.

Έχει διαπιστωθεί πως σε συνθήκες υγειονομικού κινδύνου οι δυνητικοί τουρίστες έχουν την τάση να αναβάλουν ή να ακυρώνουν τα σχέδια τους για έναν προορισμό που έχει πληγεί από πανδημία λόγω της ταχύτητας με την οποία μπορεί να εξαπλωθεί και τη ζημιά που μπορεί να προκαλέσει στην υγεία τους. Επιπλέον, οι ενεργοί τουρίστες προχωρούν σε ακύρωση των ταξιδιών, λόγω του άγχους και της ανασφάλειας που αισθάνονται μπροστά στην ιδέα του κινδύνου που ίσως κληθούν να αντιμετωπίσουν (Folinas & Metaxas, 2020). Η τελική επιλογή ενός προορισμού, βασίζεται σε ένα σύνολο παραγόντων που αφορούν τους υγειονομικούς κινδύνους, τις μολύνσεις από ιούς ή ασθένειες και συνακόλουθα το κόστος της πιθανής πρόληψης, ώστε να αισθάνονται ασφαλείς και προστατευμένοι (Uğur & Akbiyik, 2020).

Τα αποτελέσματα έρευνας των Uğur & Akbiyik (2020) σε σχέση με το αίσθημα του φόβου, της ασφάλειας και της προστασίας, έδειξαν ότι η απειλή του Covid-19, αποτέλεσε το επίκεντρο λήψης αποφάσεων των ταξιδιωτών σε διεθνές και τοπικό επίπεδο. Την ημέρα ανακήρυξης της πανδημίας από τα μέσα ενημέρωσης, οι ταξιδιώτες αποφάσισαν να αναστείλουν ή να ακυρώσουν τα ταξίδια τους, συζητώντας για θέματα ταξιδιωτικής ασφάλισης. Ο φόβος που προκάλεσε η πανδημία, επηρέασε το αίσθημα των ταξιδιωτών, αυξάνοντας το άγχος και τη στάση κινδύνου, με αρνητικές επιπτώσεις στην πρόθεσή τους να ταξιδέψουν.

Οι Gössling, Scott και Hall (2020) αναφέρουν, ότι λόγω των πρωτόγνωρων συνθηκών, το αίσθημα της ταξιδιωτικής ασφάλειας για την επανεκκίνηση της τουριστικής βιομηχανίας βασίστηκε στην αποκατάσταση της εμπιστοσύνης των τουριστών. Έρευνα της πολυεθνικής συμβουλευτικής εταιρείας McKinsey & Company (2020), ανέδειξε απότομη μείωση των προβλεπόμενων δαπανών ως προς τις δραστηριότητες της τουριστικής κινητικότητας και φιλοξενίας. Παρουσίασε όμως αύξηση της αισιοδοξίας μεταξύ των χωρών της Κίνας, της

Ιταλίας, της Ισπανίας, του Ηνωμένου Βασιλείου και των ΗΠΑ. Κατά την έναρξη της θερινής περιόδου του 2020, η εμπιστοσύνη των πελατών (Gössling κ.ά., 2020) συνδεόταν με τον αντίκτυπο της πανδημίας στην υγιεινή και ασφάλεια στον κλάδο της φιλοξενίας.

Έρευνα της Kara Research (2020) που διεξήχθη τον Απρίλιο του 2020, διαπίστωσε ετοιμότητα επιστροφής στην καθημερινότητα, και σε δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με την ψυχαγωγία, το κολύμπι στη θάλασσα, τις διακοπές και την κατανάλωση υπηρεσιών εστίασης και φιλοξενίας. Ως προς την ταξιδιωτική δραστηριότητα, εκφράστηκε επιφύλαξη για τη μετακίνησή με αεροπλάνο και τη χρήση δημόσιων μέσων μεταφοράς, και προτίμηση για ταξίδια με ιδιωτικό αυτοκίνητο.

Ο αντίκτυπος της πανδημίας οδήγησε την διεθνή και εγχώρια τουριστική ζήτηση σε χαρτογράφητα νερά. Την περίοδο της κοινωνικής αποστασιοποίησης ο άνθρωπος βρήκε εναλλακτικές επιλογές εξόρμησης, ήρθε πιο κοντά στη φύση και την έννοια της απλότητας, έλαβε ερεθίσματα τα οποία είναι σημαντικά για την πρόσληψη μιας νέας εμπειρίας και την τάση προς μια νέα συμπεριφορά. Η αλλαγή αυτής της συμπεριφοράς και των ταξιδιωτικών απαιτήσεων σχετίζονται μεν με το αίσθημα της εμπιστοσύνης των ταξιδιωτών, αλλά επηρεάζονται και από την προσωπική οικονομική ευημερία, το διαθέσιμο εισόδημα, τις ρυθμίσεις εργασίας τους, και την συνολική βιοποριστική κατάσταση του κάθε ταξιδιώτη (Gössling κ.ά., 2020). Τα ταξίδια είναι απαραίτητα για την τουριστική δραστηριότητα και οποιοσδήποτε παράγοντας ενδέχεται να οδηγήσει σε αναστολή τους, μπορεί να έχει σοβαρό αντίκτυπο στην τουριστική βιομηχανία (Yeh, 2020: 1). Οργανισμοί και επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον τουρισμό, προσπαθούν να είναι προετοιμασμένοι σε καταστάσεις κρίσης και να λαμβάνουν κατάλληλες στρατηγικές ανάκαμψης (Yeh, 2020: 2).

Καθώς λοιπόν η εμφάνιση μιας υγειονομικής κρίσης μπορεί να επηρεάσει άμεσα στην λήψη των ταξιδιωτικών αποφάσεων, στην παρούσα έρευνα οι χρήστες αξιολογούν τα μέτρα επανεκκίνησης του τουρισμού και την επανέναρξη της ταξιδιωτικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, βάσει ενός συνόλου παραγόντων όπως αναλύεται στο Κεφάλαιο 5, ανάμεσα στους οποίους αποτελεί και το κίνητρο ή όχι για να ταξιδέψουν λαμβάνοντας υπόψη το ρίσκο της έκθεσής τους στον ιό.

Κεφάλαιο 2 – Μέσα Ενημέρωσης και Τουρισμός

2.1. Ο ρόλος των Μέσων Ενημέρωσης και του Διαδικτύου στην Ανάκαμψη της Τουριστικής Βιομηχανίας

Οι Škare κ.ά. (2020) αναφέρουν ότι σύγχρονοι παράγοντες όπως τα μέσα και το Διαδίκτυο παίζουν καθοριστικό ρόλο στους ρυθμούς ανάκαμψης μιας τουριστικής κρίσης. Οι Zeng κ.ά. (2005) αναφέρουν ότι η αποτελεσματική διαχείριση μιας κρίσης δεν εξαρτάται μόνο από τους θεσμικούς μηχανισμούς του κράτους, αλλά και από την αντίστοιχη προβολή της από τα μέσα, με τρόπο που να διατηρούν σταθερά τα επίπεδα εμπιστοσύνης και ασφάλειας, μειώνοντας παράλληλα το φόβο και την παραπληροφόρηση. Έχοντας μελετήσει την επιδημία του SARS και την επίδραση των μέσων στην κοινή γνώμη, αναφέρουν ότι η ενημέρωση για την κρίση από τα μέσα και η προβολή των εικόνων που εμφανίζονταν κατά τη διάρκεια της έξαρσης της πανδημίας, επηρέασε άμεσα την τουριστική συμπεριφορά, μειώνοντας την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Αν και η βιομηχανία ανέκαμψε γρήγορα μετά το τέλος της κρίσης, αποδείχθηκε ότι η έντονη αρνητική προβολή της από τα μέσα ενημέρωσης ενέτεινε τα επίπεδα άγχους, αμφιβολίας και φόβου στους δυνητικούς τουρίστες.

Οι Chen, Law και Zhang (2021) προσθέτουν ότι η σωστή πληροφόρηση για την υγειονομική κατάσταση από τα μέσα ενημέρωσης, διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην αντίληψη των τουριστών, έτσι ώστε να τους δημιουργείται εμπιστοσύνη και ασφάλεια. Σε μελέτη τους για την επίδραση που μπορεί να έχει ο κίνδυνος μιας επιδημίας στη διαμόρφωση της τουριστικής αντίληψης και συμπεριφοράς, αναφέρουν ότι επηρεάζεται κυρίως από παράγοντες που αφορούν στον τρόπο εξάπλωσης του ιού, τον αριθμό λοιμώξεων και θανάτων, τη διάρκεια έξαρσης καθώς και από τα κυβερνητικά μέτρα που λαμβάνονται. Υποστηρίζουν επίσης, ότι μια κρίση στη δημόσια υγεία προκαλεί βραχυπρόθεσμο αντίκτυπο στον τουρισμό και στην πληγείσα περιοχή, γεγονός που επηρεάζει τους δυνητικούς ταξιδιώτες ώστε μετά την επέλαση του ιού να αρχίζουν να αισθάνονται ότι τα επίπεδα κινδύνου έχουν μειωθεί.

Οι Chen κ.ά., (2021) αναφέρουν ότι η αντιμετώπιση του κινδύνου από την εμφάνιση μιας επιδημίας και η επίδραση στην ταξιδιωτική συμπεριφορά εξαρτάται από το χρονικό στάδιο στο οποίο βρίσκεται η πανδημία.

Οι Mason, Grabowski και Du (2005) σε έρευνα για την επίδραση των μέσων ενημέρωσης στη διαμόρφωση της τουριστικής συμπεριφοράς κατά το ξέσπασμα της

επιδημίας του SARS, αναφέρουν ότι όταν ο ΠΟΥ εξέδωσε συμβουλές πρόληψης και προστασίας που αναμεταδόθηκαν από τα μέσα, τόσο οι δυνητικοί όσο και οι πραγματικοί τουρίστες ευαισθητοποιήθηκαν και αναζήτησαν στα μέσα νέες πληροφορίες για προορισμούς που θεωρούνταν ασφαλείς.

Στο πλαίσιο της σωστής επικοινωνίας κινδύνου από τα μέσα και ειδικότερα για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης που απειλούν τη δημόσια υγεία, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (WHO, 2020), προτείνει μια ποικιλία δυνατοτήτων επικοινωνίας που απαιτούνται ανάλογα με τα στάδια της ετοιμότητας, της ανταπόκρισης και ανάκαμψης, με σκοπό να ενθαρρύνουν την τεκμηριωμένη λήψη αποφάσεων, τη θετική αλλαγή συμπεριφοράς και τη διατήρηση της εμπιστοσύνης.

Η επικοινωνία κινδύνου θεωρούνταν αρχικά ως η πρακτική διάδοσης της πληροφορίας στο κοινό σχετικά με τους κινδύνους για την υγεία και γεγονότα, όπως το ξέσπασμα μιας ασθένειας και η λήψη των κατάλληλων οδηγιών σχετικά με τις αλλαγές συμπεριφοράς για τον μετριασμό αυτών των κινδύνων. Πλέον, αναφέρεται σε μια πρακτική ανταλλαγής πληροφοριών, συμβουλών και απόψεων σε πραγματικό χρόνο μεταξύ εμπειρογνομόνων και πολιτών που αντιμετωπίζουν απειλές για την υγεία, την οικονομική ή την κοινωνική τους ευημερία με απώτερο σκοπό τη διευκόλυνση της λήψης ενημερωμένων αποφάσεων από τους πολίτες που κινδυνεύουν για την προστασία αυτών και των οικείων τους.

Τα σχέδια αντιμετώπισης πριν από την τουριστική κρίση αφορούν στη διαμόρφωση σχεδίων έκτακτης ανάγκης πρόληψης και υπευθυνότητας με στόχο την προετοιμασία εμβολιασμών, την τακτική διεξαγωγή τεστ και την εφαρμογή επιθεωρήσεων για την επικρατούσα υγειονομική κατάσταση (Chen κ.ά., 2021). Σημαντική είναι επίσης η προώθηση της γνώσης σχετικά με τους κινδύνους και την πρόληψη με στόχο την ευαισθητοποίηση των ταξιδιωτών για τη λήψη των κατάλληλων μέτρων ατομικής προστασίας.

Κατά τη διάρκεια μιας κρίσης που επηρεάζει τον τουρισμό, κομβικό ρόλο παίζουν τα συστήματα και οι υποδομές υπηρεσιών δημόσιας υγείας, η επιστημονική κοινότητα και οι εμπειρογνώμονες, καθώς και η επικοινωνία από τα μέσα που μπορούν να βοηθήσουν τους τουρίστες να κατανοήσουν τις σχετικές πληροφορίες. Η καταγραφή της επιδημιολογικής κατάστασης και η ενημέρωση από τα μέσα ενημέρωσης είναι ένα από τα μέτρα εφαρμογής κατά τη διάρκεια μιας κρίσης στον τουρισμό, έτσι ώστε οι τουρίστες να λαμβάνουν πληροφορίες που να διαμορφώνουν τη συμπεριφορά τους ώστε να αισθάνονται οι ίδιοι ασφαλείς.

Μετά το τέλος της κρίσης, η συμπεριφορά των ταξιδιωτών συσχετίζεται με τις προσπάθειες ανάκαμψης και επιστροφής σε μια κανονικότητα στην οποία παίζει ρόλο η κυβέρνηση, η επικοινωνία της κρίσης από τα μέσα και το κατά πόσο ανταποκρίνονται οι υπηρεσίες του τουρισμού στους ρυθμούς ανάκαμψης. Στην προσπάθεια να μειωθεί ο αρνητικός αντίκτυπος, ο σχεδιασμός περιλαμβάνει ακύρωση των μέτρων έκτακτης ανάγκης κρίσης, απελευθέρωση της ασφάλειας των ταξιδιών, ενίσχυση της θετικής διεθνούς τουριστικής εικόνας, και μετασχηματισμό του τουριστικού μοντέλου ως πιο ανθεκτικού. Η επικοινωνία όλων αυτών από τα μέσα ενημέρωσης γίνεται γεγονός που συμβάλλει στην τόνωση της συμπεριφοράς και την επανεκκίνηση του τουρισμού.

2.2. Ψηφιακά Μέσα και Ταξιδιωτική Συμπεριφορά

Σύμφωνα με Έκθεση της Επιτροπής Μεταφορών και Τουρισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (TRAN), η πιο μεγάλη πρόκληση της τουριστικής βιομηχανίας σχετίζεται με τη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας μέσα στις νέες συνθήκες, όπου η ψηφιοποίηση των υπηρεσιών διευκολύνει τη λήψη αποφάσεων των τουριστών. Η Ρήγου (2019), αναφέρει ότι ο κλάδος του Τουρισμού επηρεάζεται άμεσα από την τεχνολογία, το διαδίκτυο και τα Νέα Μέσα. Σε ένα περιβάλλον όπου η δικτύωση και ο συμμετοχικός χαρακτήρας απαλείφουν σταδιακά τον ρόλο των παραδοσιακών υπηρεσιών, τα Νέα Μέσα επηρεάζουν άμεσα τους καταναλωτές, από την επιλογή τουριστικού προορισμού μέχρι και την διεύθετηση όλων των διαδικασιών, πριν και μετά την έλευση σε αυτόν. Αυτό το οποίο τονίζει είναι ότι χρησιμοποιώντας τα Νέα Μέσα, οι καταναλωτές αποκτούν περισσότερο αυτόνομο και ενεργητικό ρόλο καθορίζοντας ακόμα και το μέλλον της οικονομίας. Στο πλαίσιο αυτό η ουσία της τουριστικής εμπειρίας διαμορφώνεται μέσα από την αξία της συνεργατικής οικονομίας σε ένα περιβάλλον ψηφιοποίησης και κοινωνικής δικτύωσης.

Η επικράτηση του μοντέλου της συνεργατικής οικονομίας και η πρόσβαση στην πληροφορία προς διευκόλυνση του ταξιδιώτη έχει διαμορφώσει μια νέα πραγματικότητα. Η ψηφιοποίηση των τουριστικών υπηρεσιών έχει εντείνει την πρακτική της δικτύωσης στα κοινωνικά μέσα ως συνεχούς και δυναμικής, εισάγοντας μια νέα κουλτούρα άμεσης πρόσβασης και αξιολόγησης της πληροφορίας που διευκολύνει στην αυτόνομη οργάνωση, τον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης ταξιδιωτικής εμπειρίας. Η κοινωνική δικτύωση λαμβάνει όλο και μεγαλύτερο ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής συμπεριφοράς, καθώς η ανταλλαγή απόψεων και αξιολογήσεων για τουριστικούς

προορισμούς σε συνάρτηση με τα θέματα της επικαιρότητας μπορούν να επηρεάσουν την ισορροπία των τουριστικών αφίξεων και το μέλλον της τοπικής οικονομίας.

Σε ζητήματα δημόσιας υγείας η επικοινωνία ενός υγειονομικού προβλήματος από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποκτά τη δυναμική να αλλάξει ή να αυξήσει την αντίληψη των τουριστών για κρίσεις και να επηρεάσει αρνητικά τις στάσεις τους (Yu, Li, Yu, He & Zhou, 2020). Αν και ελάχιστες έρευνες έχουν γίνει σχετικά με την κάλυψη των επιδημιών από τα μέσα ενημέρωσης και την αντίστοιχη αναμετάδοσή τους από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχει διαπιστωθεί ότι τα τελευταία παρουσιάζουν μια πιο διαφοροποιημένη στάση σε σχέση με τις αναφορές των ειδήσεων προκαλώντας αρνητική επίδραση μέσα από το αναδημοσιευμένο περιεχόμενο. Ζητήματα έλλειψης αυθεντικότητας και ορθολογικής γνώσης σε συνδυασμό με την υπερβολική αναφορά σε επιδημιολογικά στοιχεία, όπως συνέβη με τους ιούς MERS και SARS είχαν δημιουργήσει αρνητική στάση στην κοινή γνώμη, με αποτέλεσμα να λειτουργούν τα κοινωνικά δίκτυα ως μέσο έκφρασης και διαμόρφωσης της κοινής γνώμης. Επικριτικά σχόλια για την μετάδοση ψεύτικων ειδήσεων και των υπέρογκων αναφορών από διάφορα μέσα, σε συνδυασμό με την παραπληροφόρηση από τους ίδιους τους χρήστες είχαν δημιουργήσει ανησυχία και αναστάτωση στην κοινή γνώμη.

Η επικοινωνία για μια υγειονομική κρίση μπορεί να επηρεάσει την ανταπόκριση του ατόμου σε έναν κίνδυνο με δύο τρόπους. Παρουσιάζοντας είτε τη σοβαρότητα και το μέγεθος του κινδύνου, είτε την πιθανότητα της έκθεσής του σε αυτό. Οι δύο αυτοί τρόποι επηρεάζουν τη διαμόρφωση της συμπεριφορικής απόκρισης και της αντίληψης του ατόμου σε σχέση με τον κίνδυνο καθώς και τα μέτρα προστασίας που θα λάβει για να αποφύγει το ρίσκο της έκθεσης (Klemm, Hartmann & Das, 2019). Οι Gössling κ.ά., (2020) αναφέρουν ότι «η έντονη κάλυψη των μέσων ενημέρωσης μπορεί να οδηγήσει τους ανθρώπους να αντιδράσουν υπερβολικά σε ήπιες πανδημίες», γεγονός που επιβεβαιώνει ότι οι συμπεριφορές επηρεάζονται από την επικοινωνία της πληροφορίας από τις ειδήσεις και από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Καθώς όμως ο Κορωνοϊός δεν είναι μια ήπια πανδημία, η απειλή του θανάτου κυριάρχησε σε πολύ πιο έντονο βαθμό. Οι Nanni και Ulqinaku (2020) μιλούν για τη «θεωρία διαχείρισης του τρόμου» αναφέροντας ότι οι άνθρωποι μπροστά στο φόβο του θανάτου καταφεύγουν σε συμπεριφορές οι οποίες μειώνουν το βαθμό ευεξίας, ικανοποίησης από την ίδια τη ζωή και το νόημα που έχει για αυτούς.

Με την απειλή του θανάτου να αποτελεί τον μεγαλύτερο φόβο, η τουριστική συμπεριφορά μεταβάλλεται άμεσα. Για την επικοινωνία ενός υγειονομικού κινδύνου τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η εμπλοκή των χρηστών με αυτά και η δημιουργία κοινοτήτων

αποτελούν τεχνικές συνεχούς ροής της πληροφορίας, με αποτέλεσμα να απαιτείται η έγκαιρη αναγνώριση και διαχείριση της παραπληροφόρησης ή των φημών. Αυτό έχει ως σκοπό τη διαυγή κατανόηση των αντιλήψεων, των ανησυχιών και των πεποιθήσεων των ανθρώπων, καθώς και των γνώσεων και των πρακτικών τους.

Τα ελληνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης έπαιξαν κομβικό ρόλο σε σχέση με την ενημέρωση για την εκδήλωση και έξαρση της πανδημίας του Covid-19. Η ενημέρωση για την πανδημία γινόταν σε καθημερινή βάση και η κυβερνητική πολιτική αντιμετώπισε την πιθανότητα μαζικής μετάδοσης του ιού, μειώνοντας τα ποσοστά θνησιμότητας. Η επικοινωνία για τον κίνδυνο της πανδημίας αποτέλεσε ένα ζήτημα που απαιτούσε ειδική προσέγγιση από τα μέσα, με σκοπό να ενημερώσει τον κόσμο αλλά ταυτόχρονα να μειώσει και την αίσθηση της ανησυχίας και του πανικού που θα ακολουθούσε.

Κεφάλαιο 3 – Covid-19 και Ελληνικός Τουρισμός

3.1. Η πανδημία του Covid-19 στην Ελλάδα

Η εκδήλωση της πανδημίας στην Ελλάδα, συνέπεσε με μια οξύμωρη οικονομική περίοδο με τη χώρα να διανύει ήδη από τον Αύγουστο του 2018 το τέλος μια δεκαετούς οικονομικής κρίσης με την έξοδό της από την εποπτεία του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (Ελληνική Δημοκρατία, 2018) και των ευρωπαϊκών οικονομικών θεσμών.

Η πανδημία εμφανίστηκε στη χώρα στις 26 Φεβρουάριου του 2020 (OECD, 2020), με την επιβεβαίωση των πρώτων κρουσμάτων. Μετά τις πρώτες προειδοποιήσεις για το ρυθμό εξάπλωσης του ιού στην Ιταλία, ένα από τα πρώτα μέτρα που ελήφθησαν ήταν η αναστολή όλων των αποκριάτικων εκδηλώσεων. Λόγω της σταδιακής αύξησης των κρουσμάτων, η κυβέρνηση αποφάσισε στις 10 Μαρτίου το κλείσιμο όλων των εκπαιδευτικών μονάδων, καθώς και την αναστολή κάθε είδους πολιτιστικού και καλλιτεχνικού δρωμένου. Στις 13 Μαρτίου, ανακοίνωσε την αναστολή λειτουργίας των χώρων εστίασης, των αθλητικών εγκαταστάσεων, των πολιτιστικών και εμπορικών κέντρων, ενώ στις 16 Μαρτίου ακολούθησε το προσωρινό κλείσιμο των εμπορικών καταστημάτων και η αναστολή όλων των θρησκευτικών λειτουργιών.

Με δεδομένη την υγειονομική απειλή, η κυβέρνηση προχώρησε σε ένα έκτακτο σχέδιο στήριξης της οικονομίας, προστασίας των επιχειρήσεων και των εργαζομένων ύψους 24 δισεκατομμυρίων ευρώ. Καθώς ο αριθμός των κρουσμάτων αυξανόταν, το κράτος έλαβε από τις 23 Μαρτίου άμεσα και δραστικά μέτρα με σκοπό τον περιορισμό μετάδοσης του ιού ανακοινώνοντας καθολικό lockdown, με αυστηρές απαγορεύσεις στην κυκλοφορία και τη μετακίνηση των πολιτών. Ο περιορισμός της κυκλοφορίας διήρκεσε μέχρι τις 4 Μαΐου, ημερομηνία έναρξης της σταδιακής άρσης των έκτακτων μέτρων, των περιορισμών στις μετακινήσεις και επαναλειτουργίας των επιχειρήσεων (OECD, 2020). Αξιοσημείωτες ημερομηνίες ήταν επίσης η 1η Ιουνίου, ημέρα επαναλειτουργίας όλων των τουριστικών επιχειρήσεων, των ξενοδοχείων και κάμπινγκ, όπως και η 15η Ιουνίου, ημέρα έναρξης των διεθνών πτήσεων και ανοίγματος των συνόρων σε τουρίστες από το εξωτερικό.

Η διαχείριση της υγειονομικής κρίσης (OECD, 2020) ολοκληρώθηκε με μείωση της θνησιμότητας και του αριθμού των κρουσμάτων κατά την πρώτη φάση της πανδημίας, σε μια παράλληλη προσπάθεια της κυβέρνησης να ενισχύσει τις υποδομές του συστήματος υγείας μπροστά στον κίνδυνο της ταχείας εξάπλωσης της πανδημίας. Μετά την οικονομική κρίση

του 2009 που στιγματίσει αρνητικά την εικόνα της χώρας, το σχέδιο προστασίας της πολιτείας που εφαρμόστηκε, αποσκοπούσε στην ενίσχυση της πολιτικής, θεσμικής και κυρίως κοινωνικής εμπιστοσύνης. Το αυστηρό σχέδιο πολιτικής προστασίας που εφάρμοσε το κράτος, όχι μόνο τόνωσε το αίσθημα της ασφάλειας στην ελληνική κοινωνία, αλλά διαμόρφωσε θετική εικόνα για τη χώρα στην παγκόσμια κοινότητα, μέσα από την διαχείριση της υγειονομικής κατάστασης (Ελληνική Δημοκρατία, 2020).

3.1.1. Covid-19 και Ελληνικός Τουρισμός.

Ο ιός εμφανίστηκε στην Ελλάδα, σε μια περίοδο προετοιμασίας της τουριστικής βιομηχανίας για το άνοιγμα της θερινής τουριστικής σεζόν. Καθώς η επένδυση της χώρας στον νησιωτικό τουρισμό αποτελεί τεράστια πηγή εσόδων για την ελληνική οικονομία, η απρόσμενη παρουσία του ιού δημιούργησε μια ρευστή και αβέβαιη συνθήκη στην τουριστική αγορά. Προτεραιότητα της ελληνικής κυβέρνησης ήταν να λάβει επείγοντως υγειονομικά μέτρα για να προστατέψει τη νησιωτική χώρα από την εξάπλωση του ιού. Σε περίπτωση που εντοπίζονταν κρούσματα, η μετάδοση του ιού όχι μόνο θα ήταν πιο εύκολη, αλλά θα καθιστούσε και ανέφικτη την παροχή εντατικής περίθαλψης, λόγω της σημαντικότητας έλλειψης υγειονομικών δομών στα νησιά. Σε συνδυασμό με το καθεστώς της φυσικής γεωγραφικής απομόνωσης από την ηπειρωτική Ελλάδα, η κυβέρνηση δεν είχε άλλη επιλογή από το να προχωρήσει άμεσα σε ενίσχυση των δημόσιων υγειονομικών δομών.

Την περίοδο της καραντίνας, τα μέτρα που ελήφθησαν στα νησιά μέσα στις συνθήκες απομόνωσης, λειτούργησαν με σκοπό να παραμείνουν ασφαλή και χωρίς να εντοπιστούν κρούσματα. Ταυτόχρονα, έγιναν προσπάθειες ώστε να ενισχυθούν οι υποδομές τουρισμού υγείας (Paraschi, 2020), και να προχωρήσουν στην ψηφιοποίηση υπηρεσιών της ελληνικής δημόσιας διοίκησης έτσι ώστε να διευκολύνουν την καθημερινότητα των κατοίκων, τις μετακινήσεις τους και τις συναλλαγές τους (Paraschi, 2020). Η συνθήκη της απομόνωσης κατά την περίοδο της καραντίνας, οδήγησε τους κατοίκους των νησιών μέσα στον ελεύθερο χρόνο που είχαν να στραφούν σε δραστηριότητες προσωπικής αναψυχής και να χαρούν τη φυσική ομορφιά του τόπου τους, που είχε αποτελέσει αντικείμενο έντονης τουριστικής δραστηριότητας προς όφελος της ελληνικής οικονομίας. Η αντίληψη της σημασίας του φυσικού πλούτου και της ελληνικής ομορφιάς, ενίσχυσε τους κατοίκους για μια αναγκαία αλλαγή στάσης προς ένα βιώσιμο μοντέλο από τους φορείς και τις υπηρεσίες της τουριστικής αγοράς.

3.1.2. Ασφάλεια και Οικονομία.

Η χώρα πριν την εκδήλωση της πανδημίας θεωρούνταν ασφαλής τουριστικός προορισμός. Μέσα από την λήψη των απαραίτητων μέτρων, η κυβέρνηση πέτυχε να αποδείξει και να ενδυναμώσει περαιτέρω την θετική εικόνα της Ελλάδας, αυξάνοντας τις πιθανότητες της τουριστικής ζήτησης και κινητικότητας που χρειαζόταν η χώρα για να ανακάμψει άμεσα.

Ο Jakob Suwalski, αναλυτής του οργανισμού αξιολόγησης πιστοληπτικής ικανότητας της Scope, ανέφερε ότι η οικονομία της Ελλάδας αντιμετωπίζει τη σοβαρότερη αναστάτωση από όλες τις οικονομίες της ευρωζώνης, ενώ μελέτη της ING διαπίστωσε ότι η ελληνική οικονομία θα είναι η πιο ευάλωτη στην ευρωζώνη την περίοδο της πανδημίας, καθώς εξαρτάται σε τεράστιο βαθμό από την τουριστική αγορά και την ταξιδιωτική δραστηριότητα.

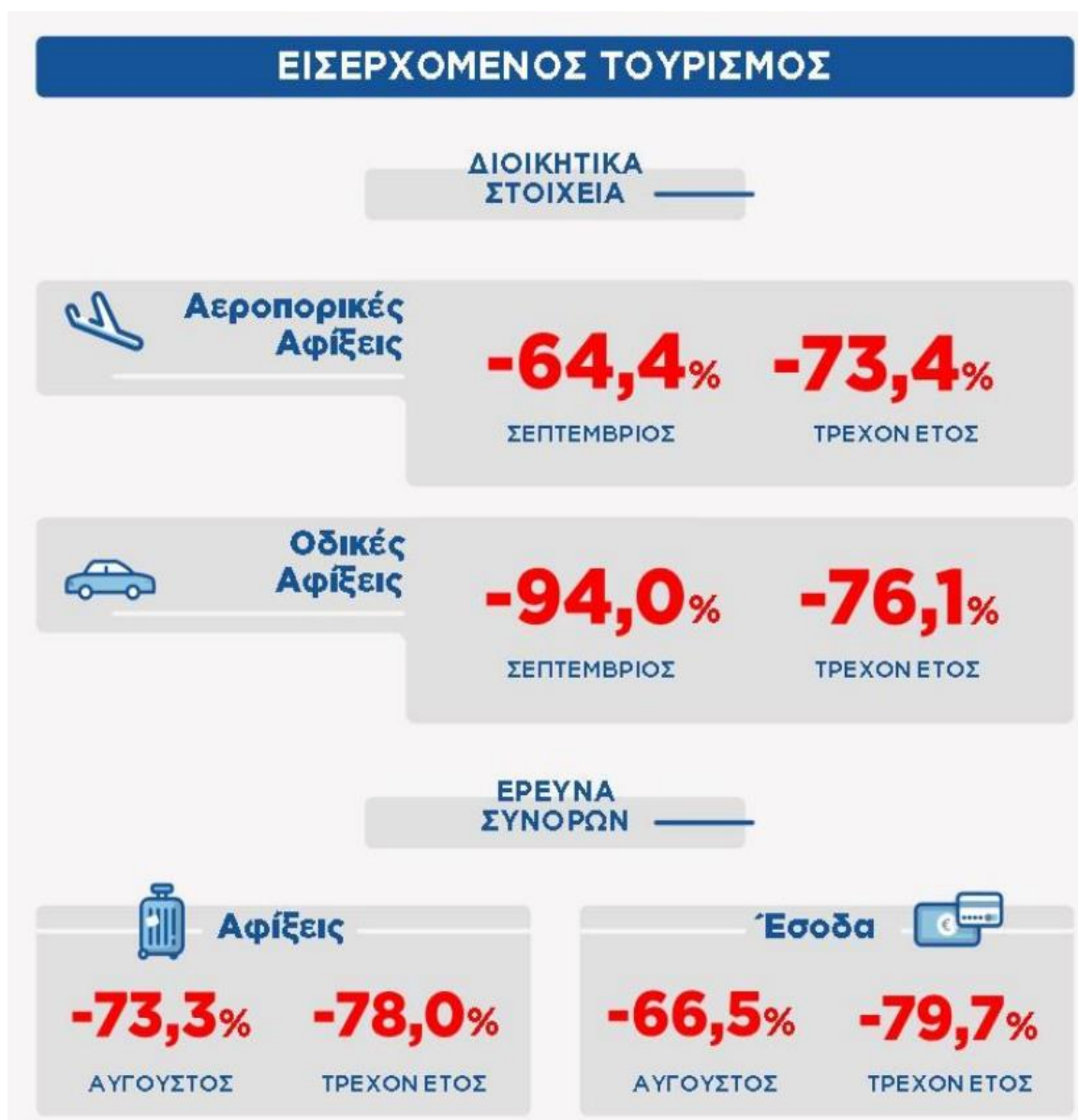
Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC, 2019), η βιομηχανία του τουρισμού στην Ελλάδα συμβάλλει σε ποσοστό 20,8% στο εθνικό ΑΕΠ και 21,7% στη συνολική απασχόληση με 846.200 θέσεις εργασίας. Το 2019, η τουριστική ζήτηση στη χώρα πέρασε κάθε προηγούμενο με 34 εκατομμύρια αφίξεις από το εξωτερικό και εισπράξεις ύψους 18,2 δισεκατομμυρίων ευρώ.

Έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδος το 2020 (ΤτΕ, 2020), έδειξε δραματική μείωση στα τουριστικά έσοδα λόγω της πανδημίας, με μόλις 64 εκατομμύρια ευρώ για τον Ιούνιο του 2020, σε σύγκριση με τα 2,56 δισεκατομμύρια ευρώ του Ιουνίου 2019 (-93%).

Ο τομέας της φιλοξενίας αποτελεί τον πιο σημαντικό πυλώνα της ελληνικής τουριστικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ, 2020), το 2019 λειτούργησαν 10.121 ξενοδοχεία με χωρητικότητα 798.650 κλινών. Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ, 2020), μόνο το 60% του συνόλου των ξενοδοχείων της χώρας κατάφερε να επαναλειτουργήσει μετά το lockdown κατά τη θερινή τουριστική σεζόν, η μέση πληρότητα των ξενοδοχείων ήταν 23%, ενώ το 51% των εποχικών ξενοδοχείων έκλεισε πριν το Σεπτέμβριο. Μόνο το 67% των ξενοδοχείων που λειτούργησαν το 2019 δημιούργησε Υγειονομικό Πρωτόκολλο με σκοπό να επαναλειτουργήσει το 2020, με το άνοιγμα 2.328 ξενοδοχείων συνεχούς λειτουργίας και 3.699 ξενοδοχείων εποχικής λειτουργίας μετά το πέρας του lockdown.

Έκθεση του Ινστιτούτου του Συνδέσμου των Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ, 2020) για τον εισερχόμενο τουρισμό και τις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις για την περίοδο Ιανουαρίου - Σεπτεμβρίου 2020, ανέφερε πτώση κατά 73,4% με 5 εκατομμύρια διεθνείς αεροπορικές αφίξεις σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019 που είχε φτάσει τις 18,8 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις.

Εικόνα 1. Αναδημοσίευση της εικόνας «Εισερχόμενος Τουρισμός» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETTE Intelligence, 2020. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETTE Intelligence.



Πίνακας 1. Αναδημοσίευση του πίνακα «Αφίξεις σε χιλιάδες» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETΕ Intelligence, 2020. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETΕ Intelligence.

2020	Χώρες ΕΕ-28	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	εκ των οποίων			Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ρωσία	Έρ. Συνόρων
Ιανουάριος	372	232	10	67	140	418	72	32	13	790
Φεβρουάριος	288	163	9	46	125	339	29	29	5	627
Μάρτιος	242	85	14	20	157	169	16	25	4	411
Απρίλιος	21	2	0	1	18	17	0	0	0	38
Μάιος	26	4	0	1	22	30	0	0	0	56
Ιούνιος	183	25	1	12	158	73	0	0	0	256
Ιούλιος	661	416	53	165	246	167	62	2	0	828
Αύγουστος	1.349	1.087	184	414	262	457	349	4	0	1.807
Σεπτέμβριος										
Οκτώβριος										
Νοέμβριος										
Δεκέμβριος										
Τρέχον έτος	3.142	2.014	272	726	1.128	1.671	528	93	22	4.813

2019	Χώρες ΕΕ-28	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	εκ των οποίων			Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ρωσία	Έρ. Συνόρων
Ιανουάριος	346	176	11	68	170	314	38	25	10	660
Φεβρουάριος	226	132	14	40	93	278	54	19	8	504
Μάρτιος	358	207	30	70	151	415	51	60	11	773
Απρίλιος	537	389	66	107	149	445	64	51	12	982
Μάιος	1.412	1.072	167	477	340	975	348	132	26	2.387
Ιούνιος	2.397	1.554	240	591	843	1.705	546	135	85	4.102
Ιούλιος	3.376	1.943	285	589	1.434	2.297	644	173	106	5.673
Αύγουστος	4.264	2.310	338	718	1.954	2.498	741	192	129	6.762
Σεπτέμβριος	3.176	1.693	233	653	1.483	1.935	655	195	81	5.111
Οκτώβριος	1.663	1.151	129	595	512	1.110	283	124	82	2.773
Νοέμβριος	490	248	16	72	242	439	50	43	19	930
Δεκέμβριος	309	196	13	47	113	384	25	29	12	692
Σύνολο	18.554	11.071	1.542	4.026	7.482	12.795	3.499	1.179	583	31.348
Τρέχον έτος	12.916	7.783	1.151	2.659	5.133	8.927	2.486	787	388	21.842

% Μεταβολή	Χώρες ΕΕ-28	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	εκ των οποίων			Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ρωσία	Έρ. Συνόρων
Ιανουάριος	7,5%	31,9%	-8,5%	-1,1%	-17,7%	33,1%	89,7%	29,2%	26,2%	19,7%
Φεβρουάριος	27,5%	22,9%	-36,3%	15,1%	34,2%	22,2%	-46,4%	53,5%	-42,5%	24,6%
Μάρτιος	-32,5%	-58,9%	-51,2%	-71,3%	3,8%	-59,2%	-69,4%	-59,3%	-64,5%	-46,8%
Απρίλιος	-96,1%	-99,4%	-100,0%	-99,2%	-87,5%	-96,3%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-96,2%
Μάιος	-98,2%	-99,7%	-100,0%	-99,7%	-93,5%	-96,9%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-97,7%
Ιούνιος	-92,3%	-98,4%	-99,6%	-97,9%	-81,2%	-95,7%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-93,8%
Ιούλιος	-80,4%	-78,6%	-81,5%	-72,0%	-82,9%	-92,7%	-90,4%	-98,7%	-99,6%	-85,4%
Αύγουστος	-68,4%	-53,0%	-45,4%	-42,4%	-86,6%	-81,7%	-52,8%	-97,7%	-99,9%	-73,3%
Σεπτέμβριος										
Οκτώβριος										
Νοέμβριος										
Δεκέμβριος										
Τρέχον έτος	-75,7%	-74,1%	-76,4%	-72,7%	-78,0%	-81,3%	-78,8%	-88,2%	-94,3%	-78,0%

Πίνακας 2. Αναδημοσίευση του πίνακα «Αφίξεις εσωτερικού στα κυριότερα αεροδρόμια, Σεπτέμβριος 2020» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETTE Intelligence, 2020. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETTE Intelligence.

2020	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Ακτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Πάρος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	220.541	73.935	27.134	9.111	1.591	47.104	23.637	10.089	1.337	1.464	30	2.734	14.490	2.093	597	6.233	556	2.247	12.479	457.402
Φεβρουάριος	213.756	72.693	24.396	8.260	1.436	46.687	22.569	10.474	1.288	1.549	23	3.731	13.646	2.238	655	5.511	541	2.255	12.077	443.785
Μάρτιος	103.917	32.275	14.823	5.735	1.009	23.203	10.527	5.410	758	863	32	2.023	8.320	1.224	428	3.687	403	1.028	7.277	222.942
Απρίλιος	1.297	786	320	108	1.170	1.170	379	320	63	94	28	79	202	91	10	296	31	107	648	6.029
Μάιος	7.430	3.724	1.013	364	6.688	2.908	1.323	249	331	28	776	1.734	600			1.190	105	363	2.186	31.012
Ιούνιος	94.574	26.419	12.970	5.339	1.484	20.919	9.218	4.695	981	951	57	4.692	7.246	2.885	454	3.962	550	962	7.371	205.729
Ιούλιος	183.009	54.150	23.831	9.688	3.180	37.946	17.130	9.579	2.231	2.826	292	16.956	25.248	11.576	769	6.868	2.191	1.272	14.671	423.413
Αύγουστος	256.095	59.047	24.317	9.982	3.729	39.015	20.373	10.326	2.981	3.795	848	17.728	31.339	13.075	1.059	7.453	2.791	1.267	13.638	518.858
Σεπτέμβριος	183.678	44.876	17.253	6.660	1.956	27.964	15.383	6.766	2.100	1.766	129	8.848	20.484	6.851	457	4.915	1.437	1.157	8.479	361.159
Οκτώβριος																				
Νοέμβριος																				
Δεκέμβριος																				
Τρέχον έτος	1.255.570	372.122	149.234	56.108	14.857	250.696	122.124	58.982	11.988	13.639	1.467	57.567	122.709	40.633	4.429	40.115	8.605	10.658	78.826	2.670.329

2019	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Ακτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Πάρος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	228.675	83.762	26.525	9.131	1.249	46.819	23.632	10.143	1.210	1.400	31	3.279	17.305	2.310	549	5.652	427	2.698	11.541	476.338
Φεβρουάριος	224.973	83.488	23.424	8.299	1.171	45.702	21.994	9.898	1.440	1.416	27	3.274	18.370	2.015	436	4.949	458	2.297	10.712	464.343
Μάρτιος	259.746	93.893	27.933	9.669	1.724	52.949	25.260	11.652	1.591	1.661	82	5.431	28.175	2.634	618	5.876	652	2.863	13.406	545.815
Απρίλιος	276.237	81.379	34.169	11.263	2.252	55.090	26.137	13.335	2.823	1.961	102	14.936	52.195	5.193	1.033	6.892	1.234	2.822	14.155	603.208
Μάιος	353.056	84.850	35.767	11.672	2.855	54.770	27.607	13.507	3.686	3.002	187	27.944	69.432	8.220	876	7.594	1.768	2.944	14.682	724.419
Ιούνιος	399.476	90.384	37.685	12.732	3.361	55.432	30.853	17.394	6.284	6.103	563	41.918	77.276	16.174	1.336	8.141	4.464	2.789	15.880	828.245
Ιούλιος	456.239	102.506	45.958	17.223	4.948	62.524	35.678	20.212	8.203	10.225	1.394	49.657	74.834	21.525	1.635	10.701	6.132	3.379	20.986	953.959
Αύγουστος	478.408	99.639	46.214	17.669	5.294	63.270	35.461	20.112	8.485	10.001	1.720	47.456	73.757	21.984	1.792	10.651	6.198	2.919	19.342	970.372
Σεπτέμβριος	429.909	97.021	38.144	12.651	3.032	59.790	29.495	16.140	5.904	5.401	763	37.675	76.606	13.759	1.275	7.649	3.309	2.779	15.732	857.034
Οκτώβριος	361.969	87.419	31.171	9.723	1.901	55.209	25.946	12.646	3.095	2.432	165	15.859	60.014	5.480	1.088	6.311	839	2.920	13.757	697.944
Νοέμβριος	262.558	83.212	26.335	8.762	1.501	49.052	24.113	10.683	1.493	1.699	27	4.081	23.732	2.417	630	6.049	634	2.812	13.446	523.236
Δεκέμβριος	242.410	83.304	26.831	8.568	1.178	48.389	24.903	10.831	1.582	1.558	106	3.157	14.413	1.821	745	5.239	468	2.713	13.382	491.598
Σύνολο	3.973.656	1.070.857	400.156	137.362	30.466	648.996	331.079	166.553	45.796	46.859	5.167	254.667	586.109	103.532	12.013	85.704	26.583	33.935	177.021	8.136.511
Τρέχον έτος	3.106.719	816.922	315.819	110.309	25.886	496.346	256.117	132.393	39.626	41.170	4.869	231.570	487.950	93.814	9.550	68.105	24.642	25.490	136.436	6.423.733

% Μεταβολές	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Ακτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Πάρος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	-3,6%	-11,7%	2,3%	-0,2%	27,4%	0,6%	0,0%	-0,5%	10,5%	4,6%	-3,2%	-16,6%	-16,3%	-9,4%	8,7%	10,3%	30,2%	-16,7%	8,1%	-4,0%
Φεβρουάριος	-5,0%	-12,9%	4,1%	-0,5%	22,6%	2,2%	2,6%	5,8%	-10,6%	9,4%	-14,8%	14,0%	-25,7%	11,1%	50,2%	11,4%	18,1%	-1,8%	12,7%	-4,4%
Μάρτιος	-60,0%	-65,6%	-46,9%	-40,7%	-41,5%	-56,2%	-58,3%	-53,6%	-52,4%	-48,0%	-61,0%	-62,8%	-70,5%	-53,5%	-30,7%	-37,3%	-38,2%	-64,1%	-45,7%	-59,2%
Απρίλιος	-100,0%	-98,4%	-97,7%	-97,2%	-95,2%	-97,9%	-98,5%	-97,6%	-97,8%	-95,2%	-72,5%	-99,5%	-99,6%	-98,2%	-99,0%	-95,7%	-97,5%	-96,2%	-95,4%	-99,0%
Μάιος	-100,0%	-91,2%	-89,6%	-91,3%	-87,3%	-87,8%	-89,5%	-90,2%	-93,2%	-89,0%	-85,0%	-97,2%	-97,5%	-92,7%	-100,0%	-84,3%	-94,1%	-87,7%	-85,1%	-95,7%
Ιούνιος	-76,3%	-70,8%	-65,6%	-58,1%	-55,8%	-62,3%	-70,1%	-73,0%	-84,4%	-84,4%	-89,9%	-88,8%	-90,6%	-82,2%	-66,0%	-51,3%	-87,7%	-65,5%	-53,6%	-75,2%
Ιούλιος	-59,9%	-47,2%	-48,1%	-43,7%	-35,7%	-39,3%	-52,0%	-52,6%	-72,8%	-72,4%	-79,1%	-65,9%	-66,3%	-46,2%	-53,0%	-35,8%	-64,3%	-62,4%	-30,1%	-55,6%
Αύγουστος	-46,5%	-40,7%	-47,4%	-43,5%	-29,6%	-38,3%	-42,5%	-48,7%	-64,9%	-62,1%	-50,7%	-62,6%	-57,5%	-40,5%	-40,9%	-30,0%	-55,0%	-56,6%	-29,5%	-46,5%
Σεπτέμβριος	-57,3%	-53,7%	-54,8%	-47,4%	-35,5%	-53,2%	-47,8%	-58,1%	-64,4%	-67,3%	-83,1%	-76,5%	-73,3%	-50,2%	-64,2%	-35,7%	-56,6%	-58,4%	-46,1%	-57,9%
Οκτώβριος																				
Νοέμβριος																				
Δεκέμβριος																				
Τρέχον έτος	-59,6%	-54,4%	-52,7%	-49,1%	-42,6%	-49,5%	-52,3%	-55,4%	-69,7%	-66,9%	-69,9%	-75,1%	-74,9%	-56,7%	-53,6%	-41,1%	-65,1%	-58,2%	-42,2%	-58,4%

Πίνακας 3. Αναδημοσίευση του πίνακα «Διεθνείς αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια, Σεπτέμβριος 2020» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETI Intelligence, 2020. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETI Intelligence.

2020	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Λακτο	Μύκονος	Σαντορίνη	Αραξος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	286.928	117.036				2.068	1.204												20	407.256
Φεβρουάριος	244.088	112.327				8.837	1.468						270		314				74	367.378
Μάρτιος	217.801	55.097	120			4.747	547	157							638				22	279.129
Απρίλιος																				
Μάιος																				
Ιούνιος	73.894	12.639		166		2														86.701
Ιούλιος	302.542	114.112	111.372	61.109	2.285	214.312	50.127	84.194	56.131	12.531	16.119	31.754	30.592	5.730	9.008	5.862	7.477	6.340	1.358	1.122.955
Αύγουστος	333.590	123.318	193.600	109.198	4.449	316.174	78.020	159.842	99.308	37.079	30.739	63.342	58.429	4.024	13.642	8.316	15.943	9.898	3.757	1.662.668
Σεπτέμβριος	228.734	86.490	150.388	83.747	1.592	210.597	48.475	107.410	35.532	20.895	21.393	30.624	33.479	2.929	9.784	4.013	9.551	4.731	263	1.090.627
Οκτώβριος																				
Νοέμβριος																				
Δεκέμβριος																				
Τρέχον έτος	1.687.577	621.019	455.480	254.220	8.326	756.737	179.841	351.603	190.971	70.505	68.251	125.720	122.770	12.683	33.386	18.191	32.971	20.969	5.494	5.016.714
2019	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Λακτο	Μύκονος	Σαντορίνη	Αραξος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	271.630	100.085	48			1.738	1.465						36					1.094	17	376.113
Φεβρουάριος	251.571	98.359				6.587	1.498						118		248					358.381
Μάρτιος	356.299	123.494	94	168		10.228	2.017	508	150		248		695		1.833					495.734
Απρίλιος	511.163	190.003	102.683	31.851	601	185.666	71.079	62.690	10.538	7.606	4.444	18.189	26.927	351	5.507	1.247	55	906	820	1.232.326
Μάιος	593.359	226.466	285.172	154.106	8.351	402.172	152.538	176.333	106.219	41.022	31.678	43.843	59.865	8.000	16.868	14.399	21.450	13.813	6.582	2.362.236
Ιούνιος	699.035	276.261	410.082	207.823	20.174	543.179	203.092	263.264	161.632	62.848	58.891	82.394	91.335	18.947	27.888	26.661	35.894	24.672	11.539	3.225.611
Ιούλιος	864.861	314.485	478.715	247.169	24.357	646.822	223.940	317.577	204.052	76.809	75.183	119.895	114.836	20.183	29.563	32.574	48.264	28.311	14.392	3.881.988
Αύγουστος	876.070	296.237	477.405	248.652	26.264	651.055	205.323	309.733	200.245	77.555	65.780	118.961	107.874	18.032	32.673	31.288	49.396	28.744	14.294	3.835.581
Σεπτέμβριος	734.112	251.622	388.577	191.725	17.511	536.058	181.111	237.129	146.825	53.098	53.100	67.914	79.854	14.658	28.136	26.320	25.861	19.834	10.366	3.063.811
Οκτώβριος	563.672	198.624	200.147	96.720	1.827	299.069	95.557	89.576	26.877	11.391	11.348	22.885	38.035	4.283	9.586	4.664	984	5.518	808	1.681.571
Νοέμβριος	390.904	119.238	373	69		16.178	2.378	465			26		424		1.062					531.117
Δεκέμβριος	299.915	146.869	3	4		3.471	1.436	145												451.843
Σύνολο	6.412.591	2.341.743	2.343.299	1.178.287	99.085	3.302.223	1.141.434	1.457.420	856.538	330.329	300.698	474.081	519.999	84.454	153.364	137.153	181.904	122.892	58.818	21.496.312
Τρέχον έτος	5.158.100	1.877.012	2.142.776	1.081.494	97.258	2.983.505	1.042.063	1.367.234	829.661	318.938	289.324	451.196	481.540	80.171	142.716	132.489	180.920	117.374	58.010	18.831.781
% Μεταβολές	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Λακτο	Μύκονος	Σαντορίνη	Αραξος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	5,6%	16,9%	-100,0%			19,0%	-17,8%						-100,0%					-100,0%	17,6%	8,3%
Φεβρουάριος	-3,0%	14,2%				34,2%	-2,0%						128,8%		26,6%					2,5%
Μάρτιος	-38,9%	-55,4%	27,7%	-100,0%		-53,6%	-72,9%	-69,1%	-100,0%		-100,0%		-100,0%		-65,2%					-43,7%
Απρίλιος	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Μάιος	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Ιούνιος	-89,4%	-95,4%	-100,0%	-99,9%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-97,3%
Ιούλιος	-65,0%	-63,7%	-76,7%	-75,3%	-90,6%	-66,9%	-77,6%	-73,5%	-72,5%	-83,7%	-78,6%	-73,5%	-73,4%	-71,6%	-69,5%	-82,0%	-84,5%	-77,6%	-90,6%	-71,1%
Αύγουστος	-61,9%	-58,4%	-59,4%	-56,1%	-83,1%	-51,4%	-62,0%	-48,4%	-50,4%	-52,2%	-53,3%	-46,8%	-45,8%	-77,7%	-58,2%	-73,4%	-67,7%	-65,6%	-73,7%	-56,7%
Σεπτέμβριος	-68,8%	-65,6%	-61,3%	-56,3%	-90,9%	-60,7%	-73,2%	-54,7%	-75,8%	-60,6%	-59,7%	-54,9%	-58,1%	-80,0%	-65,2%	-84,8%	-63,1%	-76,1%	-97,5%	-64,4%
Οκτώβριος																				
Νοέμβριος																				
Δεκέμβριος																				
Τρέχον έτος	-67,3%	-66,9%	-78,7%	-76,5%	-91,4%	-74,6%	-82,7%	-74,3%	-77,0%	-77,9%	-76,4%	-72,1%	-74,5%	-84,2%	-76,6%	-86,3%	-81,8%	-82,1%	-90,5%	-73,4%

Πίνακας 4. Αναδημοσίευση του πίνακα «Οδικές Αφίξεις, Σεπτέμβριος 2020» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETΕ Intelligence, 2020. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETΕ Intelligence.

2020	Νυμφαία	Νίκη	Κρυσταλλοπηγή	Αγ. Κωνσταντίνος	Ορμένιο	Κυπρίνος	Καστανιές	Κήποι	Δοϊράνη	Εύζωνοι	Κακαβιά	Μέρτζανη	Εξοχή	Προμαχώνας	Σαγιάδα	Σύνολο
Ιανουάριος	50.551	23.195	77.376	4.303	16.473	4.784	16.051	42.925	9.991	115.834	79.164	2.207	13.842	151.528	17.474	625.698
Φεβρουάριος	48.219	19.062	49.124	2.951	17.160	4.691	14.539	32.012	33.977	109.647	44.825	1.468	11.526	127.099	12.545	528.845
Μάρτιος	25.116	18.241	25.057	1.716	9.382	2.170		15.231	5.033	27.935	21.191	803	6.574	78.290	6.002	242.741
Απρίλιος																
Μάιος																
Ιούνιος	36.876	791	22.364		15.359	2.448		5.879	4.855	15.113	14.127	590	10.681	214.692	6.157	349.932
Ιούλιος	34.084	21.147	883		7.900	689		77.454	2.739	15.447	26.171	868	3.374	282.029	10.808	483.593
Αύγουστος	1.796		24.156		4.315			5.551		14.699	22.390			54.451		127.358
Σεπτέμβριος	2.390	140	11.489		4.903			6.370		16.180	11.329		1.508	42.970		97.279
Οκτώβριος																
Νοέμβριος																
Δεκέμβριος																
Τρέχον έτος	199.032	82.576	210.449	8.970	75.492	14.782	30.590	185.422	56.595	314.855	219.197	5.936	47.505	951.059	52.986	2.455.446

2019	Νυμφαία	Νίκη	Κρυσταλλοπηγή	Αγ. Κωνσταντίνος	Ορμένιο	Κυπρίνος	Καστανιές	Κήποι	Δοϊράνη	Εύζωνοι	Κακαβιά	Μέρτζανη	Εξοχή	Προμαχώνας	Σαγιάδα	Σύνολο
Ιανουάριος	70.562	17.373	67.842	2.787	14.374	4.574	10.346	33.449	6.805	53.924	73.297	1.064	9.737	78.535	16.916	461.585
Φεβρουάριος	71.819	18.378	44.352	2.796	14.036	4.433	10.720	27.494	30.363	111.084	36.927	1.196	10.958	55.360	11.365	451.281
Μάρτιος	100.489	22.663	3.512	5.142	19.274	6.644	15.927	45.330	11.206	83.305	50.379	1.842	13.277	62.330	13.679	454.999
Απρίλιος	111.269	23.431	68.334	5.231	18.574	7.634	16.522	57.377	12.112	115.112	58.604	2.084	15.328	134.376	16.731	662.719
Μάιος	104.695	23.431	85.198	6.212	20.023	7.889	15.149	47.839	13.111	155.012	52.036	2.476	14.904	112.979	19.413	680.367
Ιούνιος	215.209	43.951	71.853	12.538	30.958	10.110	19.116	77.454	34.197	406.021	56.767	2.318	24.069	307.120	22.276	1.333.957
Ιούλιος	284.090	56.929	85.687	13.048	44.808	9.026	23.597	91.070	155.723	499.279	78.783	2.855	31.270	690.219	39.198	2.105.582
Αύγουστος	321.813	71.172	113.571	16.056	31.488	8.270	65.926	206.729	70.062	479.282	121.170	4.950	28.312	896.351	52.919	2.488.071
Σεπτέμβριος	170.790	41.981	92.418	10.818	24.669	6.754	26.586	91.803	27.132	290.372	70.897	2.968	29.897	700.328	28.266	1.615.679
Οκτώβριος	69.148	34.246	77.831	4.358	17.922	5.608	17.097	58.845	27.933	98.336	63.683	2.592	21.205	369.742	17.163	885.709
Νοέμβριος	57.777	20.130	76.434	3.769	17.862	5.195	17.176	46.269	10.243	66.616	60.580	2.252	14.162	197.893	18.117	614.475
Δεκέμβριος	65.589	28.815	60.948	4.112	18.589	5.670	18.526	46.123	10.884	79.506	59.018	1.219	18.582	151.456	19.415	588.452
Σύνολο	1.643.250	402.500	847.980	86.867	272.577	81.807	256.688	829.782	409.771	2.437.849	782.141	27.816	231.701	3.756.689	275.458	12.342.876
Τρέχον έτος	1.450.736	319.309	632.767	74.628	218.204	65.334	203.889	678.545	360.711	2.193.391	598.860	21.753	177.752	3.037.598	220.763	10.254.240

% Μεταβολές	Νυμφαία	Νίκη	Κρυσταλλοπηγή	Αγ. Κωνσταντίνος	Ορμένιο	Κυπρίνος	Καστανιές	Κήποι	Δοϊράνη	Εύζωνοι	Κακαβιά	Μέρτζανη	Εξοχή	Προμαχώνας	Σαγιάδα	Σύνολο
Ιανουάριος	-28,4%	33,5%	14,1%	54,4%	14,6%	4,6%	55,1%	28,3%	46,8%	114,8%	8,0%	107,4%	42,2%	92,9%	3,3%	35,6%
Φεβρουάριος	-32,9%	3,7%	10,8%	5,5%	22,3%	5,8%	35,6%	16,4%	11,9%	-1,3%	21,4%	22,7%	5,2%	129,6%	10,4%	17,2%
Μάρτιος	-75,0%	-19,5%	613,5%	-66,6%	-51,3%	-67,3%	-100,0%	-66,4%	-55,1%	-66,5%	-57,9%	-56,4%	-50,5%	25,6%	-56,1%	-46,7%
Απρίλιος	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Μάιος	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Ιούνιος	-82,9%	-98,2%	-68,9%	-100,0%	-50,4%	-75,8%	-100,0%	-92,4%	-85,8%	-96,3%	-75,1%	-74,5%	-55,6%	-30,1%	-72,4%	-73,8%
Ιούλιος	-88,0%	-62,9%	-99,0%	-100,0%	-82,4%	-92,4%	-100,0%	-15,0%	-98,2%	-96,9%	-66,8%	-69,6%	-89,2%	-59,1%	-72,4%	-77,0%
Αύγουστος	-99,4%	-100,0%	-78,7%	-100,0%	-86,3%	-100,0%	-100,0%	-97,3%	-100,0%	-96,9%	-81,5%	-100,0%	-100,0%	-93,9%	-100,0%	-94,9%
Σεπτέμβριος	-98,6%	-99,7%	-87,6%	-100,0%	-80,1%	-100,0%	-100,0%	-93,1%	-100,0%	-94,4%	-84,0%	-100,0%	-95,0%	-93,9%	-100,0%	-94,0%
Οκτώβριος																
Νοέμβριος																
Δεκέμβριος																
Τρέχον έτος	-86,3%	-74,1%	-66,7%	-88,0%	-65,4%	-77,4%	-85,0%	-72,7%	-84,3%	-85,6%	-63,4%	-72,7%	-73,3%	-68,7%	-76,0%	-76,1%

Πίνακας 5. Αναδημοσίευση του πίνακα «Εισπράξεις σε εκατομμύρια €» της Τράπεζας της Ελλάδος – Επεξεργασία στοιχείων INSETTE Intelligence, 2021. © Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETTE Intelligence.

2020	Χώρες ΕΕ-28	Χώρες Ζώνης Ευρώ	ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ			Σύνολο Έρ. Συνόρων	Κρουαζιέρες	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ρωσία			
Ιανουάριος	116	102	4	26	14	170	34	26	7	286	1	287
Φεβρουάριος	82	66	5	18	16	158	13	28	2	240	1	240
Μάρτιος	43	30	5	6	14	46	5	9	2	89	3	92
Απρίλιος	3	1	0	0	2	4	0	0	0	7	0	7
Μάιος	4	2	0	1	2	9	0	0	0	13	0	13
Ιούνιος	31	17	1	8	14	33	0	0	0	64	0	64
Ιούλιος	467	346	45	153	121	110	51	3	0	577	0	577
Αύγουστος	979	827	170	308	151	394	320	6	0	1.373	0	1.373
Σεπτέμβριος												
Οκτώβριος												
Νοέμβριος												
Δεκέμβριος												
Τρέχον έτος	1.749	1.410	233	530	339	932	427	69	11	2.681	2	2.684

2019	Χώρες ΕΕ-28	Χώρες Ζώνης Ευρώ	ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ			Σύνολο Έρ. Συνόρων	Κρουαζιέρες	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ρωσία			
Ιανουάριος	106	76	8	25	31	124	17	15	8	230	1	230
Φεβρουάριος	93	70	8	22	22	105	24	15	3	197	1	198
Μάρτιος	132	105	11	34	26	176	30	44	5	308	10	318
Απρίλιος	258	228	39	69	30	245	41	39	4	504	40	543
Μάιος	831	721	105	344	110	683	259	141	26	1.514	52	1.566
Ιούνιος	1.384	1.122	176	417	262	1.107	374	144	66	2.492	66	2.558
Ιούλιος	1.993	1.528	210	544	465	1.641	547	211	97	3.633	69	3.703
Αύγουστος	2.352	1.812	272	577	540	1.675	620	203	104	4.027	78	4.104
Σεπτέμβριος	1.554	1.168	177	480	386	1.236	478	197	55	2.790	57	2.847
Οκτώβριος	735	628	82	341	107	642	155	125	46	1.377	65	1.442
Νοέμβριος	138	110	9	32	28	151	19	22	7	289	25	314
Δεκέμβριος	116	98	5	19	18	170	14	30	7	286	3	289
Σύνολο	9.722	7.720	1.092	2.956	2.002	7.955	2.556	1.187	434	17.677	475	18.152
Τρέχον έτος	7.149	5.663	827	2.033	1.486	5.756	1.913	811	313	12.905	316	13.221

% Μεταβολή	Χώρες ΕΕ-28	Χώρες Ζώνης Ευρώ	ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ			Σύνολο Έρ. Συνόρων	Κρουαζιέρες	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ρωσία			
Ιανουάριος	9,8%	35,0%	-47,0%	3,8%	-52,6%	37,2%	96,3%	79,0%	-21,6%	24,5%	-15,8%	24,4%
Φεβρουάριος	-11,6%	-6,1%	-42,2%	-21,3%	-29,4%	50,6%	-46,3%	83,1%	-14,2%	21,4%	-32,0%	21,1%
Μάρτιος	-67,2%	-71,9%	-51,1%	-82,0%	-48,2%	-74,0%	-82,5%	-79,3%	-62,4%	-71,1%	-67,5%	-71,0%
Απρίλιος	-98,7%	-99,5%	-100,0%	-99,4%	-93,0%	-98,4%	-100,0%	-100,0%	-99,9%	-98,6%	-100,0%	-98,7%
Μάιος	-99,5%	-99,7%	-100,0%	-99,8%	-97,8%	-98,7%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-99,1%	-100,0%	-99,2%
Ιούνιος	-97,8%	-98,5%	-99,4%	-98,0%	-94,8%	-97,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-97,4%	-100,0%	-97,5%
Ιούλιος	-76,6%	-77,4%	-78,8%	-71,8%	-74,0%	-93,3%	-90,6%	-98,7%	-99,6%	-84,1%	-100,0%	-84,4%
Αύγουστος	-58,4%	-54,3%	-37,4%	-46,7%	-71,9%	-76,5%	-48,4%	-97,0%	-99,9%	-65,9%	-100,0%	-66,5%
Σεπτέμβριος												
Οκτώβριος												
Νοέμβριος												
Δεκέμβριος												
Τρέχον έτος	-75,5%	-75,1%	-71,9%	-73,9%	-77,2%	-83,8%	-77,7%	-91,5%	-96,4%	-79,2%	-99,2%	-79,7%

3.1.3. Ανάκαμψη του Τουρισμού την περίοδο της πανδημίας.

Την περίοδο της καραντίνας, τα μέτρα που εφάρμοσε το Υπουργείο Τουρισμού (Χάρτης Υγειονομικής Ασφάλειας και Προστασίας, 2020) αφορούσαν την έκτακτη οικονομική ενίσχυση των κατ' εξαίρεση λειτουργούντων τουριστικών καταλυμάτων με σκοπό να προφυλάξουν τις τουριστικές επιχειρήσεις, τους επισκέπτες και ταυτόχρονα 700 χιλιάδες εργαζόμενους του τουριστικού κλάδου.

Με στόχο την προετοιμασία για ένα ασφαλές άνοιγμα των επιχειρήσεων, το Υπουργείο Τουρισμού προχώρησε επίσης στην εφαρμογή ειδικών πρωτόκολλων υγειονομικού περιεχομένου, τα οποία έπρεπε να ακολουθήσουν οι τουριστικές επιχειρήσεις ώστε να επαναλειτουργήσουν στο πλαίσιο της λήψης μέτρων έναντι του Covid-19. Για τη σωστή υλοποίηση των πρωτοκόλλων, το ΞΕΕ σε συνεργασία με τις Περιφέρειες και τα Επιμελητήρια παρείχαν τη δυνατότητα δωρεάν εκπαίδευσης των εργαζομένων των τουριστικών καταλυμάτων, με έγκριση του Υπουργείου Τουρισμού και σε συνεργασία με τον ΕΟΔΥ. Μία άλλη δράση στην οποία προχώρησε το Υπουργείο Τουρισμού, αφορά τη μίσθωση κύριων ή βοηθητικών τουριστικών καταλυμάτων με σκοπό την κάλυψη έκτακτων αναγκών δημόσιας υγείας και την αντιμετώπιση της μετάδοσης του ιού την περίοδο της θερινής τουριστικής σεζόν.

Παράλληλα, στο χώρο της φιλοξενίας την περίοδο της καραντίνας η επιχείρηση της Airbnb προχώρησε σε μια παγκόσμια πρωτοβουλία συλλογικής προσπάθειας στην οποία συμμετείχε και η Ελλάδα, με σκοπό να βοηθήσει τους ανθρώπους που απασχολούνται στο χώρο της υγείας. Ειδικότερα, ανέπτυξε ένα πρωτόκολλο για οικοδεσπότες παρέχοντας καταλύματα, με σκοπό να συμβάλει στη σύνδεση και την ασφαλή διαμονή του ιατρικού προσωπικού που ανταποκρίνονται στις προκλήσεις της πανδημίας ¹⁵.

Ταυτόχρονα, οι επιχειρήσεις και οι υπηρεσίες της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας, καθώς και το ανθρώπινο δυναμικό του Υπουργείου Τουρισμού, του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ), των θεσμικών οργάνων του Τουρισμού και των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ), είχαν τη δυνατότητα να επιμορφωθούν εξ' αποστάσεως με τη συμβολή του Παγκόσμιου Συμβουλίου Αειφόρου Τουρισμού (Global Sustainable Tourism Council). Στόχος της προσπάθειας αυτής είναι η συμμετοχή της Ελλάδας στις διεθνείς καλές πρακτικές και η ανταπόκρισή της στις νέες απαιτήσεις των υπεύθυνων ταξιδιωτών, οι οποίοι επιλέγουν τους προορισμούς που επιθυμούν με βάση το

¹⁵ Greek Travel Pages (GTP). Airbnb Hosts Provide Housing to Covid-19 Responders (2020, Μάρτιος, 20). Ανακτήθηκε από: <https://news.gtp.gr/2020/03/30/airbnb-hosts-provide-housing-covid-19-responders/>

πόσο ασφαλείς, πλούσιοι σε βιώσιμο πολιτιστικό προϊόν και σύμφωνοι με τις προδιαγραφές αειφορίας είναι.

Το Υπουργείο Τουρισμού προχώρησε και σε κάποιες δράσεις με σκοπό τη διατήρηση της εικόνας και της προβολής της Ελλάδας ως ασφαλούς τουριστικού προορισμού. Με στόχο την άμεση αντιμετώπιση των αρνητικών συνεπειών στον ελληνικό τουρισμό από τη διασπορά του COVID-19, το Υπουργείο Τουρισμού σε συνεργασία με τον ΕΟΤ, τους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης και την εταιρεία Marketing Greece¹⁶, ανέλαβαν την προβολή και ενίσχυση της εικόνας της χώρας και της τουριστικής αγοράς.

Την περίοδο της καραντίνας λοιπόν, μία από τις δράσεις που πραγματοποίησαν σε συνεργασία με την Google ήταν η πρωτοβουλία #GreecefromHome¹⁷ που είχε ως στόχο να βοηθήσει τους ανθρώπους από όλο τον κόσμο να μείνουν σε επαφή με τον ελληνικό πολιτισμό και την κουλτούρα, να ανακαλύψουν και να εμπνευστούν από τις ομορφιές της χώρας και να ενισχύσουν τις ψηφιακές τους δεξιότητες, και όλα αυτά μένοντας σπίτι. Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, οι χρήστες μπορούσαν να δουν και να γνωρίσουν τις ομορφιές της Ελλάδας μέσα από το κανάλι του ΕΟΤ «Visit Greece» στο YouTube¹⁸, να ταξιδέψουν σε όλη τη χώρα μέσα από την ψηφιακή πύλη «Discover Greece»¹⁹, και να επιμορφωθούν από το σπίτι μέσα από το πρόγραμμα «Grow Greek Tourism Online» της Google.

Με στόχο την ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού, μια άλλη πρωτοβουλία κοινωνικής πολιτικής ήταν το πρόγραμμα επιδότησης διακοπών από τον Ιούλιο ως και το τέλος του 2020 για 250.000 Έλληνες δικαιούχους, με τίτλο «Τουρισμός για όλους» και προϋπολογισμό 30 εκατομμύρια ευρώ.

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του ΕΟΔΥ (2020) και την ημερήσια έκθεση επιδημιολογικής επιτήρησης λοίμωξης από τον COVID -19, μέχρι τη 1^η Ιουνίου 2020, είχαν καταγραφεί 2918 κρούσματα από την έναρξη της πανδημίας, 179 θάνατοι και 12 ασθενείς νοσηλεύονταν διασωληνωμένοι. Με βάση τα υγειονομικά δεδομένα και τις ελεγχόμενες συνθήκες εξάπλωσης του ιού, η ελληνική κυβέρνηση είχε δηλώσει έτοιμη για την επανεκκίνηση του τουρισμού.

¹⁶ Εδώ: <https://www.marketinggreece.com/>

¹⁷ Εδώ: <https://www.greecefromhome.com/>

¹⁸ Εδώ: <https://www.youtube.com/channel/UC25dAjaFcMTMiS-Is-wUzvA>

¹⁹ Εδώ: www.discovergreece.com

3.1.4. Σχέδιο επανεκκίνησης «Restart Tourism».

Το σχέδιο επανεκκίνησης του ελληνικού τουρισμού με τίτλο «Restart Tourism» (Υπουργείο Τουρισμού, 2020) ανακοινώθηκε από τον Υπουργό Τουρισμού Χάρη Θεοχάρη στις 20 Μαΐου 2020, λίγο μετά το επίσημο διάγγελμα (Ελληνική Δημοκρατία, 2020) του πρωθυπουργού, Κυριάκου Μητσοτάκη. Πρόκειται για ένα έκτακτο σχέδιο δράσης με σκοπό την υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων, την προστασία των εργαζομένων και των τουριστών, την ενίσχυση των υγειονομικών δομών στους τουριστικούς προορισμούς, και τη συνεργασία με την κοινωνία, τις τοπικές αρχές και την παγκόσμια κοινότητα.

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, το σχέδιο επανεκκίνησης είχε ως 4 πυλώνες (Ελληνική Δημοκρατία, 2020) την επιλογή των χωρών προέλευσης τουριστών με βάση υγειονομικά κριτήρια, τους συστηματικούς δειγματοληπτικούς ελέγχους με σκοπό την αξιολόγηση της κατάστασης, την εφαρμογή αυστηρών υγειονομικών πρωτοκόλλων, και την εξασφάλιση υγειονομικών δομών σε κάθε προορισμό σε περίπτωση εμφάνισης κρουσμάτων. Η επανεκκίνηση του τουρισμού (Ελληνική Δημοκρατία) ξεκίνησε με τον εγχώριο τουρισμό με ημερομηνίες – ορόσημα την 25η Μαΐου με την επαναλειτουργία δραστηριοτήτων Yachting και την 1η Ιουνίου με την επαναλειτουργία των κάμπινγκ και των ξενοδοχείων συνεχούς λειτουργίας.

Το άνοιγμα των συνόρων για τους τουρίστες από το εξωτερικό, ορίστηκε την 15^η Ιουνίου με την επαναλειτουργία όλων των τουριστικών καταλυμάτων και την έναρξη της 1η φάσης λειτουργίας όλων των πτήσεων προς το Αεροδρόμιο της Αθήνας «Ελευθέριος Βενιζέλος». Το άνοιγμα των συνόρων σε χώρες του εξωτερικού, αποφασίστηκε λαμβάνοντας υπόψη τα χαμηλά επιδημιολογικά χαρακτηριστικά, και με συμπληρωματικά κριτήρια την οδική προσβασιμότητα, τη συνολική απόσταση με το αεροπλάνο και το αν ανήκουν σε κοινότητες διασποράς. Η 1η Ιουλίου αποτέλεσε ημερομηνία εκκίνησης της 2ης φάσης λειτουργίας των πτήσεων προς όλα τα αεροδρόμια της χώρας, αποκλείοντας όμως χώρες με αρνητικά επιδημιολογικά χαρακτηριστικά, ενώ από τη 15η Ιουλίου ξεκίνησε η σταδιακή άρση όλων των υπόλοιπων μέτρων.

Για την αντιμετώπιση των κρουσμάτων Covid-19, η κυβέρνηση προχώρησε στην ενίσχυση του υγειονομικού συστήματος στους τουριστικούς προορισμούς μέσα από τη δυνατότητα παροχής covid test, τον ορισμό ενός ιατρού σε κάθε τουριστικό κατάλυμα για την πρώτη αξιολόγηση πιθανών κρουσμάτων Covid-19, όπως και τον ορισμό ενός συντονιστή ως υπεύθυνου για τη διαχείριση των περιπτώσεων σε δεύτερη αξιολόγηση. Για τη λειτουργική διαχείριση των νοσούντων ορίστηκαν ειδικοί χώροι καραντίνας σε περιοχές

της νησιωτικής και ηπειρωτικής χώρας, ενώ δόθηκε η δυνατότητα μεταφοράς των κρουσμάτων στις υγειονομικές δομές.

Για τη διαχείριση των κρουσμάτων στη νησιωτική χώρα, η κυβέρνηση προχώρησε σε εγκατάσταση 20 νέων αναλυτών τεστ, διασφάλιση 600 κλινών για περιπτώσεις Covid-19 και υποστήριξη από τους πλησιέστερους προορισμούς, εξασφαλίζοντας ότι η διάρκεια της μεταφοράς κρούσματος δε θα ξεπερνούσε τις 2 ώρες. Η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και μεταφορών των τουριστών, ορίστηκε μέσα από ειδικά και αυστηρά πρωτόκολλα υγιεινής που θα έπρεπε να εφαρμόσουν τουριστικά καταλύματα, μέσα μαζικής μεταφοράς, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων, πλοία και αερομεταφορές.

Σχετικά με τα μέτρα οικονομικής στήριξης των επιχειρήσεων, η κυβέρνηση προχώρησε σε υποστήριξη των εποχικά εργαζομένων με παράταση των συμβάσεων εργασίας μέχρι τον Ιούλιο, μείωση των ενοικίων για επιχειρήσεις μέχρι 40% μέχρι το τέλος του Αυγούστου, και προστασία των εργαζομένων με νέο μηχανισμό στήριξης της εργασίας μέσα από το πρόγραμμα SURE²⁰ (Χάρτης Υγειονομικής Ασφάλειας, 2020) μέχρι το τέλος του Σεπτεμβρίου. Έδωσαν επίσης τη δυνατότητα επιστρεπτέας προκαταβολής, όπως και μείωσης της προκαταβολής φόρου για μεταφορές, καφέ, μη αλκοολούχα ποτά και τουριστικά πακέτα.

Για την ενίσχυση του εγχώριου τουρισμού, το σχέδιο επανεκκίνησης πρόσφερε επίσης ειδικά ταξιδιωτικά προγράμματα στους Έλληνες, όπως το πρόγραμμα επιδότησης «Κοινωνικού Τουρισμού»²¹, vouchers επιδότησης διακοπών μέσα από τον «Τουρισμό για Όλους»²², ή vouchers για εργαζομένους του ιδιωτικού τομέα. Τέλος, για την τόνωση του αισθήματος της ασφάλειας των τουριστών, η κυβέρνηση προχώρησε σε ενημέρωση των επισκεπτών με τη δυνατότητα άμεσης πρόσβασης στα υγειονομικά πρωτόκολλα μέσα από την εφαρμογή «Visit Greece», καθώς και μέσα από σχετικό υλικό σε ιστοτόπους τουριστικών φορέων, εφαρμόζοντας μια συνολική εκστρατεία επικοινωνίας σε εγχώρια και διεθνή μέσα.

Ένα μήνα μετά το διάγγελμα της 20ης Μαΐου, κι ενώ είχε ξεκινήσει η εφαρμογή του σχεδίου επανεκκίνησης του τουρισμού, ο πρωθυπουργός σε συνέντευξη τύπου (Ελληνική Δημοκρατία, 2020) στα ξένα μέσα ενημέρωσης στις 13 Ιουνίου 2020 από την Καλντέρα της Σαντορίνης, τόπο αναφοράς για τον ελληνικό τουρισμό, κήρυξε την επίσημη επανέναρξη

²⁰ Πρόγραμμα «ΣΥΝ-ΕΡΓΑΣΙΑ» - SURE

²¹ <http://www.koinonikostourismos.gr/>

²² <https://www.tourism4all.gov.gr/>

του Τουρισμού καλωσορίζοντας τα διεθνή μέσα και τουρίστες από όλο τον κόσμο. Στην συνέντευξή του, ανέφερε ως βασικό μέλημα της κυβέρνησης την ανάδειξη της Ελλάδας, όχι μόνο ως του πιο ελκυστικού τουριστικού προορισμού στη Μεσόγειο αλλά και ως του πιο ασφαλούς προορισμού στον κόσμο. Με τη λήψη των απαραίτητων μέτρων προφύλαξης, αυστηρής τήρησης και μέσα από τη δημιουργία των κατάλληλων υγειονομικών δομών, ο πρωθυπουργός έκανε λόγο για την αναγκαιότητα διαμόρφωσης ενός νέου τουριστικού μοντέλου περισσότερο βιώσιμου και ανθεκτικού.

3.1.5. Η πορεία για ένα βιώσιμο μοντέλο και τα επόμενα σχέδια.

Λίγο μετά το πέρας της θερινής περιόδου στις 22 Οκτωβρίου 2020 (Ελληνική Δημοκρατία, 2020), ο Υπουργός Τουρισμού Χάρης Θεοχάρης επισήμανε ότι η χώρα κέρδισε το στοίχημα της πανδημίας, σημειώνοντας ότι τα πάνω από τα προσδοκώμενα ποσοστά κρατήσεων και αφίξεων μετά το καλοκαίρι, διαμόρφωσαν ένα κλίμα αισιοδοξίας και για το Νοέμβριο.

Η επιτυχία της Ελλάδας επισφραγίστηκε με την βράβευση του Υπουργείου Τουρισμού και του ΕΟΤ ως Κορυφαίου Τουριστικού Φορέα παγκοσμίως στο θεσμό των World Travel Awards (WTA)²³ (Ελληνική Δημοκρατία, 2020). Στο τέλος του 2020 κι ενώ είχε ξεκινήσει το δεύτερο lockdown στη χώρα, σε μήνυμά του ο Υπουργός Τουρισμού Χάρης Θεοχάρης ανέφερε πως η Ελλάδα παρά τις αντίξοες συνθήκες κατάφερε «να κερδίσει το σεβασμό και την εκτίμηση για το ασφαλές άνοιγμα του τουρισμού εν μέσω πολιορκίας από την πανδημία». Δίνοντας έμφαση στην αναβάθμιση και την εξωστρέφεια της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας, στόχος της κυβέρνησης είναι να προσανατολιστεί περισσότερο στον τουρισμό πολυτελείας (glamping), ευεξίας (ιαματικών πηγών) και τον καταδυτικό τουρισμό, στα πλαίσια της βιώσιμης ανάπτυξης. Μάλιστα σε συμμετοχή του Υπουργού ήδη πριν το τέλος του καλοκαιριού σε τηλεδιάσκεψη του Διεθνούς Φόρουμ Ενέργειας²⁴ (International Energy Forum), με θέμα τις επιπτώσεις του COVID-19 στην αγορά ενέργειας, στις διεθνείς αερομεταφορές και στον τουρισμό είχε ανακοινώσει τους πυλώνες διαμόρφωσης (Ελληνική Δημοκρατία, 2020) ενός ανθεκτικού τουριστικού μοντέλου, στηριζόμενου στη βιώσιμη ανάπτυξη, τον σεβασμό στις τοπικές κοινωνίες και στο περιβάλλον και τον προσανατολισμό στις αυθεντικές εμπειρίες, όπως αποδείχθηκε από τις επιλογές των τουριστών την περίοδο της πανδημίας.

²³ <https://www.worldtravelawards.com/>

²⁴ <https://www.ief.org/>

Η αρχή της ανάκαμψης σύμφωνα με τις προβλέψεις του ΠΟΤ (UNWTO, 2020) αναμένεται από το 2021, τονίζοντας ότι η εγχώρια ζήτηση θα ανακάμψει γρηγορότερα από τη διεθνή. Παρουσίαση του ΠΟΤ (UNWTO, 2020) για τις κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στον τουρισμό, υπογραμμίζει τον καίριο ρόλο που έχει η τουριστική βιομηχανία στην προώθηση των στόχων της βιώσιμης ανάπτυξης, και κυρίως σε σχέση με το περιβάλλον και τον πολιτισμό. Προτείνεται η στροφή στην οικοδόμηση ενός τουρισμού περισσότερο ανθρωποκεντρικού, που θα έχει τη στήριξη των κυβερνήσεων, δίνει προτεραιότητα στην υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων, των ταξιδιωτών και των κοινοτήτων υποδοχής, παρέχοντας ένα χάρτη πορείας για το μετασχηματισμό του τουρισμού (Gössling κ.ά., 2020).

Σύμφωνα με τον ΠΟΤ (UNWTO, 2018), η Ελλάδα ανήκει στις χώρες της Νότιας Μεσογείου που βρίσκονται στην κορυφή των πιο δημοφιλών προορισμών, με το παγκόσμιο τουριστικό ρεύμα να αυξάνεται συνεχώς μέχρι και πριν την έλευση της πανδημίας. Ο κομβικός ρόλος του τουρισμού στην ανάπτυξη της οικονομίας της Ελλάδας άνοιξε τις πύλες συμμετοχής της το 2015, σε ένα νέο πλαίσιο πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης με δράσεις συντονιστικού χαρακτήρα που έδιναν προτεραιότητα σε τρεις άξονες θετικής ενίσχυσης του ευρωπαϊκού τουρισμού: την αειφόρο ανάπτυξη σε συνάρτηση με την ενίσχυση της απασχόλησης, τη σύνδεση της βιομηχανίας με την ψηφιακή καινοτομία και την διασφάλιση του δικαίου στην εσωτερική αγορά. Το 2017, ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) συμπεριέλαβε τον τουρισμό ως πυλώνα ενίσχυσης και επίτευξης των 17 στόχων της Παγκόσμιας Ατζέντας Αειφόρου Ανάπτυξης για το 2030 (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2015). Ειδικότερα, αναγνώρισε τη μελλοντική συμβολή του Τουρισμού σε σχέση με την καταπολέμηση της φτώχειας και την κοινωνικο-οικονομική ανάπτυξη των χωρών, την προστασία του περιβάλλοντος, την βελτίωση των επιπέδων διαβίωσης και ποιότητας ζωής πάντα στον άξονα της βιώσιμης ανάπτυξης, θέτοντας μια νέα δυναμική που φέρνει πιο κοντά τους λαούς και σπάει τα όρια μέσα από την διαπολιτισμική επικοινωνία. Την περίοδο της πανδημίας η Ευρωπαϊκή Ένωση άσκησε τεράστια πίεση με σκοπό την άμεση στήριξη των επιχειρήσεων και την προστασία του ανθρώπινου δυναμικού. Καθώς η κρίση που προκλήθηκε στον τουρισμό και την ταξιδιωτική δραστηριότητα στην Ελλάδα αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης πληγής στην ευρωπαϊκή τουριστική βιομηχανία, η επανεκκίνηση κλήθηκε να γίνει συλλογικά, συντονισμένα και ομόφωνα. Τον Μάιο του 2020 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προχώρησε στη σύνταξη και δημοσίευση μίας πρότασης με τίτλο «Τουρισμός και μεταφορές το 2020 και μετά» (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, 2020) με σκοπό την ομαλή

επιστροφή του τουρισμού στην ευρωπαϊκή ήπειρο. Κύριες γραμμές της αποτελούσαν η ασφαλής αποκατάσταση της ελεύθερης κυκλοφορίας των μεταφορών, το άνοιγμα των εσωτερικών συνόρων, η συνδεσιμότητα των τουριστικών υπηρεσιών και των υπηρεσιών φιλοξενίας, καθώς και η αποκατάσταση της εμπιστοσύνης των ταξιδιωτών (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020).

Σε webinar²⁵ που διοργανώθηκε το Νοέμβριο του 2020 και στο οποίο συμμετείχαν εκπρόσωποι του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, και αντιπρόσωποι ελληνικών, ευρωπαϊκών και παγκόσμιων οργανισμών του τουρισμού, δόθηκε έμφαση στην ανάγκη ώστε τα ευρωπαϊκά όργανα να συντονιστούν ομόφωνα σε κανόνες και πρακτικές με σκοπό την αντιμετώπιση της πολυεπίπεδης κρίσης. Καλώντας όλες τις χώρες να συμμετέχουν δυναμικά στα ευρωπαϊκά προγράμματα και τους πόρους που τους παρέχονται με σκοπό τη στήριξη του τουρισμού, τέθηκαν καίρια ζητήματα που αφορούν την προστασία των επιχειρήσεων και τη στήριξη των εργαζομένων. Οι πρωτοβουλίες που αναφέρθηκαν, αφορούσαν την ισχυρή οικονομική στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και των εργαζομένων από τα ευρωπαϊκά κράτη, καθώς και την εντατικοποίηση των ευρωπαϊκών ενεργειών για ασφαλή ταξιδιωτική δραστηριότητα με σκοπό την άμεση στήριξη των επιχειρήσεων που κινδυνεύουν να καταρρεύσουν, μέχρι η επανεκκίνηση του τουρισμού να γίνει όταν το εμβόλιο θα είναι διαθέσιμο. Δόθηκε επίσης έμφαση στην αναγκαιότητα της ταξιδιωτικής δραστηριότητας και εμπειρίας, ώστε να πραγματοποιείται απρόσκοπτα μέσα από έναν ισχυρό συντονισμό στο άνοιγμα των συνόρων, τη χρήση υποχρεωτικών τεστ αντί για καραντίνα και την εφαρμογή κοινών υγειονομικών πρωτοκόλλων και πρωτοκόλλων ασφαλείας. Όλα αυτά μέσα σε ένα καθεστώς, όπου η Ευρωπαϊκή Ένωση θα κυβερνά κατάλληλα και αποτελεσματικά σε ζητήματα του τουρισμού και η διαχείριση των κρίσεων θα υλοποιείται ειδικά, μέσα από τη δημιουργία ενός ευρωπαϊκού μηχανισμού. Τέλος, έγινε αναφορά στην ανάγκη για ολοκλήρωση της μετάβασης του τουρισμού σε ψηφιακό και βιώσιμο σε συνδυασμό με ένα καθεστώς επανεκκίνησης που θα ξεκινά και θα εστιάζει στον εσωτερικό τουρισμό, ως μια ευκαιρία επανασχεδιασμού ενός μοντέλου, που θα λαμβάνει ως γνώμονα το περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία.

²⁵ <http://elenakountoura.gr/invitation-restarting-travel-tourism-covid-19-pandemic-webinars>

Κεφάλαιο 4 – Σχεδιασμός Έρευνας

4.1. Σκοπός της Έρευνας και Ερευνητικά Ερωτήματα

Η άρση των μέτρων της καραντίνας και η έναρξη του νέου κυβερνητικού σχεδίου με σκοπό την καταπολέμηση της πανδημίας του Κορωνοϊού, έδωσε στον Έλληνα πολίτη, τη δυνατότητα της σταδιακής επιστροφής του στην καθημερινότητα υπό συγκεκριμένους όρους. Με το νέο σύνθημα «Χ.Α.Μ.»²⁶ (Ελληνική Δημοκρατία, 2020) όπου η ελευθερία των μετακινήσεων βασίστηκε στα μέτρα τήρησης αποστάσεων, υγιεινής και ατομικής προστασίας που είχαν επιβληθεί ή συστηθεί ανάλογα, η ζωή των πολιτών οριοθετήθηκε βάσει ενός συγκεκριμένου πλαισίου «κανονικότητας». Καθώς η ενημέρωση για την πανδημία από τα ελληνικά μέσα γινόταν σε καθημερινή βάση, η κυβερνητική πολιτική αντιμετώπισε επιτυχώς την πιθανότητα μαζικής μετάδοσης του ιού, μειώνοντας έτσι τα ποσοστά θνησιμότητας. Προχωρώντας σε ένα σχέδιο επανεκκίνησης της χώρας και μέσα σε ένα καθεστώς όπου το νόημα της ζωής είχε αναδιαμορφωθεί μετά το lockdown, η άρση των μέτρων συνέπεσε με το ξεκίνημα της θερινής περιόδου, τον Τουρισμό και τα ταξίδια.

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας αποτελεί η κρίση της τουριστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα λόγω της πανδημίας του Κορωνοϊού και η αξιολόγηση της επικαιρότητας από τους χρήστες του Twitter. Το νέο σχέδιο επανεκκίνησης του Υπουργείου Τουρισμού με το όνομα «Restart Tourism» (Ελληνική Δημοκρατία, 2020), είχε ως σκοπό την αντιμετώπιση της κρίσης του Τουρισμού, την προστασία των εργαζομένων, την ασφάλεια των τουριστών και την στήριξη των επιχειρήσεων. Ζητήματα που αφορούν το σταδιακό άνοιγμα του Τουρισμού, την ενίσχυση των υγειονομικών δομών και την επιχειρησιακή διαχείριση κρουσμάτων μελετώνται υπό το πρίσμα του Έλληνα πολίτη, ερευνώντας τον τρόπο με τον οποίο αξιολόγησε τον θεσμικό λόγο και τους νέους κυβερνητικούς όρους για την διαμόρφωση και την εξέλιξη της τουριστικής σεζόν όπως δημοσιεύτηκαν από τα ψηφιακά μέσα ενημέρωσης και αναπαράχθηκαν από την πλατφόρμα του Twitter.

Σκοπός της έρευνας, είναι η μελέτη της συμπεριφοράς των χρηστών του Twitter σε σχέση με τα μέτρα της κυβερνητικής πολιτικής για την επανεκκίνηση του Τουρισμού, όπως ανακοινώθηκαν στις 20 Μαΐου 2020 με το διάγγελμα του πρωθυπουργού, Κυριάκου Μητσοτάκη. Μελετάται ο θεσμικός λόγος, όπως αναπαρήχθη την περίοδο του καλοκαιριού

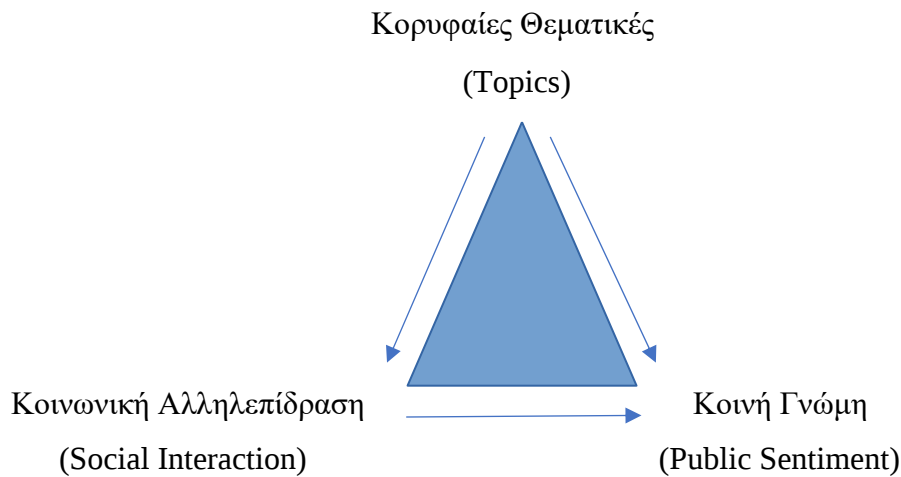
²⁶ «Χέρια Πλένουμε, Αποστάσεις (Κρατάμε), Μάσκες (Φοράμε)»

από τα ψηφιακά μέσα ενημέρωσης, σε συνάρτηση με τις αξιολογήσεις των χρηστών όπως δημοσιεύθηκαν στην πλατφόρμα του Twitter. Η έρευνα στο πεδίο του Twitter, αφορά τη μελέτη ενός τεράστιου συνόλου δικτύων χρηστών, που πραγματοποιείται με υπολογιστικά προγράμματα ανάλυσης των κοινωνικών τους δικτύων (Kurka, Godoy, & Von Zuben, 2015). Στην παρούσα έρευνα μελετώνται οι σχέσεις και αντιλήψεις των δικτύων χρηστών που διαμορφώνονται για την επανεκκίνηση του Τουρισμού σε συνάρτηση με το αισθήματα που κυριάρχησαν λόγω της πανδημίας.

Για τη μελέτη της συμπεριφοράς των χρηστών και ανάλυσης των κοινωνικών τους δικτύων οι Kurka, Godoy και Von Zuben (2015), προτείνουν τις τεχνικές ανάλυσης των κοινωνικών δεδομένων και κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Η ανάλυση των κοινωνικών δεδομένων αξιοποιεί τον όγκο των δεδομένων από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να μελετήσει το δημοσιευμένο, από τους χρήστες, περιεχόμενο (tweets, retweets, hashtags, mentions, video, εικόνες), με σκοπό να εξαγάγει συμπεράσματα μέσα από την Εξόρυξη Γνώμης (Opinion mining), την Ανάλυση Συναισθήματος (Sentiment analysis) και τον εντοπισμό των σημαντικότερων θεμάτων ή γεγονότων που αποτελούν τάσεις συζήτησης (Topics). Η ανάλυση της κοινωνικής αλληλεπίδρασης (Social Interaction) αξιοποιεί τον όγκο των δεδομένων από τις κοινωνικές πλατφόρμες, με σκοπό να διερευνήσει τις συνδέσεις και αλληλεπιδράσεις που κυριαρχούν μεταξύ των χρηστών στα κοινωνικά δίκτυα, και να εξαγάγει συμπεράσματα για επιρροές και τάσεις που αφορούν την ανθρώπινη συμπεριφορά.

Η παρούσα έρευνα μελετά τη συμπεριφορά των χρηστών, μέσα από το περιεχόμενο που συγκεντρώθηκε από την πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης του Twitter, εφαρμόζοντας τις τεχνικές ανάλυσης των κοινωνικών δεδομένων και κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Έτσι λοιπόν, τα ερωτήματα της έρευνας διαμορφώθηκαν, όπως παρουσιάζεται και στο τρίγωνο παρακάτω, με βάση:

- τον εντοπισμό των κορυφαίων θεματικών συζήτησης με βάση τις εξελίξεις της επικαιρότητας (Topics) για τον ελληνικό τουρισμό όπως αναπαράχθηκαν το καλοκαίρι του 2020,
- την άσκηση της κοινωνικής αλληλεπίδρασης (Social Interaction), τις συνδέσεις δηλαδή μεταξύ των χρηστών με βάση τα Topics που αφορούν την επανεκκίνηση της βιομηχανίας του Τουρισμού στην Ελλάδα και τις εξελίξεις της πανδημίας
- τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης με βάση τις απόψεις και τα συναισθήματα των χρηστών όπως εκείνα διαμορφώθηκαν από τα Topics της επικαιρότητας



Πιο αναλυτικά, ερευνώνται τα κορυφαία θέματα (Topics) που δημοσιεύτηκαν στα ψηφιακά μέσα ενημέρωσης σε σχέση με τον Τουρισμό για την περίοδο Μαΐου – Σεπτεμβρίου 2020 και τα οποία αναρτήθηκαν από τους χρήστες στην πλατφόρμα του Twitter. Τα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν διαμορφωθεί, προσεγγίζουν όχι μόνο τα καθαυτά θέματα της επικαιρότητας, αλλά και την αξιολόγησή τους τους χρήστες. Τα ερωτήματα έχουν ως εξής:

- Ποιες είναι οι κορυφαίες ειδήσεις της επικαιρότητας για τον ελληνικό τουρισμό εν μέσω πανδημίας;
- Ποιες είναι οι κορυφαίες θεματικές συζήτησης (Topics) μεταξύ των χρηστών σε σχέση με τις ειδήσεις της επικαιρότητας για τον ελληνικό τουρισμό;
- Έχουν δημιουργηθεί ομάδες χρηστών σε σχέση με τις κορυφαίες ειδήσεις; έχουν κοινές ή διαφορετικές απόψεις;
- Τι πιστεύουν οι χρήστες σε σχέση με τα μέτρα επανεκκίνησης στον τουρισμό; Είναι ικανά να στηρίξουν την τοπική οικονομία, τα εργασιακά δικαιώματα και ένα καλύτερο περιβάλλον εργασίας;

Σε συνάρτηση με τα Topics των ειδήσεων της επικαιρότητας για τον ελληνικό τουρισμό όπως έχουν εξαχθεί μέσα από τα tweets των χρηστών από την πλατφόρμα του Twitter, μελετάται ο ρόλος των χρηστών στις ομάδες που συμμετέχουν. Πιο συγκεκριμένα μελετάται ο βαθμός της κοινωνικής αλληλεπίδρασης (Social Influence), μέσα από την κοινωνική συσχέτιση των χρηστών και την κοινωνική επιρροή που άσκησαν χρήστες σε άλλους χρήστες, οι οποίοι χρήστες μπορεί να είναι πολιτικά ή δημόσια πρόσωπα, οργανισμοί, δημοσιογραφικά μέσα ή απλοί χρήστες με έντονη δραστηριότητα. Το βασικό ερευνητικό ερώτημα που τίθεται λοιπόν σε σχέση με το δεύτερο κριτήριο ανάλυσης δεδομένων της έρευνας είναι:

- Ασκείται επιρροή από συγκεκριμένους χρήστες σε άλλους χρήστες; αν ναι ποια είναι τα πρότυπα συσχέτισης μεταξύ τους; δημιουργούνται καταστάσεις πόλωσης ή ομοφωνίας;

Η έκφραση της κοινής γνώμης (Public Sentiment) μέσα από την κοινωνική αλληλεπίδραση με βάση τις κορυφαίες ειδήσεις για τον Τουρισμό αποτελεί ένα ακόμη κριτήριο μέτρησης της συμπεριφοράς των χρηστών. Σε συνάρτηση με τον εντοπισμό των Topics, τη διαμόρφωση ομάδων χρηστών και της επιρροής μεταξύ των χρηστών, η επικράτηση απόψεων και συναισθημάτων προσεγγίζεται με τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

- Πώς οι χρήστες εκφράζουν το βίωμα της επιστροφής σε μια «μη κανονική» καθημερινότητα την περίοδο του καλοκαιριού μέσα από τις εξελίξεις του Τουρισμού;
- Τι απόψεις και συναισθήματα έχουν σε σχέση με τα μέτρα επανεκκίνησης;
- Τι εκφράζουν για το άνοιγμα του τουρισμού οι χρήστες μπροστά στο αίσθημα της ανασφάλειας λόγω της πανδημίας; φόβο, άγχος, αισιοδοξία, αδιαφορία, οργή, αγανάκτηση, μίσος;
- Τι στάση κρατούν σε σχέση με το μέλλον των ιδίων και του τουρισμού; Έχουν προκαταλήψεις; αποδέχονται ή απορρίπτουν την πληροφορία; την υποστηρίζουν ή την κατακρίνουν;
- Υπάρχει η πιθανότητα διαμόρφωσης – μοντελοποίησης συγκεκριμένων συμπεριφορών όπου για παράδειγμα οι χρήστες υιοθετούν συμπεριφορές σαρκασμού, ειρωνείας ή χιούμορ απέναντι στα νέα μέτρα;
- Οι πληροφορίες που λαμβάνουν οι χρήστες, επηρεάζονται με τρόπο που να εξαπλώνεται ένα είδος κοινής συμπεριφοράς, συλλογικής επίδρασης ή ενδυνάμωσης βάσει συγκεκριμένων παραγόντων, όπως πχ. το τέλος μιας δεκαετούς οικονομικής κρίσης έχει επηρεάσει την αίσθηση του κινδύνου, του φόβου, και της ανασφάλειας;

Με βάση λοιπόν τους τρεις αυτούς άξονες, ερευνώνται οι αντιδράσεις των χρηστών του Twitter σε μια περίοδο, κατά την οποία ο Τουρισμός στην Ελλάδα, εστίασε περισσότερο στην εσωτερική αγορά, έπειτα στο σταδιακό άνοιγμα στον εξωτερικό και την επαναφορά στο καθεστώς της παγκοσμιοποίησης με πιο σημαντικό κριτήριο, το ζήτημα της ασφάλειας των πολιτών και των τουριστών στο πλαίσιο των νέων μέτρων επανεκκίνησης.

4.2. Μεθοδολογία Έρευνας

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε είναι ποιοτική και αποτελεί μελέτη περίπτωσης στο ψηφιακό περιβάλλον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η μέθοδος της έρευνας που εφαρμόστηκε είναι η ανάλυση λόγου μέσω υπολογιστικών προγραμμάτων μεγάλων δεδομένων. Τα δεδομένα συγκεντρώθηκαν από το περιεχόμενο των χρηστών που δημοσιεύτηκε την περίοδο Μαΐου – Σεπτεμβρίου 2020 μέσα από την πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης του Twitter. Για την ανάλυση των tweets, έπρεπε πρώτα να συγκεντρωθούν τα ειδησεογραφικά πρωτοσέλιδα για την ίδια περίοδο, που αναφέρονται στο σχέδιο της Πολιτικής Προστασίας και το άνοιγμα του Τουρισμού κατά τη Γ' Φάση άρσης των περιορισμών της καραντίνας και της κοινωνικής αποστασιοποίησης. Η συλλογή των ψηφιακών πρωτοσέλιδων και η αναδημοσίευση τους από τα μέσα ενημέρωσης στο Twitter, αποτέλεσε τη βάση για την κατανόηση του πλαισίου εντός του οποίου κινούνταν οι χρήστες και ανάλυση λόγου των tweets.

4.2.1. Ανάλυση Λόγου μέσω Υπολογιστικών Προγραμμάτων.

Ο διαμοιρασμός περιεχομένου από τους χρήστες στα κοινωνικά μέσα χαρακτηρίζεται από ποικιλομορφία ως προς το είδος της πληροφορίας (προσωπικές απόψεις, γνώμες, και συναισθήματα) και από καταιγισμό δεδομένων ως προς την ταχύτητα και την ποσότητα τα δεδομένα αυτά συνοδεύονται από «μεταδεδομένα», η επεξεργασία των οποίων μπορεί να αποκαλύπτει αφανείς σχέσεις τόσο στα δεδομένα όσο και στις αντιλήψεις και στάσεις των χρηστών. Η άμεση εμπλοκή των χρηστών στη διαδικασία παραγωγής και κοινοποίησης πληροφοριών τέτοιου όγκου (Keim, 2002), καθιστά αναγκαία την ανάλυση των δεδομένων με τη βοήθεια ανάλυσης δεδομένων και οπτικοποίησης της πληροφορίας.

4.3. Συλλογή Δεδομένων

Στην παρούσα εργασία η συλλογή των δεδομένων έγινε μέσα από δύο ψηφιακές πηγές:

- από την ιστοσελίδα [topics.gr](https://www.topics.gr/)²⁷, η οποία αποτελεί μια «δεξαμενή» συγκέντρωσης και αναζήτησης όλων των πρωτοσέλιδων ειδήσεων της επικαιρότητας σε καθημερινή βάση,
- από την πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης του Twitter για την άντληση της πρωτογενούς πληροφορίας, δηλαδή των ανεπεξέργαστων δεδομένων μέσα από tweets, hashtags,

²⁷ <https://www.topics.gr/>

topwords, αναφορές άλλων χρηστών (mentions), ή και πολυμεσικό περιεχόμενο (video, links, photos).

4.3.1. Συλλογή Πρωτοσέλιδων Ειδήσεων.

Η συλλογή των πρωτοσέλιδων ειδήσεων πραγματοποιήθηκε για την περίοδο 20 Μαΐου 2020 - 15 Σεπτεμβρίου 2020. Η ημερομηνία έναρξης συλλογής των δεδομένων επιλέχθηκε καθώς ήταν η ημέρα του διαγγέλματος που απηύθυνε ο πρωθυπουργός για την έναρξη του τουρισμού και της ακόλουθης υπουργικής ενημέρωσης για το σχέδιο επανεκκίνησης του τουρισμού από τον Υπουργό Τουρισμού, Χάρη Θεοχάρη.

Για το διάστημα αυτό, συγκεντρώθηκαν 3050 πρωτοσέλιδες ειδήσεις από 228 διαδικτυακές ενημερωτικές ιστοσελίδες από όλη τη χώρα. Οι λέξεις «τουρισμός» και «κορωνοϊός» αποτέλεσαν τα κλειδιά αναζήτησης, βάσει των οποίων πραγματοποιήθηκε η συγκέντρωση για όλες τις θεματικές της επικαιρότητας που αφορούν την επανέναρξη και το σχέδιο επανεκκίνησης του Τουρισμού στη χώρα. Οι ειδήσεις που κυριάρχησαν στην επικαιρότητα για το διάστημα 20 Μαΐου – 15 Σεπτεμβρίου αφορούν:

- το Διάγγελμα του πρωθυπουργού και τα μέτρα στήριξης για την εργασία, την οικονομία και τον τουρισμό
- τις φοροελαφρύνσεις και τη στήριξη των εργαζομένων, ειδικότερα στον τομέα του Τουρισμού
- τα προγράμματα εσωτερικού τουρισμού, κοινωνικού τουρισμού και την παροχή vouchers σε 250.000 δικαιούχους
- την επίσημη παρουσίαση της καμπάνιας Restart Tourism
- το παγκόσμιο μήνυμα του πρωθυπουργού για το άνοιγμα του Τουρισμού και η καμπάνια καλωσορίσματος των τουριστών από το εξωτερικό
- την εφαρμογή των απαραίτητων υγειονομικών πρωτοκόλλων για την ασφαλή ταξιδιωτική και τουριστική δραστηριότητα
- το άνοιγμα των συνόρων χωρίς τεστ και καραντίνα
- τον τρόπο με τον οποίο οι τουρίστες θα μπαίνουν σε καραντίνα κατά την έλευσή τους στην Ελλάδα
- το άνοιγμα των τουριστικών καταλυμάτων
- την έναρξη των εσωτερικών και διεθνών πτήσεων
- τις χώρες που είναι στη λευκή και τη μαύρη λίστα

- τις τρεις ζώνες επικινδυνότητας στη νησιωτική χώρα
- τις δηλώσεις των επιστημόνων για τα ρίσκα, τους κινδύνους και την προσοχή που θα πρέπει να δοθεί με την έναρξη του εξωτερικού τουρισμού
- την κρίση που έχει δημιουργηθεί στα καταλύματα βραχυπρόθεσμης φιλοξενίας Airbnb και η ένταξη τους στο πρόγραμμα επιδότησης τουρισμού «Τουρισμός για Όλους»

Πιο συγκεκριμένα, στον παρακάτω πίνακα **(Πίνακας 6)** καταγράφονται οι κορυφαίες θεματικές της επικαιρότητας για την επανεκκίνηση του Τουρισμού, οι οποίες δημοσιεύτηκαν από τα ψηφιακά πρωτοσέλιδα και αναπαράγονταν σε καθημερινή βάση κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού.

Πίνακας 6. Κορυφαίες Θεματικές Επικαιρότητας για τους μήνες Μάιος – Σεπτέμβριος 2020

ΜΑΪΟΣ		ΙΟΥΛΙΟΣ	
20 Μαΐου	Διάγγελμα Πρωθυπουργού – Άνοιγμα Τουρισμού 1η Ανακοίνωση Σχεδίου Επανεκκίνησης «Restart Tourism» από τον Υπουργό Τουρισμού Χάρη Θεοχάρη Μέτρα στήριξης Εργαζομένων και Επιχειρήσεων Επίδομα Διακοπών	1 Ιουλίου	Άνοιγμα περιφερειακών αεροδρομίων της Ελλάδας – Πλήρες Άνοιγμα Συνόρων
21-30 Μαΐου	Τουρισμός για Όλους Κοινωνικός Τουρισμός Επαναλειτουργία Yachting Κατηγοριοποίηση Χωρών σε Λευκή και Μαύρη λίστα Υγειονομικά Πρωτόκολλα και Εφαρμογή	15 Ιουλίου	Άρση όλων των υπόλοιπων μέτρων
31 Μαΐου	Τρόποι Άφιξης Τουριστών και Εφαρμογή Καραντίνας	20 Ιουλίου	«Τουρισμός για Όλους» και Κοινωνικός Τουρισμός - Αποτελέσματα
ΙΟΥΝΙΟΣ		ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	
1 Ιουνίου	Επίσημο Άνοιγμα Τουρισμού – Επαναλειτουργία των κάμπινγκ και των Ξενοδοχείων συνεχούς λειτουργίας.	18 Αυγούστου	Ανακοίνωση Αύξησης Κρουσμάτων
2–3 Ιουνίου	Επίσημη Παρουσίαση Σχεδίου Επανεκκίνησης «Restart Tourism»	21 Αυγούστου	Απώλειες Ελληνικού Τουρισμού 2020
4 Ιουνίου	Η νέα καμπάνια «The Greek State of Mind» από το Ζάππειο	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	
10 Ιουνίου	Κοινωνικός Τουρισμός – Επιδότηση Διακοπών	1 Σεπτεμβρίου	Ρεκόρ Συμμετοχής στον Κοινωνικό Τουρισμό
13 Ιουνίου	Ο πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης στη Σαντορίνη Παγκόσμιο μήνυμα για το Άνοιγμα του Τουρισμού	15 Σεπτεμβρίου	Πτώση Οικονομίας – Πρώτες Προβλέψεις για το 2021 ότι θα είναι μια δύσκολη χρονιά
14 Ιουνίου	Δελτίο Τύπου Μητσοτάκη Έναρξη Διεθνών Πτήσεων		
15 Ιουνίου	Άνοιγμα συνόρων και Διεθνούς Τουρισμού Επαναλειτουργία όλων των τουριστικών καταλυμάτων Έναρξη της 1η φάσης λειτουργίας όλων των πτήσεων προς το Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος.		
17 Ιουνίου	Έναρξη προγράμματος – Vouchers «Τουρισμός για Όλους»		
30 Ιουνίου	Λίστα χωρών που ανοίγουν τα σύνορα για την Ελλάδα		

4.3.2. Συλλογή Tweets.

Η επιλογή του Twitter ως περιβάλλον έρευνας, έγκειται στη φύση του μέσου ως αντιπροσωπευτικού χώρου micro - blogging (Kurka, κ.ά., 2015) και παρακολούθησης δημόσιων συνομιλιών μεταξύ των χρηστών. Αποτελεί επίσης κανάλι επικοινωνίας για ζητήματα έκτακτης ανάγκης και πηγή δεδομένων για θέματα πολιτικής, τρομοκρατικών επιθέσεων, φυσικών φαινομένων, και δημόσιας υγείας (Ordun, Purushotham & Raff, 2020).

Σε ζητήματα που αφορούν τον τομέα της δημόσιας υγείας, η χρήση της ανάλυσης λόγου των κοινωνικών μέσων και η ανίχνευση κοινωνικών δικτύων δεν είναι νέα (Pirri κ.ά., 2020). Πιο συγκεκριμένα, το Twitter αποτελεί μια τεράστια πηγή δεδομένων και πληροφοριών που συμβάλλουν στην αποκάλυψη νέων στοιχείων σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο επηρεάζονται οι στάσεις και οι προθέσεις των ανθρώπων ως προς τη συμπεριφορά υγείας, τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, την αίσθηση της ασφάλειας και της εμπιστοσύνης (Ordun κ.ά., 2020). Καθώς η κατάσταση με τον Covid-19 δημιούργησε πρωτόγνωρες καταστάσεις, με τα δεδομένα να αλλάζουν καθημερινά, η έρευνα στηρίζεται στην ανάλυση των θεμάτων και διερευνά τη δυναμική του δικτύου των tweets λαμβάνοντας υπόψη τα πεδία αυτά. Ταυτόχρονα, η ανάλυση της δυναμικής του δικτύου και του ρόλου που διαδραματίζουν οι χρήστες σε αυτό, προσφέρει ένα εργαλείο κατανόησης για τον τρόπο με τον οποίο διαδίδεται η πληροφορία και κατευθύνεται από τις κοινότητες χρηστών.

Η δημοσίευση περιεχομένου από τους χρήστες, αξιοποιεί hashtags, συμβάλλοντας στην κατηγοριοποίηση των θεμάτων συζήτησης και δημιουργίας κοινοτήτων, ομάδων δηλαδή από χρήστες με κοινά ενδιαφέροντα, γύρω από ένα κοινωνικό ή πολιτικό ζήτημα. Ο εντοπισμός της πληροφορίας στηρίζεται στη συμμετοχή και την αλληλεπίδραση των χρηστών (mention), αφετέρου ο περιορισμός στον αριθμό των χαρακτήρων (Rios & Lin, 2012) «επιβάλλει» τη δημοσίευση μιας σύντομης πληροφορίας ή μιας πληροφορίας που υπαινίσσεται μια λανθάνουσα σημασία.

Η δημιουργία σχέσεων, η ανάπτυξη κοινοτήτων και η αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών διαμορφώνει συνθήκες άσκησης επιρροής. Ο βαθμός της επιρροής παίζει κομβικό ρόλο στη διάδοση της πληροφορίας και στην συμπεριφορά των χρηστών, καθώς διευκολύνει τη διάδοση του περιεχομένου, αλλά επίσης στηρίζει τη διάχυση παραπληροφόρησης (Pirri, Lorenzoni, Andreozzi, Mosca & Turchetti, 2020). Καθώς η

πλατφόρμα αποτελεί μέσο διάδοσης και αναδημοσίευσης περιεχομένου της ειδησεογραφικής επικαιρότητας, συνιστά ένα ενδιαφέρον πεδίο μελέτης των συμπεριφορών των χρηστών απέναντι σε κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα της επικαιρότητας.

Την περίοδο που ανακοινώθηκε η επανεκκίνηση του Τουρισμού, πρόσωπα της πολιτικής, της κυβέρνησης, του δημόσιου χώρου της δημοσιογραφίας, και απλοί χρήστες μοιράστηκαν στο Twitter τις απόψεις τους, τις εκτιμήσεις τους και τα συναισθήματα τους. Για το διάστημα Μαΐου – Σεπτεμβρίου 2020, συγκεντρώθηκε ένας τεράστιος όγκος δεδομένων tweets, hashtags, mentions και topwords.

Η συλλογή των δεδομένων έγινε από την πλατφόρμα του Twitter, μέσα από το εργαλείο Socioviz²⁸, το οποίο διευκολύνει στη λήψη, πρόσβαση και εξαγωγή δεδομένων. Για τη συγκέντρωση των tweets διαμορφώνεται αρχικά ένα ερώτημα (query), με βάση το οποίο αποθηκεύονται πληροφορίες σχετικά με τα tweets, τους χρήστες και τις μεταξύ τους σχέσεις. Στη συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης το query που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή των δεδομένων ήταν:

**«τουρισμος OR μετρα_στηριξης OR διακοπες OR
greek_summer_is_a_state_of_mind OR state_of_mind OR visitgreece OR
visit_greece»**

Για κάθε μία από τις περιόδους που αναλύονται παρακάτω συγκεντρώθηκαν πληροφορίες σχετικά με 50.000 tweets και retweets. Στη συνέχεια η αποθηκευμένη βάση των δεδομένων και τα δίκτυα σχέσεων αποδίδονται με έναν γράφο (Keim, 2002), στον οποίο οι χρήστες αναπαρίστανται με κόμβους, ενώ οι σχέσεις τους αποτυπώνονται μέσω των ακμών που τους συνδέουν.

4.3.3. Επιλογή Ημερών και Διαστημάτων.

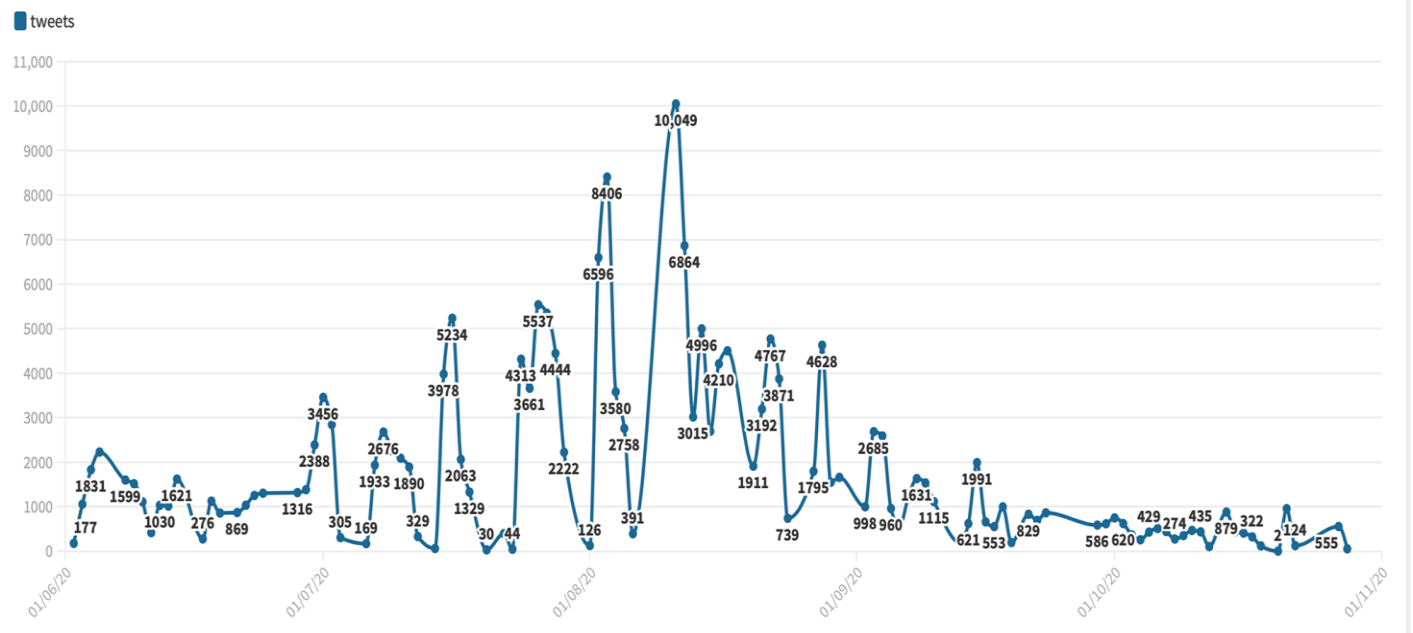
Μετά τη συλλογή των δεδομένων δημιουργήσαμε ένα διάγραμμα για να αποτυπώσουμε την τάση, δηλαδή τις ημέρες για το διάστημα από Ιούνιο μέχρι Σεπτέμβριο που καταγράψαμε τον μεγαλύτερο αριθμό tweets τα οποία ανταποκρίνονταν στο ερώτημά μας.

Με αφετηρία αυτή την αποτύπωση, επιλέχθηκαν οι κορυφαίες σε αριθμό tweets και retweets ημέρες και τα διαστήματα αυτών των ημερών προς μελέτη (**Εικόνα 2**).

²⁸ <https://socioviz.net/>

Αυξημένη δραστηριότητα εντοπίζεται το μήνα Αύγουστο (2 - 4/8, 11 - 16/8, 22 - 23/8 και 28/8) με τον αριθμό των tweets και retweets να κορυφώνεται την 11η Αυγούστου με 10.049 tweets. Ο μήνας Ιούλιος ακολουθεί (1/7, 15-16/7 και 24 – 26/7) με την 26η Ιουλίου να έχει την πιο έντονη δραστηριότητα σε αριθμό tweets και retweets, σε σύνολο 5537 tweets, όντας δηλαδή τα μισά σχεδόν tweets σε σχέση με την 11η Αυγούστου. Οι μήνες Ιούνιος και Σεπτέμβριος παρουσιάζουν χαμηλότερο αριθμό tweets για αυτό και θα διερευνηθούν τα διαστήματα αυτών των μηνών ανά δεκαήμερο.

Εικόνα 2. Μέρες με τη μεγαλύτερη δραστηριότητα χρηστών την περίοδο Μάιος – Σεπτέμβριος 2020 μέσω της πλατφόρμας SocioViz²⁹



4.4. Προεξεργασία και Μετασχηματισμός δεδομένων

Η ανάλυση ενός κοινωνικού δικτύου περιλαμβάνει την εισαγωγή των δεδομένων στο λογισμικό, τη στατιστική επεξεργασία τους μέσω αλγορίθμων που συνήθως είναι δημοσιευμένοι σε επιστημονικά περιοδικά και διατίθενται αυτοματοποιημένα από το λογισμικό, και τέλος την οπτικοποίηση με τη μορφή γράφου ώστε οι τελικές πληροφορίες να είναι εύκολα και άμεσα κατανοητές (Keim, 2002). Ανάμεσα στις στατιστικές επεξεργασίες, σημαντική για τη μελέτη της κοινωνικής συμπεριφοράς, της

²⁹ <https://public.flourish.studio/visualisation/4660629/>

διαμόρφωσης απόψεων και στάσεων, και της διάδοσης των πληροφοριών είναι ο εντοπισμός ομάδων ή κοινοτήτων χρηστών (modularity classes).

Η κρίση του Κορωνοϊού αποτελεί ένα κατεξοχήν υγειονομικό και κοινωνικό πρόβλημα που βρίσκεται όμως κάτω από την ομπρέλα της πολιτικής, καθώς όλα τα απαραίτητα, αυστηρά και άμεσα μέτρα έπρεπε να ληφθούν από την κυβέρνηση. Με βάση το παραπάνω διάγραμμα (**Εικόνα 2**), τα διαστήματα που επιλέχθηκαν προς ανάλυση εστιάζουν στους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο. Καθώς όμως το διάγγελμα του πρωθυπουργού για την επανεκκίνηση του Τουρισμού ανακοινώθηκε στις 20 Μαΐου με το σχέδιο και όλες τις πρακτικές να εφαρμόζονται επίσημα από την 1η Ιουνίου, κρίθηκε αναγκαία η ανάλυση για τα διαστήματα που αφορούν και αυτούς τους μήνες. Τέλος, σε σχέση με τις συνεχείς αναφορές από το τελευταίο δεκαήμερο του Αυγούστου μέχρι και τα μέσα Σεπτεμβρίου για τις οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας σε συνάρτηση με τον τουρισμό, κρίθηκε σημαντική η ανάλυση των tweets για το πρώτο δεκαπενθήμερο του Σεπτεμβρίου.

Το λογισμικό που επιλέχθηκε για την επεξεργασία, ανάλυση και οπτικοποίηση των δεδομένων είναι το πρόγραμμα Gephi³⁰. Το Gephi είναι ένα δωρεάν διαδραστικό υπολογιστικό πρόγραμμα (Bastian, Heymann & Jacomy, 2009), κατάλληλο για την εισαγωγή, επεξεργασία, οπτικοποίηση και εξαγωγή μεγάλων δικτύων, που λαμβάνουν τη μορφή γράφων. Η παρούσα εργασία ξεκινά με τη διερεύνηση των σχέσεων των χρηστών στον γράφο μέσα από τα mentions (αναφορές χρηστών) και τα retweets.

Ένα μέτρο κεντρικότητας ενός κόμβου (χρήστη), δηλαδή της σημασίας που έχει στο δίκτυο, είναι ο αριθμός των ακμών – των σχέσεων που αποκαθιστά με τους υπόλοιπους χρήστες (Degree). Όταν ένας χρήστης αναφέρει κάποιον άλλο, τότε η σχέση αυτή έχει κατεύθυνση από τον πρώτο (out-degree) προς τον δεύτερο (in-degree). Ο αριθμός των εισερχόμενων ακμών (in-degree) δείχνει (στο πλαίσιο του Twitter, τουλάχιστον) πόσο σημαντικό θεωρούν τον κόμβο αυτό οι υπόλοιποι χρήστες ώστε να του απευθύνονται. Αντίστοιχα, ο αριθμός των εξερχόμενων ακμών (out-degree) αποτελεί ένδειξη της κοινωνικότητας του χρήστη (Kurka κ.ά, 2015).

Αν και κάθε χρήστης προβαίνει αυτοτελώς στις επιλογές ως προς τη διατύπωση απόψεων (tweets), την αναμετάδοση απόψεων άλλων χρηστών (retweets), την αναφορά σε άλλους χρήστες κλπ., οι ενέργειες αυτές καθοδηγούνται από στοιχεία των

³⁰ <http://gephi.org/>

κοινωνικών και πολιτικών ταυτοτήτων του, τα οποία ακολουθούν κοινά πρότυπα με όσους μοιράζονται τις ταυτότητες αυτές. Έτσι, σε κάθε κοινωνικό δίκτυο μπορούμε να αναγνωρίσουμε ομάδες κόμβων με παρόμοια συμπεριφορά. Οι ομάδες αυτές στη θεωρία των δικτύων ονομάζονται *modularity classes*, και χαρακτηρίζονται από πύκνωση των ακμών που συνδέουν τα μέλη τους, και μείωση των ακμών που τα συνδέουν με το υπόλοιπο δίκτυο. Συχνά ένα κοινωνικό δίκτυο αποτελείται από έναν αριθμό συνδεδεμένων ομάδων, και αρκετές μικρές ή μεγάλες ομάδες που είναι ανεξάρτητες. Το μέτρο των συνδέσεων αυτών (*connected components*) μας επιτρέπει να αναγνωρίσουμε και να απομονώσουμε τα τμήματα του δικτύου που μας ενδιαφέρουν (π.χ. να αφήσουμε εκτός ανάλυσης τους ασύνδετους κόμβους) και να εστιάσουμε σε αυτό που συχνά εμφανίζεται ως ένα πολύ μεγάλο υποσύστημα (*giant component*).

Πριν την ανάλυση των δικτύων ξεκινά μια πρώτη οπτικοποίηση των δεδομένων που το αποτελούν μέσα από την εφαρμογή αλγορίθμων - *Layouts*. Στην παρούσα εργασία, ο πρώτος αλγόριθμος που χρησιμοποιήθηκε για την ανίχνευση και απεικόνιση του γράφου σε κοινότητες είναι ο *OpenOrd* με σκοπό την ευδιάκριτη προβολή των δεδομένων. Μετά την εφαρμογή του *Layout OpenOrd*, η ανάλυση των κοινωνικών δικτύων του γράφου ξεκινά με τους κόμβους και τις ακμές του γράφου να λαμβάνουν κάποιες συγκεκριμένες τιμές (*Statistics*) που αφορούν το δίκτυο στο σύνολο, με σκοπό να διερευνηθεί η δυναμική του δικτύου, εντοπίζοντας τους χρήστες που ασκούν τη μεγαλύτερη επιρροή μέσα από την αναφορά τους ή το διαμοιρασμό του περιεχομένου τους από άλλους χρήστες.

Στη συνέχεια, αξιοποιούμε τις μετρήσεις αυτές στη διαδικασία οπτικοποίησης. Καθώς ένα δίκτυο εγγράφεται στην τοπολογία και όχι σε έναν ευκλείδειο χώρο, οι «ακριβείς θέσεις» των κόμβων δεν έχουν πραγματικό νόημα. Στόχος της οπτικοποίησης είναι να βοηθήσει τον ερευνητή στην κατανόηση της δομής του δικτύου και στον εντοπισμό των σημαντικότερων κόμβων του, με βάση τα στατιστικά μέτρα και τα ερευνητικά ερωτήματα. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιούνται αλγόριθμοι οπτικοποίησης (*layouts*) (Bastian κ.ά., 2009). Στην εργασία μας χρησιμοποιήσαμε δύο αλγόριθμους που στηρίζονται στη λογική της έλξης (μεταξύ ομοειδών κόμβων) και άπωσης (μεταξύ ανόμοιων κόμβων), και γι' αυτό χαρακτηρίζονται ως *force-directed* αλγόριθμοι: το *OpenOrd* για μια πρώτη εκδίπλωση του γράφου, και στη συνέχεια το *ForceAtlas2* για την ανάπτυξή του με μεγαλύτερη λεπτομέρεια.

Στην οπτικοποίηση χρησιμοποιούμε μια σειρά συμβάσεων, προκειμένου το αποτέλεσμα να είναι κατά το δυνατόν εύληπτο χωρίς ιδιαίτερες εξηγήσεις. Κάθε ομάδα (modularity class) χρωματίζονται με ιδιαίτερο χρώμα. Οι ακμές συνήθως χρωματίζονται με το χρώμα των κόμβων που συνδέουν. Το μέγεθος των κόμβων αποτυπώνει την αντίστοιχη τιμή κάποιας μέτρησης (π.χ. του in-degree). Τέλος, η αξιοποίηση των φίλτρων μας επιτρέπει να περιορίσουμε τον αριθμό των κατονομασμένων κόμβων, προκειμένου να μειώσουμε την περιττή πληροφορία.

4.5. Μέτρηση Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης: Χρήστες και Επιρροή

Η ανάλυση της αλληλεπίδρασης μεταξύ των χρηστών και ομάδων χρηστών, ερμηνεύεται σε σχέση με τη θέση τους σε ένα κοινωνικό δίκτυο και μελετάται υπό το πρίσμα της κοινωνικής συσχέτισης (social correlation) και της κοινωνικής επιρροής (social influence) των χρηστών σε ένα δίκτυο (Kurka κ.ά., 2015).

Η κοινωνική επιρροή δύναται να ασκείται από χρήστες ή ομάδες χρηστών που επηρεάζουν τη διάδοση της πληροφορίας (influencers), που επιχειρούν να (ανα)διαμορφώσουν τις σκέψεις και στάσεις άλλων χρηστών και να οδηγήσουν στην υιοθέτηση κοινών αντιλήψεων, πεποιθήσεων και συμπεριφορών, προσαρμοσμένων στη δική τους.

Αντίστοιχες προσεγγίσεις έχουν χρησιμοποιηθεί για να μελετήσουν το ρόλο της κοινωνικής υποστήριξης και της υπεράσπισης πολιτικών, για τη διάδοση φημών, αλλά και για επιδημιολογικά ζητήματα (Riquelme & González-Cantergiani, 2016). Οι κορυφαίοι χρήστες και ο τύπος επιρροής τους, αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο ξεχωρίζουν μέσα στο δίκτυο τους και επηρεάζουν στην υπεύθυνη λήψη αποφάσεων (Pirri κ.ά., 2020).

Οι επιδραστικοί χρήστες (influencers) μπορεί να είναι δημόσια πρόσωπα - ηγέτες γνώμης (opinion leaders) (Pirri κ.ά., 2020), άνθρωποι της ελίτ και της πολιτικής, διάσημοι, αλλά και απλοί χρήστες που δραστηριοποιούνται έντονα στο χώρο των ψηφιακών μέσων (Riquelme & González-Cantergiani, 2016). Επιδραστικοί χρήστες συνήθως είναι και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης τα οποία χαρακτηρίζονται ως «ευαγγελιστές» (evangelists) επειδή διατηρούν καλή σχέση με τους ηγέτες γνώμης, και λειτουργούν ως υποστηρικτές της πολιτικής, σε αντίθεση με τους απλούς χρήστες (Riquelme & González-Cantergiani, 2016).

Αν και το Twitter, χαρακτηρίζεται από ελευθερία έκφρασης και απουσίας ιεραρχικής δομής, ένας μικρός αριθμός χρηστών μπορεί να επηρεάσει πολύ περισσότερους χρήστες (Åkerlund, 2020). Όσο περισσότερους followers έχει ένας χρήστης που συστηματικά δημοσιεύει πρωτότυπο περιεχόμενο, τόσο μεγαλύτερη επιρροή μπορεί να ασκεί στο δίκτυο που ανήκει. Οι επιδραστικοί χρήστες επικεντρώνονται τόσο στο περιεχόμενο που δημοσιεύουν όσο και στην ίδια την εικόνα που εκπροσωπούν και χαρακτηρίζονται περισσότερο ως άτομα με υψηλή αυτοεκτίμηση. Είναι ενεργοί και πιο δραστήριοι ως προς τη δημοσίευση περιεχομένου ενώ χαρακτηρίζονται από μεγάλη συνδεσιμότητα καθώς ακολουθούνται από έναν μεγάλο αριθμό χρηστών (followers). Ενδιαφέρονται για τα πολιτικά, εστιάζουν έντονα στα θέματα που τους ενδιαφέρουν και τείνουν να παράγουν περιεχόμενο πρωτότυπο, με ιδιαίτερη επίκληση στο συναίσθημα, εστιάζοντας κατά βάση στο αρνητικό συναίσθημα.

Η μέτρηση της επιρροής αφορά το κατά πόσο ένας χρήστης είναι «ενεργός», μια ιδιότητα που συσχετίζεται με τις έννοιες της δραστηριότητας, της δημοφιλίας και της κοινωνικότητας (Riquelme & González-Cantergiani, 2016). Ένας χρήστης που είναι ενεργός χαρακτηρίζεται από σταθερή και συχνή συμμετοχή του στο κοινωνικό δίκτυο μέσα από δημοσιεύσεις tweets, retweets, αναφορές, απαντήσεις κ.λπ., η οποία λαμβάνεται εννοιολογικά ως μια «δραστηριότητα». Οι επιδραστικοί χρήστες λαμβάνουν μεγαλύτερο αριθμό «likes» και «retweets» ανάμεσα στο δίκτυο τους. Η δύναμη των retweets έγκειται στην αξιοπιστία του περιεχομένου ενός tweet που «σφραγίζεται» όταν ένας χρήστης αποφασίζει να προχωρήσει σε αυτή την ενέργεια. Τα retweet έχουν τη δυναμική να επηρεάσουν πιο έντονα ένα δίκτυο χρηστών λόγω ακριβώς της ιδιότητας και της αξιοπιστίας του κειμένου που δημοσιεύεται και ειδικά όταν γίνονται από τους πιο επιδραστικούς χρήστες. Σχετικά με τη συναισθηματική χροιά των tweets, έχει εντοπιστεί ότι όσα έχουν σαρκαστικό ή ειρωνικό ύφος, χαρακτηρίζονται από θετικό περιεχόμενο. Όσα tweets δηλώνουν ουδέτερο ύφος στο περιεχόμενό τους προέρχονται από τους επιδραστικούς χρήστες με αξίες, προτάσεις και δηλώσεις που φαινομενικά μοιάζουν να είναι πραγματικές και αντικειμενικές, χωρίς να περιέχουν τις προσωπικές τους απόψεις, αλλά αφήνοντας τον αναγνώστη να το ερμηνεύσει.

4.6. Ανάλυση Λόγου

Στρεφόμεστε τώρα στην ανάλυση των tweets των κορυφαίων ομάδων του κοινωνικού δικτύου. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιούμε το λογισμικό ανάλυσης λόγου και συναισθήματος Orange3.³¹ Σκοπός μας είναι να επεξεργαστούμε και να αναλύσουμε τα tweets που σχετίζονται με τα σημαντικότερα θέματα (topics) στα οποία αναφέρθηκαν οι χρήστες. Η διαδικασία του topic modelling, της εξαγωγής δηλαδή των κορυφαίων topics, επιχειρεί να αναδείξει τις κομβικές λέξεις, με κριτήριο τη συχνότητα εμφάνισης τους, μέσα στο «σώμα» (corpus) των tweets.

4.6.1. Topic Modelling και Public Sentiment.

Η έρευνά μας μελετά τα κορυφαία θέματα που δημοσιεύτηκαν και συζητήθηκαν από χρήστες και πολιτικούς, μέσα ενημέρωσης και οργανισμούς στο Twitter κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, μέσα από την εξαγωγή λανθανόντων θεμάτων. Στόχος της ανάλυσης είναι ο προσδιορισμός των θεμάτων που συζητούνται συχνότερα μεταξύ των χρηστών και ο εντοπισμός του τρόπου με τον οποίο οι χρήστες αντιμετωπίζουν τις νέες συνθήκες που επιβάλλει η πανδημία κατά την περίοδο της τουριστικής επανεκκίνησης.

Η παρούσα μελέτη εφάρμοσε την ανάλυση συναισθήματος στα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν από το Twitter για το διάστημα Μάϊος - Σεπτέμβριος 2020, για να εντοπίσει τη συναισθηματική πολικότητα (θετική, αρνητική ή ουδέτερη) καθώς και τα κυρίαρχα συναισθήματα των χρηστών από τα οποία εκπροσωπούνται οι θεματικές που αναπτύσσονται (θυμός, φόβος, χαρά, θλίψη ή έκπληξη). Πέρα από τα λεκτικά κείμενα, συμπεριλήφθηκαν και χαρακτήρες για τον προσδιορισμό της κατάστασης του συναισθήματος (θετικό ή αρνητικό συναίσθημα) τα οποία χρησιμοποιούσαν τακτικά οι χρήστες όπως είναι τα emojis που δήλωναν γέλιο, λύπη, ή άλλα συναισθήματα.

4.6.2. Επεξεργασία Φυσικής Γλώσσας και Ανάλυση Λόγου.

Η Επεξεργασία Φυσικής Γλώσσας, αποτελεί μια ερευνητική προσέγγιση ανάλυσης λόγου που αποτελείται από υπολογιστικά εργαλεία, όπως είναι η Θεματική Μοντελοποίηση και η Ανάλυση Συναισθήματος (Δημητριάδης, 2020). Η ανάλυση λόγου μέσα από υπολογιστικά προγράμματα, αφορά την καθαυτή ανάλυση των

³¹ <https://orangedatamining.com/>

πρωτογενών κειμένων – tweets που έχουν συλλεχθεί με σκοπό την εύρεση και εξαγωγή των πιο σημαντικών πληροφοριών από ένα τεράστιο σύνολο δεδομένων. Πριν την ανάλυση των δεδομένων, τα βήματα που απαιτήθηκαν κατά τη συλλογή και την εκτέλεση της λειτουργίας, περιλαμβάνουν την προεπεξεργασία του σώματος (corpus) των tweets κάθε περιόδου (Δημητριάδης, 2020), και τη θεματική μοντελοποίησή τους.

4.6.3. Topic modelling.

Η θεματική μοντελοποίηση εφαρμόζεται για την εξαγωγή και ανάλυση των κύριων θεμάτων μέσα από την επεξεργασία ενός συνόλου κειμένων, και την αναγνώριση ομάδων λέξεων που εκπροσωπούν κάθε θέμα (Ordun κ.ά., 2020· Δημητριάδης, 2020). Η υπόθεση που στηρίζει την τεχνική αυτή είναι πως η σημασιολογία ενός σώματος κειμένων καθορίζεται από λανθάνουσες μεταβλητές, οι οποίες δεν είναι εμφανείς με την πρώτη ματιά. Η μέθοδος αυτή χρησιμοποιείται συχνά για την ανάλυση σωμάτων tweets, και επιτρέπει την οργάνωση, τη σύνοψη και την οπτικοποίηση των λανθανόντων θεμάτων.

Για τη μοντελοποίηση των θεματικών, εφαρμόστηκε η τεχνική της Λανθάνουσας Κατανομής [Latent Dirichlet Allocation (LDA)] (Ordun κ.ά., 2020· Δημητριάδης, 2020). Η τεχνική LDA αποτελεί ένα πιθανολογικό μοντέλο, που στηρίζεται στην υπόθεση ότι ένα σώμα κειμένων αποτελείται από ένα σύνολο λανθανόντων θεμάτων, καθένα από τα οποία εκπροσωπείται από ένα σύνολο λέξεων. Προϋπόθεση για την εφαρμογή της LDA αποτελεί ο προκαταβολικός προσδιορισμός του αριθμού των θεμάτων εκ μέρους του ερευνητή (Ordun κ.ά., 2020). Για να εντοπίσουμε τα θέματα ως πτυχές της πανδημίας που συζητήθηκαν στο Twitter λάβαμε ως παραδοχή ότι ο αλγόριθμος καλείται να δημιουργήσει τουλάχιστον 4 διαφορετικά θέματα, που αντιπροσωπεύονται από 10 λέξεις - κλειδιά.

Για την ανάλυση των κειμένων οι 10 κορυφαίες λέξεις κάθε θέματος υποδεικνύουν το περιεχόμενό του, καθώς και ο τρόπος συσχέτισής τους.

Για τις 13 χρονικές περιόδους που εξετάστηκαν, αναλύθηκαν περίπου 150.000 tweets. Παρακάτω αναφέρονται συνοπτικά οι θεματικές που εξήχθησαν:

Πίνακας 7. Κορυφαίες Θεματικές 20 Μαΐου - 15 Σεπτεμβρίου

ΜΗΝΑΣ	ΘΕΜΑΤΙΚΗ
ΜΑΪΟΣ	Διάγγελμα του πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη για την επανεκκίνηση του τουρισμού, την οικονομία και το σχέδιο της κυβέρνησης
	Πρώτες θετικές προβλέψεις από τα μέσα ενημέρωσης για την εφαρμογή των μέτρων επανεκκίνησης του τουρισμού
	Προώθηση της Ελλάδας ως ιδανικού προορισμού για διακοπές και αντιδράσεις των χρηστών
	Θετικές αναφορές από τα ξένα μέσα ενημέρωσης για την επιτυχία της Ελλάδας
	Πληροφορίες για τα μέτρα επανεκκίνησης του τουρισμού από τα μέσα ενημέρωσης
	Έλευση των τουριστών χωρίς τεστ και εφαρμογή των δειγματοληπτικών τεστ κατά την έλευσή τους στη Ελλάδα
	Δηλώσεις χρηστών για τις καλοκαιρινές διακοπές
ΙΟΥΝΙΟΣ	Καμπάνια προβολής επανεκκίνησης του ελληνικού τουρισμού «The Greek Summer State of Mind»
	Συνέντευξη Τύπου Πρωθυπουργού στην Καλντέρα της Σαντορίνης για το άνοιγμα του Τουρισμού
	Διακοπές των Ελλήνων με αφορμή τη Συνέντευξη Τύπου του Πρωθυπουργού
	Αύξηση των κρουσμάτων εν μέσω τουριστικής επανεκκίνησης και σχέδιο ΣΥΡΙΖΑ έναντι του σχεδίου της κυβέρνησης
	Ανακοινώσεις για τα προγράμματα επιδότησης εσωτερικού τουρισμού και την εφαρμογή των πρώτων μέτρων επανεκκίνησης
	Διακοπές πολιτικών και προγραμματισμένη ανακοίνωση για τα νέα μέτρα στήριξης της οικονομίας και των επιχειρήσεων από την κυβέρνηση
	Διακοπές πρωθυπουργού
ΙΟΥΛΙΟΣ	Τοποθέτηση των χρηστών αν θέλουν ή όχι να πάνε διακοπές
	Επίσημο άνοιγμα του τουρισμού και υποδοχή των πρώτων τουριστών από το εξωτερικό στο αεροδρόμιο του Ελευθέρiou Βενιζέλου
	Ενημερώσεις από τα μέσα ενημέρωσης για τα δωρεάν προγράμματα επιδότησης εσωτερικού τουρισμού
	Οικονομική αδυναμία των χρηστών να πάνε διακοπές στη χώρα τους
	Ανησυχία για τον κίνδυνο εξάπλωσης της πανδημίας και δηλώσεις για μη ουσιαστικά μέτρα στήριξης
	Άνοιγμα συνόρων και φόβος χρηστών να πάνε διακοπές, ενώ οι τουρίστες απολαμβάνουν τις διακοπές τους στη χώρα
	Προειδοποιήσεις γιατρών για επιστροφή στο Μάρτιο
	Διακοπές του πρωθυπουργού εν μέσω τουρκικών προκλήσεων
	Διακοπές πολιτικών και δημοσιογράφων μπροστά στην αύξηση των κρουσμάτων
	Διακοπές πρωθυπουργού και έκτακτο διάγγελμα για την κρίση που προκάλεσε ο τουρκικός στόλος του Oruc Reis

ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	Το μέλλον του τουρισμού εν μέσω αύξησης των κρουσμάτων και εμφάνισης του τουρκικού στόλου Otuc Reis στα ελληνικά ύδατα
	Αύξηση των κρουσμάτων και τα πρώτα αρνητικά αποτελέσματα στην οικονομία και τον τουρισμό που απαιτούν επιπλέον μέτρα στήριξης από την κυβέρνηση
	Επιστροφή των εκδρομέων και αύξηση των κρουσμάτων
	Καμπάνια κυβέρνησης για την επιστροφή των εκδρομέων από τις διακοπές τους
	Επιστροφή από τις διακοπές και πρώτες ανακοινώσεις για αύξηση των κρουσμάτων
	Επιστροφή από τις διακοπές και τα αποτελέσματα των μέτρων της κυβέρνησης από το άνοιγμα του τουρισμού
	Έκτακτο μήνυμα του 112 της Πολιτικής Προστασίας περί ατομικής ευθύνης κατά την επιστροφή των πολιτών
	Κατηγορίες για την κατάσταση που επικρατεί στον τουρισμό με την έξαρση της πανδημίας
11^η ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ	Προειδοποιήσεις επιδημιολόγων για τον Κορωνοϊό κατά την επιστροφή των εκδρομέων
	Otuc Reis στα ελληνικά ύδατα και: • πρωθυπουργός και κυβέρνηση σε διακοπές • διακοπές των Ελλήνων • έξαρση της πανδημίας • κατάσταση στην οποία βρίσκεται η τουριστική κίνηση • Ανακοινώσεις για τα πρώτα αποτελέσματα στην οικονομία και τον τουρισμό
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	Αύξηση των κρουσμάτων και έκτακτη επιστροφή των τουριστών στις χώρες τους
	Επιστροφή πολιτικών από τις διακοπές και τα νέα μέτρα στήριξης της οικονομίας

Κεφάλαιο 5 – Ευρήματα

Μετά την ανάλυση των κορυφαίων χρηστών και των modularity classes των χρηστών των ημερών και διαστημάτων που αναλύθηκαν στο Gephi ακολουθεί η ανάλυση των tweets που αντιστοιχούν στα κορυφαία classes μέσω του προγράμματος ανάλυσης λόγου και συναισθήματος Orange3. Σκοπός μέσα από το πρόγραμμα Orange3³² είναι η επεξεργασία και ανάλυση των tweets που οδηγούν στα κορυφαία topics της επικαιρότητας στα οποία αναφέρθηκαν οι χρήστες, με σκοπό την ανάλυση των κορυφαίων θεματικών της επικαιρότητας, της κοινής γνώμης και των συναισθημάτων των χρηστών που επικράτησαν τις περιόδους και τις ημέρες που αναλύθηκαν στα δίκτυα μέσα από το πρόγραμμα Gephi. Η διαδικασία του topic modelling της εξαγωγής δηλαδή των κορυφαίων topics έχει ως σκοπό να αναδείξει τις πιο σημαντικές λέξεις – κλειδιά, με κριτήριο τη συχνότητα εμφάνισης των hashtags, mentions και topwords από ένα σύνολο tweets.

Στρεφόμαστε τώρα στην ανάλυση των tweets των κορυφαίων ομάδων του κοινωνικού δικτύου. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιούμε το λογισμικό ανάλυσης λόγου και συναισθήματος Orange3.³³ Σκοπός μας είναι να επεξεργαστούμε και να αναλύσουμε τα tweets που σχετίζονται με τα σημαντικότερα θέματα (topics) στα οποία αναφέρθηκαν οι χρήστες. Η διαδικασία του topic modelling, της εξαγωγής δηλαδή των κορυφαίων topics, επιχειρεί να αναδείξει τις κομβικές λέξεις, με κριτήριο τη συχνότητα εμφάνισης τους, μέσα στο «σώμα» (corpus) των tweets.

5.1. Κοινωνική Αλληλεπίδραση χρηστών

Για την περίοδο 15 Μαΐου – 15 Σεπτεμβρίου, εντοπίζουμε τέσσερεις σημαντικές ομάδες. Οι ομάδες αυτές σχετίζονται με την πολιτική σκηνή της χώρας, με χρήστες που συνδέονται λιγότερο ή περισσότερο με τα μέτρα για την επανεκκίνηση του τουρισμού.

Η πρώτη ομάδα χαρακτηρίζεται από αναφορές σε πρόσωπα που εκπροσωπούν την κυβέρνηση και θεσμικούς φορείς. Ανάμεσά τους, στις πρώτες θέσεις βρίσκονται ο Πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης (*kimitsotakis, primeministergr*), το Υπουργείο

³² <https://orangedatamining.com/>

³³ <https://orangedatamining.com/>

Αμυνας (*e_amyna*), η Γενική Γραμματέας Αντεγκληματικής Πολιτικής Σοφία Νικολάου (*sofianikolaou*), όπως και ο λογαριασμός της κυβερνητικής καμπάνιας τουριστικής προβολής της χώρας VisitGreece.gr (*visitgreecegr_*). Πρόκειται για tweets χρηστών που τοποθετούνται αρνητικά στο άνοιγμα του τουρισμού, των συνόρων και των μέτρων στήριξης της οικονομίας, της εργασίας και του τουρισμού και υποστηρίζουν το χώρο της αντιπολίτευσης ή δεν ανήκουν ανοιχτά σε κάποια πολιτική παράταξη. Στην ίδια ομάδα περιλαμβάνονται και αναφορές προφίλ των μέσων ενημέρωσης που αναδημοσιεύουν συναφές περιεχόμενο. Στην ομάδα αυτή, οι χρήστες που κάνουν τα περισσότερα mentions είναι είτε απλοί πολίτες και δημοσιογράφοι που εκπροσωπούν ανοιχτά τον χώρο της Αριστεράς, είτε χρήστες που δεν ανήκουν σε κάποια πολιτική ομάδα και τοποθετούνται επίσης αρνητικά στο έργο, τα μέτρα και της αποφάσεις της κυβέρνησης.

Η δεύτερη ομάδα, αναφέρεται σε πρόσωπα από το χώρο της Αντιπολίτευσης. Ανάμεσά τους, στις πρώτες θέσεις αναφορών βρίσκονται ο Πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ, Αλέξης Τσίπρας (*atsipras*), οι βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ Έφη Αχτσιόγλου (*e_achtsioglou*) και Κατερίνα Νοτοπούλου (*katenotopoulou*), η πρώην Περιφερειάρχης Αττικής, Ρένα Δούρου (*renadourou*) και από το χώρο της δημοσιογραφίας η ψηφιακή ιστοσελίδα E-tetRadio (*tetradio*), και ο δημοσιογράφος Κώστα Βαξεβάνης (*kostasvaxevanis*). Στην ομάδα περιλαμβάνονται χρήστες που συμμερίζονται τις απόψεις της αντιπολίτευσης και αποδοκιμάζουν το σχέδιο επανεκκίνησης του τουρισμού, αλλά και χρήστες που υπερασπίζονται το έργο της κυβέρνησης και κατακρίνουν τις απόψεις της αντιπολίτευσης, όσο και χρήστες που δεν ανήκουν σε καμία από τις δύο πολιτικές παρατάξεις και κρίνουν αρνητικά και τα δύο κόμματα. Στην ομάδα αυτή, οι χρήστες που κάνουν τα περισσότερα mentions προέρχονται από το χώρο της Αριστεράς, όπως η δημοσιογράφος Αστέρω Χριστοδουλίδου (*axristodoulidou*), υπερασπίζονται τη γραμμή της αντιπολίτευσης για το άνοιγμα του τουρισμού και καταδικάζουν αντίστοιχα το σχέδιο επανεκκίνησης της κυβέρνησης.

Η τρίτη ομάδα αναφέρεται σε πρόσωπα που επιδεικνύουν έντονη δραστηριότητα εντός του Twitter, και απευθύνονται σε αυτούς χρήστες που αντιπαρατίθενται τόσο στην Κυβέρνηση όσο και στην αντιπολίτευση. Κάποιοι από τους χρήστες που λαμβάνουν πολλές αναφορές, βρίσκονται και μεταξύ όσων κάνουν πολλές αναφορές, γεγονός που υποδηλώνει έντονες συζητήσεις μεταξύ των χρηστών σχετικά με όσα συμβαίνουν στην πολιτική, χωρίς να συμμερίζονται το λόγο της

Κυβέρνησης, της Αντιπολίτευσης ή των ΜΜΕ. Επίσης, αντιμετωπίζουν κριτικά και την τουριστική καμπάνια.

Η τέταρτη ομάδα απευθύνεται σε χρήστες που συμμετέχουν στην κυβερνητική καμπάνια και την τουριστική προβολή της χώρας, όπως οι λογαριασμοί VisitGreece.gr (*visitgreecegr*) και DiscoverGreece.com (*discovergrcom*). Σε αυτούς απευθύνονται είτε τουριστικοί φορείς που υποστηρίζουν το άνοιγμα του ελληνικού τουρισμού, είτε θεσμικοί φορείς και φιλοκυβερνητικοί πολιτικοί που συμφωνούν ενθουσιωδώς με το άνοιγμα του τουρισμού και καλωσορίζουν τους ξένους τουρίστες. Αναφορές προέρχονται και από τα ΜΜΕ που πληροφορούν σχετικά με την καμπάνια και το άνοιγμα του τουρισμού. Τέλος, κάποιες από τις αναφορές προέρχονται και από χρήστες φιλικά προσκείμενους στην αντιπολίτευση ή από ανεξάρτητους πολιτικά που αποδοκιμάζουν την καμπάνια, το σχέδιο και τα μέτρα στήριξης όπως επίσης και την ίδια την κυβέρνηση.

5.2. 20 Μαΐου – 5 Ιουνίου

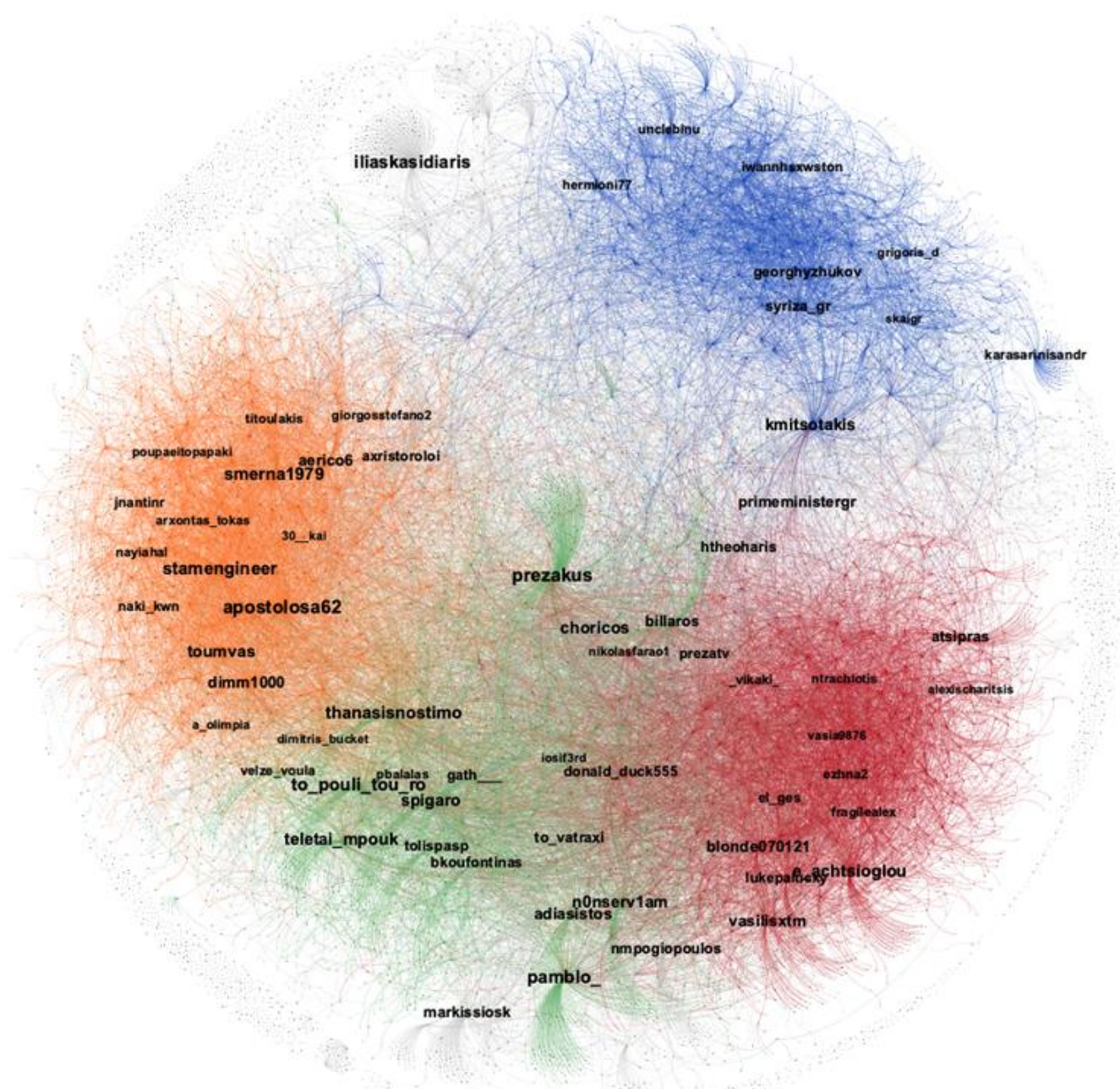
Στο διάστημα 20-27 Μαΐου, στο κοινωνικό δίκτυο των αναφορών (*mentions*) διακρίνονται 4 ομάδες χρηστών, καθεμιά από τις οποίες συγκεντρώνει περισσότερους από το 10% των χρηστών (**Εικόνα 3**). Οι δύο από τις ομάδες αυτές φαίνεται πως συνδέονται με την κυβερνώσα ΝΔ και τον αντιπολιτευόμενο ΣΥΡΙΖΑ. Η πρώτη (με μπλε χρώμα) απευθύνεται στον προσωπικό λογαριασμό του Πρωθυπουργού (*kmitsotakis*), αλλά και στο θεσμικό λογαριασμό του κόμματος της αξιωματικής αντιπολίτευσης (*syriza_gr*), ενώ ακολουθεί η αναφορά στον εμβληματικό φιλοκυβερνητικό λογαριασμό *georghyzhukon*. Χαμηλότερα όσον αφορά τον αριθμό αναφορών βρίσκονται ο δημοσιογραφικός όμιλος ΣΚΑΙ, και οι λογαριασμοί της πολιτεύτριας της ΝΔ Αφροδίτης Λατινοπούλου (*latinopoulou*) και του υπουργού Άδωνι Γεωργιάδη (*adonisgeorgiadi*).

Η ομάδα που συνδέεται με τον ΣΥΡΙΖΑ (με κόκκινο χρώμα) απευθύνεται στην πρώην υπουργό Έφη Αχτσιόγλου (*e_achtsioglou*) και σε χρήστες ή troll που υποστηρίζουν το κόμμα της αξιωματικής αντιπολίτευσης (όπως ο λογαριασμός *blonde070121* που πλέον έχει απενεργοποιηθεί). Χαμηλότερα όσον αφορά τον αριθμό των αναφορών κατατάσσεται ο προσωπικός λογαριασμός του Αλέξη Τσίπρα (*atsipras*). Ίσως έχει ενδιαφέρον να αναφέρουμε πως οι λογαριασμοί άλλων στελεχών του

κόμματος βρίσκονται αρκετά χαμηλότερα, με αποτέλεσμα στις πρώτες θέσεις να κατατάσσονται αρκετοί «απλοί» χρήστες.

Η πρώτη (με πράσινο χρώμα) από τις άλλες δύο ομάδες δεν περιλαμβάνει στις αναφορές κάποιο γνωστό πολιτικό πρόσωπο. Κυρίως απευθύνεται σε χρήστες με έντονη παρουσία, ένα γενικότερο αριστερό ή αντικυβερνητικό προφίλ. Ο γνωστότερος από τους λογαριασμούς είναι του Γραφείου Τελετών Μπούκουρα (*teletai_mpouk*). Η άλλη ομάδα (με πορτοκαλί χρώμα) περιλαμβάνει επίσης χρήστες με έντονη παρουσία, οι οποίοι όμως είναι περισσότερο απολίτικοι.

Εικόνα 3. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 20 - 27 Μαΐου 2020



Για το διάστημα 20 Μαΐου – 5 Ιουνίου, οι θεματικές που κυριαρχούν όπως φαίνεται και από τις λέξεις «μέτρα» και «στήριξης», αφορούν το Διάγγελμα του Πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη και τα μέτρα στήριξης του τουρισμού, της οικονομίας και της εργασίας.

Για την περίοδο 20 – 27 Μαΐου συγκεντρώσαμε συνολικά 6.685 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 4 θέματα, τα οποία επικεντρώνονται στον τρόπο που θα κάνουν διακοπές οι τουρίστες και τρία από αυτά στο διάγγελμα του πρωθυπουργού και τα μέτρα στήριξης (Πίνακας 8).

Πίνακας 8. Τα topics των tweets της περιόδου 20 - 27 Μαΐου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4
διακοπές	τουρισμός	διαγγελμα	μέτρα
τουρισμός	διάγγελμα	μητσοτακη	στήριξης
ελλάδα	κυβερνηση	διακοπές	διάγγελμα
διακοπες	οικονομία	πάει	τουρισμού
τουρισμος	μητσοτάκη	κάνει	μητσοτάκη
τουρίστες	τουρισμό	ξεφτιλες	τουρισμός
φέτος	σχέδιο	οτι	οικονομίας
τεστ	κυβέρνηση	τουρισμος	σήμερα
χώρες	μητσοτάκης	ειναι	νέα
κάνουν	τσιρκο	μήνες	εργασίας

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Τον τουρισμό και τις διακοπές στην Ελλάδα, την έλευση των τουριστών χωρίς τεστ και την εφαρμογή των δειγματοληπτικών τεστ κατά την έλευσή τους στη Ελλάδα. Τα tweets που είχαν την πιο στενή σχέση με τη λέξη «διακοπές» και «τουρισμός» σχετίζονται με τη λέξη «τεστ» η οποία καθορίζει το περιβάλλον αναφοράς των χρηστών σε σχέση με το άνοιγμα του Τουρισμού στην Ελλάδα, με θεματικές όπως δημοσιεύτηκαν από τα μέσα ενημέρωσης και αφορούν:

- την επανεκκίνηση του ελληνικού τουρισμού στα διεθνή μέσα
- το άνοιγμα των εποχικών καταλυμάτων από τις 15 Ιουνίου και των πτήσεων από την 1η Ιουλίου
- τα υγειονομικά πρωτόκολλα και τη λειτουργία των ξενοδοχείων στον Τουρισμό
- τον Κοινωνικό Τουρισμό, τους δικαιούχους και την έναρξη των αιτήσεων
- προβλέψεις των μέσων και ταξιδιωτικών πρακτορείων για μεγάλη αύξηση των κρατήσεων στην Ελλάδα

- το πλαίσιο ισχύος για τις άδειες ειδικού σκοπού και τις διακοπές
- την έλευση των τουριστών χωρίς τεστ και καραντίνα και τις 19 χώρες που θα στείλουν τουρίστες στην Ελλάδα από τις 15 Ιουνίου
- τον προσδιορισμό των χωρών που λαμβάνουν κόκκινη κάρτα από την Ελλάδα και οι ζώνες κινδύνου εντός της χώρας

Θέμα 2: Το διάγγελμα του πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη για την επανεκκίνηση του τουρισμού, την οικονομία και το σχέδιο της κυβέρνησης. Σε σχέση με τις αναφορές στο «διάγγελμα», τον «τουρισμό» και την «οικονομία», τα tweets από προφίλ των μέσων ενημέρωσης αφορούν:

- τις ανακοινώσεις λίγο πριν το επικείμενο διάγγελμα της 20ης Μαΐου για την εργασία, την οικονομία και τον τουρισμό
- τη σύγκρουση Μητσοτάκη – Τσίπρα και πώς ο πρωθυπουργός με το διάγγελμα έβαλε την αντιπολίτευση στη «θέση» της
- την αναφορά για την άρση των μέτρων στον τουρισμό
- τις ζώνες επικινδυνότητας της νησιωτικής και ηπειρωτικής χώρας
- τον Κοινωνικό Τουρισμό και τις δηλώσεις του διοικητή του ΟΑΕΔ

Η λέξη «τσίρκο» ως μία από τις κορυφαίες λέξεις στο Θέμα 2 δίνει ένα στίγμα για κάποιες από τις αξιολογήσεις των χρηστών για το διάγγελμα και την ίδια την Κυβέρνηση.

Θέμα 3: Το διάγγελμα του πρωθυπουργού και τα αρνητικά σχόλια των χρηστών. Το περιεχόμενο των tweets συνοψίζει την αξιολόγηση του διαγγέλματος από τους χρήστες. Η πολικότητα είναι έντονα αρνητική, καθώς τα tweets αφορούν:

- την αδυναμία της κυβέρνησης να ηγηθεί
- την εναντίωση στους Έλληνες, και ειδικά στους οπαδούς της κυβέρνησης που δεν ήξεραν τι ψήφισαν
- την αποδοκιμασία για το πρόγραμμα «Συν-εργασία»
- αρνητικούς χαρακτηρισμούς για τον Πρωθυπουργό και για τον Υπουργό Τουρισμού
- την απορία των χρηστών για τις ανακοινώσεις των μέτρων και τη διερώτηση αν υπάρχουν χρήματα για την υλοποίησή τους
- την παρατήρηση ότι οι ίδιοι θα κάνουν διακοπές στο σπίτι, και την εκτίμηση ότι η κυβέρνηση πάει για εκλογές μετά το διάγγελμα

- την άποψη πως η επάνοδος στα σχολεία γίνεται «για τα μάτια του κόσμου» εν μέσω καλοκαιριού
- χαρακτηρισμούς πως το διάγγελμα είναι γενικόλογα και έκθεση ιδεών, και πως ο Πρωθυπουργός είναι «εγωπαθής» και «Μωυσής»

Θέμα 4: Το διάγγελμα της κυβέρνησης για τα νέα μέτρα στήριξης του τουρισμού και της οικονομίας. Το θέμα έχει καθαρά πληροφοριακό χαρακτήρα, με τα tweets να αναφέρονται:

- στο πακέτο των €24 δισ. για την επανεκκίνηση της Οικονομίας
- στη στήριξη της εργασίας και τουρισμού, τις μειώσεις των φόρων και την τόνωση της επιχειρηματικότητας
- στα μέτρα οικονομικής στήριξης των επιχειρήσεων του τουρισμού

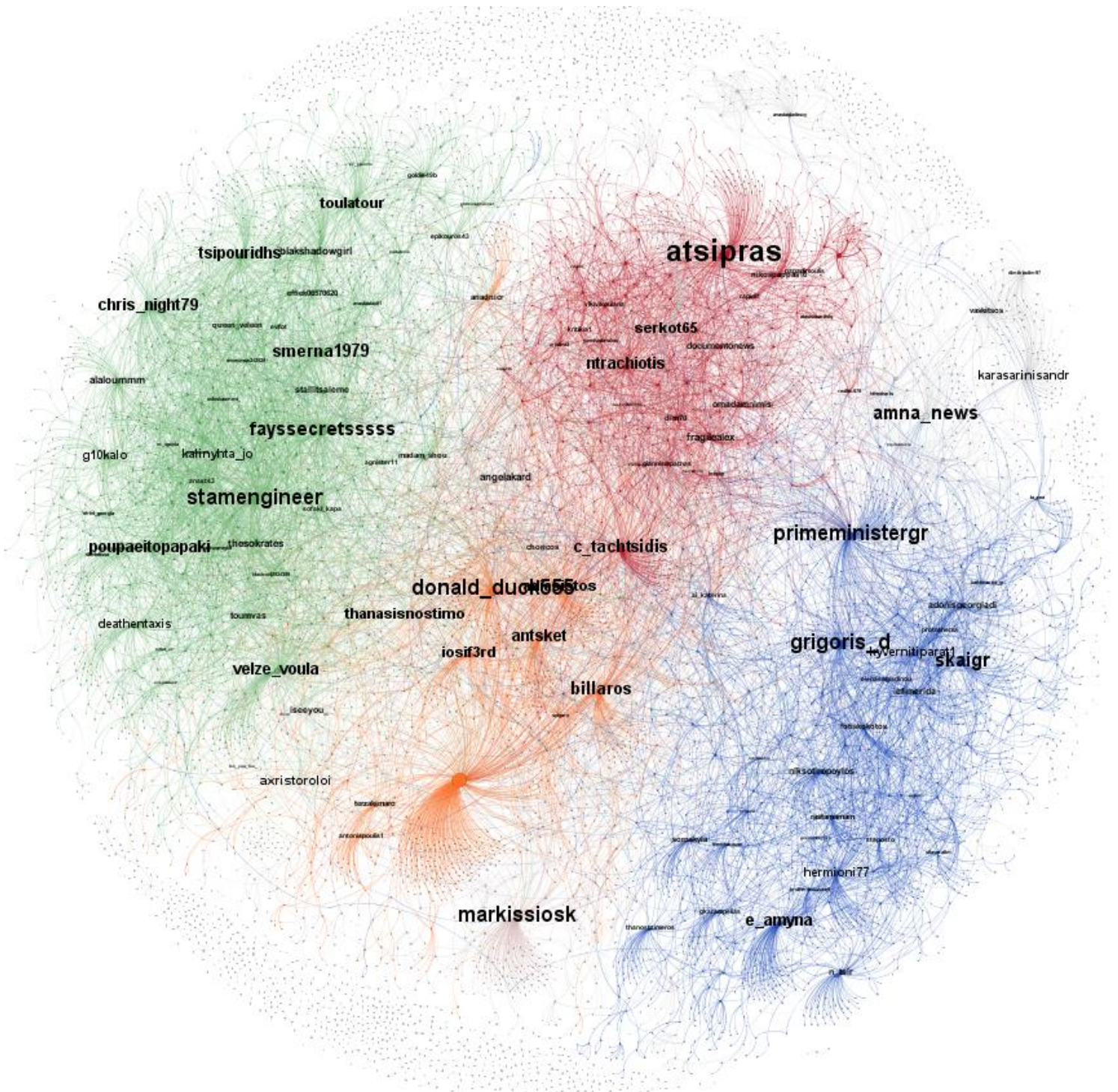
Παράλληλα, στο θέμα αυτό παρουσιάζονται και οι τοποθετήσεις υπουργών και κομμάτων.

Για το διάστημα 22 Μαΐου – 5 Ιουνίου, στο κοινωνικό δίκτυο των αναφορών (mentions) διακρίνονται 4 ομάδες χρηστών, καθεμιά από τις οποίες συγκεντρώνει περισσότερους από το 10% των χρηστών (**Εικόνα 4**). Στη μπλε ομάδα, εντοπίζεται ο θεσμικός λογαριασμός του πρωθυπουργού (*primeminister*), ο λογαριασμός του Υπουργείου Άμυνας (*e_amyna*) καθώς και ο λογαριασμός του δημοσιογραφικού ομίλου ΣΚΑΪ (*skaigr*). Οι χρήστες που αναφέρονται περισσότερο και είναι οι πιο δημοφιλείς είναι οι *prezakus* και *stamengineer* (με πράσινο χρώμα), *donald_duck* και *thanasinostimo stamengineer* (με πορτοκαλί χρώμα). Οι χρήστες αυτοί δεν υπερασπίζονται ανοιχτά κάποια πολιτική παράταξη αλλά αναφέρονται από χρήστες οι οποίοι αποδοκιμάζουν το διάγγελμα του πρωθυπουργού, το σχέδιο στήριξης, τη Συνέντευξη Τύπου στη Σαντορίνη και το γεγονός ότι οι Έλληνες δεν θα κάνουν διακοπές.

Την ίδια περίοδο, οι κορυφαίοι πιο κοινωνικοί είναι οι *axristodoulidou*, *christinadim31* και *ntrachiotis* (με κόκκινο χρώμα), οι οποίοι υποστηρίζουν ανοιχτά την πολιτική του ΣΥΡΙΖΑ και ανήκουν στο ίδιο class στο οποίο εντοπίζονται ο Πρόεδρος της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης Αλέξης Τσίπρας (*atsipras*) και η Βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ Έφη Αχτσιόγλου (*e_achtsioglou*). Το περιεχόμενο αυτών το χρηστών το οποίο γίνεται retweet από άλλους χρήστες καταδικάζει τα μέτρα της

κυβέρνησης και υποστηρίζει το σχέδιο – αντιπρόταση της Αντιπολίτευσης «Μένουμε Ώρθιον».

Εικόνα 4. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 22 Μαΐου - 5 Ιουνίου 2020



Πίνακας 9. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Έχουμε δώσει το οκ σε πολίτες του Ηνωμένου Βασιλείου να έρθουν για διακοπές? Σε ποιες ΜΕΘ θα τους βάλουμε?</i>	αποδοκιμασία
<i>Για διακοπές που θέλω να πάω φέτος στην Καβάλα κατά τον Αύγουστο, θα πάω κανονικά όπως μέχρι πέρυσι ή μήπως θα χρειαστώ διαβατήριο.</i>	ειρωνεία
<i>Απαγορεύεται να κυκλοφορούν οχήματα στο κέντρο της Αθήνας ώστε να προφυλαχθούν οι κάτοικοι από την διασπορά του covid19, αλλά επιτρέπεται να έρθουν τουρίστες χωρίς τεστ για διακοπές..</i>	αποδοκιμασία
<i>Ο κόσμος στο εξωτερικό δεν καίγεται για διακοπές και επίσης οι Έλληνες αξίζουν να προστατευθούν από τουρίστες προερχόμενους από χώρες που έχουν πολλά κρούσματα κι θανάτους. Τα ;δειγματοληπτικά τεστ είναι ανησυχητικό.</i>	ανησυχία
<i>Πείτε μου πού θα πάτε διακοπές να μπω να χαζεύω τις παραλίες, γιατί εγώ δε θα πάω πουθενά φέτος. Από Σεπτέμβριο θα ναι η κατάσταση δύσκολη μακάρι να κινηθεί ο τουρισμός για να μετριαστεί το κακό</i>	απαισιοδοξία
<i>Τουρισμός ή θάνατος; Και τουρισμός και θάνατος!</i>	απογοήτευση
<i>Θαύμα! Θαύμα! Αναμένω διάγγελμα Κούλη και ανακοίνωση Χαρδαλιά για σχέδιο ΧΑΜ</i>	ειρωνεία
<i>Μιλάει ο Κούλης...το νου σας</i>	ειρωνεία
1ο Σενάριο	

Για την περίοδο 22 Μαΐου – 5 Ιουνίου συγκεντρώσαμε συνολικά 15833 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 6 θέματα, τα οποία εστιάζουν στις πρώτες θετικές και αρνητικές αντιδράσεις για τα μέτρα στήριξης και το άνοιγμα των συνόρων για τουρίστες από το εξωτερικό (Πίνακας 10).

Πίνακας 10. Τα topics των tweets της περιόδου 22 Μαΐου – 5 Ιουνίου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5	Θέμα 6
διακοπές	διακοπές	διακοπές	τουρισμός	διακοπές	μέτρα
τουρισμός	λένε	ελλάδα	διακοπές	πάει	στήριξης
ελλάδα	μπορείς	τουρισμός	πάμε	φέτος	διακοπες
πήγε	μύκονο	τουρίστες	κάνει	πάνε	τουρισμος
κάνουν	συριζα	υπάρχουν	πάω	καλοκαιρινές	απο
τουρισμό	θες	λέει	τουρισμού	κρήτη	επιχειρήσεων
σταματήσει	εκατομμύρια	κορονο	ελλάδα	καλοκαίρι	ειναι
παιδιά	κάνουν	ιουνίου	κυβέρνηση	ζωή	κυβέρνηση
καλημέρα	καμιά	σήμερα	σχέδιο	κάνει	περιμένουμε
νησιά	τρέχει	τουρισμος	καραντίνα	ελλάδα	εργαζόμενοι

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Τις πρώτες θετικές προβλέψεις από τα μέσα ενημέρωσης για την εφαρμογή των μέτρων επανεκκίνησης του τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, tweets των μέσων ενημέρωσης δημοσιεύουν νεότερα για:

- τον τουρισμό και τις χώρες στις οποίες η Ελλάδα δείχνει λευκή ή κόκκινη κάρτα
- τις δηλώσεις της αεροπορικής εταιρείας Ryanair για την μεγάλη άνοδο των κρατήσεων Βρετανών και Ιρλανδών για διακοπές στην Ελλάδα

Ταυτόχρονα, η λέξη «νησιά» δίπλα στον «τουρισμό» και τις «διακοπές», τοποθετείται σε αναφορές των μέσων ενημέρωσης με tweets που δίνουν πληροφορίες για:

- τα πέντε ελληνικά νησιά που προτείνει το γερμανικό περιοδικό «Focus»³⁴ στους Γερμανούς για διακοπές στην Ελλάδα
- τις 3 ζώνες επικινδυνότητας των ελληνικών νησιών χαμηλής, μεσαίας και υψηλής επικινδυνότητας
- την ανακοίνωση της Lufthansa ότι προσγειώνεται ξανά σε ελληνικά νησιά

Θέμα 2: Την προώθηση της Ελλάδας ως ιδανικού προορισμού για διακοπές και με τα μέσα ενημέρωσης να δίνουν ένα κλίμα αισιοδοξίας, αναφέροντας πως οι χρήστες λένε «ναι» στις διακοπές. Υπάρχουν όμως tweets χρηστών, που εκφράζουν αντιδράσεις:

³⁴ <https://www.focus.de/>

- ανησυχίας από τους φορείς του τουρισμού
- αποδοκιμασίας και απογοήτευση από τους χρήστες, ζητώντας να τους πει η κυβέρνηση ξεκάθαρα για το πώς θα πάει ο τουρισμός.

Ανάμεσα στα top words, η λέξη «συριζα» συμπεριλαμβάνεται σε tweets των μέσων ενημέρωσης σχετικά με τις προτάσεις του κόμματος της αντιπολίτευσης για την υγειονομικά ασφαλή επανεκκίνηση του τουρισμού. Οι χρήστες κρίνουν αρνητικά τη θέση του κόμματος και την αποδοκιμάζουν με ειρωνικά σχόλια αναφέροντας ότι:

- η κριτική τους ουσιαστικά «ταυτίζεται» με τις προσδοκίες τους για αύξηση της ανεργίας, μείωση των μισθών, αποτυχία του τουρισμού και εξάπλωση της πανδημίας, με απώτερο στόχο την κατάληψη της εξουσίας

Θέμα 3: Τις θετικές αναφορές από τα ξένα μέσα ενημέρωσης για την επιτυχία της Ελλάδας και τις αρνητικές αξιολογήσεις των χρηστών για το άνοιγμα του τουρισμού. Tweets των ελληνικών μέσων ενημέρωσης αναμεταδίδουν αναφορές από τα ξένα δημοσιογραφικά μέσα που υμνούν την Ελλάδα για την διαχείριση της υγειονομικής κρίσης προτείνοντας φέτος διακοπές μόνο σε αυτή. Σε συνδυασμό με τη λέξη «τουρίστες» και «ιουνίου» γίνεται ενημέρωση με tweets των μέσων σχετικά με τη λίστα με τις 29 χώρες από τις οποίες η Ελλάδα θα δέχεται τουρίστες από 15 Ιουνίου, με αξιολογήσεις των χρηστών σε σχέση με το άνοιγμα του τουρισμού να εκφράζουν:

- ανησυχία και απαισιοδοξία για τις αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να έχει τον Οκτώβριο
- εκνευρισμό για το άνοιγμα του τουρισμού σε χώρες του εξωτερικού σε συνάρτηση με τα προγράμματα στήριξης εσωτερικού τουρισμού, τα οποία δηλώνουν ως ανεπαρκή εννοώντας ότι δεν μπορούν να πάνε πουθενά έτσι κι αλλιώς

Θέμα 4: Πληροφορίες για τα μέτρα επανεκκίνησης του τουρισμού από τα μέσα ενημέρωσης και η αρνητική στάση των χρηστών, λόγω του φόβου εξάπλωσης του ιού. Ειδικότερα, η λέξη «τουρισμός» έχει να κάνει με tweets από τα μέσα ενημέρωσης με αναφορές για:

- το γεγονός ότι ο τουρισμός αποτελεί τεράστιο στοίχημα για την επανεκκίνηση της ελληνικής οικονομίας εκφράζοντας μεν ότι η πανδημία είναι υπό έλεγχο

αλλά ταυτόχρονα ότι ο φόβος για έξαρση των κρουσμάτων δεν παύει να υπάρχει

- το άνοιγμα του τουρισμού με δειγματοληπτικά τεστ και προσοχή όπως αναφέρει ο Υπουργός Τουρισμού Χάρης Θεοχάρης
- την τρίμηνη παράταση που δόθηκε στο πρόγραμμα του Κοινωνικού Τουρισμού και η έναρξη των αιτήσεων για τους δικαιούχους
- την προγραμματισμένη παρουσίαση της κυβέρνησης Μητσοτάκη για το «σχέδιο τουρισμός» και την καμπάνια για την τουριστική προβολή της Ελλάδας με επικεφαλής δημιουργικού τον Στηβ Βρανάκη³⁵

Θέμα 5: Τις λίγες πιθανότητες που δηλώνουν ότι έχουν οι χρήστες για να πάνε διακοπές το καλοκαίρι του 2020 εκφράζοντας:

- απαισιοδοξία, αναφέροντας ότι για διακοπές δεν υπάρχουν ούτε χρήματα ούτε διάθεση, ελπίζοντας όμως ότι ο τουρισμός θα έχει δουλειά
- απογοήτευση προς την κυβέρνηση αναφέροντας ότι ασκεί πολιτική για το καλό λίγων κάνοντας παράλληλα διακοπές
- απογοήτευση προς την κυβέρνηση και υπεράσπιση προς την αντιπολίτευση αναφέροντας ότι ο Αλέξης Τσίπρας «λείπει» από την ενεργή πολιτική σκηνή καθώς ανήκει στη τάξη των μάχιμων πολιτικών για τα δύσκολα και μάχεται για το καλό όλων

Θέμα 6: Την ενημέρωση από τα μέσα ενημέρωσης για τα νέα μέτρα στήριξης της οικονομίας και των εργαζομένων και τις πρώτες αντιδράσεις από επαγγελματικά σωματεία και απλούς χρήστες. Σε σχέση με τα μέτρα στήριξης, tweets των μέσων μαζικής ενημέρωσης κάνουν αναφορές για:

- την κατάθεση της τροπολογίας του υπουργείου Οικονομικών στη Βουλή με τα μέτρα του νέου πακέτου στήριξης της οικονομίας
- το τηλεοπτικό διάγγελμα του Προέδρου της Δημοκρατίας για τα νέα μέτρα στήριξης των εργαζομένων και της οικονομίας

³⁵ <https://www.lovegreece.com/steve-vranakis/>

- τη δήλωση του βουλευτή του ΣΥΡΙΖΑ, Αλέξη Χαρίτση ότι η κυβέρνηση δεν έχει καμία δικαιολογία να μην προχωρήσει προκαταβολικά σε ουσιαστικά μέτρα στήριξης
- τις πρώτες αντιδράσεις της Ομοσπονδίας Εργοδοτών & Βιομηχάνων (Ο.Ε.Β.) για τα μέτρα στήριξης και την συγκέντρωσή της στην πλατεία Κάνιγγος με πορεία προς το Υπουργείο Οικονομικών
- τις δηλώσεις του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών (Ε.Ε.Α.) για την ένταξη των εμπορικών επιχειρήσεων τουριστικού ενδιαφέροντος στα μέτρα στήριξης

Πίνακας 11. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Το γεγονός ότι δεν γίναμε Ιταλία ή Αγγλία το οφείλουμε σε μια σειρά από παράγοντες όπως πιο γρήγορο lockdown, λιγότεροι μαζικοί χώροι δουλειάς, λιγότερες πτήσεις και όχι τόσο εκτεταμένος χειμερινός τουρισμός. Αυτό δεν σημαίνει ότι έχουμε αποφύγει τον κίνδυνο ή ότι τα χειρότερα</i>	ανησυχία
<i>Διακοπές στην Ελλάδα: Αυτά είναι τα πέντε ελληνικά νησιά που προτείνει το Focus στους Γερμανούς</i>	υποστήριξη
<i>Δε γίνεται να ζεις στην #Ελλάδα και να μην αγαπάς αυτό το μπλε! Αυτό που μας γεμίζει αλμυρά όνειρα για διακοπές! Δε χρειάζεται να ψάξετε πολύ για τους ιδανικούς καλοκαιρινούς προορισμούς. Τους έχουμε ψάξει εμείς για εσάς, με πολύ ενθουσιασμό! Μείνετε συντονισμένοι στο #VStories!</i>	επιδοκιμασία
<i>Να που η ΝΔ υιοθετεί την ανοσία της αγέλης για να δουλέψει ο τουρισμός</i>	ειρωνεία
<i>Βουτιά 70% αντιμετωπίζει ο τουρισμός το 2020 - Κινδυνεύουν 110 εκατ. θέσεις εργασίας</i>	ανησυχία
<i>Που θα πας διακοπές ρωτάει.Δε θέλω να πάω διακοπές.Θέλω να πάω κάπου ήσυχα και να μην ξαναγυρίσω</i>	απελπισία
<i>Μου έστειλε το booking προσφορές για καλοκαιρινές διακοπές. Χαχαχαχαχαχα Χαχαχαχαχαχα</i>	ειρωνεία
<i>Ντροπή και αίσχος! Αυστραλιανό ταξιδιωτικό πρακτορείο διαφήμιζε διακοπές στην «Οθωμανική Κρήτη»</i>	εκνευρισμός
2ο Σενάριο	

Πιο συγκεκριμένα, οι χρήστες αντιμετωπίζουν τα κύρια ζητήματα της περιόδου ως εξής:

Διάγγελμα, Μέτρα Στήριξης και Άνοιγμα των Συνόρων: Φόβος και Αποδοκιμασία

Οι πρώτες ανακοινώσεις για τα καθαυτά μέτρα και το άνοιγμα των συνόρων χωρίς δειγματοληπτικά τεστ, προκάλεσε αρνητικές αντιδράσεις στους χρήστες, αξιολογώντας με αμφιβολία την έλευση τουριστών από το εξωτερικό, λόγω του φόβου για ταχεία εξάπλωση του ιού. Θεωρούν παράλογο το μέτρο αυτό, εκφράζοντας επίσης την ανησυχία τους για το τέλος της θερινής σεζόν με προβλέψεις για αύξηση των κρουσμάτων. Υποστηρίζουν, ότι η εφαρμογή του μέτρου δε θα θέσει στην πραγματικότητα υπό έλεγχο τις διακοπές των τουριστών στη χώρα, αναφέροντας ότι το συγκεκριμένο σχέδιο αποτελεί επιτόλαιη προσέγγιση όχι σε βάρος του τουρισμού αλλά σε βάρος της δημόσιας υγείας. Σε αυτό το πλαίσιο νιώθουν ότι η κυβέρνηση λέει ψέματα, ότι ο λαός αποτελεί στην πραγματικότητα πειραματόζωο και ότι θα ήθελαν να ακούσουν από τους πολιτικούς, ότι η οικονομία δεν πάει καλά για αυτό και επιβάλλεται να ανοίξουν τα σύνορα εφαρμόζοντας την ανοσία της αγέλης.

Οι χρήστες αποδοκιμάζουν με ειρωνικούς χαρακτηρισμούς, τον Πρωθυπουργό, τον Υπουργό Τουρισμού και την κυβέρνηση, ως ένδειξη υποτίμησης και αντιπάθειας προς το σχέδιο που ανακοινώνουν και πιθανόν ως προς τα ίδια τα πολιτικά πρόσωπα. Εκφράζουν την αδυναμία της κυβέρνησης να ηγηθεί, ενώ οι χρήστες αντιπαράτιθενται μεταξύ τους κατηγορώντας τους οπαδούς της κυβέρνησης ότι δεν ήξεραν τι ψήφιζαν. Υπάρχει όμως και μια μερίδα χρηστών που αξιολογεί θετικά το άνοιγμα του τουρισμού και την υποδοχή των τουριστών. Υποστηρίζουν ότι η Ελλάδα είναι ασφαλής προορισμός αναφέροντας ότι κάποιοι δεν καταλαβαίνουν γιατί ο κόσμος μπήκε σε καραντίνα, γιατί βγήκε και γιατί επιβάλλεται να επανεκκινηθεί η οικονομία κι ο τουρισμός.

Διακοπές Ελλήνων: Σε αχαρτογράφητα νερά

Το μέτρο του ανοίγματος των συνόρων προκαλεί ακόμα και εκφράσεις εκνευρισμού από την πλευρά των χρηστών, καθώς η κυβέρνηση όπως αναφέρουν ευνοεί τον εξωτερικό τουρισμό σε σχέση με τον εσωτερικό, ενώ έντονη είναι η αναφορά ότι χρειάζονται περισσότερη στήριξη σε ζητήματα εργασίας και απασχόλησης και όχι για να πάνε διακοπές. Η έκφραση αδυναμίας των χρηστών να φύγουν για διακοπές, δηλώνεται επικριτικά σε σχέση με την απόφαση της κυβέρνησης να ενισχύσει τον

εσωτερικό τουρισμό με προγράμματα επιδότησης για τους Έλληνες. Οι χρήστες όχι μόνο χαρακτηρίζουν τα προγράμματα ανεπαρκή και ότι είναι για τα μάτια του κόσμου, αλλά και ότι δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να ζήσουν με τα βασικά, όχι για να πάνε διακοπές. Σε συζητήσεις τους, άλλοτε διερωτώνται αν θα κάνουν διακοπές, άλλοτε δηλώνουν ρητά ότι δεν πρόκειται να κάνουν διακοπές, ενώ άλλοι εκφράζουν την απελπισία τους λέγοντας ότι δε θέλουν να πάνε διακοπές, αλλά να ξεφύγουν τελείως από αυτή την πραγματικότητα και να μην ξαναγυρίσουν.

Σε σύγκριση με την έλευση των τουριστών, συνεχής και τακτική είναι η αναφορά από τους χρήστες ότι δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να φύγουν για διακοπές. Μάλιστα η έκφραση καχυποψίας είναι διακριτή, καθώς οι χρήστες σχολιάζουν ότι η απόφαση του ανοίγματος του Τουρισμού, γίνεται προς όφελος της κυβέρνησης και του Πρωθυπουργού για να κάνουν διακοπές με χρήματα του λαού. Μάλιστα αναφέρουν ότι ασκούν πολιτική για το καλό λίγων, ενώ τρέχουν για να προλάβουν προθεσμίες και να προβάλουν τη χώρα ως ασφαλή προορισμό.

Η επιτυχία της Ελλάδας: Ελπίδες και Φόβοι

1.ΜΜΕ

Τα μέσα ενημέρωσης που αναδημοσιεύουν τα νέα της επικαιρότητας, διατηρούν ουδέτερη στάση ως προς τις πληροφορίες για τα νέα μέτρα στήριξης, αλλά θετική στάση σε σχέση με την επιστροφή της Ελλάδας σε κανονικούς ρυθμούς με επίκεντρο τον τουρισμό. Ως προς τις προβλέψεις για το άνοιγμα των συνόρων, διαμορφώνουν επίσης θετική πολικότητα, δημοσιεύοντας αναφορές από ξένα μέσα ενημέρωσης για την επιτυχία της Ελλάδας έναντι της εξάπλωσης του Κορωνοϊού, καθώς και αναφορές από γνωστές αεροπορικές εταιρείες για τις αυξημένες κρατήσεις που έχουν με προορισμό την Ελλάδα. Μέσα ενημέρωσης και τουριστικοί φορείς προωθούν την Ελλάδα ως τον ιδανικό προορισμό για καλοκαιρινές διακοπές, μεταδίδοντας ένα κλίμα αισιοδοξίας για το άνοιγμα του τουρισμού.

2.Τουριστικοί Φορείς

Υπάρχουν όμως και προβλέψεις τουριστικών φορέων και οργανισμών που εκφράζουν ανησυχία για το κατά πόσο ο τουρισμός θα επιβιώσει και θα ανταποκριθεί στην κρίση της πανδημίας, κάνοντας αναφορές για χαμηλές επιδόσεις για τους επομένους μήνες βάσει των στοιχείων του Α' Τριμήνου 2020. Η θέση της Κυβέρνησης και των Υπουργείων μένει σταθερή, αναφέροντας ότι η κυβέρνηση δεν κάνει εκπτώσεις, ούτε

στην ασφάλεια των πολιτών και των επισκεπτών ούτε στο άνοιγμα της οικονομίας. Συμπληρώνουν δε, ότι ο ελληνικός τουρισμός με σχέδιο και πολλή δουλειά θα ξεπεράσει και αυτή την πρωτόγνωρη και εξωγενή κρίση.

3. Χρήστες

Σε σχέση με την επιτυχία της Ελλάδας την οποία αναγνωρίζουν συνεχώς τα ξένα μέσα ενημέρωσης, οι χρήστες είναι ιδιαίτερα επιφυλακτικοί καθώς τονίζουν ότι αυτό δε σημαίνει ότι έχουν αποφύγει τα χειρότερα. Επίσης εκφράζουν την απογοήτευσή τους, αναφέροντας ότι ούτε μέχρι τις 15 Ιουνίου δε θα καταφέρει να φτάσει το σχέδιο, αφού η αύξηση των κρουσμάτων απειλεί το μέλλον του τουρισμού. Δηλώνουν επίσης τον εκνευρισμό τους με τα μέσα ενημέρωσης που αναμεταδίδουν συνεχώς την επιτυχία της χώρας, για να πείσουν τον κόσμο ότι το φετινό καλοκαίρι πρέπει να κάνει διακοπές στην Ελλάδα.

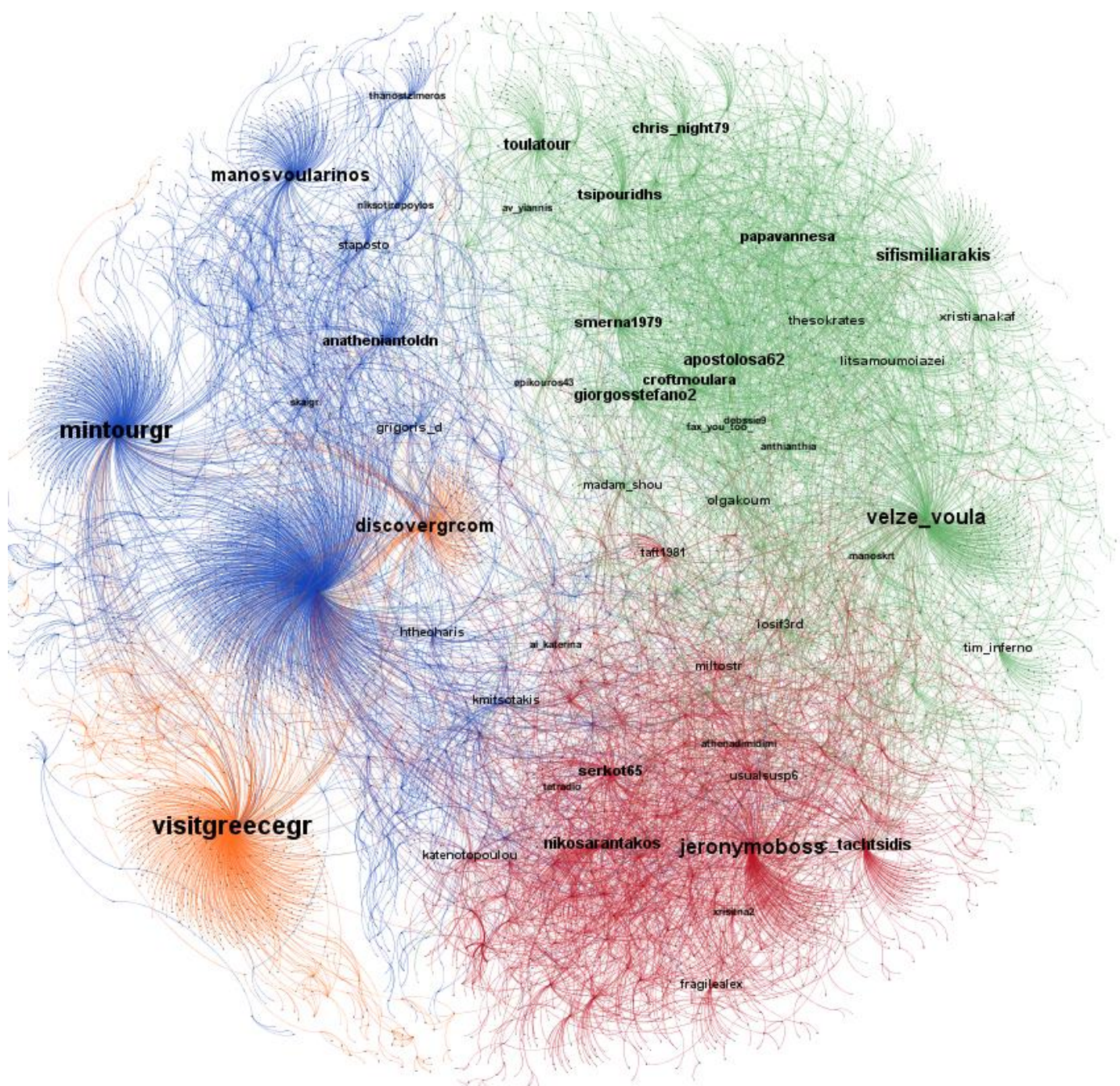
4. Αντιπολίτευση

Η αξιωματική αντιπολίτευση, βρίσκεται επίσης στην αντίθετη πλευρά, η οποία κάνει αναφορά για ελλιπή μέτρα στήριξης των επιχειρήσεων που δυσκολεύουν την επανεκκίνηση της αγοράς, δηλώνοντας τη στήριξή της δίπλα στους εργαζομένους και την οικονομία. Οι χρήστες κατακρίνουν όχι μόνο την κυβέρνηση αλλά και την αντιπολίτευση για τις προτάσεις της για την υγειονομικά ασφαλή επανεκκίνηση του τουρισμού την οποία ειρωνεύονται και υποτιμούν, αναφέροντας ότι ουσιαστικά «ταυτίζεται» με τις προσδοκίες της για αύξηση της ανεργίας, μείωση των μισθών, αποτυχία του τουρισμού και εξάπλωση της πανδημίας, με απώτερο στόχο την κατάληψη της εξουσίας. Υπάρχουν όμως και υποστηρικτές της αντιπολίτευσης που δηλώνουν απογοήτευση προς την κυβέρνηση, αναφέροντας ότι ο Αλέξης Τσίπρας «λείπει» από την ενεργή πολιτική σκηνή καθώς ανήκει στη τάξη των μάχιμων πολιτικών για τα δύσκολα και μάχεται για το καλό όλων.

5.3. 2-19 Ιουνίου

Στο διάστημα 2-19 Ιουνίου, και ειδικότερα για τις περιόδους 2 – 10 και 11 – 19 Ιουνίου (**Εικόνα 5, Εικόνα 6**) στο κοινωνικό δίκτυο των αναφορών (mentions) διακρίνονται 4 ομάδες χρηστών κάθε μία από τις οποίες συμπεριλαμβάνουν χρήστες με λιγότερο από 10%, των συνολικών χρηστών του δικτύου για τις δύο περιόδους. Αυτό συμβαίνει, καθώς ανάμεσα στα tweets που συγκεντρώθηκαν ένας τεράστιος αριθμός από αυτά

Εικόνα 5. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 2 - 10 Ιουνίου 2020



προερχόταν από χρήστες του εξωτερικού των οποίων το περιεχόμενο ταίριαζε με το query συλλογής δεδομένων, δεν αντιστοιχούσε όμως στο θέμα και τους στόχους της έρευνας. Στα παρακάτω δίκτυα, έγινε αποκλεισμός των χρηστών και των δικτύων που δεν ταίριαζαν με το θέμα και τους στόχους της έρευνας, έτσι ώστε να διευκολυνθεί η οπτικοποίηση και ανάλυση των πιο σημαντικών δικτύων χρηστών.

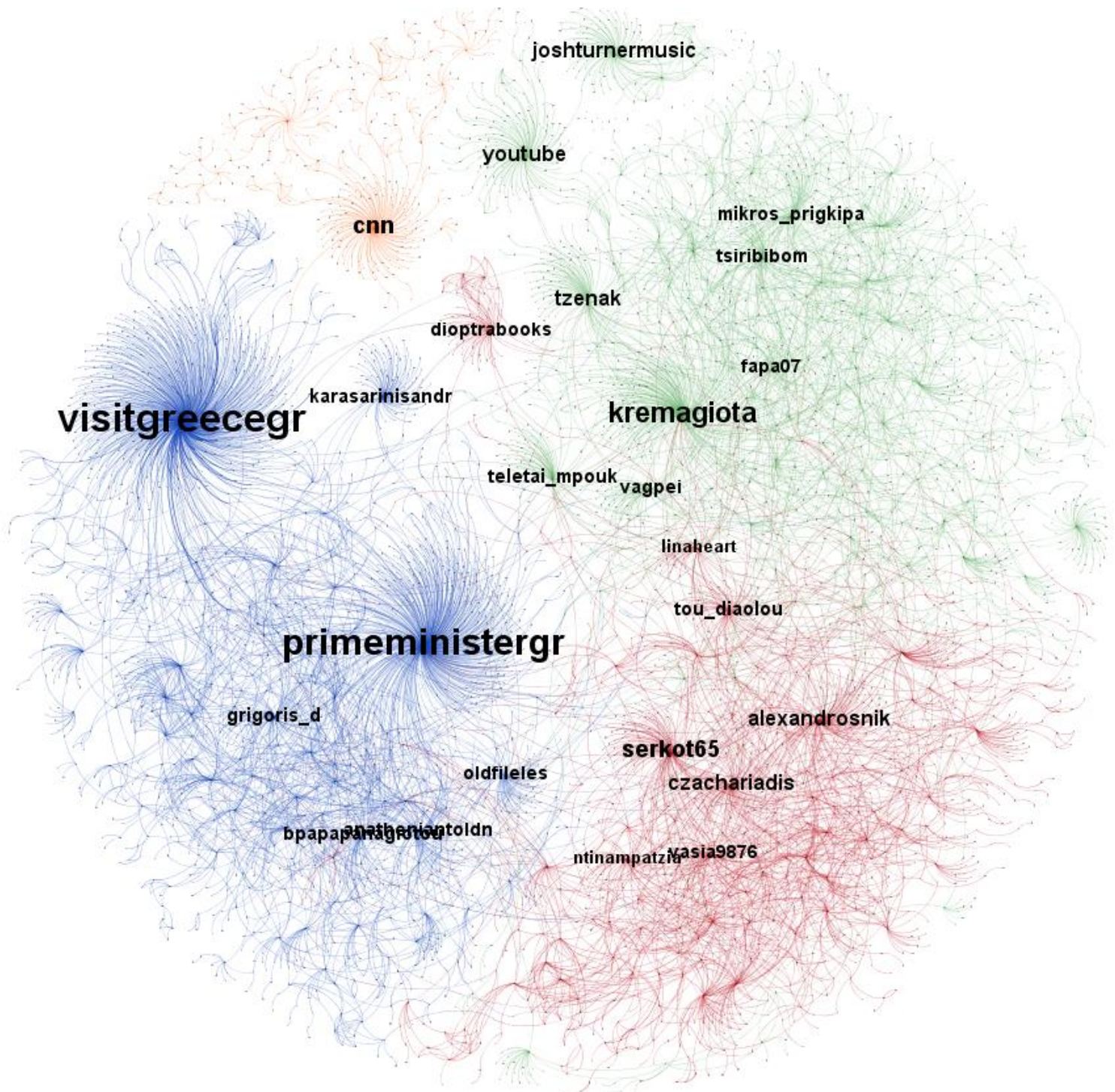
Για το διάστημα αυτό, οι χρήστες που ξεχωρίζουν από τις δύο κυρίαρχες πολιτικές παρατάξεις της ΝΔ και του ΣΥΡΙΖΑ να αναφέρονται περισσότερο, είναι ο Πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης (*primeministergr*) (με μπλε χρώμα) και ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ Κώστας Ζαχαριάδης (*czachariadis*) (με κόκκινο χρώμα). Κυριαρχούν επίσης και οι χρήστες *visitgreecegr* και *discovergrcom* που πιθανόν εκπροσωπούν την τουριστική - ταξιδιωτική προβολή της Ελλάδας εν μέσω πανδημίας, ανήκουν στο ίδιο modularity με πορτοκαλί χρώμα. Ανάμεσα στο σύνολο των χρηστών οι κορυφαίοι πιο δημοφιλείς για την περίοδο του Ιουνίου είναι οι *primeministergr* και *visitgreecegr*, ενώ ανάμεσα στους κορυφαίους πιο κοινωνικούς χρήστες βρίσκονται προφίλ από το χώρο της αντιπολίτευσης (ΣΥΡΙΖΑ), με τους *ntrachiotis* και *axristodoulidou*, ενώ από απλούς χρήστες ακολουθεί η *effielaskar*.

Για την περίοδο αυτή, οι χρήστες που αναφέρονται περισσότερο είναι ο Πρωθυπουργός της χώρας Κυριάκος Μητσοτάκης (*primeministergr*) και ο λογαριασμός τουριστικής προβολής και προώθησης της χώρας στα διεθνή μέσα της ιστοσελίδας VisitGreeceGR (*visitgreecegr*) (με μπλε χρώμα). Οι αναφορές στον πρωθυπουργό (*primeministergr*), συμπεριλαμβάνονται σε περιεχόμενο χρηστών, που αποδοκιμάζουν την κυβερνητική καμπάνια «The Greek Summer State of Mind». Στην περίπτωση αυτή χρήστες με tweets στην αγγλική γλώσσα σατιρίζουν το σποτ, το χρηματικό ποσό που δαπανήθηκε για να υλοποιηθεί η ενέργεια, ενώ μιλούν για την «ψευδαίσθηση» της ιδέας να φύγουν για διακοπές καθώς δεν γίνεται καμία επένδυση στον εσωτερικό τουρισμό. Αναφορές όμως γίνονται και από κυβερνητικούς φορείς και μέσα ενημέρωσης χρησιμοποιώντας ουδέτερο ύφος στο περιεχόμενό τους για να πληροφορήσουν τη νέα τουριστική καμπάνια. Οι αναφορές στον χρήστη *visitgreecegr* γίνονται από λογαριασμούς τουριστικών φορέων, κυβερνητικών φορέων αλλά και απλών χρηστών που προωθούν μέρη της χώρας για προβολή και επίσκεψη.

Την ίδια περίοδο οι χρήστες *axristodoulidou* και *ntrachiotis* εμφανίζονται ως οι πιο κοινωνικοί χρήστες μαζί με την *effielaskar* (με κόκκινο χρώμα), οι οποίοι δημοσιεύουν περιεχόμενο με το οποίο υποστηρίζουν ανοιχτά την αντιπολίτευση και καταδικάζουν την κυβερνητική καμπάνια για το ποσό που δαπανήθηκε, τη λογοκλοπή του slogan όπως και τη Συνέντευξη Τύπου που έδωσε ο Πρωθυπουργός στη Σαντορίνη. Μάλιστα κάνουν δημοσιογραφικές αναφορές για αύξηση των κρουσμάτων ενώ μιλούν για το «τριήμερο χλιδής», που περνά η κυβέρνηση με αφορμή τη Συνέντευξη Τύπου

στη Σαντορίνη, ένα τριήμερο για το οποίο κατηγορούσαν το 2016, την κυβέρνηση του ΣΥΡΙΖΑ.

Εικόνα 6. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 11 - 19 Ιουνίου 2020



Στο ίδιο class ως κορυφαίοι χρήστες εμφανίζονται πολιτικά πρόσωπα του ΣΥΡΙΖΑ και πιο συγκεκριμένα, ο Βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ Κώστας Ζαχαριάδης (czachariadis), ο οποίος έκανε έντονη αναφορά στη Βουλή για το «Τριήμερο της Χλιδής» της Κυβέρνησης στη Σαντορίνη, αναφορά που πήρε ιδιαίτερη έκταση στο Twitter, όπως και ο Αλέξανδρος Νικολαΐδης (alexandrosnik) εκπρόσωπος Τύπου του ΣΥΡΙΖΑ.

Για την περίοδο 2 – 10 Ιουνίου, συγκεντρώσαμε συνολικά 13018 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 6 θέματα, τα οποία εστιάζουν στην κρατική καμπάνια τουριστικής προβολής της Ελλάδας «The Greek Summer State of Mind» και τα μέτρα στήριξης του τουρισμού, της οικονομίας και της εργασίας (Πίνακας 12).

Πίνακας 12. Τα topics των tweets της περιόδου 2 - 10 Ιουνίου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5	Θέμα 6
διακοπές	τουρισμό	διακοπές	τουρισμός	διακοπές	τουρισμός
μέρες	θέλουν	υπάρχουν	κρούσματα	ελλάδα	διακοπές
θέλω	τετράημερο	τουρίστες	ελλάδα	νησί	μέτρα
καραντίνα	εσωτερικό	κάνουν	τουρισμού	καλοκαίρι	κοινωνικός
τουρισμός	δίνει	διακοπες	συριζα	καλοκαιρινές	πάμε
φέτος	τριήμερο	ξεφτιλες	σταματήσει	έρθουν	στήριξη
κορονο	ολμε	σπίτι	σχέδιο	ειναι	σήμερα
κάνουν	ευκαιρία	ψάχνουν	πρόγραμμα	διακοπες	παιδιά
λεφτά	μπράβο	πάει	μονο	νέα	πάει
απο	απεργία	καλημέρα	καμπάνια	ανάγκη	κυβέρνηση

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Τις διακοπές στην Ελλάδα και την καμπάνια προβολής επανεκκίνησης του ελληνικού τουρισμού «The Greek Summer State of Mind». Με αφορμή την επαναπροώθηση της τουριστικής επανεκκίνησης της χώρας, αναφέρονται οι απόψεις των χρηστών τόσο σε σχέση με το concept και το slogan της καμπάνιας όσο και με τις πιθανότητες των Ελλήνων να κάνουν ή όχι διακοπές φέτος στη χώρα. Ειδικότερα η λέξη «διακοπές» σε συνάρτηση με τη λέξη «μέρες» και το ρήμα «θέλω» σχετίζεται με δηλώσεις των χρηστών που αφορούν:

- την επιθυμία, ή απροθυμία των Ελλήνων χρηστών να πάνε διακοπές
- την αξιολόγησή τους ως προς την καμπάνια προώθησης της Ελλάδας και το χρηματικό ποσό που δαπανήθηκε για την υλοποίηση της ενέργειας
- τη θετική ή αρνητική τους δήλωση σε σχέση με την υποδοχή των τουριστών

- την έκφραση επιθυμίας των χρηστών η κυβέρνηση να επενδύσει περισσότερο στον εσωτερικό τουρισμό και τα vouchers
- το οικονομικό status στο οποίο βρίσκονται οι χρήστες, εκφράζοντας από τη μία τη δυσκολία που υπάρχει για να πάνε διακοπές, κι από την άλλη ότι είναι ευκαιρία με τα προγράμματα επιδότησης να πάνε τζάμπα διακοπές

Θέμα 2: Την απεργία των εκπαιδευτικών εν μέσω πανδημίας, η ευκαιρία να ενισχύσουν τον εσωτερικό τουρισμό σύμφωνα με τους χρήστες και η έντονη κριτική για την καμπάνια προβολής «The Greek Summer State of Mind». τα tweets της περιόδου εστιάζουν σε δύο θεματικές που σχετίζονται με:

- την καμπάνια επανεκκίνησης του ελληνικού τουρισμού «The Greek Summer State of Mind»
- την απεργία των εκπαιδευτικών της Ομοσπονδίας Λειτουργών Μέσης Εκπαίδευσης (Ο.Λ.Μ.Ε.) λόγω των μέτρων που λαμβάνει η κυβέρνηση εν μέσω πανδημίας

Συνδυαστικά με τις λέξεις «τετραήμερο», «εσωτερικό», «ολμε», «ευκαιρία», και «απεργία» εκφράζεται έντονη αποδοκιμασία και ειρωνεία για την απεργία των εκπαιδευτικών της ΟΛΜΕ, καθώς ως «δημόσιοι υπάλληλοι» είναι ευκαιρία όπως αναφέρουν να μετατρέψουν το τριήμερο σε τετραήμερο και έτσι να ενισχύσουν περαιτέρω τον εσωτερικό τουρισμό.

Θέμα 3: Την καμπάνια προβολής σε συνάρτηση με τις διακοπές των Ελλήνων. η λέξη «διακοπές» πλαισιώνει για άλλη μία φορά τις κυρίαρχες θεματικές που έχουν να κάνουν με:

- Το σποτ της καμπάνιας «The Greek Summer State of Mind»
- Τις διακοπές «εξ' αποστάσεως», σύμφωνα με τα tweets των χρηστών

Οι χρήστες αναφέρουν, ότι υπάρχουν τουρίστες που ψάχνουν ειδυλλιακά μέρη για διακοπές αλλά υπάρχουν και οι μέσοι τουρίστες, που ψάχνουν μέρη που δεν υπάρχουν τουρίστες. Στην περίπτωση αυτή λόγω της πανδημίας η συγκεκριμένη δήλωση εκφράζεται ως μια κατάσταση ανάγκης των πολιτών να πάνε διακοπές διατηρώντας όμως τα απαραίτητα μέτρα ασφαλείας και αποστασιοποίησης για να μην θέσουν τον εαυτό τους σε κίνδυνο. Η πλειοψηφία όμως των tweets σε σχέση με την πιθανότητα ή

όχι των χρηστών να κάνουν διακοπές εκφράζεται και σε συνάρτηση με την προβολή της καμπάνιας.

Θέμα 4: Την αύξηση των κρουσμάτων εν μέσω τουριστικής επανεκκίνησης στη χώρα και το σχέδιο του ΣΥΡΙΖΑ έναντι του σχεδίου της κυβέρνησης. οι αναφορές των μέσων ενημέρωσης είναι αυτές που κυριαρχούν με τις λέξεις «τουρισμός» και «κρούσματα» να πλαισιώνουν τη θεματική για το μέλλον του τουρισμού εν μέσω καλοκαιριού, λόγω της αύξησης των κρουσμάτων και τα ανησυχητικά μηνύματα για το μέλλον του τουρισμού από τους επιδημιολόγους με σενάρια σε σχέση με:

- τις δηλώσεις του Νίκου Σύψα ότι η κατάσταση είναι επικίνδυνη και ότι ίσως χρειαστεί να κλείσει ακόμα και ο τουρισμός
- τις δηλώσεις του Χαράλαμπου Γώγου για αναμενόμενη αύξηση των κρουσμάτων αλλά και την προσπάθεια αποφυγής κλεισίματος του τουρισμού

Ταυτόχρονα όμως, οι αναφορές μπροστά στην αύξηση των κρουσμάτων από τα μέσα ενημέρωσης και τις δηλώσεις των επιδημιολόγων, λαμβάνουν μια αντικρουόμενη βάση μέσα από tweets της κυβέρνησης και κάποιων μέσων ενημέρωσης που εκφράζουν θετικές δηλώσεις με:

- τις αναφορές του Κυριάκου Μητσοτάκη για το άνοιγμα τουρισμού σε περισσότερες από τις προβλεπόμενες χώρες
- τις αναφορές για την Ελλάδα και την Κύπρο ως βασικούς προορισμούς για τους τουρίστες
- τις αναφορές για την έναρξη του σχεδίου «Restart Tourism» και τα αποκαλυπτήρια της καμπάνιας προβολής
- τις πληροφορίες για τα προγράμματα επιδότησης εσωτερικού τουρισμού με τον «Τουρισμό για όλους» και τον «Κοινωνικό Τουρισμό»

Τέλος, οι αναφορές με τις λέξεις «συριζα» και «σταματήσει», προβάλλουν τη θέση της αντιπολίτευσης η οποία σύμφωνα με τα tweets των χρηστών αφορά στην αντιπρόταση του ΣΥΡΙΖΑ στο σχέδιο της ΝΔ μέσα από το πρόγραμμα «Μένουμε Όρθιοι» που αποσκοπεί στην επιβίωση των επιχειρήσεων και την στήριξη των εργαζομένων.

Θέμα 5: Την καμπάνια προβολής σε συνάρτηση με τις διακοπές των Ελλήνων. Οι λέξεις «διακοπές» και «ελλάδα» κυριαρχούν με τα tweets να κάνουν αναφορά για την καμπάνια «The Greek Summer State of Mind» και τις καλοκαιρινές διακοπές στην

Ελλάδα, και την προώθηση της ιδέας ότι ο κόσμος έχει ανάγκη αυτές τις διακοπές περισσότερο παρά ποτέ. Γύρω από αυτή τη θεματική οι χρήστες αξιολογούν δύο καταστάσεις:

- την καθαυτή καμπάνια προβολής
- τις διακοπές των Ελλήνων «εξ' αποστάσεως»

Θέμα 6: Τα μέτρα στήριξης, για τον τουρισμό, την οικονομία και την εργασία με τις κυρίαρχες λέξεις «τουρισμός», «διακοπές», «μέτρα», «κοινωνικός» με τα μέσα ενημέρωσης να δίνουν πληροφορίες για:

- το πρόγραμμα ενίσχυσης εσωτερικού τουρισμού Κοινωνικό Τουρισμό 2020 και τους δικαιούχους
- τον ΟΑΕΔ και τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού, κοινωφελούς εργασίας, και την παράταση στο επίδομα ανεργίας
- την εστίαση των πολιτικών στην απασχόληση και τον τουρισμό
- την επίσημη εκδήλωση «Restart Tourism» με παρουσία και ομιλία του πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη
- τη συνάντηση του Αλέξη Τσίπρα με τον περιφερειάρχη Ν. Αιγαίου σχετικά με τα ζητήματα του τουρισμού και της απασχόλησης
- τις αναφορές για τους κανόνες σώρευσης και τα μέτρα στήριξης στο πλαίσιο του COVID-19

Πίνακας 13. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
€32.000.000 για να οικειοποιηθείτε τη διαφήμιση αντιηλιακών της lancaster! Ε και σας τραβήξει καμιά ωραιότατη μήνυση!!!! #κυβερνηση_τσιρκο #κυβερνηση_Μητσοτακη #Θεοχάρης #τουρισμος	αποδοκιμασία
Βρε Βασούλα τους πληρώνουμε τις διακοπές. Έχουμε λαρτζ πρωθυπουργό.	ειρωνεία
Φετος, συμφωνα με το spot του Υπ.Τουρισμου δεν χρειαζονται λεφτα για διακοπες στην Ελλάδα, αρκει να είναι στην σκέψη σου.... αλλωστε η φαντασια σε παιι παντου.	ειρωνεία
Μετά την εξ αποστάσεως εκπαίδευση, αρχίζουμε τις εξ αποστάσεως καλοκαιρινές διακοπές...	ειρωνεία

<i>Ο τουρισμός βάζει λουκέτο βυθίζοντας την ελληνική οικονομία σε ύφεση. Η πρόταση του ΣΥΡΙΖΑ μέσα από το πρόγραμμα “Μένουμε Όρθιοι” αποτελεί μονόδρομο για την επιβίωση των επιχειρήσεων και για τη στήριξη των εργαζομένων</i>	<i>υποστήριξη</i>
<i>Η λαχτάρα τους να αποθεώσουν τον Μωυσή ως σωτήρα τους οδήγησε στην άρση της καραντίνας χωρίς σχέδιο.</i>	<i>αγανάκτηση</i>
<i>Άμα πάτε διακοπές και κάθε πέντε λεπτά ανεβάζετε στο ινσταγκραμ τι κάνετε, που τρώτε, που κολυμπάτε, πότε χέσατε, πότε ήπιατε φραπέ, τα ηλιοβασιλέματα κ τα μουνχρώματα, τότε ποιο το νόημα να πάτε διακοπές; Μπορείτε να κάνετε ακριβώς τα ίδια στόρι κ από το σπίτι, απλά κ ανεξόδα!</i>	<i>αγανάκτηση</i>
<i>COVID 19 it's a state of mind. Αφιερωμένο σε κάποιους ανεγκέφαλους.</i>	<i>ειρωνεία</i>
3ο Σενάριο	

Για την περίοδο 11 – 19 Ιουνίου συγκεντρώσαμε συνολικά 6.863 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 6 θέματα, τα οποία αφορούν τη Συνέντευξη Τύπου του Πρωθυπουργού στα διεθνή μέσα από την Καλντέρα της Σαντορίνης και το άνοιγμα των συνόρων της χώρας (**Πίνακας 14**).

Πίνακας 14. Τα topics των tweets της περιόδου 11 - 19 Ιουνίου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5	Θέμα 6
διακοπές	πάω	τουρισμός	διακοπές	διακοπές	διακοπες
καλοκαίρι	διακοπές	διακοπές	ελλάδα	σήμερα	μέτρα
πάει	φέτος	τουρισμος	μητσοτάκης	μήνες	στήριξης
κουλης	πας	κοινωνικός	φέτος	γεια	μαζί
καλοκαιρινές	σκέφτομαι	αιτήσεις	σαντορίνη	χώρα	διακοπές
νησιά	είπα	κορωνοιος	δουλειά	τουρισμός	πρόγραμμα
τριήμερο	σινεμά	φέτος	μέρες	χρόνια	δισ
μέρα	είπαν	δευτέρα	λεφτά	συρίζα	καλό
χλιδής	τρελή	ανοίξει	πάτε	ευρώ	οικονομία
κρούσματα	τουε	καραντίνα	πάμε	κυβέρνηση	μεγάλο

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Τη Συνέντευξη Τύπου που έδωσε ο Πρωθυπουργός στην Καλντέρα της Σαντορίνης για το άνοιγμα του Τουρισμού, ανακοινώνοντας επίσημα στα διεθνή μέσα το άνοιγμα του τουρισμού και το καλωσόρισμα όλων των τουριστών από το εξωτερικό. Η συσχέτιση των λέξεων «τριήμερο», «καλοκαίρι», «χλιδή», έχει να κάνει με tweets των χρηστών που αναφέρουν με ειρωνικό τόνο, ότι μπροστά στα έξοδα που δαπανήθηκαν για την εκδήλωση στη Σαντορίνη και την αποστολή πολιτικών και δημοσιογράφων οι οποίοι περνούν ουσιαστικά ένα τριήμερο διακοπών, το καλοκαίρι

του 2016 το οποίο τα μέσα ενημέρωσης αποκαλούσαν «τριήμερο της χλιδής» τώρα αποτελεί απλά «state of mind». Η συγκεκριμένη δήλωση έχει να κάνει με το καλοκαίρι του 2016, όταν ο τότε πρωθυπουργός Αλέξης Τσίπρας που εγκαινίασε την επέκταση του αεροδρομίου της Πάρου, αποδοκιμάστηκε από τα μέσα ενημέρωσης και την αντιπολίτευση της ΝΔ αναφέροντας ότι όλα τα έξοδα ήταν πληρωμένα και ότι εκείνος με την ομάδα του περνούσαν ένα «τριήμερο της χλιδής».

Θέμα 2: Τις διακοπές των Ελλήνων με αφορμή τη Συνέντευξη Τύπου του Πρωθυπουργού. Η λέξη «διακοπές» έχει να κάνει με μια πιο γενική αναφορά με προσωπικές δηλώσεις των χρηστών που προκύπτουν από τη Συνέντευξη Τύπου του πρωθυπουργού στη Σαντορίνη εκφράζοντας:

- αποδοκιμασία για το γεγονός ότι οι εισοδηματίες κάνουν διακοπές και ότι κάνουν πως βρίσκονται στο πλευρό της λαϊκής οικογένειας
- νεύρα, με κάποιους χρήστες να εναντιώνονται ουσιαστικά στον ίδιο τον Έλληνα αναφέροντας τον ως παθητικό και ανεγκέφαλο, αφού πληρώνει ουσιαστικά τις διακοπές που υποτίθεται ότι έχει την ευκαιρία να κάνει

Σε συνέχεια της αρνητικής πολικότητας που εκφράζεται παραπάνω, οι λέξεις «πάω», «διακοπές», «φέτος», «πας» αφορούν tweets των χρηστών που δηλώνουν μια κλίμακα μεταξύ θετικής και αρνητικής διάθεσης να πάνε διακοπές :

- ανυπομονησία να ανοίξουν τα σύνορα για να πάνε διακοπές
- σκέψεις να πάνε μόνοι διακοπές
- απορία με ποιον θα πάνε διακοπές
- την πιθανότητα να μην πάνε διακοπές

Θέμα 3: Τις ανακοινώσεις για τα προγράμματα επιδότησης εσωτερικού τουρισμού και την εφαρμογή των πρώτων μέτρων επανεκκίνησης. οι λέξεις «διακοπές», «τουρισμός» και «αιτήσεις» πλαισιώνουν ως βασική θεματική τα επιδόματα εσωτερικού τουρισμού που παρέχονται από την κυβέρνηση και αφορούν τον «Τουρισμό για Όλους» και τον Κοινωνικό Τουρισμό.

- Ειδικότερα τα tweets που αφορούν τον «Τουρισμό για Όλους» είναι πληροφοριακά δηλαδή προέρχονται από λογαριασμούς των μέσων ενημέρωσης που ενημερώνουν τους απλούς χρήστες, για τη δημοσίευση της πρόσκλησης «Τουρισμό για Όλους», με τους δικαιούχους και τα δικαιολογητικά. Σε αυτό το

πλαίσιο υπάρχουν και χρήστες που εκφράζουν την απώλεια 41.903 θέσεων εργασίας το Μάρτιο του 2020 ερωτώμενοι αν ο «Τουρισμός για Όλους» θα τονώσει όντως την οικονομία της χώρας, δηλώνοντας ουσιαστικά αμφιβολία για τη δυναμική του προγράμματος.

- Για τον Κοινωνικό Τουρισμό τα tweets δίνουν επίσης πληροφορίες για τον τριπλασιασμό του προϋπολογισμού με σκοπό την τόνωση του εσωτερικού τουρισμού, για τις ημερομηνίες που ανοίγουν - κλείνουν οι αιτήσεις καθώς και για την επιδότηση των ακτοπλοϊκών εισιτηρίων.

Θέμα 4: Τη Συνέντευξη Τύπου που έδωσε ο Πρωθυπουργός στην Καλντέρα της Σαντορίνης για το άνοιγμα του Τουρισμού. Ανάμεσα στις κορυφαίες λέξεις, η λέξη «ελλάδα» έχει να κάνει με αναφορές των μέσων ενημέρωσης για το μήνυμα του πρωθυπουργού στη Σαντορίνη στα διεθνή μέσα δηλώνοντας ότι :

- ο τουρισμός επέστρεψε και η χώρα είναι έτοιμη να υποδεχθεί τους τουρίστες
- θέλει να κάνει την Ελλάδα τον πιο ασφαλή προορισμό στην Ευρώπη διαφυλάσσοντας τη φήμη της χώρας ως εμβληματικό τόπου διακοπών

Θέμα 5: Το μήνυμα του πρωθυπουργού από την Σαντορίνη που αφορά το άνοιγμα του τουρισμού και την έναρξη των διακοπών και τις αντιδράσεις των χρηστών. Οι λέξεις «μήνες», «χώρα» , «τουρισμός», «σύριζα» και «ευρώ» έχουν να κάνουν από τη μία με tweets των χρηστών που αποδοκιμάζουν:

- τη συνέντευξη του πρωθυπουργού στην Καλντέρα, αναφέροντας ουσιαστικά ότι ο λαός με 800 ευρώ σε 2μιση μήνες χρειάζεται οικονομική βοήθεια για να πάει διακοπές
- την κυβέρνηση και τα μέσα ενημέρωσης καθώς η εκδήλωση για το άνοιγμα του τουρισμού στη Σαντορίνη δεν έτυχε αρνητικών αναρτήσεων σε σχέση με τις αντιδράσεις που υπήρξαν τον Ιούλιο του 2016 όταν ο Τσίπρας εγκαινίαζε το αεροδρόμιο της Πάρου με τα μέσα ενημέρωσης να γράφουν ότι εκείνος και οι συνεργάτες του πήγαν τζάμπα διακοπές
- ότι το πρόγραμμα «Τουρισμός για Όλους» είναι φτωχό με μόλις 120 ευρώ το άτομο σε σχέση με το πρόγραμμα στήριξης της κυβέρνησης ύψους 14 δις €

Παράλληλα tweets των μέσων ενημερώνουν:

- από τη μία για την επιστροφή του ελληνικού τουρισμού και την υποδοχή των τουριστών από το εξωτερικό
- από την άλλη για την ζημιά που υπέστη ο τουρισμός με απώλεια 10 δισ. ευρώ με τις κύριες απειλές για την οικονομία και τις ενστάσεις για τα μέτρα στήριξης από το Δημοσιονομικό Συμβούλιο

Θέμα 6: Τα μέτρα στήριξης της οικονομίας, της εργασίας και του τουρισμού της με tweets των μέσων ενημέρωσης να αναφέρονται:

- στο μεγάλο πρόγραμμα στήριξης της κυβέρνησης ύψους €14 δις με κύριο στόχο την στήριξη της κυβέρνησης
- τις δηλώσεις της κυβέρνησης ότι τα μέτρα στήριξης μπορεί να υπερβούν τα 24 δις. φέτος
- στα 10 νέα μέτρα στήριξης επιχειρήσεων και μισθωτών στο ασφαλιστικό και το εργασιακό
- στη σύγχυση και τις αντιδράσεις του λιανεμπορίου για τα νέα μέτρα στήριξης
- στις δηλώσεις των πολιτικών που ελπίζουν ότι τα μέτρα στήριξης της οικονομίας θα είναι ουσιαστικά και θα βοηθήσουν στην ανάκαμψη των επιχειρήσεων θωρακίζοντας ταυτόχρονα την απασχόληση και αποτρέποντας τις απολύσεις των εργαζομένων

Πίνακας 15. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Αν είστε στην Αθήνα πατήστε 1. Αν είστε Θεσσαλονίκη πατήστε 2. Αν είστε διακοπές στα νησιά,πατήστε αχινό</i>	<i>αποδοκιμασία</i>
<i>Ο Κουλης διακοπουλης ειπε στον Τσιπρα οτι δεν θα γινουν εκλογες κ να μην ανησυχει για τις διακοπες του!!! Ποιος;;;;;; Ο Κουλης!!!! Που βγηκε ΠΘ περσι και δεν εχασε ΣΚ μεχρι Οκτωβριο κ ολο τον Αυγουστο! Ε, ενταξει!</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>@PrimeministerGR Ο λαός σου θέλει δουλειές πασά μου για να πάει όχι διακοπές αλλά στο super market (με αγάπη)</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>Βρήκε τρόπο η πρωθυπουργάρα μας να κάνει διακοπές. Ξεκίνησε από την Σαντορίνη και θα κάνει περιοδεία σε όλα τα νησιά και</i>	<i>εκνευρισμός</i>

λοιπούς τουριστικούς προορισμούς της αρεσκείας του εφευρίσκοντας διάφορες δικαιολογίες.	
Όταν ο @LeftKretsos είχε πάει ξένους δημοσιογράφους κ παραγωγούς του Χόλιγουντ σε νησιά με έξοδα που δεν πλήρωνε το δημόσιο, του έλεγαν ότι κάνει διακοπές με σκάφος. Τώρα που κουβαληθηκαν με έξοδα του Δημοσίου Σαντορίνη και φωτογραφίζονται προκλητικά σε διακοπές είναι προώθηση;	αποδοκιμασία
Το καλοκαίρι του 2016 "τριήμερο της χλιδής", τώρα...state of mind!	ειρωνεία
Τουρισμός: «Ανοίξαμε» είπε ο Μητσοτάκης, 1 στα 2 ξενοδοχεία παραμένει κλειστό απαντούν οι ξενοδόχοι Χθες το βράδυ από την Σαντορίνη ο πρωθυπουργός προσπάθησε να "πουλήσει" την εικόνα του «restart» ομολογώντας ότι ζητούμενο είναι «να «σώσουμε ό,τι μπορούμε»	εκνευρισμός
Τον Ιούλιο του 2016 όταν ο Τσίπρας εγκαινίαζε το αεροδρόμιο της Πάρου πολλά media έγραφαν ότι οι συνεργάτες του πήγαν τσάμπα διακοπές. Σήμερα πουθενά δεν βρήκα τέτοιες γελοιότητες αναρτήσεις. Σοβαρευτήκαμε ως χώρα, ηττήθηκε ο λαϊκισμός και ο ΣΥΡΙΖΑ έπαιξε καταλυτικό ρόλο σε αυτό.	ειρωνεία
4ο Σενάριο	

Πιο συγκεκριμένα, οι χρήστες αντιμετωπίζουν τα κύρια ζητήματα της περιόδου ως εξής:

Για το διάστημα 2 – 19 Ιουνίου, η λέξη «ελλάδα» κυριαρχεί καθώς κέντρο συζήτησης των χρηστών αποτελεί η κυβερνητική καμπάνια προώθησης του ελληνικού τουρισμού με τίτλο «The Greek Summer State of Mind» και η προγραμματισμένη Συνέντευξη Τύπου του Πρωθυπουργού στα διεθνή μέσα από την Καλντέρα της Σαντορίνης για το άνοιγμα των συνόρων της χώρας.

«The Greek Summer State of Mind» και η Ιδέα των Διακοπών

Η καμπάνια αξιολογείται από τους χρήστες με έντονα ειρωνικά σχόλια, σε σχέση με το concept και το καθαυτό slogan, αναφέροντας ότι αποτελεί προϊόν αντιγραφής καμπάνιας γνωστού αντηλιακού, ακόμα και περίπτωση λογοκλοπής. Παράλληλα, εκφράζεται έντονος εκνευρισμός σε σχέση με το χρηματικό ποσό που δαπανήθηκε για να υλοποιηθεί η ενέργεια προβολής, δηλώνοντας ότι ουσιαστικά οι πολίτες πληρώνουν τις διακοπές που υποτίθεται ότι προσφέρει η κυβέρνηση. Επίσης εκφράζουν την

απογοήτευσή τους, καθώς γίνεται επένδυση στον τουρισμό και μάλιστα στον εξωτερικό τουρισμό και δεν δίνεται καμία προτεραιότητα επένδυσης στον πρωτογενή τομέα.

Τα λογοπαίγνια και η «ψευδαίσθηση» των διακοπών

Οι χρήστες αξιολογούν την τουριστική επανεκκίνηση αρνητικά και γίνονται ειρωνικοί ως προς την καμπάνια και την μετριοτήτα του slogan σε σχέση με τα πραγματικά προβλήματα που υπάρχουν στην ανεργία, την δημόσια υγεία καθώς και το γεγονός ότι οι Έλληνες δεν συμπεριλαμβάνονται σε αυτή την «πρόσκληση». Αναφέρουν επίσης ότι η κυβέρνηση προσπαθεί να είναι χειριστική απέναντι στους πολίτες προωθώντας συνεχώς την «ανάγκη» που έχουν να κάνουν διακοπές, ενώ ως προς τον εσωτερικό τουρισμό και την παροχή vouchers μιλούν για «ακυρωμένες» διακοπές και voucher «απάτη», λειτουργώντας σε βάρος των εργαζομένων που είναι σε αναστολή.

Σε σχέση με τα εργασιακά, το άνοιγμα των σχολείων και του τουρισμού, οι χρήστες τοποθετήθηκαν αρνητικά, επικρίνοντας με ειρωνικά σχόλια την απεργία των εκπαιδευτικών της ΟΛΜΕ με αναφορές ότι το δημόσιο θα κάνει τζάμπα διακοπές και ότι οι εκπαιδευτικοί, ως «δημόσιοι υπάλληλοι» βρίσκουν ευκαιρία να μετατρέψουν το τριήμερο σε τετραήμερο ενισχύοντας περαιτέρω τον εσωτερικό τουρισμό.

Με αφορμή το concept της ενέργειας, οι χρήστες γίνονται ιδιαίτερα δημιουργικοί, εκφράζοντας με σαρκαστικά σχόλια και λογοπαίγνια ότι εν μέσω πανδημίας και συνθηκών καραντίνας, οι διακοπές στην Ελλάδα αποτελούν μια ψευδαίσθηση, μια πνευματική κατάσταση «state of mind» και ότι «ο Covid αποτελεί state of mind» για την κυβέρνηση. Σε συνάρτηση με τις δικές τους διακοπές, εκφράζουν την απογοήτευσή τους ως προς το γεγονός ότι δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να φύγουν για διακοπές, για αυτό και θα κάνουν πνευματικές διακοπές. Μάλιστα αναφέρουν ότι η ιδέα των διακοπών, ξεκουράζει το μυαλό τους και τους απαλλάσσει από το άγχος κάνοντας φέτος διακοπές «εξ' αποστάσεως», «από το σπίτι», και «από το ίντερνετ» ενώ με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για προβολή δίνεται η ψευδαίσθηση του «summer state of mind».

Η πρόταση της Αντιπολίτευσης

Με αφορμή τις δηλώσεις της βουλευτή του ΣΥΡΙΖΑ Κατερίνας Νοτοπούλου περί υποκρισίας της κυβέρνησης μέσω της τουριστικής καμπάνιας, η πόλωση και η πολιτική αντιπαράθεση μεταξύ των χρηστών είναι επίσης ορατή, καθώς άλλοι υποστηρίζουν την

κυβέρνηση και άλλοι την αντιπολίτευση. Η πόλωση γίνεται ακόμα πιο έντονη σε σχέση και με την αντιπρόταση του ΣΥΡΙΖΑ στο σχέδιο της ΝΔ, μέσα από το δικό του πρόγραμμα «Μένουμε Όρθιοι» που αποσκοπεί στην επιβίωση των επιχειρήσεων και την στήριξη των εργαζομένων.

ΕΟΔΥ και Ανησυχητικά Σενάρια

Την περίοδο αυτή, παρατηρείται επίσης για πρώτη φορά η έντονη αναφορά από τα μέσα ενημέρωσης για το μέλλον του τουρισμού εν μέσω καλοκαιριού, λόγω της αύξησης των κρουσμάτων. Μεταδίδουν τα ανησυχητικά μηνύματα από τους επιδημιολόγους αναφέροντας ότι η κατάσταση είναι επικίνδυνη, ίσως χρειαστεί να κλείσει ακόμα και ο τουρισμός, ή ότι η αύξηση των κρουσμάτων είναι αναμενόμενη και ότι πρέπει να αποφευχθεί το κλείσιμο του τουρισμού. Το κλίμα ανησυχίας και ανασφάλειας που δημιουργείται από τα μέσα, καλύπτουν tweets της κυβέρνησης που αναφέρονται στο άνοιγμα του τουρισμού σε περισσότερες από τις προβλεπόμενες χώρες, με την Ελλάδα να αποτελεί έναν από τους πιο βασικούς προορισμούς για τους τουρίστες, ενώ κάνουν δηλώσεις για την έναρξη του σχεδίου «Restart Tourism».

Σαντορίνη και Συνέντευξη Τύπου

Αναφορικά με τη Συνέντευξη τύπου που έδωσε ο Πρωθυπουργός στην Καλντέρα της Σαντορίνης στις 13 Ιουνίου, με την οποία ανακοινώνει και επίσημα στα διεθνή μέσα το άνοιγμα του τουρισμού και το καλωσόρισμα όλων των τουριστών από το εξωτερικό, οι χρήστες αξιολογούν για άλλη μία φορά αρνητικά την ενέργεια αυτή. Δηλώνουν αποδοκιμαστικά ότι ο πρωθυπουργός βρήκε ευκαιρία να κάνει πάλι διακοπές ξεκινώντας από την Σαντορίνη και συνεχίζοντας με περιοδεία σε όλα τα νησιά.

Το τριήμερο της «χλιδής»

Αναφέρουν επίσης, ότι για να μεταφερθούν και να μείνουν βουλευτές και δημοσιογράφοι στη Σαντορίνη για την Συνέντευξη Τύπου δαπανώνται έξοδα του Δημοσίου. Οι χρήστες γίνονται κατηγορηματικοί και με τα μέσα ενημέρωσης καθώς μπροστά στα έξοδα που δαπανήθηκαν για την εκδήλωση στη Σαντορίνη και την αποστολή πολιτικών και δημοσιογράφων οι οποίοι περνούν ουσιαστικά ένα τριήμερο διακοπών η εκδήλωση δεν έτυχε αρνητικών αναρτήσεων. Συγκεκριμένα αναφέρονται σε σχέση με τις αντιδράσεις που υπήρξαν τον Ιούλιο του 2016, όταν ο τότε Πρωθυπουργός Αλέξης Τσίπρας εγκαινίαζε το αεροδρόμιο της Πάρου με τα μέσα

ενημέρωσης να γράφουν, ότι εκείνος και οι συνεργάτες του πήγαν τζάμπα διακοπές περνώντας ένα «τρίημερο χλιδής» και τώρα όπως αναφέρουν οι χρήστες αποτελεί για εκείνα απλά «state of mind».

Με αφορμή αυτές τις δηλώσεις οι χρήστες δηλώνουν με επικριτικό τόνο την απογοήτευσή τους για την επιλογή της συγκεκριμένης κυβέρνησης, αναφέροντας ότι στην ουσία οι εισοδηματίες κάνουν διακοπές και ότι κάνουν πως βρίσκονται στο πλευρό της λαϊκής οικογένειας. Ταυτόχρονα, οι χρήστες εναντιώνονται ουσιαστικά στον ίδιο τον Έλληνα τον οποίο χαρακτηρίζουν ως παθητικό και ανεγκέφαλο, αφού πληρώνει ουσιαστικά τις διακοπές που υποτίθεται ότι έχει την ευκαιρία να κάνει.

Διακοπές Ελλήνων: Διακύμανση συναισθημάτων

Τα tweets των χρηστών για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, τοποθετούνται σε μια κλίμακα μεταξύ θετικής και αρνητικής διάθεσης για το αν θα πάνε διακοπές, αφού υπάρχουν χρήστες που εκφράζουν την ανυπομονησία τους να ανοίξουν τα σύνορα γκαι αναλογίζονται με ποιον θα πάνε διακοπές. Από την άλλη, υπάρχουν χρήστες που εκφράζουν νευρικότητα για τα νέα κρούσματα που οφείλονται στο άνοιγμα του τουρισμού και την πιθανότητα εξαιτίας τους να μην πάνε διακοπές, αλλά και παράπονο και μιζέρια για τις διακοπές που δεν θα κάνουν αυτό το καλοκαίρι τις οποίες θα περάσουν στην Αθήνα.

Επίσης, με αφορμή τη Συνέντευξη Τύπου και τις διαρκείς αναδημοσιεύσεις από τα μέσα ενημέρωσης για τα προγράμματα επιδότησης του εσωτερικού τουρισμού, οι χρήστες εκφράζουν την δυσαρέσκεια τους για την απώλεια 41.903 θέσεων εργασίας το Μάρτιο του 2020 για το λόγο αυτό και θέτουν το ερώτημα αν ο «Τουρισμός για Όλους» θα τονώσει όντως την οικονομία της χώρας. Δηλώνουν ουσιαστικά αμφιβολία για τη δυναμική του προγράμματος, αναφέροντας ότι ο λαός με 800 ευρώ σε 2μνη μήνες χρειάζεται οικονομική βοήθεια για να πάει διακοπές και ότι το πρόγραμμα είναι φτωχό με μόλις 120 ευρώ το άτομο σε σχέση με το πρόγραμμα στήριξης της κυβέρνησης ύψους 14 δις €.

Η στάση των ΜΜΕ

Η θέση των μέσων ενημέρωσης από τη μία είναι θετική, προβάλλοντας το καλωσόρισμα των πρώτων διεθνών πτήσεων και τα υγειονομικά πρωτόκολλα εφαρμογής συνδυαστικά με τις αναφορές του πρωθυπουργού ότι το άνοιγμα της χώρας

πρόκειται για ένα καλά μελετημένο σχέδιο με τον τουρισμό να είναι πιο έτοιμος από ποτέ για να υποδεχθεί τους τουρίστες. Από την άλλη όμως, κάνουν και αναφορές για τη ζημιά που υπέστη με απώλεια 10 δισ. ευρώ και ότι το 80% των ξενοδοχείων δεν θα ανοίξει παρά το σχέδιο «Restart». Στις τελευταίες αναφορές, δημοσιεύουν τη σύγχυση και τις αντιδράσεις του λιανεμπορίου σχετικά με τα μέτρα στήριξης και τις δηλώσεις των πολιτικών που ελπίζουν ότι τα μέτρα στήριξης της οικονομίας θα είναι ουσιαστικά και θα βοηθήσουν στην ανάκαμψη των επιχειρήσεων θωρακίζοντας ταυτόχρονα την απασχόληση και αποτρέποντας τις απολύσεις των εργαζομένων.

5.4. 29 Ιουνίου – 26 Ιουλίου

Στο διάστημα 29 Ιουνίου – 26 Ιουλίου και ειδικότερα για τις περιόδους 29 Ιουνίου – 8 Ιουλίου (**Εικόνα 7**), 15 – 24 Ιουλίου (**Εικόνα 8**) και 24 – 26 Ιουλίου (**Εικόνα 9**) στο κοινωνικό δίκτυο των αναφορών (mentions) διακρίνονται 3 ομάδες χρηστών που συμπεριλαμβάνουν χρήστες με λιγότερο από 10%, των συνολικών χρηστών για το μήνα αυτό.

Για την περίοδο αυτή, ο χρήστης που αναφέρεται περισσότερο είναι ο *smerna1979* (με πράσινο χρώμα) τον οποίο αναφέρουν σχολιάζοντας με ειρωνεία τα προγράμματα επιδότησης εσωτερικού τουρισμού και τις συνθήκες για την κατάσταση που επικρατεί στον τουρισμό και την οικονομία. Κορυφαίος χρήστης είναι επίσης ο *visitgreecegr* (με μπλε χρώμα) τον οποίο αναφέρουν κυβερνητικοί θεσμοί και τουριστικοί φορείς με σκοπό να προωθήσουν την τουριστική εικόνα της Ελλάδας, ενώ υπάρχουν και κάποιοι χρήστες που κατηγορούν την κυβέρνηση και καταδικάζουν την καμπάνια προβολής για νησιά της χώρας τα οποία επλήγησαν από το μεταναστευτικό. Χρήστες εντοπίζονται από την περιοχή της Αντιπολίτευσης, με τον Αλέξη Τσίπρα (*atsipras*) και τη Ρένα Δούρου (*renadourou*) να ξεχωρίζουν, μαζί με το δημοσιογραφικό μέσο *e-tetRadio* (*tetradio*), ενώ με τακτική συχνότητα εμφάνισης είναι οι *ntrachiotis* και *axristodoulidou* του ΣΥΡΙΖΑ (με κόκκινο χρώμα), και οι *chris_night79*, *mikros_prigkipa*, *o_legamenos*, *roulla72* που δεν ανήκουν σε κανένα class με χρήστες που να υποστηρίζουν ανοιχτά κάποια από τις δύο πολιτικές παρατάξεις (με πράσινο χρώμα).

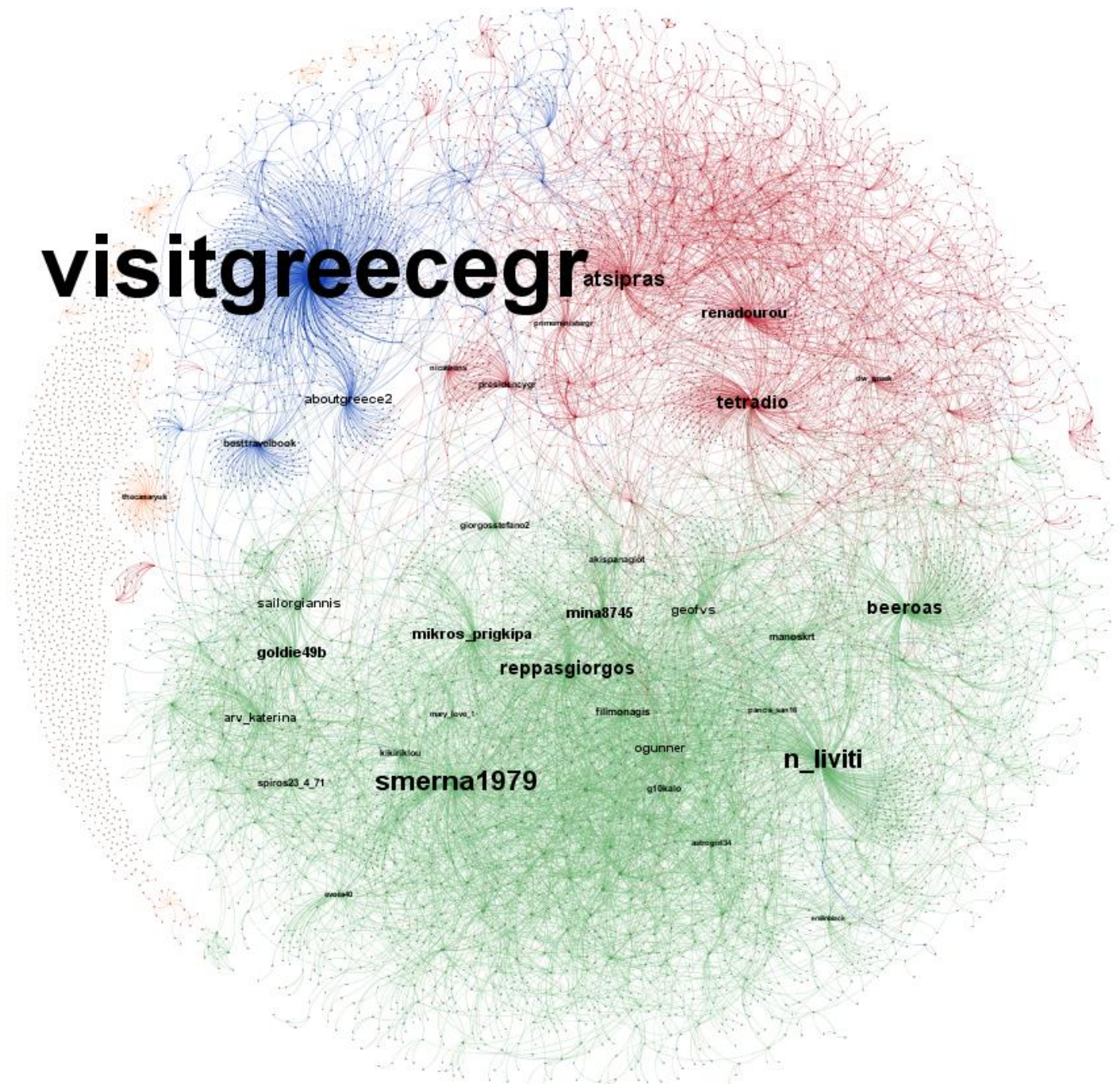
Το ενδιαφέρον εδώ, είναι ότι αρχίζει να «ξετυλίγεται» μια ομάδα χρηστών που ασκεί ιδιαίτερη επιρροή, καθώς τα tweets αναπαράγονται μεταξύ αυτών των χρηστών

ως retweets, τα οποία αναδημοσιεύονται και από χρήστες που δεν είναι κορυφαίοι στη λίστα, αποδεικνύοντας ότι η αντίδραση σε σχέση με τα μέτρα επανεκκίνησης, την έκφραση αδυναμίας των χρηστών να πάνε διακοπές και τον φόβο της εξάπλωσης των κρουσμάτων, διαμορφώνονται βάσει μιας αρνητικής κλίμακας συναισθημάτων που μεταδίδεται σε ένα δίκτυο χρηστών.

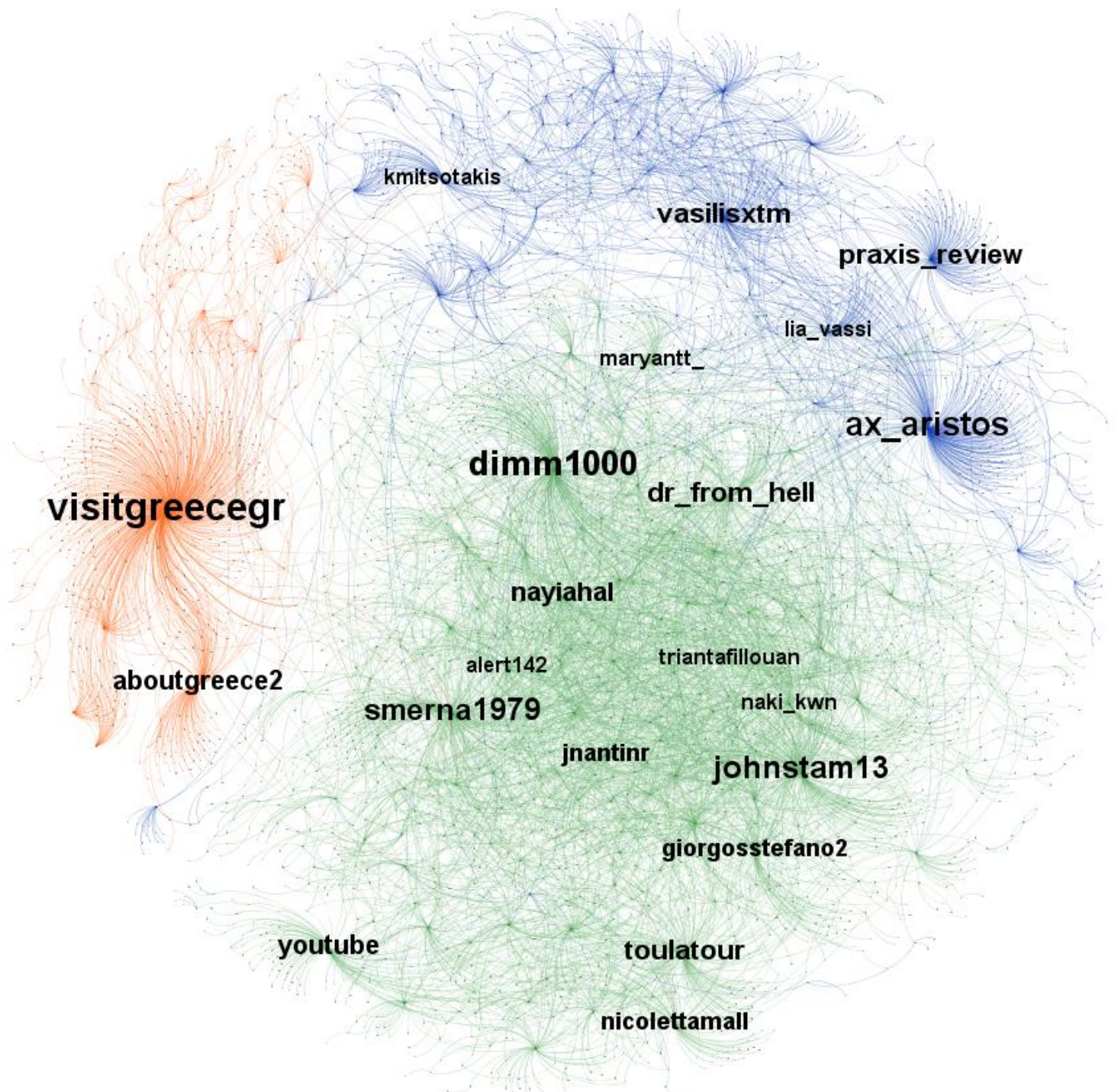
Η έναρξη εφαρμογής των μέτρων και η υποδοχή των πρώτων τουριστών βρίσκονται στο επίκεντρο της συζήτησης μεταξύ των χρηστών. Tweets των μέσων ενημέρωσης κυριαρχούν αναδημοσιεύοντας πληροφορίες για το επίσημο άνοιγμα του τουρισμού, τη μεγάλη «πρεμιέρα» της Ελλάδας, και την τελική λίστα των χωρών για τις οποίες ανοίγει τα σύνορα η χώρα.

Η 1^η Ιουλίου βρίσκεται ανάμεσα στις ημέρες, όπου οι χρήστες δραστηριοποιούνται περισσότερο, ημέρα κατά την οποία η Ελλάδα, υποδέχεται τους πρώτους τουρίστες από το εξωτερικό στο αεροδρόμιο του Ελευθέριου Βενιζέλου. Με αφορμή αυτό το γεγονός, οι χρήστες είναι ιδιαίτερα αποδοκιμαστικοί, καθώς βρίσκονται αντίθετοι με το άνοιγμα των συνόρων, αφού αυξάνεται το ρίσκο της εξάπλωσης του ιού, ενώ ο εσωτερικός τουρισμός δεν ενισχύεται στην πραγματικότητα, με τους πολιτικούς και τους τουρίστες να απολαμβάνουν τις διακοπές τους στην Ελλάδα. Επίσης για το δεκαήμερο 15 – 26 Ιουλίου, η αρνητική συναισθηματική πολικότητα των χρηστών βρίσκεται στο αποκορύφωμά της, εστιάζοντας στην έκφραση αδυναμίας τους να πάνε διακοπές, σε σχέση με τα δημόσια πρόσωπα και τους τουρίστες τους εξωτερικού. Η έκφραση αυτή γίνεται ιδιαίτερα αισθητή για τις ημέρες 24 - 26 Ιουλίου καθώς αρχίζουν να εντείνονται οι τουρκικές προκλήσεις σχολιάζοντας τη συνολική τους αγανάκτηση, με τις προκλήσεις της Τουρκίας στο Αιγαίο, τη μετατροπή της Αγίας Σοφίας σε τζαμί, τις φωτιές στην χώρα και την πτώση του τουρισμού.

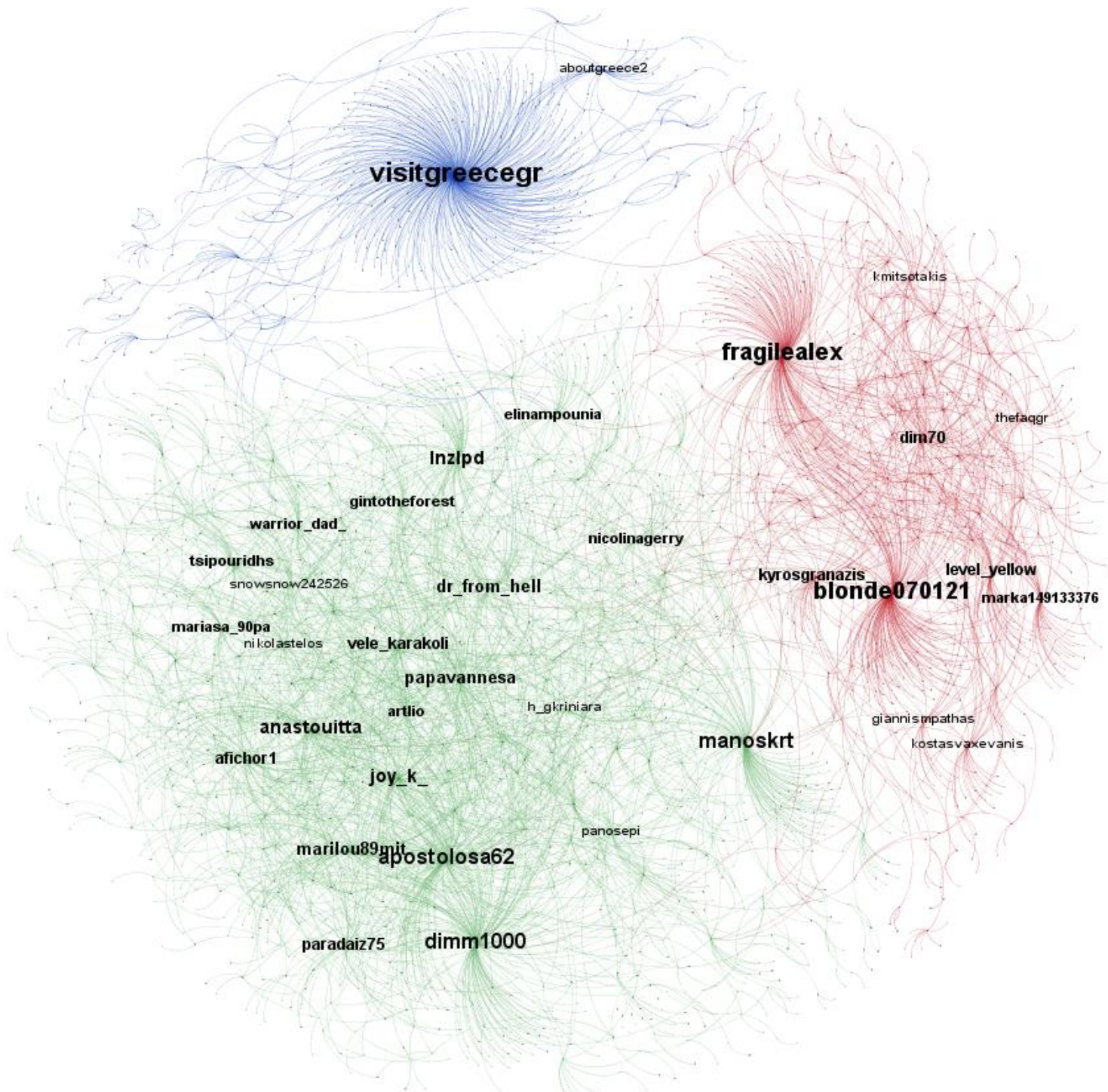
Εικόνα 7. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 29 Ιουνίου – 8 Ιουλίου 2020



Εικόνα 8. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 15 - 24 Ιουλίου 2020



Εικόνα 9. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 24 - 26 Ιουλίου 2020



Για την περίοδο 29 Ιουνίου – 8 Ιουλίου συγκεντρώσαμε συνολικά 12719 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 6 θέματα, τα οποία εστιάζουν στην υποδοχή των πρώτων τουριστών από το εξωτερικό και τις αξιολογήσεις των χρηστών για τις διακοπές του πρωθυπουργού και των Ελλήνων (**Πίνακας 16**).

Πίνακας 16. Τα topics των tweets της περιόδου 29 Ιουνίου – 8 Ιουλίου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5	Θέμα 6
διακοπές	διακοπές	διακοπές	διακοπές	διακοπές	τουρισμός
μέτρα	πάει	θέλω	τουρισμός	σήμερα	κοινωνικός
εισιτήρια	λέει	καλές	ελλάδα	πας	αιτήσεις
κλείσω	πάω	υγεία	διακοπες	λεφτά	τουρισμός
τιμές	κάνει	καλημέρα	τουρισμός	κάνουν	μμε
περιμένω	φέτος	καλό	χώρα	έρθει	πρόγραμμα
τέσσερις	λέω	μήνα	τουρίστες	ελλάδα	δωρεάν
κατέβουν	εντάξει	καλοκαίρι	άνοιξε	υποδοχή	ελληνικός
αποκάλυψης	κυκλάδες	πάω	απο	χρόνια	διακοπές
καβαλάρηδες	πάμε	ιούλιο	κορωνο	κρήτη	ακύρωση

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Τις διακοπές των πολιτικών και την προγραμματισμένη ανακοίνωση για τα νέα μέτρα στήριξης της οικονομίας και των επιχειρήσεων από την κυβέρνηση. Οι λέξεις «διακοπές» και «μέτρα», εντοπίζονται ως κορυφαίες στα tweets της περιόδου ενώ σε συνδυασμό με τη λέξη «μέτρα»:

- την αντιπολίτευση να δημοσιεύει tweets για την αναγκαία παρέμβασή της στην εφαρμογή ουσιαστικών μέτρων στήριξης για επιχειρήσεις και εργαζομένους
- τους χρήστες να εκφράζουν με αρνητικά τους σχόλια για το γεγονός ότι μόνο οι πολιτικοί κατάφεραν να κάνουν διακοπές, δηλώνοντας το αναγκαίο της κατάστασης για τη λήψη ουσιαστικών μέτρων ενίσχυσης και στήριξης των μικρών επιχειρήσεων και της εργασίας από την κυβέρνηση.

Θέμα 2: Τις διακοπές του πρωθυπουργού και τις διακοπές των χρηστών. Πιο συγκεκριμένα, οι χρήστες εκφράζουν:

- εκνευρισμό, ρωτώντας ποιος έδωσε άδεια στον πρωθυπουργό να πάει διακοπές και που θα πάει το επόμενο σαββατοκύριακο διακοπές
- ειρωνεία αναφέροντας ότι με το ανεξέλεγκτο της κατάστασης με το άνοιγμα του τουρισμού, σε λίγο θα γίνεται εισαγωγή μόνο επιβεβαιωμένων κρουσμάτων

- ειρωνεία αναφέροντας ότι και οι ταλαίπωροι οι πολιτικοί πρέπει να πάνε διακοπές

Επίσης, τα μέσα ενημέρωσης αναμεταδίδουν tweets για:

- τις αναφορές των ξένων ενημέρωσης και ειδικότερα της γερμανικής Handelsblatt ότι επικρατεί μια κατάσταση χάους για τις διακοπές στην Ελλάδα, δηλώνοντας ότι υπάρχουν κενά και καθυστερημένη ενημέρωση από τις ελληνικές αρχές.
- για τον τρόπο με τον οποίο επρόκειτο να γίνεται η διαχείριση ύποπτου κρούσματος και των επαφών του στις διακοπές

Θέμα 3: Την τοποθέτηση των χρηστών αν θέλουν ή όχι να πάνε διακοπές. Πιο συγκεκριμένα τοποθετούνται είτε θετικά είτε αρνητικά εκφράζοντας:

- ευγνωμοσύνη για το γεγονός ότι έχουν τη δυνατότητα να έχουν άμεση πρόσβαση στη θάλασσα, απολαμβάνοντάς την ευκαιρία οποιαδήποτε στιγμή θέλουν, σε σύγκριση με όσους δε θα μπορούν να πάνε διακοπές λόγω οικονομικών
- νοσταλγία αναφέροντας την ανάγκη για διακοπές κάπου ερημικά και όμορφα κοντά στη θάλασσα
- άρνηση να πάνε διακοπές, αν είναι να χρωστούν χρήματα και λογαριασμούς
- ειρωνεία για το πού θα πάνε διακοπές, με ανταπάντηση στην πραγματικότητα ή τα social media
- άρνηση αναφέροντας ότι δεν θέλουν ούτε διακοπές να πάνε, ούτε σε παραλίες με ζέστη και συνωστισμό να βρεθούν

Θέμα 4: Το επίσημο άνοιγμα του τουρισμού και την υποδοχή των πρώτων τουριστών από το εξωτερικό στο αεροδρόμιο του Ελευθέριου Βενιζέλου. Ειδικότερα τα μέσα ενημέρωσης, δημοσιεύουν tweets για:

- το επίσημο άνοιγμα του τουρισμού, τη μεγάλη «πρεμιέρα» της Ελλάδας, και τι ισχύει για πτήσεις και σύνορα
- την τελική λίστα των χωρών για τις οποίες η χώρα ανοίγει τα σύνορα
- τις πρώτες αφίξεις και την υποδοχή των πρώτων τουριστών στο αεροδρόμιο

- τις αναφορές για τον 79χρονο πατέρα του Μπόρις Τζόνσον που αγνόησε τις απαγορεύσεις της βρετανικής κυβέρνησης έσπασε την «απαγόρευση» μέσω τρίτης χώρας της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ήρθε στην Ελλάδα για διακοπές
- τη δημοσίευση της γερμανικής Handeslablatt για το άνοιγμα των συνόρων στη χώρα και το χάος που υπάρχει με τις διακοπές στην Ελλάδα

Θέμα 5: Τον τρόπο υποδοχής των πρώτων τουριστών στη χώρα και τις διακοπές του Έλληνα. Πιο συγκεκριμένα, με αφορμή το άνοιγμα του τουρισμού και την υποδοχή των πρώτων τουριστών από το εξωτερικό οι χρήστες αξιολογούν αρνητικά εκφράζοντας:

- απογοήτευση για το γεγονός ότι τα προγράμματα επιδότησης τουρισμού δεν είναι καθόλου υποστηρικτικά στην πραγματικότητα
- ειρωνεία απέναντι στους Έλληνες και το γεγονός ότι δεν αντέχουν να μην πάνε διακοπές, ή ότι παραπονιούνται ότι δεν έχουν χρήματα αλλά πάνε διακοπές
- ειρωνεία, αναφέροντας ότι θα πηγαίνουν διακοπές, αλλά κρατούν τα λεφτά για την προίκα τους
- απογοήτευση και ειρωνεία αναφέροντας ότι θα κάνουν 30 μέρες διακοπές χωρίς λεφτά μόνο κοιτάζοντας το ταβάνι.

Σε συνδυασμό με τις λέξεις «υποδοχή» και «Ελλάδα» εκφράζουν:

- ειρωνεία για τον τρόπο υποδοχής των πρώτων επισκεπτών στο αεροδρόμιο της χώρας
- αποδοκιμασία για τον Υπουργό Τουρισμού, που φρόντισε να φιλοξενήσει για διακοπές στην Ελλάδα 300 Γερμανούς γιατρούς τιμώντας τους για τις υπηρεσίες τους κατά της πανδημίας, σε αντίθεση με τους Έλληνες γιατρούς που δεν έκανε καμία τιμητική προσφορά

Θέμα 6: Τις ενημερώσεις από τα μέσα ενημέρωσης για τα δωρεάν προγράμματα επιδότησης εσωτερικού τουρισμού με tweets που δημοσιεύουν για:

- το πρόγραμμα «Τουρισμός για Όλους», τη νέα παράταση στις αιτήσεις και τον τρόπο με τον οποίο οι ενδιαφερόμενοι θα κάνουν αίτηση για δωρεάν διακοπές
- τον Κοινωνικό Τουρισμό που έσπασε το φράγμα των 300.000 αιτήσεων, τις καταληκτικές ημερομηνίες και τους δικαιούχους

- την παράταση του Κοινωνικού Τουρισμού για τις αιτήσεις συμμετοχής τουριστικών καταλυμάτων και ακτοπολικών εταιρειών
- τις αναφορές ότι οι αιτήσεις των πολιτών ξεπέρασαν κάθε προσδοκία στα προγράμματα συμμετοχής «Κοινωνικός Τουρισμός» και «Τουρισμός για Όλους»
- σε συνδυασμό με τη λέξη «ελληνικός», γίνονται αναφορές από τα μέσα για τις δηλώσεις του Υπουργού Τουρισμού Χάρη Θεοχάρη ότι ο ελληνικός τουρισμός θα κερδίσει το στοίχημα

Πίνακας 17. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Να κλείσω από τώρα εισιτήρια για διακοπές ή να περιμένω λίγο ακόμα μήπως κατέβουν οι τέσσερις καβαλάρηδες της Αποκάλυψης και πέσουν κι άλλο οι τιμές</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>Είπα στη βαλίτσα μου ότι δεν θα πάμε διακοπές φέτος...</i>	<i>απαισιοδοξία</i>
<i>Ετσι φαντάστηκε ο ελληναρας τις διακοπές του φέτος με €25...</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>Καλύτερα να κάνω διακοπές στη μπανιέρα του σπιτιού μου</i>	<i>απογοήτευση</i>
<i>Αποθέωση του κιτς στα αεροδρόμια σήμερα: αψίδες νερού, νταούλια και μαντινάδες σε μία δήθεν “αυθόρμητη” υποδοχή των ξένων επισκεπτών, που θα νόμιζαν ότι βρέθηκαν σε αποικιοκρατούμενη περιφέρεια του 18ου αι. και όχι στο state of mind – Ελλάδα.</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>Σου αξίζουν διακοπές μου στέλνει το booking,κάνε κράτηση τώρα με δωρεάν ακύρωση,ε και ξεκίνησα απ την ακύρωση</i>	<i>σαρκασμός</i>
<i>Η κυβέρνηση Μητσοτάκη με την ασυνεννοησία, την έλλειψη σχεδιασμού και τον ερασιτεχνισμό στον τρόπο που αντιμετωπίζει την έναρξη της τουριστικής περιόδου, έχει επιδεινώσει την κατάσταση. #τουρισμός</i>	<i>απογοήτευση</i>
<i>Οι κύριοι που αφήνουν τους τουρίστες να μπουν στη χώρα χωρίς τεστ και χωρίς καραντίνα, να αναμένουν πολλές αγωγές έτσι και έχουμε θύματα και κλείσιμο της αγοράς!!!!!! #τουρισμος #TUI #κορωνοιος</i>	<i>εκνευρισμός</i>
5ο Σενάριο	

Για την περίοδο 15 – 24 Ιουλίου συγκεντρώσαμε συνολικά 8357 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 13 θέματα, τα οποία εστιάζουν στις διακοπές των Ελλήνων και των πολιτικών της κυβέρνησης (**Πίνακας 18**).

Πίνακας 18. Τα topics των tweets της περιόδου 15 – 24 Ιουλίου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5	Θέμα 6	Θέμα 7
διακοπές	διακοπές	διακοπές	καλημέρα	διακοπές	διακοπές	διακοπές
μυαλό	άγγλοι	εύχομαι	κάνει	πάνε	πάτε	φωτογραφία
αυτοκίνητο	σήμερα	κακό	διακοπές	κάνουν	καλοκαίρι	ευρώ
πείτε	καραντίνα	ψόφο	δουλειά	βγαίνει	φέτος	χρήματα
γκόμενο	νησί	πας	παιδιά	μέρα	μήνες	ελλάδα
μπορείτε	τουρίστες	φέτος	καλή	πράγματα	πάω	βρούμε
αδειάσει	-δεν	τόπο	παίρνουν	πάει	δύο	μπαλαούρα
αγαπημένο	βρέχει	λέει	διακοπες	θέλω	όμορφα	κάνω
παιδί	υπαλλήλων	τουρισμός	δύναμη	απλά	καλές	κότερο
στουμπώνει	ιστορίεςξενοδο	λες	υγεία	βλέπουν	τουρισμός	νησιά

Θέμα 8	Θέμα 9	Θέμα 10	Θέμα 11	Θέμα 12	Θέμα 13
κορωνο	διακοπές	διακοπές	διακοπές	διακοπές	τουρισμός
τουρισμός	καλοκαιρινές	λένε	μισό	πάμε	σκατά
μέτρα	θάλασσας	νέα	βάλει	απο	θετικά
δημοσκόπηση	στιγμές	γιατροί	φοράει	χρόνια	πάει
στήριξης	εποχές	τσιπρα	γίνουμε	έλληνες	υποπτος
κακιά	βγάλει	ντροπή	ζευγάρι	αθήνα	περίπατος
σκατά	αγαπημένοι	μάρτιο	περπατώντας	πόλεμο	ελληνοτουρκικά
μιλάω	ακούω	επιστροφή	τίτλο	πήγαμε	υπάρχει
σύμφωνα	καθ	πάει	βγάλαμε	ομάδα	μεγάλος
κρίνουν	χαράζει	σπίτι	πάρος	άκουγα	οικονομία

Θέμα 1: Τις διακοπές του πρωθυπουργού, με τα tweets των χρηστών:

- να είναι ειρωνικά αναφέροντας ότι η ανεμελιά είναι στη φύση του, ότι θα κάνει πολύ ξένοιαστες διακοπές και ότι θα «αδειάσει» το μυαλό του

ενώ σε συνδυασμό με τη λέξη «πείτε» οι χρήστες εκφράζουν:

- την αγανάκτησή τους λέγοντας ότι κάποιος πρέπει να στείλει τον πρωθυπουργό σε διακοπές
- εκνευρισμό απέναντι στην κυβέρνηση αναφέροντας ότι εάν δεν μπορούν να κυβερνήσουν να το πουν ευθέως, και να αφήσουν την αντιπολίτευση να πάρει τα ηνία

Θέμα 2: Την υποδοχή των πρώτων Βρετανών τουριστών στην Ελλάδα και τις διακοπές των Ελλήνων. Tweets των μέσων ενημέρωσης πληροφορούν για την υποδοχή των

πρώτων βρετανών τουριστών που ήρθαν για τις διακοπές τους στην Ελλάδα, ενώ οι χρήστες εκφράζουν με αποδοκιμαστικά σχόλια ότι οι Άγγλοι τουρίστες που έρχονται στη χώρα δεν πληρώνουν το τεστ.

Θέμα 3: Τις αξιολογήσεις των Ελλήνων για την κατάσταση που επικρατεί στον ελληνικό τουρισμό, εκφράζοντας:

- ειρωνεία με αναφορές για τις «πυρετώδεις διαπραγματεύσεις» που κάνουν οι πολιτικοί οι οποίοι υποχρεώθηκαν να δηλώσουν πού θα κάνουν διακοπές
- αποδοκιμασία αναφέροντας ότι ο Covid-19 δεν κάνει διακοπές
- απογοήτευσή τους με αναφορές για πτώση της οικονομίας
- σαρκασμό για το γεγονός ότι οι διακοπές φέτος είναι τζόκερ
- απορία για το αν οι Έλληνες θα πάνε φέτος διακοπές

Θέμα 4: Ευχές των χρηστών για όσους φύγουν για διακοπές και τα ενθαρρυντικά σχόλια για όσους μένουν πίσω για να δουλέψουν.

Θέμα 5: Την απελπισία των χρηστών με την κυβέρνηση, εύχοντας να πάει άμεσα διακοπές. Ειδικότερα εκφράζουν:

- εκνευρισμό απέναντι στον πρωθυπουργό αναφέροντας ότι είναι η ώρα να κάνει διακοπές, αντί να πολιτεύεται
- ειρωνεία για τις δηλώσεις της κυβέρνησης για πράγματα τα οποία ήδη γνωρίζει ο λαός σε σχέση με το γεγονός ότι το 50% των Ελλήνων δεν θα πάει διακοπές το 65% τρομάζει ότι θα μειωθούν οι αποδοχές του, και το 61% πιστεύει ότι θα επιδεινωθούν οι συνθήκες εργασίας
- σε συνδυασμό με το ρήμα «κάνουν» και «μέρα», εκφράζουν την απογοήτευσή τους για το γεγονός, ότι διακοπές κάνουν οι πλούσιοι, ενώ οι μέσοι Έλληνες δουλεύουν όλη μέρα

Θέμα 6: Την απορία των χρηστών αν θα πάνε διακοπές, οι οποίοι εκφράζουν:

- ειρωνεία με δηλώσεις ότι ήταν καλύτερα τα προηγούμενα καλοκαίρια που δεν πηγαίναν διακοπές, καθώς τώρα δεν μπορούν πιο πολύ
- εκνευρισμό απέναντι σε όσους κάνουν διακοπές, πάρτι, ξεφαντώνουν και δεν υπολογίζουν την ζωή τους, ούτε και τη ζωή των άλλων

- απορία ερωτώμενοι για το πού θα πάνε διακοπές και αν θα πάνε
- σε συνδυασμό με τη λέξη «πάτε» εκφράζεται απορία και ταυτόχρονα ματαιοδοξία, ρωτώντας άλλους χρήστες που σκέφτονται να πάνε διακοπές σε περίπτωση που θα μπορούσαν να πάνε

Θέμα 7: Την οικονομική αδυναμία των χρηστών να πάνε διακοπές στη χώρα τους, εκφράζοντας:

- την επιθυμία τους να κάνουν διακοπές κάπου ήσυχα και απομονωμένα
- την αγανάκτησή τους, ότι δεν έχουν χρήματα ούτε για φουσκωτή πισίνα ούτε για διακοπές σε νησί

Θέμα 8: Την ανησυχία των χρηστών για τον κίνδυνο εξάπλωσης της πανδημίας και οι δηλώσεις τους ότι τα μέτρα στήριξης δεν είναι ουσιαστικά. Ειδικότερα εκφράζουν:

- ειρωνεία και ανησυχία αναφέροντας ότι στην πραγματικότητα ο τουρισμός δεν ήρθε, σε αντίθεση με τον κορωνοϊό
- ματαιοδοξία αναφέροντας ότι διακοπές θα έχει ο κόσμος μέχρι τις 15 Αυγούστου και μετά θα επιστρέψει σε καραντίνα

Θέμα 9: Το άνοιγμα των συνόρων και τον φόβος των χρηστών να πάνε διακοπές, ενώ οι τουρίστες απολαμβάνουν τις διακοπές τους στη χώρα, εκφράζοντας:

- την αγανάκτησή τους απέναντι στην κυβέρνηση, αναφέροντας ότι 2 μήνες ήταν σε καραντίνα με κλειστά σύνορα και πολύ λίγα κρούσματα και παρόλα αυτά διέλυσε την οικονομία με την χώρα να κινδυνεύει από έξαρση της πανδημίας
- σε συνδυασμό με τη λέξη «θάλασσα» εκφράζουν την ειρωνεία τους απέναντι στην κυβέρνηση και το άνοιγμα των συνόρων στους τουρίστες οι οποίοι χαίρονται τα νησιά, τον ήλιο και τη θάλασσα της Ελλάδας, και ο λαός φοβάται να πάει διακοπές

Θέμα 10: Τις προειδοποιήσεις των γιατρών για επιστροφή στο Μάρτιο και την επιβολή καραντίνας, με τα μέσα ενημέρωσης να δημοσιεύουν δηλώσεις τους για επιστροφή της χώρας σε συνθήκες Μαρτίου. Σε αυτό το πλαίσιο οι χρήστες εκφράζουν:

- ειρωνεία με αναφορές ότι προγραμματίζουν διακοπές αλλά όπου να ναι θα έρθει πάλι η επιβολή καραντίνας
- απορία ερωτώμενοι να πάει κανείς διακοπές ή να μην πάει

- ειρωνεία δηλώνοντας ότι θα κάνουν διακοπές από τα social media

Θέμα 11 και 12: Την αδυναμία των Ελλήνων να πάνε διακοπές το καλοκαίρι του 2020 με tweets που δηλώνουν:

- ειρωνεία, αναφέροντας ότι από διακοπές το μόνο που αισθάνονται είναι το αντηλιακό που ανοίγουν και μυρίζουν στο σούπερ μάρκετ
- εκνευρισμό με την κυβέρνηση η οποία κατέστρεψε τον τουρισμό των νησιών
- νοσταλγία για τις διακοπές που δε θα κάνουν το καλοκαίρι του 2020
- ειρωνεία με τον πρωθυπουργό που ετοιμάζεται να κάνει ξανά διακοπές
- απαισιοδοξία καθώς δηλώνουν ότι είτε δε θα προλάβουν να πάνε διακοπές ή θα τους βρει το lockdown σε κάποιο νησί και θα αποκλειστούν εκεί
- εκνευρισμό καθώς οι ξένοι τουρίστες χαίρονται την χώρα, ενώ οι Έλληνες δεν μπορούν να πάνε διακοπές

Θέμα 13: Τη δημοσκόπηση της κυβέρνησης ότι ένας στους δύο κρίνουν θετικά τα μέτρα στήριξης για την πανδημία, με αντιδράσεις των χρηστών οι οποίοι αναφέρουν ότι η οικονομία και ο τουρισμός δεν τα πάνε καθόλου καλά. Στο πλαίσιο αυτό, οι χρήστες εκφράζουν:

- τη δυσαρέσκεια τους, ότι δεν ξεκλειδώνουν ούτε οι επενδύσεις ούτε ο τουρισμός
- ειρωνεία απέναντι στην κυβέρνηση για τα μέτρα που έχει λάβει για τον τουρισμό, βάζοντας πάνω απ' όλα το συμφέρον της
- ανησυχία με τις δηλώσεις της κυβέρνησης ότι ο τουρισμός δεν πάει καλά αφού, επανέρχεται η υποχρεωτική χρήση μάσκας και το πρόστιμο των 150€
- εκνευρισμό με τις δηλώσεις της κυβέρνησης ότι οι Έλληνες δεν φαίνεται να έβαλαν μυαλό, ρίχνοντας την ευθύνη το λαό

Πίνακας 19. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>#Κορωνοϊός Μας κλείσατε μέσα 2 μηνες με κλειστά σύνορα και πολύ λίγα κρουσματα κ ελεγχόμενα κ διαλυσατε την οικονομία! Και τώρα έχετε ανοίξει τα πάντα φορα παρτίδα που ο κίνδυνος είναι ορατός για να την τονώσετε από τους ξεβρακωτους που έρχονται για φθηνές διακοπές!</i>	<i>αγανάκτηση</i>

#κορωνοιος τώρα δηλαδή θα'ρχονται οι ξένοι να χαίρονται τα νησιά μας, τον ήλιο και τη θάλασσα και εμείς θα φοβόμαστε να πάμε διακοπές και θα τη βγάλουμε μέσα στα διαμερίσματα? πώς την είδανε? εγώ φοβάμαι να πάω κάπου μ'αυτά που ακούω...	ανησυχία
Να παει κανείς διάκοπες ή να μην παει;.	ειρωνεία
καλοκαίρι και περιμένεις ξεφάντωμα, ποτάρες, παραλίες, βραδινά μπάνια, διακοπές και τελικά κάθεσαι σπίτι λιώνοντας στα σοσιαλ	απογοήτευση
Αναπολώ τις διακοπές που δε θα ζήσω φέτος	δυσарέσκεια
Ή που δε θα προλάβουμε να πάμε καν διακοπές ή που θα μας βρει το lockdown σε κανά νησί και θα αποκλειστούμε εκεί	απαισιοδοξία
"Οι Έλληνες δε φαίνεται να έβαλαν μυαλό". Εντάξει το πιάσαμε το νόημα, βρήκατε τους υπεύθυνους. #κορωνοιος #τουρισμός	εκνευρισμός
Σύμφωνα με τη νέα δημοσκόπηση ένας στους δύο κρίνουν θετικά τα μέτρα στήριξης της ΝΔ για τον κορωνοϊό. Δηλαδή τα 800 ευρώ για 4 μήνες. Λογικά αυτοί έριξαν τον Τσίπρα επειδή τους αύξησε τον βασικό μισθό ενώ ήθελαν να παίρνουν λιγότερα.	ειρωνεία
6ο Σενάριο	

Για την περίοδο 23 - 26 Ιουλίου συγκεντρώσαμε συνολικά 5396 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 9 θέματα, τα οποία αφορούν τις διακοπές του πρωθυπουργού εν μέσω τουρκικών προκλήσεων σε ελληνικά ύδατα (**Πίνακας 20**).

Πίνακας 20. Τα topics των tweets της περιόδου 23 - 26 Ιουλίου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5
διακοπές	διακοπές	διακοπές	τουρισμός	διακοπές
καλοκαιρινές	καλημέρα	κάνει	ξεφτιλες	ρώτησα
τέλος	ελλάδα	τέλη	απο	πηγα
φέτος	μήνα	πάτε	μμε	αυτι
βίντεο	θέλω	σήμερα	κεχριες	παραλιγο
πτήσης	κάνω	λέει	διακοπες	κοψει
λειτουργία	πρόβλημα	πάει	αιγαίο	μαριο
κατέβασα	ευρώ	μαλάκα	αποτελέσματα	κουρευτω
αεροπλάνου	ύπνος	αλλαγή	μέρα	διακοπές
διάλεξα	ξέρετε	γυρνάει	τάρταρα	σπίτι

Θέμα 6	Θέμα 7	Θέμα 8	Θέμα 9
διακοπές	διακοπές	διακοπές	διακοπές
φέτος	βρίσκεται	ώρα	νησί
παι	καστελλόριζο	φωτιά	μεσημέρι
διακοπες	αυγούστου	μάτι	κοιμάμαι
πάω	άγνοια	πάρει	μαγιό
φεύγει	μαζίμου	κρίσης	συχνά
καλημέρα	κανάλια	μέρες	είδα
βίντεο	αποκάλυψε	βλέπει	χρόνια
πόνο	στάλθηκε	σύμφωνα	λίτσα
ψυχούλα	δημοσιογράφων	κορινθία	περνάνε

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Τις διακοπές των Ελλήνων, οι οποίοι εκφράζουν:

- την απογοήτευσή τους που δεν μπορέσουν να πάνε διακοπές
- ειρωνεία και εκνευρισμό απέναντι σε όσους ετοιμάζονται να φύγουν για τις καλοκαιρινές τους διακοπές
- ειρωνεία για τις διακοπές του πρωθυπουργού τις οποίες παρά τις τουρκικές προκλήσεις δεν διακόπτει

Θέμα 2, 3, 4 και 8: Τις διακοπές του πρωθυπουργού στην Ελλάδα, ενώ οι τουρκικές προκλήσεις αυξάνονται. Πιο συγκεκριμένα, οι χρήστες εκφράζουν:

- ειρωνεία καθώς ο Πρωθυπουργός συνεχίζει απτόητος τις διακοπές του, όσες προκλήσεις και να δημιουργήσει η Τουρκία στο Αιγαίο

Σε συνδυασμό με τις λέξεις «ευρώ» και «ύπνος», οι χρήστες χρησιμοποιούν σαρκαστικά σχόλια για να δηλώσουν:

- ειρωνεία για τα προγράμματα επιδότησης διακοπών, αναφέροντας ότι προετοιμάζονται να κάνουν διακοπές με 0€.
- νοσταλγία με τους χρήστες να αναφέρουν ότι ονειρεύονται ότι πήγαν ξέγνοιαστες διακοπές

Οι χρήστες εκφράζουν τη συνολική τους αγανάκτηση, με τις προκλήσεις της Τουρκίας στο Αιγαίο, τη μετατροπή της Αγίας Σοφίας σε τζαμί, τις φωτιές στην χώρα και την πτώση του τουρισμού η οποία όπως αναφέρουν βρίσκεται στα τάρταρα.

Θέμα 5 και 6: Τις διακοπές του πρωθυπουργού και των χρηστών με tweets των τελευταίων να εκφράζουν τα παράπονά τους που δεν πήγαν διακοπές, δηλώνοντας:

- απορία για το αν θα πάνε ή όχι φέτος διακοπές
- ειρωνεία αναφέροντας ότι οι μόνες διακοπές που θα κάνουν φέτος είναι μέσω του κινητού τηλεφώνου

Θέμα 7 και 9: Τις διακοπές των χρηστών οι οποίοι εκφράζουν:

- παράπονα για όσους έχουν την ευκαιρία να φύγουν για διακοπές
- ειρωνεία αναφέροντας ότι πήγαν διακοπές με τη φαντασία τους
- ειρωνεία για τις διακοπές του πρωθυπουργού και την προτροπή του να πάνε οι Έλληνες διακοπές στο Καστελλόριζο
- την ανησυχία τους καθώς οι διακοπές του 2020 θα είναι για όλους μια πρωτόγνωρη εμπειρία,
- την επιθυμία τους να κάνουν διακοπές στα ελληνικά νησιά

Πίνακας 21. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Ο ελληνικός στόλος σε πλήρη ανάπτυξη στο Αιγαίο, οι Ένοπλες Δυνάμεις σε μερική επιφυλακή και ο Κυριάκος διακοπές στην Αντίπαρο με τον Τομ Χανκς. Α! Και εκθαμβωτική η Μαρέβα, μην τα ξαναλέμε...</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>μόλις γυρίσει από τις διακοπές ο "άυπνος" θα τ λύσει όλα! αυτόν τον απατεώνα μας φορτώσατε!</i>	<i>αγανάκτηση</i>
<i>Από καλοκαιρινές διακοπές φέτος, μπήκα στο σάιτ της Aegean, διάλεξα προορισμό, κατέβασα βίντεο με προσγείωση αεροπλάνου μέσω α από το κόκπιτ, έβαλα λειτουργία πτήσης και στο τέλος χειροκρότησα τον πιλότο.</i>	<i>απαισιοδοξία</i>
<i>Κι ενώ εδώ και λίγες ημέρες στο Αιγαίο γίνονται πρόβες σύρραξης, ο πρωθυπουργός, Κυριάκος Μητσοτάκης, δεν χαλάει το πρόγραμμα του και ξεκίνησε ... τις διακοπές του. Ρε μλκς τι ψηφισατε ?Τον happy traveller?#ΝΔ_ΑΠΑΤΕΩΝΕΣ #ΝΔ_ξεφτιλες #κυβερνηση_τσιρκο</i>	<i>εκνευρισμός</i>
<i>Ο Ερντογάν μπορεί να κάνει ότι γουστάρει αυτό όμως που δεν θα καταφέρει ποτέ αυτός ο ταραχοποιος είναι να χαλάσει τις διακοπές του ΠΘ μας..Κυριάκος -Ερντογάν 1-0</i>	<i>απογοήτευση</i>
<i>10 λεπτά με πήρε ο ύπνος κ είδα ότι πήγα διακοπές πέρασαν 15 ημέρες ξέγνοιαστες κ γύρισα πίσω κ εδώ υπάρχει το θέμα. Ήταν τα διόδια με ανοιχτές μπάρες συνεχώς</i>	<i>νοσταλγία</i>

<i>Τα 2/3 των ελλήνων δε θα μπορέσουν να πάνε διακοπές, λόγω οικονομικών δυσκολιών κι επαγγελματικών υποχρεώσεων. Εδώ ο Πρωθυπουργός Μητσοτάκης παραθερίζει παρά την παρατεταμένη κρίση με Τουρκία.</i>	<i>απογοήτευση</i>
<i>οι μόνες διακοπές που θα κανω φέτος είναι που μιλάω στο τηλ και δεν έχει καλο σημα</i>	<i>απαισιοδοξία</i>
7ο Σενάριο	

Πιο συγκεκριμένα, οι χρήστες αντιμετωπίζουν τα κύρια ζητήματα της περιόδου ως εξής:

Το άνοιγμα των συνόρων: Η αποδοκιμασία από τους χρήστες

Ξεκινώντας με την έλευση των πρώτων τουριστών, οι χρήστες εκφράζουν την απογοήτευσή τους με την κυβέρνηση, αναφέροντας ότι επέβαλαν τον κόσμο να μπει σε καραντίνα και ότι η οικονομία απειλήθηκε, για να μπορούν μόνο οι πολιτικοί της Ελλάδας και οι τουρίστες του εξωτερικού να κάνουν διακοπές. Εκφράζουν τη δυσαρέσκειά τους με την κυβέρνηση, μιλώντας για ασυνεννοησία, έλλειψη σχεδιασμού και ερασιτεχνισμό στον τρόπο που αντιμετωπίζει την έναρξη της τουριστικής περιόδου. Συμπληρώνουν δε, ότι η χώρα υποδέχεται τουρίστες από το εξωτερικό ενώ η κατάσταση έχει επιδεινωθεί με πόλεις της Ελλάδας να βρίσκονται σε καραντίνα. Για το λόγο αυτό, οι χρήστες εστιάζουν ιδιαίτερα στις διακοπές του πρωθυπουργού τις οποίες κατακρίνουν συνεχώς με ειρωνικά σχόλια αναφέροντας ότι με το ανεξέλεγκτο της κατάστασης σε λίγο θα γίνεται εισαγωγή μόνο επιβεβαιωμένων κρουσμάτων.

Διακοπές Πρωθυπουργού VS Διακοπές Ελλήνων VS Διακοπές Τουριστών

Αναφορικά με τις διακοπές του πρωθυπουργού η αρνητική πολικότητα των χρηστών εκφράζεται με ποικίλους τρόπους, είτε με εκνευρισμό αναρωτώμενοι ποιος του έδωσε άδεια να φύγει, είτε με ειρωνεία αναφέροντας ότι η ανεμελιά είναι στη φύση του, είτε με αγανάκτηση λέγοντας ότι κάποιος πρέπει να στείλει τον πρωθυπουργό σε διακοπές και ότι εάν η κυβέρνηση δεν μπορεί να ηγηθεί να το πει ευθέως, αφήνοντας την αντιπολίτευση να πάρει τα ηνία. Επίσης, τόσο οι χρήστες όσο και η αντιπολίτευση δηλώνουν την ανάγκη για τη λήψη ουσιαστικών μέτρων ενίσχυσης και στήριξης των μικρών επιχειρήσεων και της εργασίας από την κυβέρνηση.

Σε συνάρτηση με τις δικές τους διακοπές, τα συναισθήματα είναι μεικτά με σχόλια χρηστών να εκφράζουν ευγνωμοσύνη για το γεγονός ότι έχουν τη δυνατότητα να κάνουν διακοπές, σε σύγκριση με όσους δε θα μπορούν να φύγουν λόγω οικονομικών. Εκφράζουν επίσης νοσταλγία, αναφέροντας την ανάγκη που έχουν να φύγουν για διακοπές κάπου ερημικά και όμορφα με το σώμα τους να είναι στη δουλειά αλλά το μυαλό τους στις διακοπές, μπροστά στο ανέφικτο να φύγουν στην πραγματικότητα για διακοπές. Υπάρχουν επίσης και χρήστες που δίνουν ευχές για καλές διακοπές για όσους δεν έχουν γυρίσει και κουράγιο για όσους δουλεύουν εκφράζοντας την επιθυμία τους να υπάρχει υγεία και με προσοχή για όσους φύγουν.

Υπάρχουν επίσης και χρήστες που μιλούν ειρωνικά για όσους παραπονιούνται ότι θα πάνε διακοπές απλά όχι σε κάποιο ιδιαίτερο μέρος, ενώ άλλοι δεν έχουν πάει χρόνια διακοπές. Οι χρήστες εναντιώνονται αρκετά και στους τουρίστες του εξωτερικού δηλώνοντας με εκνευρισμό το παράλογο που τους χαρακτηρίζει, καθώς ενώ οι χώρες έχουν τεράστια έξαρση κρουσμάτων, το μόνο το οποίο τους ενδιαφέρει είναι το πότε θα ανοίξουν τα σύνορα στην Ελλάδα.

Επίσης αποδοκιμάζουν ακόμα και Έλληνες του εξωτερικού, για τους οποίους αναφέρουν ότι έρχονται για διακοπές στην Ελλάδα, χωρίς να κρατάνε αποστάσεις και τα αναγκαία μέτρα προστασίας, αλλά και σε όσους Έλληνες κάνουν διακοπές, ξεφαντώνουν και δεν υπολογίζουν την ζωή τους, ούτε και τη ζωή των άλλων. Η απογοήτευσή των χρηστών είναι τεράστια καθώς αναφέρουν πως σύντομα θα ξαναμπούν σε καραντίνα και ότι στην πραγματικότητα ο τουρισμός δεν ήρθε, σε αντίθεση με τον Κορωνοϊό.

Εσωτερικός Τουρισμός και Προγράμματα Επιδότησης

Σε σχέση με τα προγράμματα επιδότησης τουρισμού αναφέρουν ότι δεν είναι καθόλου υποστηρικτικά στην πραγματικότητα, μιλώντας με σαρκασμό για το γεγονός ότι οι διακοπές φέτος είναι θέμα «τζόκερ». Αντίθετα, τα μέσα ενημέρωσης δημοσιεύουν ότι οι αιτήσεις των πολιτών ξεπέρασαν κάθε προσδοκία στα προγράμματα συμμετοχής «Κοινωνικός Τουρισμός» και «Τουρισμός για Όλους», γεγονός που αντιφάσκει ανάμεσα στις δύο πλευρές, προωθώντας τη δήλωση του Υπουργού Τουρισμού Χάρη Θεοχάρη ότι ο ελληνικός τουρισμός θα κερδίσει το στοίχημα και τη δήλωση του Γενικού Γραμματέα του ΕΟΤ Δημήτρη Φραγκάκη, ότι ο τουρισμός θα αντέξει φέτος.

Κρίση στην Κρίση: Οι Τουρκικές Προκλήσεις στο Αιγαίο

Κι ενώ η επανεκκίνηση του τουρισμού βρίσκεται στα μέσα του καλοκαιριού, οι τουρκικές προκλήσεις στα ελληνικά ύδατα γίνονται ακόμα πιο έντονες και ορατές απασχολώντας τους χρήστες, οι οποίοι φοβούνται για το ξέσπασμα μίας ακόμη κρίσης.

Τοποθετούνται αρνητικά για άλλη μία φορά, αναφέροντας με ειρωνικά σχόλια, ότι ο Πρωθυπουργός συνεχίζει απτόητος τις διακοπές του όσες προκλήσεις και να δημιουργήσει η Τουρκία στο Αιγαίο. Σε αυτό το πλαίσιο, αποδοκιμάζουν την κυβέρνηση, αναφέροντας ότι όταν ο Αλέξης Τσίπρας ήταν πρωθυπουργός και είχε ξεσπάσει η πυρκαγιά στο Μάτι, κυβέρνηση και μέσα ενημέρωσης τον κατηγορούσαν που ήταν σε διακοπές, ενώ ο Κώστας Μητσοτάκης ως νυν πρωθυπουργός βρίσκεται σε διακοπές εν μέσω κρίσης στα ελληνοτουρκικά. Μάλιστα, οι χρήστες εκφράζουν τη συνολική τους αγανάκτηση, με τις προκλήσεις της Τουρκίας στο Αιγαίο, τη μετατροπή της Αγίας Σοφίας σε τζαμί, και τις φωτιές που βρίσκονται σε εξέλιξη στην χώρα, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι εν μέσω αυτών των εξελίξεων ο τουρισμός έχει αποτύχει πλήρως και ότι βρίσκεται στα τάρταρα.

5.5. 1 – 28 Αυγούστου

Στο διάστημα 1 – 28 Αυγούστου και ειδικότερα για τις περιόδους 1 – 11 (**Εικόνα 10**), 11 – 13 (**Εικόνα 11**), 14 – 22 (**Εικόνα 12**) και 20 – 28 Αυγούστου (**Εικόνα 14**) στο κοινωνικό δίκτυο των αναφορών (mentions) διακρίνονται 3 ομάδες χρηστών που συμπεριλαμβάνουν χρήστες με λιγότερο από 10%, των συνολικών χρηστών του δικτύου.

Την περίοδο αυτή, τα μέτρα επανεκκίνησης έχουν ήδη εφαρμοστεί, ο πρωθυπουργός και η κυβέρνηση βρίσκονται σε διακοπές, και η χώρα απειλείται από την αύξηση των κρουσμάτων λόγω της πανδημίας σε συνδυασμό με μία πιθανή κρίση που μπορεί να ξεσπάσει ανάμεσα στις ελληνοτουρκικές ισορροπίες.

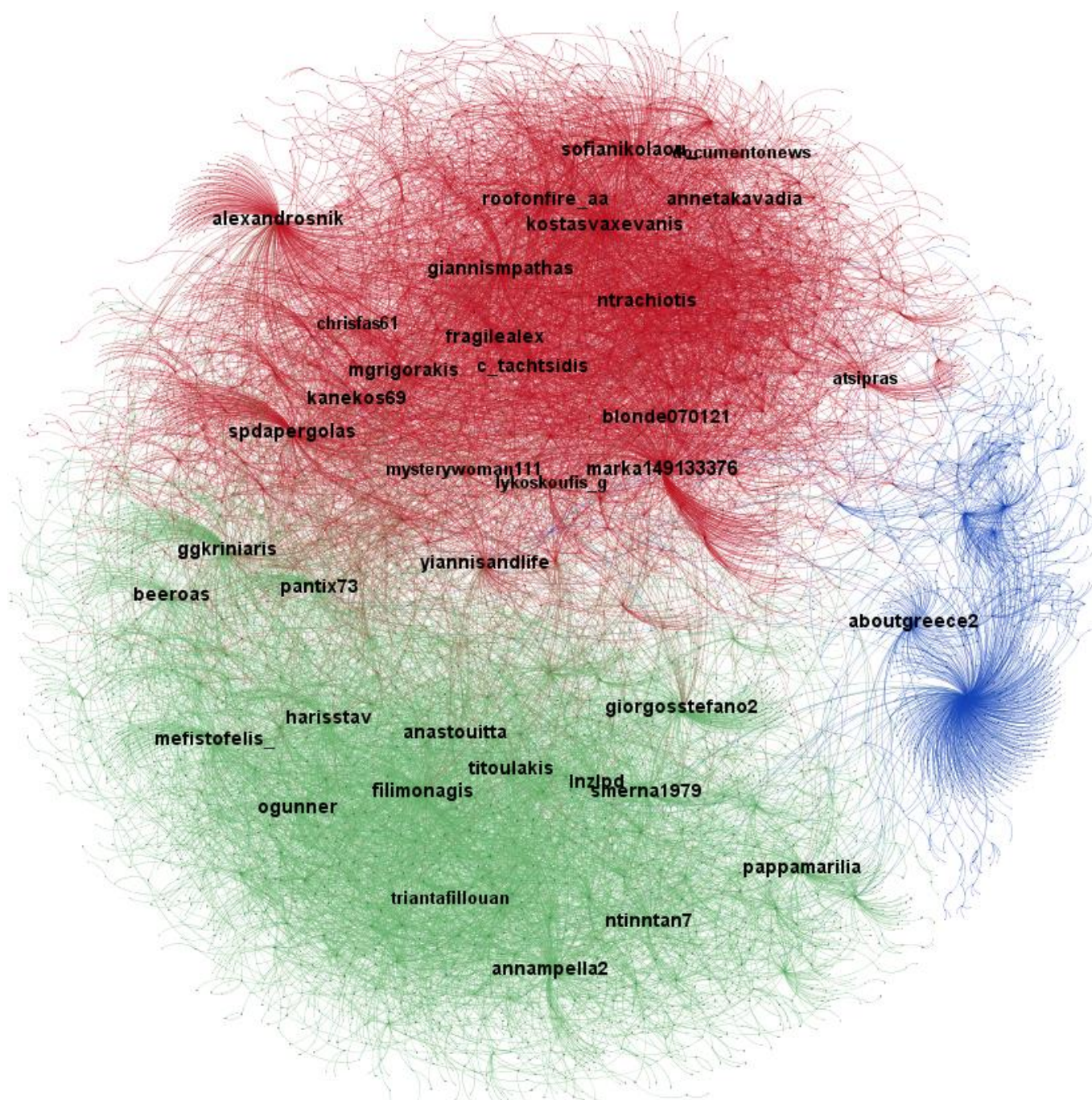
Το πρώτο δεκαήμερο 1-11 Αυγούστου εντοπίζεται η μεγαλύτερη δραστηριότητα των χρηστών με καθημερινά tweets από 6.500 – 10.000 σε αριθμό. Οι τουρκικές προκλήσεις βρίσκονται στο αποκορύφωμα, μια περίοδο όπου τα μέτρα επανεκκίνησης έχουν ολοκληρωθεί, με τον Πρωθυπουργό και την κυβέρνηση να έχουν ξεκινήσει τις διακοπές τους. Με επίκεντρο συζήτησης την παρουσία του τουρκικού

στόλου Ογυς Reis στο Αιγαίο και το έκτακτο διάγγελμα του Πρωθυπουργού, οι χρήστες σχολιάζουν επίσης για:

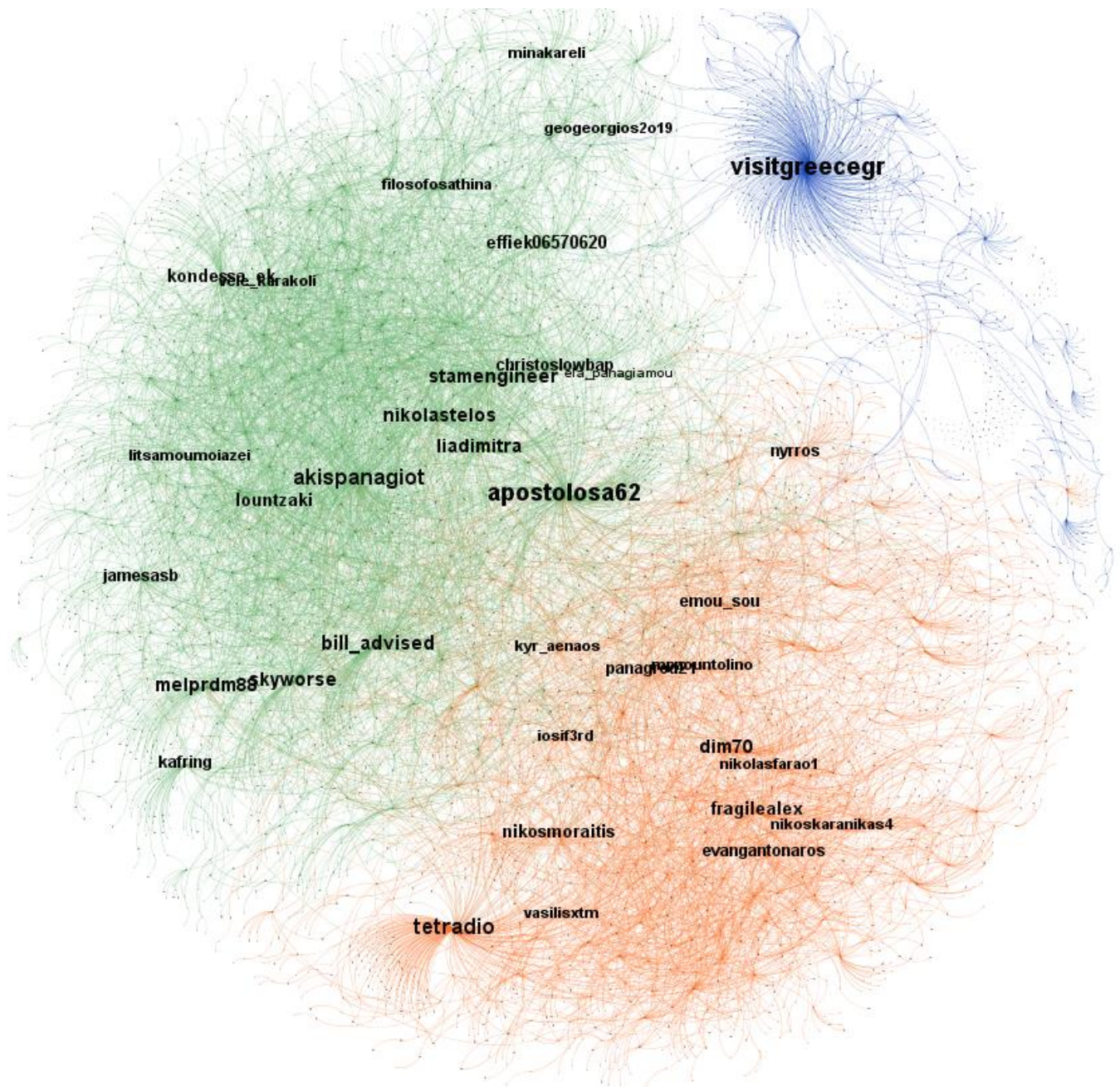
- τη βιντεοσκοπημένη μετάδοση της ομιλίας του πρωθυπουργού για τις τουρκικές προκλήσεις και τις έντονες αντιδράσεις από τους χρήστες
- τις διακοπές των πολιτικών της χώρας και τις αγορές μασκών με λεφτά του λαού
- το σκίτσο που ανέβασε ο δημοσιογράφος Κώστας Βαξεβάνης στο οποίο απεικονίζει τη Γενική Γραμματέα Αντεγκληματικής Πολιτικής, Σοφία Νικολάου, να κάνει διακοπές με λεφτά του δημοσίου,
- την αύξηση των κρουσμάτων μπροστά στην απελευθέρωση των μέτρων και το συνολικό υγειονομικό κόστος αφού εντοπίζονται τα πρώτα μαζικά περιστατικά με τουρίστες να είναι θετικοί στον Covid-19
- τις προειδοποιήσεις των επιδημιολόγων για αύξηση των κρουσμάτων
- τις πρώτες αναφορές για ύφεση στην ανεργία, έλλειμμα στα δημοσιονομικά και πτώση του τουρισμού

Οι συγκεκριμένες θεματικές συνεχίζουν να βρίσκονται στο κέντρο συζήτησης μεταξύ των χρηστών, τόσο για τις ημέρες του 15αύγουστου όσο και για το τελευταίο δεκαήμερο όπου η επιστροφή των εκδρομέων και η αύξηση των κρουσμάτων σταδιακά λαμβάνουν όλο και μεγαλύτερη βαρύτητα. Επίσης το έκτακτο μήνυμα του 112 της Πολιτικής Προστασίας περί ατομικής ευθύνης κατά την επιστροφή των πολιτών, οι επίσημες ανακοινώσεις για αύξηση των κρουσμάτων και οι πρώτες αναφορές για ύφεση της οικονομίας, με απαραίτητη τη λήψη συμπληρωματικών μέτρων στήριξης «εκτοπίζουν» τη θεματική των ελληνοτουρκικών από κορυφαίο θέμα συζήτησης.

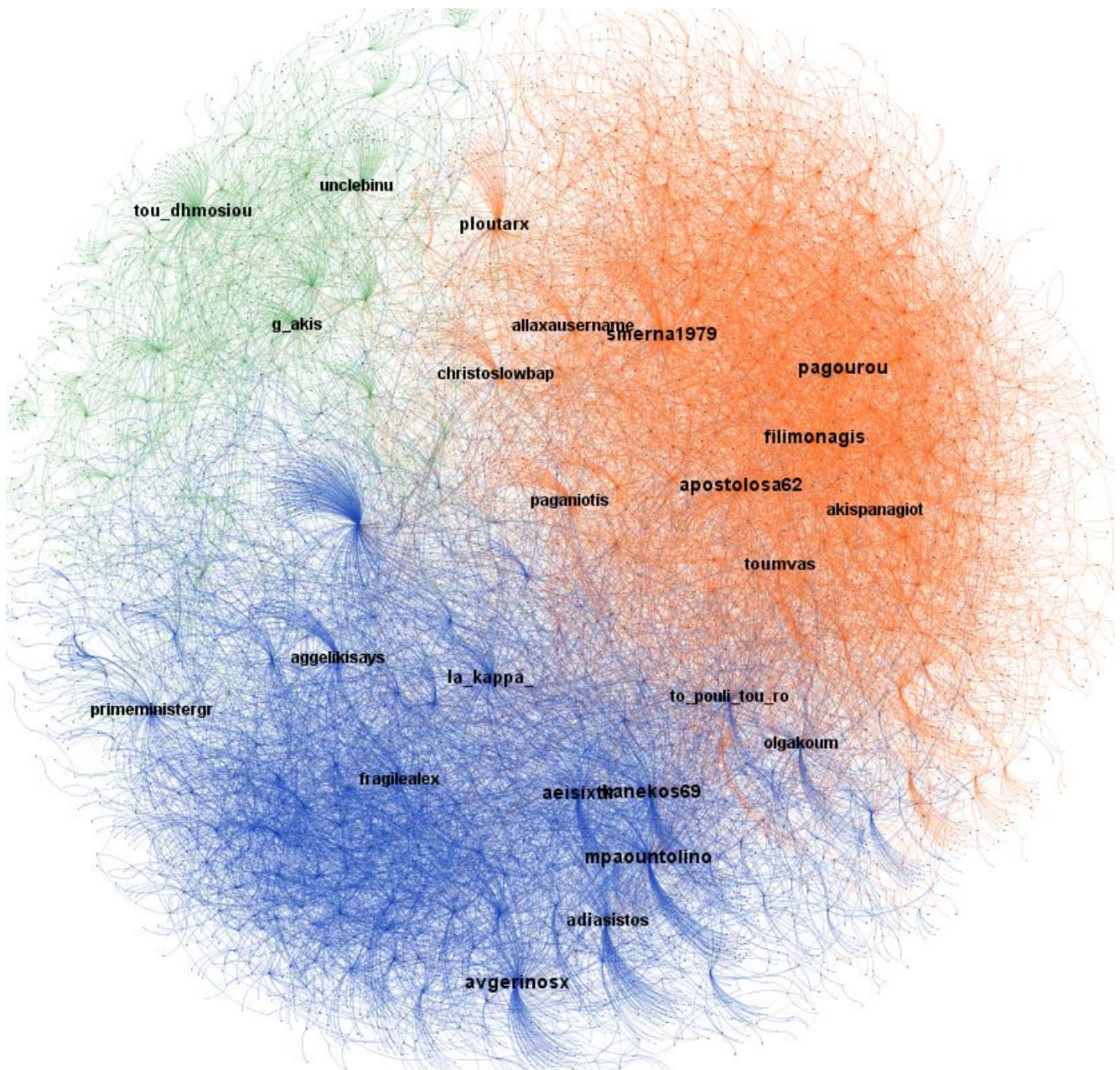
Εικόνα 10. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 1 - 11 Αυγούστου 2020



Εικόνα 11. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 11 - 13 Αυγούστου 2020



Εικόνα 12. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 14 - 22 Αυγούστου 2020



Για το δεκαήμερο 1 – 11 Αυγούστου, οι χρήστες *kostasvaxevanis* και *sofianikolaou* αναφέρονται από χρήστες λόγω του σκίτσου που δημιούργησε ο δημοσιογράφος Κώστας Βαξεβάνης στο οποίο απεικονίζει τη Γενική Γραμματέα Αντεγκληματικής Πολιτικής της ΝΔ, Σοφία Νικολάου να κάνει διακοπές με χρήματα του λαού. Οι αναφορές από τους χρήστες ποικίλουν, καθώς άλλοι υποστηρίζουν ότι το σκίτσο αποτελεί προϊόν σεξισμού και άλλοι υποστηρίζουν ότι απλά απεικονίζει την πολιτικό να κάνει διακοπές με χρήματα του λαού. Κορυφαίος χρήστης αποτελεί επίσης ο *visitgreecegr*, με χρήστες να τον αναφέρουν με σκοπό να προωθήσουν την τουριστική προβολή της χώρας, ενώ ο Εκπρόσωπος Τύπου του ΣΥΡΙΖΑ Αλέξανδρος Νικολαΐδης (*alexandrosnik*) αναφέρεται από χρήστες που εναντιώνονται στον πρωθυπουργό και τις διακοπές που πληρώνει ο λαός.

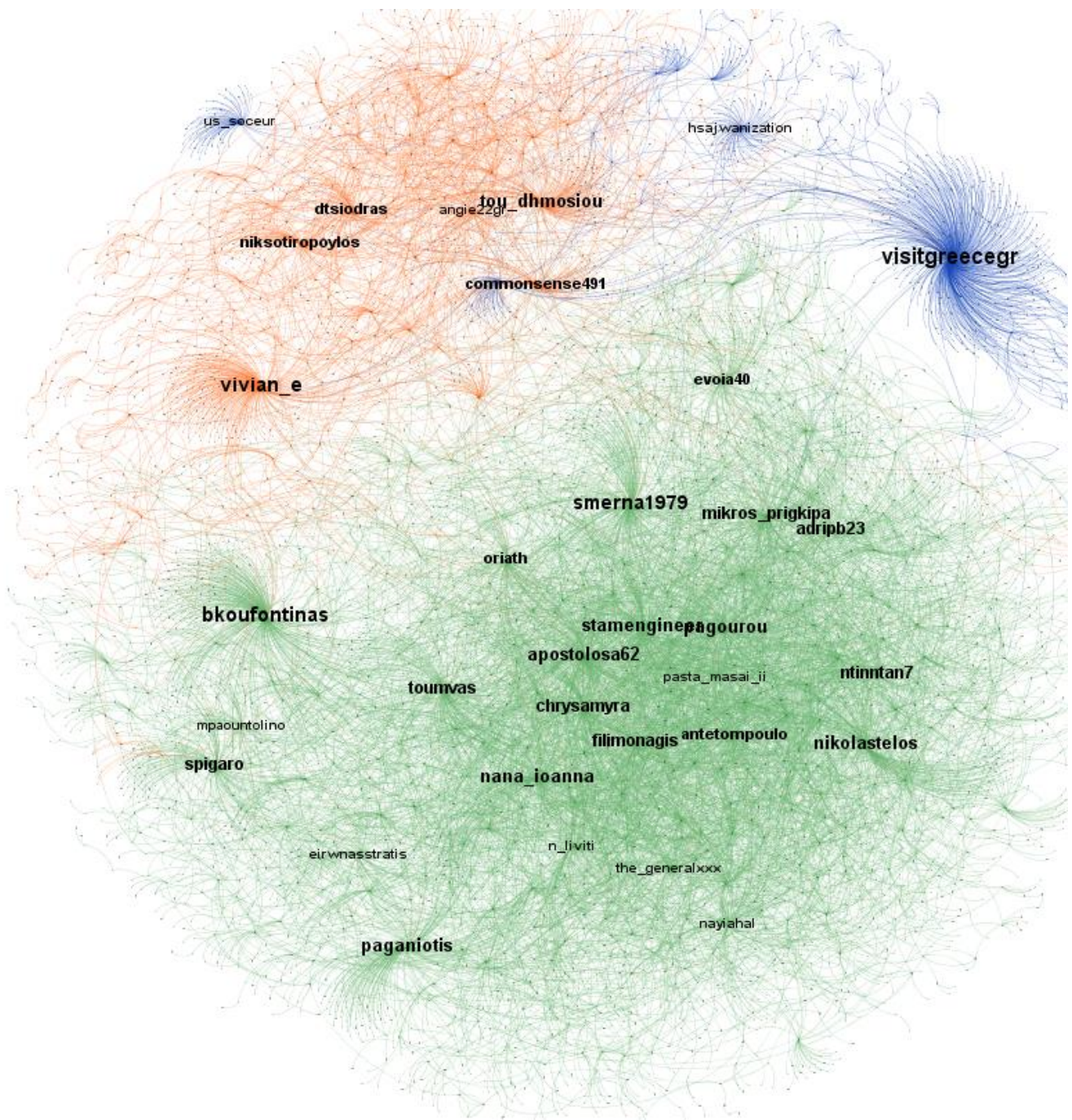
Πιο συγκεκριμένα για την 11^η Αυγούστου (**Εικόνα 13**), η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ Κατερίνα Νοτοπούλου, αποτελεί κορυφαία χρήστη σε αναφορές που προέρχονται από μέσα ενημέρωσης και χρήστες λόγω των δηλώσεων της ότι εν μέσω έξαρσης της πανδημίας η κυβέρνηση παίζει με τον ελληνικό τουρισμό. Παράλληλα ο χρήστης *visitgreecegr* βρίσκεται ανάμεσα στους κορυφαίους ξανά με αναφορές που σχετίζονται με την προώθηση της τουριστικής καμπάνιας. Οι χρήστες *ntrachiotis*, *axristodoulidou* μαζί και ο *themismaglis* οι οποίοι ανήκουν στο ίδιο class υπερασπιζόμενοι ανοιχτά τον χώρο της Αριστεράς, κατακρίνουν τις προκλητικές διακοπές του πρωθυπουργού και άλλων δημοσίων προσώπων με χρήματα του λαού, ενώ σε σχέση με το σκίτσο εστιάζουν στο γεγονός ότι η Σοφία Νικολάου έκανε διακοπές με χρήματα του λαού. Επίσης σχολιάζουν επικριτικά την κατάσταση που επικρατεί τόσο για την αύξηση των κρουσμάτων με περιστατικά τουριστών να είναι θετικοί στον ιό όσο και για τις διακοπές του πρωθυπουργού και το βιντεοσκοπημένο διάγγελμα εν μέσω εντεταμένων τουρκικών προκλήσεων. Οι χρήστες *smerna1979*, *chris_night79*, *panosepi* που ανήκουν στο ίδιο class κατακρίνουν τις διακοπές του πρωθυπουργού και την αύξηση των κρουσμάτων, ενώ για την 11^η Αυγούστου οι *filimonagis*, *apostolosa62*, *roulla72*, *mikros_prigkipa* και *smerna197* εστιάζουν στο γεγονός των τουρκικών προκλήσεων με ειρωνικό τρόπο σε σχέση με το αν θα προλάβουν να κάνουν διακοπές, χωρίς όμως να κάνουν περισσότερες αναφορές για τα ελληνοτουρκικά. Η επιρροή που ασκούν είναι μεν αρνητική αλλά το περιεχόμενο τους δεν είναι συγκεκριμένα κατηγορηματικό. Από την άλλη το περιεχόμενο των χρηστών που τοποθετείται υπέρ της Αντιπολίτευσης, χρησιμοποιεί συγκεκριμένο και

Εικόνα 13. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 11η Αυγούστου 2020



Για το δεκαήμερο 14 – 28 Αυγούστου οι χρήστες *apostolosa62*, *smerna1979* και *visitgreecegr* βρίσκονται ανάμεσα στους κορυφαίους, με τους δύο πρώτους να ανήκουν στο ίδιο class και να αναφέρονται σε σχέση με την κατάσταση που επικρατεί στον τουρισμό και την αύξηση των κρουσμάτων, ενώ ο χρήστης *visitgreecegr* συνεχίζει να αναφέρεται από χρήστες που υποστηρίζουν την τουριστική προβολή της χώρας. Οι χρήστες *christinadim31*, *kanekos69*, *mikros_prigkipa*, *smerna1979*, *chris_night79*

Εικόνα 14. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 20 - 28 Αυγούστου 2020



κυριαρχούν δημοσιεύοντας περιεχόμενο που αποδοκιμάζει τις διακοπές του πρωθυπουργού, την αύξηση των κρουσμάτων και το έκτακτο μήνυμα της πολιτικής προστασία τους 112, ενώ ο χρήστης *ntrachiotis*, υπερασπιζόμενος τον χώρο της Αριστεράς, καταδικάζει το άνοιγμα του Τουρισμού, την αύξηση των κρουσμάτων και τις διακοπές των πολιτικών.

Για την περίοδο 1 – 11 Αυγούστου συγκεντρώσαμε συνολικά 18714 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 5 θέματα, τα οποία εστιάζουν στις διακοπές του πρωθυπουργού, της κυβέρνησης και δημοσίων προσώπων, ενώ τα κρούσματα αυξάνονται και η κρίση στα ελληνοτουρκικά εντείνεται (**Πίνακας 22**).

Πίνακας 22. Τα topics των tweets της περιόδου 1 – 11 Αυγούστου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5
διακοπες	διακοπές	διακοπές	διακοπές	διακοπές
διακοπές	κάνει	κάνει	πανδημίας	τουρισμός
λεφτα	σάλλα	πας	πρωθυπουργού	κάνει
απο	κότερο	μήνας	ώρα	φέτος
δικα	ξεφτιλες	ευρώ	έλεγε	πρωθυπουργός
ειναι	κρούσματα	πήγε	μέρες	πάει
πάρει	λέει	πάμε	κρίσης	εικόνα
κυβερνηση	φωτογραφία	δουλειά	πλάτη	μέρες
μάσκες	κοραη	είπε	καλές	πήγε
οτι	χριστινα	λεφτά	νησί	ζωή

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Τις διακοπές των πολιτικών με αφορμή το σκίτσο που ανέβασε ο δημοσιογράφος Κώστας Βαξεβάνης στο οποίο απεικονίζει τη Γενική Γραμματέα Αντεγκληματικής Πολιτικής, Σοφία Νικολάου, να κάνει διακοπές με λεφτά του δημοσίου. Το σκίτσο αυτό πήρε μεγαλύτερη διάσταση καθώς οι χρήστες βρίσκονταν σε αντιπαράθεση για το αν το σκίτσο:

- αποτελεί προϊόν σεξισμού με δηλώσεις των χρηστών να αναφέρονται σε σεξισμό της αριστεράς με το πλαίσιο της όλης συζήτησης να περιστρέφεται γύρω από το σκίτσο κι όχι τα λεφτά που δαπανήθηκαν για δήθεν επαγγελματικές υποχρεώσεις
- δεν αποτελεί προϊόν σεξισμού αλλά ότι δείχνει να κάνει διακοπές με λεφτά του λαού

Θέμα 2: Τις διακοπές πολιτικών και δημοσιογράφων μπροστά στην αύξηση των κρουσμάτων με αφορμή:

- τις διακοπές της Γ.Γ. Αντεγκληματικής Πολιτικής Σοφία Νικολάου και κυρίως
- τις διακοπές της πολιτικής Συντάκτριας της Ελευθεροτυπίας, Χριστίνας Κοραή στο κότσο του τραπεζίτη της Τράπεζας Πειραιώς Δημήτρη Σάλλα, που εμφανίζεται σε φωτογραφία αγκαλιά με τη γυναίκα του.

Θέμα 3: Τις διακοπές των πολιτικών με χρήματα του λαού, ο οποίος αδυνατεί να πάει διακοπές με αφορμή:

- τις πληρωμένες διακοπές της Υπουργού Πολιτισμού Λίνας Μενδώνη με τη δημοσιογράφο Άννα Παναγιωταρέα για ένα μήνα κόστους 11.500€, τις οποίες όπως αναφέρουν οι χρήστες, πληρώνει για άλλη μία φορά ο λαός
- τις διακοπές που έκανε η Γ.Γ. Αντεγκληματικής Πολιτικής Σοφία Νικολάου με την αιτιολογία ότι επρόκειτο να ταξιδέψει για δουλειά με σκοπό να κάνει επιθεώρηση σε φυλακές. Σε συνδυασμό με το σκίτσο του δημοσιογράφου Κώστα Βαξεβάνη και το αν είναι ή όχι προϊόν σεξισμού, αυτό στο οποίο εστιάζουν οι χρήστες είναι ότι η Νικολάου κάνει διακοπές με τα λεφτά του Έλληνα φορολογούμενου

Θέμα 4: Τις διακοπές του πρωθυπουργού τους χρήστες εκφράζουν με ειρωνικό τόνο την αρνητική τους διάθεση, αναφερόμενοι:

- στο γεγονός ότι ο πρωθυπουργός διακόπτει τις διακοπές του για να κάνει διακοπές
- νεύρα για την επίδειξη των διακοπών του πρωθυπουργού, εν μέσω πανδημίας και κρίσης με την Τουρκία
- ειρωνεία ως προς το βιντεοσκοπημένο τηλεοπτικό μήνυμα του πρωθυπουργού και τις διακοπές που πρόκειται να κάνει για να «ξεκουραστεί»
- αξιολογήσεις των χρηστών με ειρωνικό τόνο σχετικά με το ότι δεν πρέπει οι Έλληνες που δουλεύουν εξαντλητικά, με χαμηλούς μισθούς να είναι μίζεροι, αλλά να απολαμβάνουν τις πλουσιοπάροχες διακοπές του πρωθυπουργού τους, τις οποίες κάνει με δημόσιο χρήμα

Θέμα 5: Τις διακοπές του πρωθυπουργού σε συνάρτηση με την εικόνα για την τουριστική κινητικότητα με θετικές και αρνητικές αναφορές από λογαριασμούς των μέσων για τον ελληνικό τουρισμό:

- περί απελπιστικής κατάστασης των εργαζομένων στη βιομηχανία με τον κλάδο να αποτελεί μια ωρολογιακή βόμβα
- ότι για τα ξενοδοχεία ο εσωτερικός τουρισμός αποτελεί την ύστατη ελπίδα
- τον τουρισμό στην Κρήτη να βρίσκεται στον φόβο του κορωνοϊού, αφού παρατηρείται αρνητικό ρεκόρ στις πληρότητες των ξενοδοχείων
- δηλώσεις των επιστημόνων ότι ο κορωνοϊός δεν κάνει διακοπές
- αναφορές ότι 1 στους 3 Γερμανούς επιλέγει Ελλάδα
- δηλώσεις του Γενικού Γραμματέα του ΕΟΤ Δημήτρη Φραγκάκη, ότι ο ελληνικός τουρισμός έχει ανοίξει και ότι η εικόνα είναι καλύτερη σε σχέση με την προηγούμενη εβδομάδα

Πίνακας 23. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Ενα μικρο θεμα. Οι ελληνες ειναι λαος βαθια ατομιστης και που κοιταει να βγαλει ο ενας το ματι του αλλου. Οποτε δεν υπαρχει κανενα νοημα να περιμενει οποιοσδηποτε υπευθυνος να πειθαρχησει ενας βαθια αγραμματος λαος σε κοινωνικα θεματα. Καλη τυχη καλο βραδυ και καλες διακοπες</i>	απογοήτευση
<i>μόλις γυρίσει από τις διακοπές ο "άυπνος" θα τ λύσει όλα! αυτόν τον απατεώνα μας φορτώσατε!</i>	αγανάκτηση
<i>απο οτι ακουγεται κρυβουν κρουσματα απτα νησια κ τα χρεωνουν πχ αττικη για να μην επηρεαστει ο τουρισμος.συγκεκριμενα ακουσ α στη παρο υπαρχουν 15κ λενε μονο 1 καποιος απτη #κυβερνηση_Μητσοτακη υπαρχει να παρει θεση?#κορωνοιος #μασκα #Covid_19 #coronavirus #ΝΔ_ΑΠΑΤΕΩΝΕΣ #μασκα</i>	αποδοκιμασία
<i>στις 30/7 ο Θεοχαρης δηλωσε οτι δεν θα αυξηθει η πληροτητα. στις 31/07 ο Θεοχαρης εβαλε φωτο προφιλ με μασκα θωρακιζοντας καθε πτυχη που εχει σχεση με τον τουρισμο. στις 01/08 ο Θεοχαρης περασε αποφαση που αυξανεται η πληροτητα των πλοιων, αφου εχει θωρακιστει πλεον ο τουρισμος.</i>	αποδοκιμασία
<i>Αντι να επιδοτησεις σαν κρατος τις διακοπες για ολους τους Ελληνες (προφανως με κριτηρια) ωστε ο εσωτερικος τουρισμος να εσωζε την κατασταση,ανοιξεις τα συνορα χωρις σχεδιο και εβαλες αυτογ</i>	εκνευρισμός

κολ Τώρα τρεχουμε και δεν φτανουμε Ραντεβου στις 18.00 με τον γλυκουλη κ.Τσιοδρα	
Εχουμε πρωθυπουργο το μεγαλυτερο τεμπελη της χωρας. Φευγει για διακοπες για να ξεκουρασει απο τις διακοπες. ΝΔ_ξεφτιλες	ειρωνεία
Μαγνητοσκοπημένο τηλεοπτικό μήνυμα, γιατί μετά την ορκομωσία φεύγει σουμπιτος για διακοπές	ειρωνεία
η ελλαδα κινδυνευει απο τους τουρκους, ο ζαιος με την ιδεολογια του,ο ΝΔ στον κοσμο τις..και οι υπολοιποι ειναι διακοπες..μπραβο ρε μπραβο..καλα κανω που δεν ειμαι μεσα στο κολοσυσστημα σας προβατα εε προβατα..καλυτερα ελευθερος με ελευθερη σκεψη	απελπισία
8ο Σενάριο	

Για την περίοδο 11 – 13 Αυγούστου συγκεντρώσαμε συνολικά 11644 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 6 θέματα, κάνουν εστιάζουν στην κρίση στα ελληνοτουρκικά, καθώς και στην αύξηση των κρουσμάτων, ενώ ο πρωθυπουργός βρίσκεται σε διακοπές (Πίνακας 24).

Πίνακας 24. Τα topics των tweets της περιόδου 11 – 13 Αυγούστου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5	Θέμα 6
διακοπές	διακοπές	διακοπές	απο	διακοπές	διακοπές
πάρο	σκαι	κάνει	διακοπές	γιατρός	τουρισμός
ξεκουραστούν	πάω	διακοπες	ειναι	πας	κρούσματα
κλείνει	πειραιά	ελλάδα	νεα	πάει	μέτρα
κυβέρνηση	διακοπές	ειναι	γιατί	χαλκιδική	μέρα
καλύτερα	μπαρ	ξεφτιλες	τουρισμός	κορονο	νησιά
σαντορίνη	μέρες	διαγγελμα	παιδιά	διασωληνώθηκε	κρουσμάτων
κυβέρνησης	σπίτι	αλλα	ενα	κορωνο	στήριξης
βρει	πάτε	ερντογαν	λεμε	καραντίνα	καλημέρα
λεεί	δουλειές	κανω	μονο	αθήνα	συνέχεια

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Τις διακοπές του πρωθυπουργού ενώ ανακοινώνει το διάγγελμα στο Μέγαρο Μαξίμου, με αναφορές των χρηστών που εκφράζουν ειρωνεία καθώς δηλώνουν ότι:

- ο πρωθυπουργός κάνει διακοπές και δείχνει ταυτόχρονα να είναι στο Μαξίμου για το διάγγελμα, κοροϊδεύοντας το λαό
- το κόστος για τις διακοπές του πρωθυπουργού στην Πάρο αντιστοιχεί σε 2000€

- η κυβέρνηση έκλεισε για διακοπές και για να ξεκουραστεί

Θέμα 2: Τις διακοπές των νέων εν μέσω πανδημίας με ιδιαίτερη αναφορά για τις εξόδους που κάνουν και τους χρήστες να εκφράζουν αποδοκimasίας επειδή δυνατότητα πάνε διακοπές, ή σε μπαρ και σε πάρτυ.

Θέμα 3: Τις διακοπές του πρωθυπουργού και το έκτακτο διάγγελμα που εξήγγειλε για την κρίση που προκάλεσε ο τουρκικός στόλος του Oruc Reis. Ειδικότερα οι κορυφαίες λέξεις «κάνει», «είναι», «ξεφτίλες», «διάγγελμα», «ερντογάν» από τα tweets των χρηστών, αφορούν:

- αξιολογήσεις που εναντιώνονται σε χρήστες της αντιπολίτευσης οι οποίοι κατηγορούν τον πρωθυπουργό ότι κάνει διακοπές
- το μαγνητοσκοπημένο διάγγελμα του πρωθυπουργού με αφορμή την κρίση στα ελληνικά ύδατα, ενώ εκείνος έκανε διακοπές και τον εκνευρισμό που προκάλεσε στους χρήστες το γεγονός ότι αντί να γυρίσει εκτάκτως στην Αθήνα κοροϊδεύει τον λαό
- την κρίση που προκάλεσε ο τουρκικός στόλος του Oruc Reis στα ελληνικά ύδατα ανάμεσα σε Κρήτη-Κάσο-Ρόδο-Καστελόριζο ενώ ο πρωθυπουργός έκανε διακοπές

Θέμα 4: Το μέλλον των διακοπών και του τουρισμού εν μέσω αύξησης των κρουσμάτων και εμφάνισης του τουρκικού στόλου Oruc Reis στα ελληνικά ύδατα. Οι χρήστες εκφράζουν ερωτήματα και δηλώσεις ανησυχίας σε σχέση με το μέλλον εκφράζοντας:

- εκνευρισμό καθώς μέσα στα τόσα προβλήματα η κυβέρνηση κάνει διακοπές
- ανησυχία καθώς τα κρούσματα αυξάνονται σπάζοντας νέα ρεκόρ ενώ οι εκδρομείς δεν έχουν γυρίσει από τις διακοπές τους
- ειρωνεία απέναντι στις διακοπές του πρωθυπουργού με το Oruc Reis να είναι άγνωστο για το πού θα κινηθεί

Θέμα 5: Τα νέα περιστατικά εντοπισμού ιατρικού προσωπικού και τουριστών που εντοπίζονται να έχουν κολλήσει τον ιό:

- συνδυαστικά με τις λέξεις «γιατρός», «διακοπές» και «χαλκιδική» tweets των μέσων ενημέρωσης περιγράφουν το περιστατικό της 27χρονης γιατρού του Πανεπιστημιακού νοσοκομείου Λάρισας που εισήχθη σε ΜΕΘ λίγο μετά τις διακοπές της στην Χαλκιδική.
- ένα ακόμη περιστατικό που συνδυάζεται με τη λέξη «κορονο», αφορά τους επτά νεαρούς Ιταλούς που πήγαν διακοπές στην Κέρκυρα και γύρισαν με κορονοϊό

Θέμα 6: Την αύξηση των κρουσμάτων και τα πρώτα αρνητικά αποτελέσματα στην οικονομία και τον τουρισμό που απαιτούν επιπλέον μέτρα στήριξης από την κυβέρνηση, με τα tweets των μέσων ενημέρωσης να αναφέρονται:

- στην έξαρση των κρουσμάτων, όπου από την αρχική επιτυχία, τη χαλάρωση και το ριψοκίνδυνο «άνοιγμα» χωρίς αυστηρούς ελέγχους, η χώρα οδηγήθηκε σε επιπτώσεις που απαιτούν πρόσθετα μέτρα στήριξης στην υγεία και την οικονομία
- την ακύρωση της 85ης ΔΕΘ λόγω της αύξησης των κρουσμάτων δημιουργώντας τεράστια οικονομικά προβλήματα στη Θεσσαλονίκη και την ανάγκη για παροχή άμεσων μέτρων στήριξης των επιχειρήσεων της περιοχής και του εκθεσιακού φορέα
- την ακύρωση της λειτουργίας των καταστημάτων εστίασης στα νησιά και τα τεράστια οικονομικά προβλήματα για τις επιχειρήσεις και για τους εργαζομένους
- τις δηλώσεις των πολιτικών ότι η Κυβέρνηση οφείλει να λάβει άμεσα μέτρα στήριξης για τις τοπικές οικονομίες
- την πτώση των φορολογικών εσόδων κατά 15% τον Ιούλιο λόγω της πανδημίας
- την πτώση του ελληνικού τουρισμού κατά 74,3% το πρώτο 7μηνο του 2020

Πίνακας 25. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Βρε μπαγάσα Κούλη, έβαλες φωτό στο φόντο για να δείξεις ότι είσαι στο Μαξίμου για το διάγγελμα? Τι πονηρό μυαλό είσαι, λες και θα παρεξηγιόμασταν αν μαθαίναμε ότι συνεχίζεις τις διακοπές σου στα</i>	<i>ειρωνεία</i>

Χανιά και από κάτω φορές λουλουδάτη βερμούδα και Χαβανέζικες σαγιοναρες	
Πάντως είχαν δίκιο με την #ψηφιακοποίηση.... Μπορεί να μην φτιάξαν το #112gr αλλά ανέβηκε η παραγωγικότητα της e-κυβέρνηση. Τώρα φαίνεται ότι δουλεύουν και από τις διακοπές  . #Διαγγελμα #Ορουτς_Ρεις #Μητσοτάκης #Δένδιας #ΑΟΖ #ευβοια #κυβερνηση τσιρκο	αποδοκιμασία
Άραγε όλα αυτά τα άτομα, τα νεαράς ηλικίας που "ξεσαλώνουν" σε διακοπές στα νησιά και σε μαζικές εκδηλώσεις είναι και σε κινηματικές διαδικασίες ή είναι "ότι φάμε ότι πιούμε και ότι αρπάζει "ή "εγώ να περνάω καλά"...;	εκνευρισμός
Χάνεται ο έλεγχος της πανδημίας: Ο τουρισμός και τα σοβαρά ερωτήματα για τα στοιχεία του ΕΟΔΥ	ανησυχία
Παιδια "δεν βγήκε" ο τουρισμος. Μαζέψτε τα τώρα πριν είναι αργα	ανησυχία
Στη ΜΕΘ εισήχθη γυναίκα γιατρός 27 ετών του Πανεπιστημιακού νοσοκομείου Λάρισας λίγο μετά τις διακοπές της στην Χαλκιδική. Συνεχίστε να πιστεύετε πως αφορά μόνο γέρους και με υποκείμενα νοσήματα το Covid19	φόβος
Σύψας: Εχουμε «πόλεμο», που δεν πάει καλά -Τρέμουμε την επιστροφή των νέων από τις διακοπές	άγχος
Δεκατρείς Αυγούστου και ούτε η κρίση με τον covid, ούτε η είσοδος του Τουρκικού σεισμογραφικού σε Ελληνικά ύδατα ούτε η πλημμύρα στην Νότια Εύβοια όπου θρηνήσαμε θύματα δεν στάθηκαν ικανές να χαλάσουν τις διακοπές του σιμουλτανέ που έκανε διάγγελμα απο green box... #ασταδιαλα_ρε	ειρωνεία
9ο Σενάριο	

Για την ημέρα της 11^{ης} Αυγούστου συγκεντρώσαμε συνολικά 10049 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 9 θέματα, τα οποία, εστιάζουν στην κρίση στα ελληνοτουρκικά και τις διακοπές των πολιτικών και των Ελλήνων εν μέσω αύξησης των κρουσμάτων (Πίνακας 26).

Πίνακας 26. Τα topics των tweets της ημέρας της 11^{ης} Αυγούστου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5
διακοπές	διακοπές	διακοπές	τουρισμός	διακοπές
φορές	πάτε	διακοπες	πανδημία	ειναι
αυγουστο	λέω	θέλει	κυβέρνηση	ερντογάν

είπε	περάσετε	φωτογραφίες	τουρισμό	καστελόριζο
άτομα	φύγουν	τουρκοί	τουρισμός	κρήτη
παρέα	δεκαπενταύγουστο	μητσοτάκης	μέτρα	κάνει
πάει	απομείνει	μεσα	ώρα	χάσει
πήγαινα	κλεινόν	μυαλόσ	παίζει	καλό
πήγαινε	αντικοινωνικοί	σταματήστε	αναζωπυρώνεται	οτι
κάνει	σώοι	ποστάρετε	απρόβλεπτη	αλλα

Θέμα 6	Θέμα 7	Θέμα 8	Θέμα 9
διακοπές	διακοπές	μέτρα	διακοπές
καλή	τουρισμός	εύβοια	βγάλω
διακοπες	πήγε	στήριξης	κάνετε
ξεκινήσει	καλή	χαλάρωση	ερντογάν
εξοχικό	καραντίνα	υγεία	γκόμενο
συνέχεια	κάνουν	κρουσμάτων	αξία
κάνετε	αύγουστο	έξαρση	ανεκτίμητη
τούρκοι	συνέχεια	οικονομία	αιγείο
ημέρες	ζωή	οταν	κρήτη
αυγουστιάτικα	νεκρούς	χώρες	κρούσματα

Οι θεματικές της ημέρας της 11^{ης} Αυγούστου κατά την οποία εντοπίζονται και τα περισσότερα tweets δεν διαφοροποιούνται σε σχέση με τις θεματικές που έχουν προκύψει για το μήνα Αύγουστο. Η θεματική όμως που εντοπίζεται πιο έντονα με βάση τα tweets των χρηστών αφορά την κρίση που έχει προκαλέσει ο τουρκικός στόλος Oduc Reis με την παρουσία του στα ελληνικά ύδατα, και τις ανάλογες αντιδράσεις των χρηστών σε σχέση με:

- το γεγονός ότι πρωθυπουργός και κυβέρνηση συνεχίζουν να κάνουν διακοπές
- τις διακοπές των Ελλήνων
- την έξαρση της πανδημίας
- την κατάσταση στην οποία βρίσκεται η τουριστική κίνηση

Η αρνητική πολικότητα κυριαρχεί, με τους χρήστες να εκφράζουν ένα σύνολο αρνητικών συναισθημάτων δυσανεξίας, απογοήτευσης, εκνευρισμού και ειρωνείας. Οι λέξεις «διακοπές» και «τουρισμός» κυριαρχούν σχεδόν σε όλες τις θεματικές μαζί με λέξεις όπως «ερντογάν», «μητσοτάκης», «αύγουστο», «τούρκοι», «καστελόριζο» και «κρούσματα». Αναφορικά με τις διακοπές του πρωθυπουργού και της κυβέρνησης, οι χρήστες εκφράζουν:

- ειρωνεία αναρωτώμενοι αν το Υπουργείο Άμυνας έχει προνοήσει για τις διακοπές του πρωθυπουργού σε περίπτωση επιστράτευσης

- ειρωνεία με τον πρωθυπουργό αναφέροντας ότι διέκοψε 1-2 μέρες τις μόνιμες διακοπές τους για τα μάτια του κόσμου
- εκνευρισμό με την Πρόεδρο της Δημοκρατίας καθώς τη δύσκολη ώρα εν μέσω ελληνοτουρκικής κρίσης πρέπει να είναι στο γραφείο της και όχι για διακοπές
- εκνευρισμό με τον πρωθυπουργό ζητώντας ενημέρωση για τα ελληνοτουρκικά

Αναφορικά με τις καθαυτές διακοπές των Ελλήνων, αλλά και σε σχέση με τα ελληνοτουρκικά και την έξαρση της πανδημίας οι χρήστες εκφράζουν:

- ειρωνεία με την κυβέρνηση και τις τουρκικές προκλήσεις, με τους χρήστες να ελπίζουν ότι θα προλάβουν να κάνουν διακοπές, σε περίπτωση ξαφνικής επιστράτευσης που ίσως να χρειαστεί να γίνει
- απογοήτευση αναφέροντας ότι διακοπές φέτος δεν έχει, κι ότι συνεχίζουν την καραντίνα
- φόβο καθώς παρά το γεγονός ότι φεύγουν για διακοπές, ανησυχούν λόγω της πανδημίας
- ματαιοδοξία καθώς δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να πάνε διακοπές
- την ανάγκη να φύγουν για διακοπές
- ειρωνεία με χρήστες που ανεβάζουν φωτογραφίες και ταξιδεύουν
- απογοήτευση των χρηστών που δε μπορούν να κάνουν διακοπές και μένουν τον Αύγουστο στην Αθήνα
- χαρά καθώς αναφέρουν ότι επιτέλους πάνε διακοπές
- δυσαρέσκεια καθώς μέσα στις καλοκαιρινές διακοπές, οι χρήστες κάνουν υπομονή ενώ βρίσκονται στο γραφείο, στη δουλειά
- ειρωνεία αναφέροντας ότι οι διακοπές είναι πολυτέλεια και όχι δικαίωμα κάθε ανθρώπου

Αναφορικά με τις διακοπές του πρωθυπουργού και της κυβέρνησης σε σχέση με την έξαρση της πανδημίας και την κατάσταση στην τουριστική κίνηση οι χρήστες εκφράζουν:

- εκνευρισμός με τους πολιτικούς της κυβέρνησης που βρίσκονται σε διακοπές
- ειρωνεία με σε όσους ασχολούνται με τις διακοπές της αντιπολίτευσης ενώ ο πρωθυπουργός δεν έχει σταματήσει να κάνει διακοπές
- αποδοκιμασία για την κυβέρνηση που κάνει διακοπές και καταστρέφει την οικονομία της χώρας

- ειρωνεία με αναφορές ότι ο κορωνοϊός κάνει διακοπές σε όλα τα νησιά, αφού εντοπίζονται κρούσματα σε διάφορες μεγαλουπόλεις της χώρας
- εκνευρισμό με τις διακοπές των τουριστών στην Ελλάδα, χωρίς τεστ καθώς και η διαπίστωση κρουσμάτων κατά την επιστροφή τους στις χώρες τους
- εκνευρισμό με τις δηλώσεις της κυβέρνησης ότι από τις 16 Αυγούστου ξεκινούν όλα
- δυσαρέσκεια με τον Υπουργό Υγείας, αναφέροντας ότι καθώς το κράτος είναι υποχρεωμένο να θωρακίσει το σύστημα Υγείας για τους πολίτες που πλήρωναν όλα αυτά τα χρόνια, πρέπει να δουλέψει και το σύστημα υγείας όχι μόνο ο τουρισμός
- απογοήτευση με την κυβέρνηση για την απόφαση του ανοίγματος των συνόρων στο εξωτερικό αντί να επενδύσει στον εσωτερικό τουρισμό
- δυσαρέσκεια αναφέροντας ότι η χώρα πρέπει να αποκτήσει μια παραγωγική βάση ως εθνική οικονομία και να μην τα περιμένει όλα από τους τουρίστες, καθώς όπως αποδεικνύεται από τα ελληνοτουρκικά, την οικονομική κρίση και την κρίση της πανδημίας, ο τουρισμός αποδεικνύεται πολύ εύθραυστος.
- απογοήτευση με την κυβέρνηση αναφέροντάς την ως δειλή, ότι το μόνο της κίνητρο είναι η παραμονή στην εξουσία και ότι είναι εκτός σχεδίου και απέτυχε στο έργο της
- ειρωνεία με την κατάσταση στον τουρισμό, αναφέροντας ότι η κυβέρνηση έχασε το στοίχημα στην επικοινωνία και την τεράστια χρηματική προώθηση που δαπανήθηκε για την εικόνα της χώρας
- Αντιπαράθεση στις απόψεις για τον εσωτερικό και εξωτερικό τουρισμό, αναφέροντας ότι ο εξωτερικός τουρισμός φέρνει επιπλέον έσοδα ενώ, ο εσωτερικός απλά αλλάζει χέρια μεταξύ Ελλήνων
- δυσαρέσκεια με την ακύρωση της λειτουργίας των καταστημάτων εστίασης στα νησιά που δημιουργεί τεράστια οικονομικά προβλήματα τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους εργαζομένους
- απογοήτευση για την ακύρωση της 85ης ΔΕΘ που θα δημιουργήσει όμως τεράστια οικονομικά προβλήματα στη Θεσσαλονίκη

- ανησυχία για την αύξηση των κρουσμάτων και το γεγονός ότι ο κόσμος δεν έχει επιστρέψει ακόμα από τις διακοπές με παράπονα προς τον ΕΟΔΥ που δεν έχει δημοσιεύσει νεότερα για την υγειονομική κατάσταση

Παράλληλα, οι αναφορές των ξένων μέσων εστιάζουν:

- στην επιστροφή των νέων τουριστών στις χώρες τους από τις διακοπές τους στην Ελλάδα, οι οποίοι εντοπίζονται θετικοί στον κορωνοϊό
- τις δηλώσεις της αντιπολίτευσης ότι η κυβέρνηση εξακολουθεί να παίζει με τον ελληνικό τουρισμό, την ώρα που αναζωπυρώνεται η πανδημία με απρόβλεπτη έκταση και επιπτώσεις
- την επέκταση των μέτρων στήριξης της οικονομίας που εξετάζει η κυβέρνηση
- στις πληροφορίες με αφίξεις ταξιδιωτών που ανήλθαν σε 602.953 σε σύγκριση με 2.452.481 την αντίστοιχη περίοδο του 2019
- στον τουρισμό που διεκδικεί μερίδιο από το Ταμείο Ανάκαμψης

Πίνακας 27. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Τους καψανε η οχι ακομα; Ισως περιμένουν τον Κουλη να γυρίσει απο τις διακοπες του..Μας σωζει ο θόρυβος βεβαια προς το παρόν. Αν φτάσουν στον Πειραιά παντως προτείνω να σφυρίζουμε όλοι μαζί μπας και κομπλαρουν οι Τούρκοι</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>Ναι κάνω διακοπές αλλά αν γινόταν επιστράτευση θα πήγαινα πρώτος. Όλο το χρόνο δούλεψα σαν σκύλος στον ιδ τομέα χωρίς Σαββατοκύριακα. Δεν φταίει ο στρατός για άλλη μια ταπείνωση που βλέπω πως θα υποστούμε. Δεν λέω αυτό.</i>	<i>απογοήτευση</i>
<i>Επιτέλους φεύγω διακοπές. ΕΠΙΤΕΛΟΥΣ.</i>	<i>χαρά</i>
<i>Θα πάω διακοπές κι αντί να είμαι χαρούμενη έχω κλασει μέντες από το φόβο του κορονοϊού ☹️</i>	<i>φόβος</i>
<i>Ιταλοί γυρίζουν από διακοπές στην Ελλάδα με κορωνοϊό. Η Ιταλία θα κάνει "γρήγορα" τεστ σε όσους Ιταλούς γυρίζουν από το εξωτερικό. Η Ελλάδα δεν είχε/έχει τέτοια ανάγκη! ΔΕΝ έχει κρούσματα! Που να βρεθούν τα κρούσματα άλλωστε αν κάνεις ελάχιστα τεστ??? #κορονοϊος</i>	<i>εκνευρισμός</i>
<i>Ρε 'σείς θα μας τρελάνετε εκεί στην κυβέρνηση..Όλα ξεκινάνε μετά τις 16/8;;;;Δηλαδή μέχρι τις 16 μη χαλάσουμε τις διακοπές;;Όταν είναι πανδημία κλείνεις άμεσα όπως την πρώτη φορά..</i>	<i>εκνευρισμός</i>

<i>Η αίσθηση είναι πραγματικά θετική για την εμπειρία των διακοπών. Λιγότερο τηλέφωνο, περισσότερη διασκέδαση!</i>	<i>χαρά</i>
<i>Κρίσιμες στιγμές στα ελληνοτουρκικά. Αναχωρεί επείγοντως για τις διακοπές του ο Κυριάκος Μητσοτάκης.</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>Σε μια τόσο κρίσιμη στιγμή η πρόεδρος της δημοκρατίας δεν έκρινε αναγκαίο να διακόψει τις καλοκαιρινές διακοπές της και να επιστρέψει στην Αθήνα. Για συμβολικούς λόγους και μόνο... #Οροντες_Ρεις</i>	<i>απογοήτευση</i>
<i>Καλημερα στους μπατριώτες που επέλεξαν Αιγαίο για τις διακοπές τους για να είναι κοντά στον εχθρό κ σε ετοιμότητα!</i>	<i>ειρωνεία</i>
Σενάριο 11 ^{ης} Αυγούστου	

Για την περίοδο 14 – 22 Αυγούστου συγκεντρώσαμε συνολικά 19251 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 5 θέματα, τα οποία αφορούν την έξαρση των κρουσμάτων εν μέσω καλοκαιριού, τη στιγμή που πρωθυπουργός και κυβέρνηση βρίσκονται σε διακοπές (**Πίνακας 28**).

Πίνακας 28. Τα topics των tweets της περιόδου 14 – 22 Αυγούστου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5
διακοπές	διακοπες	διακοπές	διακοπές	διακοπές
λέει	ειναι	εξουσίας	τουρισμός	κρήτη
κρούσματα	απο	δημόσιας	κάνουν	μέρα
παιδιά	διακοπές	καλές	κάνει	κορονο
πήγε	οταν	πήγα	σήμερα	μητσοτάκη
κόσμο	ενα	δουλειά	φέτος	μέρες
μέρα	νίκος	μέρες	άργησε	πάει
έκαναν	μέτρα	πάω	κατάγγειλαν	μητσοτάκης
φιέστες	μονο	κάνουμε	άνοιξε	βαλίτσα
σπίτι	τουρισμός	κάνει	καλό	επιστρέφουν

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1 : Την επιστροφή από τις διακοπές και τις πρώτες ανακοινώσεις για αύξηση των κρουσμάτων συζητώντας για το ζήτημα με σχόλια:

- που αναφέρουν ότι είναι κρίσιμη η κατάσταση για το λόγο αυτό και κατηγορούν ουσιαστικά όσους πήγαν διακοπές, ταξίδεψαν και διασκέδασαν καθώς ενέτειναν στην αύξηση των κρουσμάτων

- αποδοκιμασίας για την ενημέρωση από την πολιτική προστασία ότι όσοι πολίτες γυρνούν από διακοπές θα πρέπει να εφαρμόζουν άτυπη καραντίνα 7 ημερών
- σαρκαστικού τόνου για το μήνυμα 112 το οποίο έστειλε η πολιτική προστασία σε όλους τους πολίτες λόγω της επιστροφής από τις διακοπές, με σκοπό να κρατούν τα απαραίτητα μέτρα ατομικής προστασίας, και το οποίο όπως ανέφεραν πολλοί χρήστες έλαβαν χωρίς να έχουν πάει καν διακοπές

Θέμα 2: Την επιστροφή από τις διακοπές και τα αποτελέσματα των μέτρων της κυβέρνησης για το άνοιγμα του τουρισμού με tweets των χρηστών που εκφράζουν:

- ειρωνεία με το μήνυμα 112 για τα μέτρα προστασίας που έλαβαν κατά την επιστροφή τους από τις διακοπές
- εκνευρισμό μπροστά στην ανησυχία για αύξηση των κρουσμάτων απαιτώντας να γίνει υποχρεωτική η καραντίνα για όσους επιστρέφουν από τις διακοπές
- εκνευρισμό αναφέροντας ότι είναι άδικο για όσους δεν πήγαν διακοπές να βρίσκονται σε κίνδυνο από όσους πήγαν
- ανησυχία καθώς χωρίς καραντίνα κατά την επιστροφή από τις διακοπές υποστηρίζουν ότι υπάρχει μεγαλύτερο ρίσκο διασποράς
- ανησυχία καθώς όπως αναφέρουν οι χρήστες όταν είναι κάποιος διακοπές δύσκολα προστατεύεται και ότι το πρόβλημα είναι ότι ο κόσμος δεν προσέχει όχι ότι κάνει διακοπές
- υποψίες για τους νέους που επιστρέφουν από τις διακοπές οι οποίοι μπορεί να μεταδίδουν τον ιό
- θυμό απέναντι στους πολιτικούς, οι οποίοι αφού γύρισαν από τις διακοπές τους αποφάσισαν να προετοιμαστούν με σκοπό να ξανακλείσουν τον κόσμο στα σπίτια τους, υποστηρίζοντας ότι στην πραγματικότητα δεν έχουν κανένα σχέδιο

Θέμα 3: Την επιστροφή των χρηστών από τις διακοπές στις δουλειές τους και τον φόβο εξάπλωσης του ιού σε σχέση με:

- τις διακοπές του πρωθυπουργού ενώ ο τουρκικός στόλος του Oruc Reis βρίσκεται σε ελληνικά ύδατα, η διασπορά του κορωνοϊού μεγαλώνει και η οικονομία βρίσκεται σε ύφεση

- με την πολιτική προστασία για το μήνυμα που στέλνουν καθώς όπως αναφέρουν οι χρήστες δεν έχουν πάει διακοπές
- με όσους έχουν καλοπεράσει, χωρίς να σκέφτονται την υγεία των συμπολιτών τους

Θέμα 4: Τις διακοπές της κυβέρνησης μπροστά στην αύξηση των επιδημιολογικών στοιχείων και της παρουσίας του τουρκικού στόλου *Otur Reis* στα ελληνικά ύδατα και την ανασκόπηση των χρηστών για τις θέσεις της αντιπολίτευσης σχετικά με το άνοιγμα του τουρισμού.

Θέμα 5: Τις διακοπές του πρωθυπουργού και το έκτακτο μήνυμα του 112 της Πολιτικής Προστασίας περί ατομικής ευθύνης κατά την επιστροφή των πολιτών. Σε σχέση με τη λήψη του μηνύματος του 112, η στάση των χρηστών είναι επικριτική:

- στο Νίκο Χαρδαλιά και την κυβέρνηση οι οποίοι αναφέρουν ότι η προστασία από τον κορωνοϊό είναι θέμα ατομικής ευθύνης από τη στιγμή που η κυβέρνηση άνοιξε τα σύνορα στις χώρες
- τον πρωθυπουργό και το μήνυμά του, ότι όποιος επιστρέφει από διακοπές μπορεί να γίνει υπεύθυνος για το επόμενο κρούσμα, από τη στιγμή που ο ίδιος βρίσκεται σε διακοπές
- σχολιάζουν ειρωνικά αν ο πρωθυπουργός έμεινε καραντίνα όταν γύρισε από τις διακοπές ή αν ακόμα βρίσκεται σε διακοπές
- ειρωνεία αναφέροντας ότι πάλι σε διακοπές είναι ο πρωθυπουργός, ενώ το *Otur Reis* πλέει σε ελληνικά ύδατα

Πίνακας 29. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Μέχρι πριν λίγο ούτε εγώ ήξερα ονομαστικά κάποιο από τα χιλιάδες κρούσματα covid-19 στην Ελλάδα.Εδώ κ πέντε λεπτά γνωρίζω δυο.Ένα ζευγάρι αγαπημένων φίλων π κόλλησαν από την 27χρονη τους π ήταν διακοπές σε νησί.Προσεύχομαι να πάνε καλά γιατί η ηλικία κ η υγεία τους δεν βοηθούν.</i>	ανησυχία
<i>Σε 1 εβδομάδα οπότε θα έχει προχωρήσει η επιστροφή από τις διακοπές και τα κρούσματα θα είναι 400-600 την ημέρα,να αναλάβουν δράση Τσιόδρας,Σύψας. Χρειαζόμαστε καθημερινή</i>	άγχος

επιστημονική ενημέρωση & καθοδήγηση. Η παραπληροφόρηση οργιάζει. Η κοινωνική χαλάρωση οδηγεί σε περιπέτειες.	
1 εξάμηνο , έσοδα από ταξιδιωτικές εισπράξεις 678εκ , όταν το περυσινό αντίστοιχο εξάμηνο είχαμε 5,41δισ . Μωυσής ! Η οικονομία βουλιάζει, η Κυβέρνηση κάνει διακοπές	απογοήτευση
@nhardalias Γιατί ρίχνεις τις ευθύνες σε όλη τη νεολαία της χώρας μας;Εσείς αποτύχατε και ως Κυβέρνηση και ως διοίκηση.Ας μην ανοίγατε καθόλου τα σύνορα,μέχρι να βρεθεί το εμβόλιο,ώστε να αναπτυχθεί ο εσωτερικός τουρισμός της χώρας.Αυτό γιατί δεν το κάνατε;;;;;;	εκνευρισμός
Αντιπολίτευση επιπέδου. 1. Να μην κλείσει ο τουρισμός. 2. Άργησε να κλείσει ο τουρισμός. 3. Άργησε να ανοίξει ο Τουρισμός. 4. Γιατί άνοιξε ο τουρισμός;	αποδοκιμασία
Τόσες διακοπές που κάνει η κυβέρνηση, αν πλήρωναν από την τσέπη τους και όχι με τα λεφτά μας, τώρα θα είχε σωθεί ο τουρισμός.	αγανάκτηση
Απολύτως άστοχο και διχαστικό το πρωθυπουργικό μήνυμα ότι όποιος επιστρέφει από διακοπές μπορεί να γίνει υπεύθυνος για το επόμενο κρούσμα. Στο μεταξύ κάθε μέρα γινόμαστε μάρτυρες σε επεισόδια μεταξύ πολιτών για την μη χρήση μάσκας ή τη μη σωστή τοποθέτηση της	απογοήτευση
Πάλι διακοπές ο Μητσοτάκης; Οι άλλοι περίμεναν να βυθίσει το oruc reis κι αυτός αποφάσισε να γίνει ινφλουενσερ	ειρωνεία
10ο Σενάριο	

Για την περίοδο 20 – 28 Αυγούστου συγκεντρώσαμε συνολικά 14746 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 5 θέματα, τα οποία αναφέρονται στην επιστροφή εκδρομέων και πολιτικών σε συνδυασμό με την ανησυχία των χρηστών για αύξηση των κρουσμάτων (Πίνακας 30).

Πίνακας 30. Τα topics των tweets της περιόδου 20 – 28 Αυγούστου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5
διακοπές	διακοπές	διακοπές	διακοπές	διακοπές
λέει	πάει	τουρισμός	απο	κάνει
κρούσματα	φέτος	ενοχλούν	διακοπές	μέρες
παιδιά	πάνε	φταίει	είναι	πιστεύω
πήγε	λέει	μητσοτάκης	εκαναν	κορονο

κόσμο	παιδιά	ανοίξει	λεει	διάρρηξη
μέρα	απο	πραγματικά	θελω	σπίτι
έκαναν	πάω	έλεγαν	τεστ	τουρισμό
φιέστες	πήγαμε	μέτρα	εχεις	πόσο
σπίτι	δουλειά	παιδιά	οτι	άνοιξαν

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Την επιστροφή από τις διακοπές και την αύξηση των κρουσμάτων εκφράζοντας:

- αποδοκιμασία καθώς η κυβέρνηση επέβαλε καραντίνα το Μάρτιο, έτσι ώστε το καλοκαίρι η χώρα να γίνει ασφαλής τουριστικός προορισμός για τους τουρίστες από το εξωτερικό
- ειρωνεία για τις διακοπές που έκανε ο πρωθυπουργός και οι πολιτικοί με το άνοιγμα του τουρισμού
- ειρωνεία με τον πρωθυπουργό, με χαρακτηρισμούς όπως «εξαντλημένος» από τις συνεχείς διακοπές του

Θέμα 2: Τα συναισθήματα χρηστών που επέστρεψαν από τις διακοπές ή δεν κατάφεραν να φύγουν για διακοπές, δηλώνοντας:

- δυσαρέσκεια καθώς δεν κατάφεραν να πάνε διακοπές
- ανησυχία για μετάδοση του ιού εξαιτίας όσων πήγαν διακοπές
- άγχος με τα μέσα ενημέρωσης να μεταδίδουν τις δηλώσεις των επιδημιολόγων για το καμπανάκι εξάπλωσης του ιού

Θέμα 3: Τις δηλώσεις περί ευθύνης αύξησης των κρουσμάτων, τη στιγμή που ο πρωθυπουργός γύρισε από τις διακοπές, εκφράζοντας:

- εκνευρισμό απέναντι στον πρωθυπουργό που γύρισε από τις διακοπές του μόνο όταν εντάθηκε η πρόκληση της Τουρκίας με την παρουσία στόλου της στα ελληνικά ύδατα
- ειρωνεία αναφέροντας ότι ο πρωθυπουργός άλλα λέει στο εσωτερικό και άλλα στο εξωτερικό για την αύξηση των κρουσμάτων και την ευθύνη για το άνοιγμα του τουρισμού
- εκνευρισμό καθώς ενώ η οικονομία βουλιάζει, η κυβέρνηση πάει διακοπές

Θέμα 4: Τις αξιολογήσεις των χρηστών για τις διακοπές των πολιτικών και τα αποτελέσματα από τα μέτρα επανεκκίνησης του τουρισμού για να εκφράσουν:

- εκνευρισμό καθώς από τότε που έγινε πρωθυπουργός ο Μητσοτάκης, μόνο διακοπές κάνει
- ειρωνεία με τον Υπουργό Τουρισμού, Χάρη Θεοχάρη εκφράζοντας την απορία αν γύρισε από τις διακοπές αφού έχει καιρό να εμφανιστεί
- εκνευρισμό με την κυβέρνηση την οποία χαρακτηρίζουν ως ανεπαρκή και δίχως πρακτικά μέτρα, καθώς τον Απρίλιο και το Μάιο έκρουαν τον κώδωνα του κινδύνου, ρίχνοντας πρόστιμα στον κόσμο επειδή πήγαινε σε ερημικές παραλίες, ενώ πλέον επιτρέπουν στον κόσμο να κάνει διακοπές και αφήνουν τα πάντα ανοιχτά

Θέμα 5: Την ανησυχία των χρηστών για την αύξηση των κρουσμάτων, και τις διακοπές της κυβέρνησης, ενώ η κατάσταση χειροτερεύει. Οι λέξεις «διακοπές», «κάνει», «κορωνο» και «μέρες» αναφέρονται σε tweets των χρηστών οι οποίοι αξιολογούν αρνητικά:

- τις διακοπές της κυβέρνησης ενώ τα κρούσματα αυξάνονται καθημερινά και η γραμμή για το άνοιγμα των σχολείων είναι άγνωστη
- τον εντοπισμό τριών παικτών της Premier League που βρέθηκαν θετικοί στον κορονοϊό μετά από διακοπές στην Ελλάδα και τον φόβο για το τι θα γίνει μετά το φθινόπωρο
- τον συναγερμό της ΕΛ.ΑΣ, για τον εντοπισμό 42 αστυνομικών, θετικών στον ιό που μόλις επέστρεψαν από διακοπές

Πίνακας 31. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Η κατάθλιψη που νιώθουμε όταν τελειώνουν οι διακοπές δεν οφείλεται στο ότι τέλειωσαν οι διακοπές αλλά στο ότι ξέρουμε τι ζωή μας περιμένει πίσω.</i>	<i>δυσaréσκεια</i>
<i>Πέντε δισ. έχασε ο τουρισμός λόγω "lockdown", στο μηδέν οι εισπράξεις. Η παραπληροφόρηση οργιάζει. Η κοινωνική χαλάρωση οδηγεί σε περιπέτειες.</i>	<i>ανησυχία</i>
<i>«Καμπανάκι» Μαγιorkίνη: «Μετά τις διακοπές να θεωρούμε τους εαυτούς μας σιωπηλούς φορείς»</i>	<i>ανησυχία</i>

Το κορίτσι με κορωνοϊό που έσπασε την καραντίνα πηγαίνοντας διακοπές & η Ελληνίδα μάνα που την δικαιολόγησε επειδή ήθελε να "ξεσκάσει", είναι η καλύτερη εικόνα της παιδείας που δίνουν πολλές οικογένειες στα παιδιά τους. Απο εκεί ξεκινούν όλες οι αντικοινωνικές συμπεριφορές.	εκνευρισμός
Ο @Vikilias , ο υπουργός Υγείας μας , τώρα στην @ApoTis6ERT λέει ό,τι φταίνε οι νέοι κ όσοι πήγαν διακοπές & amp; ήρθαν σε επαφή με πολύ κόσμο.... για το άνοιγμα των συνόρων ΤΗΠΟΤΑ !	εκνευρισμός
"Μείνετε Ασφαλείς,Μείνετε Μέσα μέχρι το τέλος της τετραετίας της κυβέρνησης του Κ. Μητσοτάκη". Παιδεία,Τουρισμός,Ελληνοτουρκικά, Επιτυχίες Παντού.Το "Oruc" συνεχίζει να Μην κάνει ΕΡΕΥΝΕΣ.Η Υφαλοκρηπίδα είναι Μία και είναι Ελληνική.Οι Τούρκοι στο Πεδίο, οι Γερμανοί στο Ψήσιμο..	αποδοκιμασία
Είναι αδιανόητο η χώρα να βρίσκεται σε αυτή την κατάσταση υγειονομικά, οικονομικά και στα ελληνοτουρκικά και ο Πρωθυπουργός της να συνεχίζει τις διακοπές του και τα μπάνια του. Γελάμε, αλλά κάποτε πρέπει να σταματήσουμε. Είναι πραγματικά ντροπή, χυδαιότητα.	απογοήτευση
Οτι εκατομμύρια δεν είχαν φράγκο για διακοπές, ότι κι όσοι πήγαν κι όσοι δεν πήγαν, τα 150€ του (ούτε δωρεάν ή καλυπτόμενου από ΕΟΠΥΥ) τεστ δεν τα έχουν, είναι λεπτομέρειες που αλίμονο αν απασχολούσαν τις Αντουανέτες στις επικοινωνιακές τους τσαχπινιές...	ειρωνεία
11ο Σενάριο	

Πιο συγκεκριμένα, οι χρήστες αντιμετωπίζουν τα κύρια ζητήματα της περιόδου ως εξής:

Πολιτικοί και Δημόσια Πρόσωπα σε διακοπές

Κι ενώ κυβέρνηση και πρωθυπουργός βρίσκονται σε διακοπές, θέμα συζήτησης αποτελεί το σκίτσο που ανέβασε ο δημοσιογράφος Κώστας Βαξεβάνης στα μέσα ενημέρωσης στο οποίο απεικονίζει τη Γενική Γραμματέα Αντεγκληματικής Πολιτικής, Σοφία Νικολάου, να κάνει μπάνιο στη θάλασσα ενώ υποτίθεται ότι ταξίδεψε για επαγγελματικούς λόγους, με σκοπό να κάνει επιθεώρηση σε φυλακές στο νησί της Κω. Το γεγονός αυτό πήρε μεγαλύτερες διαστάσεις από το αναμενόμενο, καθώς οι χρήστες βρίσκονταν σε αντιπαράθεση για το αν το σκίτσο αποτελεί προϊόν σεξισμού ή προϊόν σαρκασμού στο οποίο απεικονίζεται ένας άνθρωπος της πολιτικής να κάνει διακοπές με λεφτά του λαού.

Έκταση έλαβε και το θέμα των πληρωμένων διακοπών της Υπουργού Πολιτισμού Λίνας Μενδώνη με τη δημοσιογράφο Άννα Παναγιωταρέα για ένα μήνα κόστους 11.500€, τις οποίες όπως αναφέρουν οι χρήστες πληρώνει για άλλη μία φορά ο λαός. Μια ακόμη περίπτωση συζήτησης, αποτέλεσαν και οι διακοπές της πολιτικής Συντάκτριας της Ελευθεροτυπίας, Χριστίνας Κοραή. Η δημοσιογράφος εμφανίζεται σε φωτογραφία αγκαλιά με τη γυναίκα του τραπεζίτη της Τράπεζας Πειραιώς, Δημήτρη Σάλλα στο κότερο του, όπου κάνουν διακοπές. Η δημοσιογράφος όπως αναφέρουν οι χρήστες, κατηγορούσε κάποτε την κυβέρνηση Τσίπρα γιατί δεν έριχνε ούτε τσακιστό ευρώ κάνοντας διακοπές σε κότερα, αναφέροντας το θράσος της κυβέρνησης που κάνει χλιδάτες διακοπές σε σχέση με τον πρόεδρο της αξιωματικής αντιπολίτευσης Αλέξη Τσίπρα που μπήκε ως φτωχός στην πολιτική σκηνή.

Διακοπές Πολιτικών και Αύξηση των Κρουσμάτων: «Τις πταίει;»

Σε σχέση με τις διακοπές των πολιτικών οι χρήστες δηλώνουν επίσης την απογοήτευσή τους για την αύξηση των κρουσμάτων με την απελευθέρωση των μέτρων, εκφράζοντας την άποψη ότι η διαχείριση της πανδημίας από την κυβέρνηση είναι μια τεράστια αποτυχία και ότι ο χρόνος που κέρδισε δεν αξιοποιήθηκε για χάρη της πολιτείας. Εκφράζουν επίσης τις υποψίες τους, ότι η κυβέρνηση κρύβει τον πραγματικό αριθμό κρουσμάτων στα νησιά για να μην επηρεαστεί ο τουρισμός, ενώ εναντιώνονται στον ίδιο τον λαό και τον Έλληνα καθώς εμπιστεύεται την κυβέρνηση και το μόνο που τον ενδιαφέρει είναι οι διακοπές.

Ο εκνευρισμός είναι έντονος, με κάποιους χρήστες να κατηγορούν τον «τουρισμό που σκοτώνει» λόγω της αύξησης της διασποράς του ιού, ενώ άλλοι αναφέρουν ότι η πηγή του κακού είναι εσωτερική, και ότι αποτελεί ευθύνη της κυβέρνησης και του λαού. Άλλοι αναφέρουν ότι ο τουρισμός φέτος είναι ανύπαρκτος και ότι θα υπήρχε μεγαλύτερη πληρότητα αν η κυβέρνηση είχε επενδύσει στον εσωτερικό τουρισμό, ενώ μιλούν για την αποτυχία του τουρισμού και την απελπιστική κατάσταση που βρίσκονται οι εργαζόμενοι με τη βιομηχανία να αποτελεί μια ωρολογιακή βόμβα. Ιδιαίτερη αναφορά κάνουν και για τις εξόδους των νέων τους οποίους και αποδοκιμάζουν, καθώς όπως αναφέρουν επειδή τους δίνεται η δυνατότητα να πάνε για διακοπές σε πάρτι δεν σημαίνει ότι χρειάζεται ή πρέπει να πάνε κιόλας. Οι χρήστες κάνουν μια συνολική ανασκόπηση θέτοντας ερωτήματα σε σχέση με το γιατί άνοιξε ο τουρισμός, γιατί δεν έγιναν τεστ σε όλους, γιατί έγινε lockdown και γιατί ο

κόσμος πρέπει να φοράει μάσκα. Κατηγορούν τον τουρισμό και το κράτος για τη νέα έκρηξη κρουσμάτων, καθώς η κυβέρνηση έβλεπε ότι το άνοιγμα του τουρισμού θα οδηγούσε σε ραγδαία εξάπλωση του ιού, και παρόλα αυτά προτίμησε να λάβει αποφάσεις προς όφελός της.

Διακοπές Κυβέρνησης εν μέσω Τουρκικών Προκλήσεων

Αναφορικά με τις διακοπές του πρωθυπουργού και της κυβέρνησης, με την Βουλή να «έκλεισε» για διακοπές, οι χρήστες εκφράζουν την ανησυχία τους σε σχέση με το μέλλον των διακοπών και του τουρισμού εν μέσω αύξησης των κρουσμάτων και εντάσεων στα ελληνοτουρκικά. Από τη μία κατηγορούν την κυβέρνηση που είναι σε διακοπές, ενώ οι προκλήσεις του τουρκικού στόλου Oruc Reis που πλέει στο Αιγαίο είναι συνεχείς. Από την άλλη εκφράζουν την ανησυχία τους καθώς τα κρούσματα αυξάνονται συνεχώς, σπάζοντας νέα ρεκόρ με τους εκδρομείς να μην έχουν γυρίσει από τις διακοπές τους. Επίσης εκφράζουν τον εκνευρισμό τους, όχι μόνο για την επίδειξη των διακοπών του πρωθυπουργού εν μέσω πανδημίας, αλλά και για το έκτακτο τηλεοπτικό μήνυμα του κλήθηκε να δώσει για τα ελληνοτουρκικά από το Μέγαρο Μαξίμου το οποίο ήταν βιντεοσκοπημένο επειδή βρισκόταν σε διακοπές.

11^η Αυγούστου: Η ημέρα με τα περισσότερα tweets

Η 11^η Αυγούστου εντοπίζεται ως η ημέρα με τη μεγαλύτερη δραστηριότητα από τους χρήστες με 10.049 tweets να έχουν δημοσιευθεί. Το γεγονός αυτό, οφείλεται στην παρουσία του τουρκικού στόλου Oruc Reis στα ελληνικά ύδατα και τις ανάλογες αντιδράσεις των χρηστών εν μέσω πανδημίας και επανεκκίνησης της τουριστικής βιομηχανίας. Η αρνητική πολικότητα κυριαρχεί, με τους χρήστες να εκφράζουν συναισθήματα δυσαρέσκειας, απογοήτευσης, εκνευρισμού και ειρωνείας με αφορμή την ελληνοτουρκική κρίση σε σχέση με τις διακοπές των πολιτικών, την έξαρση της πανδημίας και την αστάθεια που υπάρχει στην τουριστική κίνηση.

Τουρκικές προκλήσεις: Ο ασκός του Αιόλου

Καθώς οι σχέσεις στα ελληνοτουρκικά έχουν ενταθεί, οι χρήστες εκφράζουν εκνευρισμό με τον πρωθυπουργό ο οποίος βρίσκεται σε διακοπές, ζητώντας άμεση ενημέρωση για τις εξελίξεις. Μάλιστα, χρησιμοποιούν σαρκαστικά σχόλια αναφέροντας ότι ελπίζουν να προλάβουν να κάνουν διακοπές, σε περίπτωση έκτακτης επιστράτευσης λόγω επικείμενου πολέμου.

Σε σχέση με την έξαρση της πανδημίας και την κατάσταση στην τουριστική κίνηση, οι χρήστες εκφράζουν τη δυσαρέσκεια τους με τον Υπουργό Υγείας, αναφέροντας ότι το κράτος είναι υποχρεωμένο να θωρακίσει το σύστημα Υγείας για τους πολίτες που πλήρωναν όλα αυτά τα χρόνια, καθώς είναι απαραίτητο να δουλέψει και το παρόν σύστημα και όχι μόνο ο τουρισμός. Υποστηρίζουν δε, ότι η χώρα πρέπει να αποκτήσει μια παραγωγική βάση ως εθνική οικονομία και να μην βασίζεται μόνο στον τουρισμό, καθώς όπως αποδεικνύεται από τα ελληνοτουρκικά, την οικονομική κρίση και την κρίση της πανδημίας, ο τουρισμός αποδεικνύεται πολύ εύθραυστος.

Αύξηση των κρουσμάτων: Τα πρώτα καμπανάκια

Τα μέσα ενημέρωσης αρχίζουν να δημοσιεύουν τακτικές αναφορές για τον εντοπισμό νέων τουριστών που είναι θετικοί στον Κορωνοϊό και οι οποίοι επιστρέφουν στις χώρες τους μετά από διακοπές στην Ελλάδα. Επίσης, μεταδίδουν τις δηλώσεις της αντιπολίτευσης ότι η κυβέρνηση εξακολουθεί να παίζει με τον ελληνικό τουρισμό, την ώρα που αναζωπυρώνεται η πανδημία με απρόβλεπτη έκταση και επιπτώσεις.

Ταυτόχρονα, τα μέσα ενημέρωσης αρχίζουν να κρούουν τον κώδωνα του κινδύνου, μεταδίδοντας περιστατικά κρουσμάτων και από Έλληνες, ενώ αναδημοσιεύουν δηλώσεις των επιδημιολόγων, οι οποίοι μιλούν για έναν «πόλεμο», που δεν πάει καλά. Ο ΕΟΔΥ εκφράζει την ανησυχία του για την επιστροφή των νέων από τις διακοπές και το γεγονός ότι όσοι επιστρέφουν δεν πρέπει να έρχονται σε επαφή με ευπαθείς ομάδες. Επίσης, κάνει αναφορά και για το κακό σενάριο της επιβολής πολλών τοπικών lockdown.

Τα μέσα ενημέρωσης, αναφέρονται στην έξαρση των κρουσμάτων, όπου από την αρχική επιτυχία, τη χαλάρωση και το ριψοκίνδυνο «άνοιγμα» χωρίς αυστηρούς ελέγχους, η χώρα οδηγήθηκε σε επιπτώσεις που απαιτούν πρόσθετα μέτρα στήριξης στην υγεία και την οικονομία. Σε επίπεδο οικονομίας, δημοσιεύουν μια σειρά από αρνητικές εξελίξεις, όπως η ακύρωση της λειτουργίας των καταστημάτων εστίασης στα νησιά και τα τεράστια οικονομικά προβλήματα που πρόκειται να προκύψουν για τις επιχειρήσεις και για τους εργαζομένους. Έντονη αναφορά γίνεται και για την ακύρωση της 85ης Διεθνούς Εμπορικής Έκθεσης Θεσσαλονίκης λόγω της αύξησης των κρουσμάτων γεγονός που επρόκειτο να δημιουργήσει τεράστια οικονομικά προβλήματα στην συμπρωτεύουσα κάνοντας λόγο για την ανάγκη παροχής άμεσων μέτρων στήριξης των επιχειρήσεων της περιοχής και του εκθεσιακού φορέα. Τέλος,

δημοσιεύουν τις πρώτες ανασκοπήσεις βάσει των οποίων μιλούν για πτώση του ελληνικού τουρισμού και της οικονομίας κατά 74,3% για το πρώτο 7μηνο του 2020.

Η επιστροφή των εκδρομέων και το κλίμα ανησυχίας

Καθώς οι διακοπές φτάνουν προς το τέλος τους με τους πρώτους εκδρομείς να επιστρέφουν από τις διακοπές τους, η έξαρση των κρουσμάτων συνεχίζεται. Οι χρήστες κατηγορούν όσους πήγαν διακοπές, ταξίδεψαν και διασκέδασαν καθώς ενέτειναν στην έξαρση της πανδημίας. Η ανησυχία τους για την αύξηση των κρουσμάτων μεγαλώνει, με χρήστες να δημοσιεύουν προσωπικές ιστορίες από φίλους τους που κόλλησαν τον ιό, ενώ το άγχος κυριαρχεί εκφράζοντας την ανάγκη της πολιτείας να ενημερώνεται καθημερινά για τα επιδημιολογικά στοιχεία λόγω της αναμενόμενης αύξησης των κρουσμάτων.

Κατηγορίες προσάπτουν και στην ίδια την κυβέρνηση, αναφέροντας ότι τα κρούσματα που εμφανίζονται οφείλονται στο άνοιγμα του εξωτερικού τουρισμού, ενώ ο θυμός απέναντι στους πολιτικούς είναι μαζικός, σχολιάζοντας ειρωνικά ότι αφού γύρισαν από τις διακοπές τους αποφάσισαν να προετοιμαστούν με σκοπό να ξανακλείσουν τον κόσμο στα σπίτια τους. Υποστηρίζουν ότι στην πραγματικότητα η κυβέρνηση δεν έχει κανένα σχέδιο και ότι τα έχει αφήσει όλα στην τύχη της αφού δεν πήρε τα κατάλληλα μέτρα, αναφέροντας ότι είναι άδικο για όσους δεν πήγαν διακοπές να βρίσκονται σε κίνδυνο λόγω όσων πήγαν.

Πολιτική Προστασία και το Μήνυμα 112

Επικριτικά είναι τα σχόλια των χρηστών για την Πολιτική Προστασία η οποία συνιστά σε όσους πολίτες γυρνούν από διακοπές να εφαρμόζουν άτυπη καραντίνα 7 ημερών. Οι χρήστες εκφράζουν τον εκνευρισμό τους μπροστά στην ανησυχία για αύξηση των κρουσμάτων απαιτώντας να γίνει υποχρεωτική η καραντίνα για όσους επιστρέφουν από τις διακοπές. Σαρκαστικά είναι και τα σχόλια για το μήνυμα 112 το οποίο έστειλε η Πολιτική Προστασία σε όλους τους πολίτες που επιστρέφουν από τις διακοπές, με σκοπό να κρατούν τα απαραίτητα μέτρα ατομικής προστασίας. Πολλοί χρήστες έλαβαν το μήνυμα χωρίς να έχουν πάει καν διακοπές, ενώ άλλοι αναφέρουν ότι ήρθε για να θυμίσει την ατομική ευθύνη όσων επιστρέφουν από τις διακοπές.

5.6. 7 Αυγούστου – 15 Σεπτεμβρίου

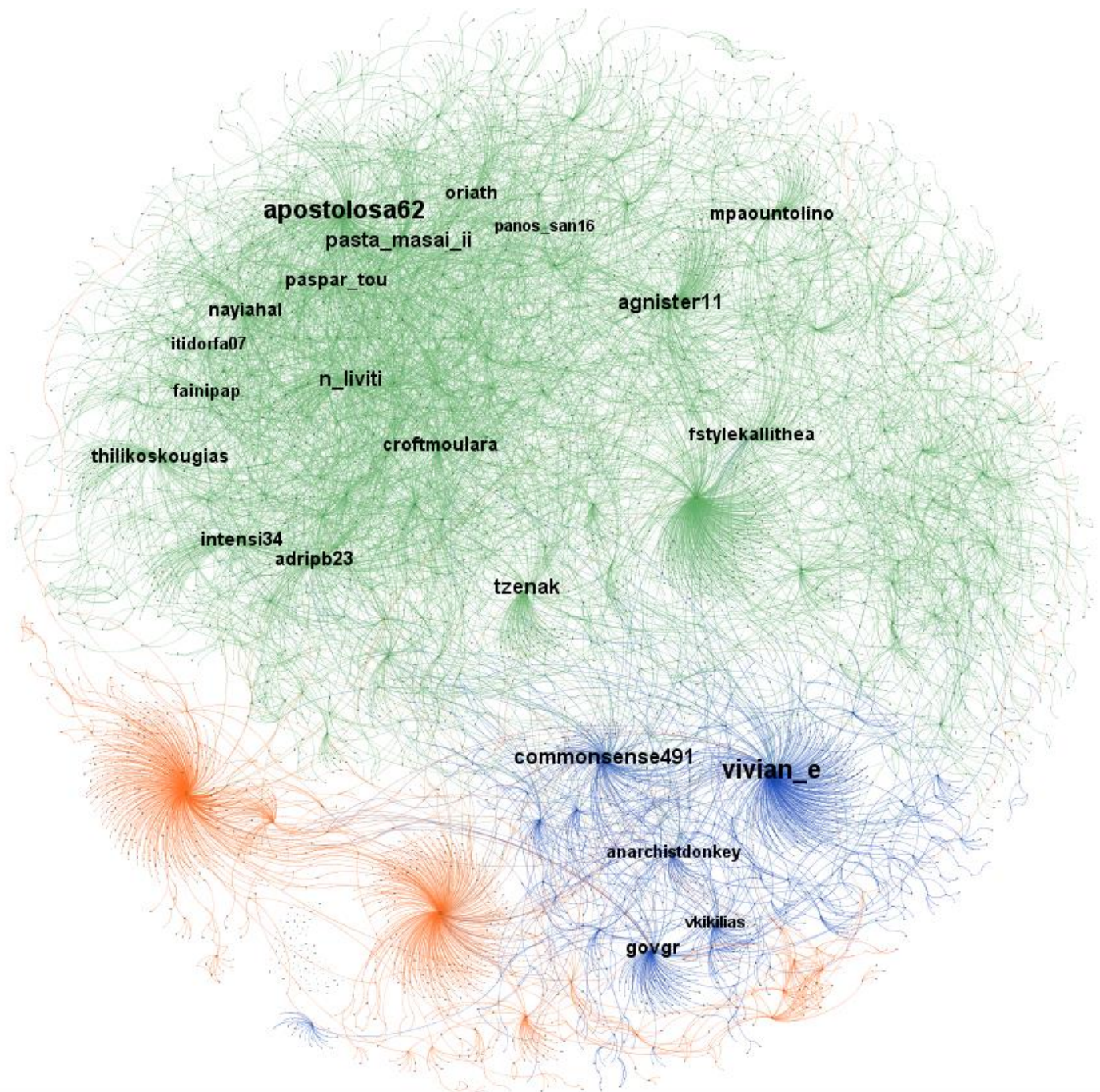
Στο διάστημα 27 Αυγούστου – 15 Σεπτεμβρίου και ειδικότερα για τις περιόδους 27 Αυγούστου – 4 Σεπτεμβρίου και 7 – 15 Σεπτεμβρίου στο κοινωνικό δίκτυο των αναφορών (mentions) διακρίνονται 3 ομάδες χρηστών (**Εικόνα 15, Εικόνα 16**) που συμπεριλαμβάνουν χρήστες με λιγότερο από 10%, των συνολικών χρηστών του δικτύου. Η περίοδος αυτή αφορά τη λήξη των διακοπών και τις πρώτες εμφανείςπτώσεις της οικονομίας, με την κυβέρνηση να οδηγείται στη λήψη απαραίτητων συμπληρωματικών μέτρων στήριξης στον τουρισμό, την εργασία και την οικονομία.

Ο χρήστης *visitgreecegr* παραμένει ανάμεσα στους κορυφαίους, η Γενική Γραμματέας Αντεγκληματικής Πολιτικής Σοφία Νικολάου (*sofianikolaou_*) και η πρώην Υποψήφια Βουλευτής της ΝΔ Αφροδίτη Λατινοπούλου (*latinopoulou*), καθώς και ο Δημοσιογράφος Κώστας Βαξεβάνης (*kostasvaxevanis*) και η Βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ Κατερίνα Νοτοπούλου (*katenotopoulou*). Στους κορυφαίους χρήστες, εντοπίζονται οι *smerna1979*, *roulla72* οι οποίοι εμφανίζονται για πρώτη φορά στα ίδια classes με τους *axristodoulidou* και *ntrachioti*, οι οποίοι παρατάσσονται στην ομπρέλα της αντιπολίτευσης.

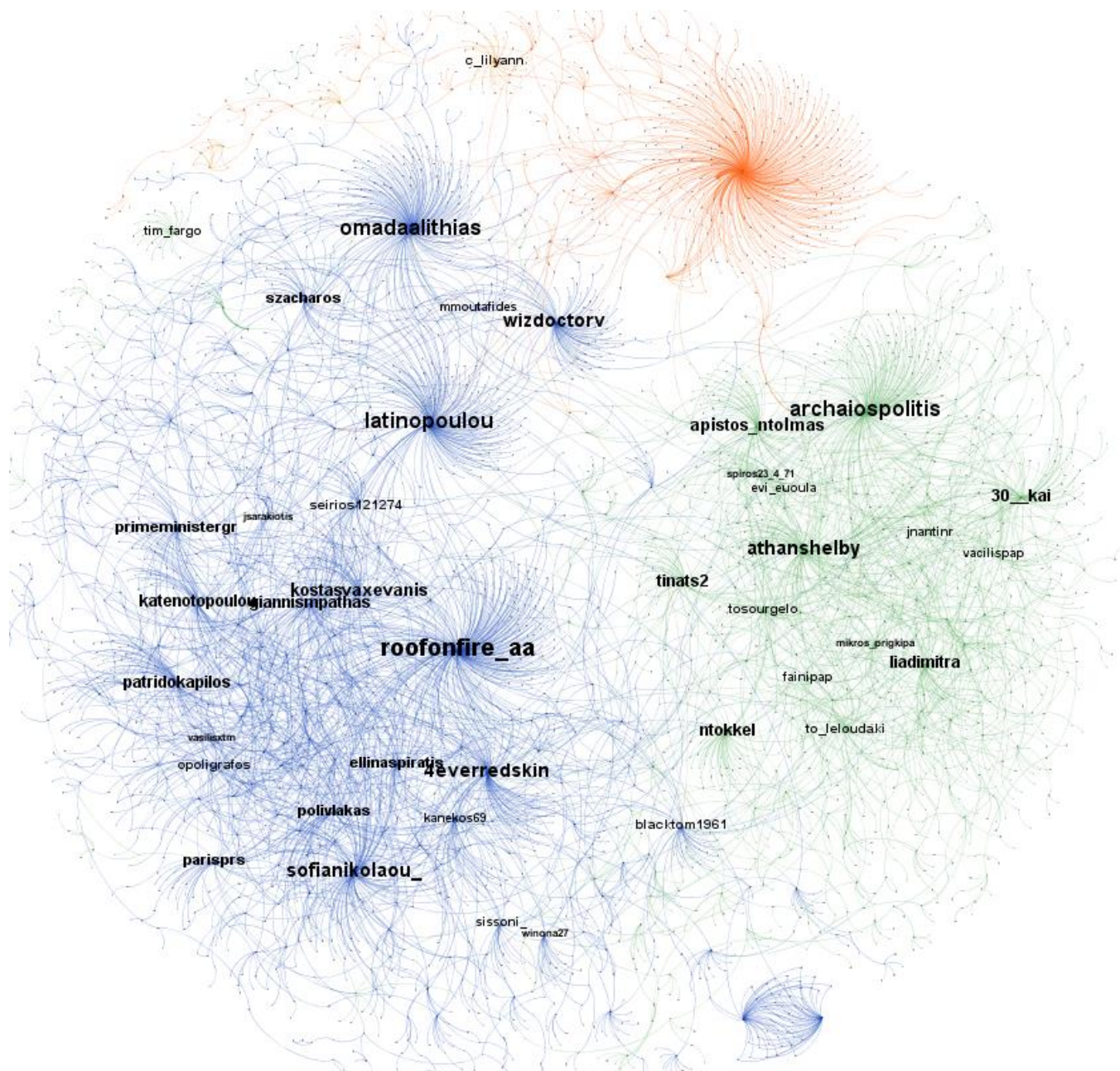
Ειδικότερα, κορυφαία σε αναφορές εντοπίζεται επίσης η πρώην υποψήφια βουλευτής της ΝΔ Αφροδίτη Λατινοπούλου, η οποία λόγω της δήλωσής της για την έννοια του «Πολιτικού Απατεώνα» απευθυνόμενη έμμεσα στον πρώην πρωθυπουργό και τέως πρόεδρο της αξιωματικής αντιπολίτευσης Αλέξη Τσίπρα, προκάλεσε μια σειρά από αρνητικές αντιδράσεις χρηστών που υποστηρίζουν την Αντιπολίτευση. Οι χρήστες που την αναφέρουν, την αποδοκιμάζουν και σχολιάζουν την κατάσταση που επικρατεί με την πανδημία και τον τουρισμό, υπαινίσσοντας ότι αυτός που ευθύνεται τελικά και είναι ο πραγματικός απατεώνας είναι ο Πρωθυπουργός και η Κυβέρνηση. Η Γενική Γραμματέα Αντεγκληματικής Πολιτικής, Σοφία Νικολάου (*sofianikolaou_*) επίσης εντοπίζεται ως κορυφαία στις αναφορές με χρήστες να σχολιάζουν τη δυναμική της επιστροφή από τις διακοπές και το γεγονός ότι βρέθηκε να έχει ψεύτικο πτυχίο. Ο δημοσιογράφος Κώστας Βαξεβάνης (*kostasvaxevanis*) επίσης αναφέρεται έντονα από χρήστες που περιγράφουν την βαρύτητα της κατάστασης από «ατυχείς» στιγμές της ΝΔ, αναφέροντας ειρωνικά πως ο δημοσιογράφος πρέπει να ζητήσει συγγνώμη για το σκίτσο. Τέλος η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ Κατερίνα Νοτοπούλου αναφέρεται από

χρήστες οι οποίοι εναντιώνονται σε δηλώσεις της για το άνοιγμα του τουρισμού και στην αντιπολίτευση που κάνει ο ΣΥΡΙΖΑ.

Εικόνα 15. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 27 Αυγούστου - 4 Σεπτεμβρίου 2020



Εικόνα 16. Το δίκτυο των αναφορών (mentions) της περιόδου 7 - 15 Σεπτεμβρίου 2020



Οι χρήστες *smerna1979* και *roulla72* ειρωνεύονται σε σχόλια τους το γεγονός ότι ο Πρωθυπουργός δεν έχει επιστρέψει ακόμα από τις διακοπές του ενώ οι *axristodoulidou* και *ntrachiotis* που ανήκουν στο ίδιο class, υποστηρίζουν το πρόγραμμα του ΣΥΡΙΖΑ «Μένουμε Όρθιοι», κάνοντας αναφορές για οικονομική

ύφεση, για αποτυχημένο πλάνο επανεκκίνησης του τουρισμού και για τις πυρκαγιές στη χώρα ενώ ο Πρωθυπουργός κάνει διακοπές. Τέλος μιλούν για την έκτακτη επιστροφή τουριστών στις χώρες τους λόγω της αύξησης των κρουσμάτων, γεγονός που αποτελεί πλήγμα για τον ελληνικό τουρισμό.

Για την περίοδο 27 Αυγούστου – 4 Σεπτεμβρίου συγκεντρώσαμε συνολικά 9214 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 7 θέματα, τα οποία, αναφέρονται στην επιστροφή των εκδρομέων και της κυβέρνησης από τις διακοπές του καλοκαιριού (**Πίνακας 32**).

Πίνακας 32. Τα topics των tweets της περιόδου 27 Αυγούστου – 4 Σεπτεμβρίου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5	Θέμα 6	Θέμα 7
διακοπες	διακοπές	διακοπές	διακοπές	τουρισμός	διακοπές	διακοπές
απο	μέρα	θέλει	λέει	χώρα	γυναίκα	πάει
ενοχλούν	δούμε	κράτος	κυριάκο	νησί	πήγε	σαντορίνη
διακοπές	κορωνο	μαθηματικό	μέρες	ύφεση	κορωνο	μάσκα
είπε	γύρισε	διακοπες	καλοκαίρι	ξέρετε	απο	πλοίο
θέλω	βδομάδα	κάνει	φορείς	πάτε	πηγαίνοντας	δουλειά
εκαναν	γραφείο	δύο	φέτος	κορο	έσπασε	καλό
λεει	χέρι	πήρα	λίγες	έφερε	παιδιά	πάω
θέλω	προσέχουμε	πραγματικά	χρόνια	καλύτερα	διακοπες	υγεία
παλι	διπλά	γύρισα	λες	δοκιμάστε	ήθελε	παρέα

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Την επιστροφή των εκδρομέων και η αύξηση των κρουσμάτων με τα μέσα ενημέρωσης να δημοσιεύουν:

- νέες περιπτώσεις κρουσμάτων θετικών στον Κορωνοϊό που κόλλησαν αφού έκαναν διακοπές στα ελληνικά νησιά
- δηλώσεις της Πολιτικής Προστασίας σε ερώτηση για το εάν ευθύνεται ο τουρισμός για την αύξηση των κρουσμάτων η οποία και απαντά κατηγορηματικά όχι, καθώς και δηλώσεις των επιδημιολόγων από την καθημερινή ενημέρωση για τον Κορωνοϊό οι οποίοι αναφέρουν ότι μετά τις διακοπές πρέπει να θεωρούμε τον εαυτό μας σιωπηλό φορέα

Θέμα 2: Την καμπάνια της κυβέρνησης για την επιστροφή των εκδρομέων από τις διακοπές με tweets τα οποία προέρχονται από τα μέσα ενημέρωσης και λογαριασμούς της κυβέρνησης και του πρωθυπουργού με σκοπό την προώθηση της νέας καμπάνιας για την επιστροφή των Ελλήνων από τις διακοπές τους το οποίο είναι:

«Μετά τις διακοπές για τουλάχιστον μια εβδομάδα προσέχουμε δίπλα! Είναι στο χέρι μας να σταματήσουμε τη διασπορά του κορωνοϊού. Μοιραζόμαστε αναμνήσεις, όχι τον ιό»

Θέμα 3: Τις κατηγορίες των χρηστών στο κράτος για την κατάσταση που επικρατεί στον τουρισμό με την έξαρση της πανδημίας:

- για το άνοιγμα του τουρισμού και την ανευθυνότητα των Ελλήνων οι οποίοι απομονώνονται για να προστατευτούν μόνο όταν το κράτος επιβάλλει καραντίνα
- ενώ σε σχέση με τις πυρκαγιές στους αρχαιολογικούς χώρους στην Αρχαία Ολυμπία και τις Μυκήνες, κατηγορούν το επιτελικό κράτος γιατί απουσίαζε σε διακοπές

Θέμα 4: Τις προειδοποιήσεις των επιδημιολόγων για τον Κορωνοϊό κατά την επιστροφή των εκδρομέων ότι όσοι επιστρέφουν από τις διακοπές τους πρέπει να θεωρούνται σιωπηλοί φορείς, και να παραμείνουν στο σπίτι με αποφυγή επαφών για τουλάχιστον 7 ημέρες.

Θέμα 5: Τις ανακοινώσεις για τα πρώτα αποτελέσματα στην οικονομία και των τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα εκφράζουν:

- δυσaréσκεια αναφέροντας ότι η χώρα βγήκε χώρες από τη λίστα των κρατών τα οποία χαρακτηρίζονταν ως ασφαλή από COVID19, η κατάσταση στον τουρισμό είναι χάλια και η ύφεση βρίσκεται στο 16%, με την κυβέρνηση να ζητάει επιπλέον μέτρα στήριξης
- εκνευρισμός με την κυβέρνηση την οποία θεωρούν δειλή και υπεύθυνη για την κατάσταση που επικρατεί βυθίζοντας σε πρωτόγνωρη ύφεση την οικονομία της χώρας

Θέμα 6 και 7: Το περιστατικό μιας νεαρής κοπέλας που ταξίδευε από τη Θεσσαλονίκη στη Σαντορίνη για διακοπές ενώ ήταν θετική στον Κορωνοϊό. Οι χρήστες αξιολογούν το συμβάν αυτό εκφράζοντας:

- απογοήτευση κυρίως με τις δηλώσεις της μητέρας που την δικαιολόγησε επειδή ήθελε να «ξεσκάσει»
- δηλώνοντας με ειρωνικά σχόλια ότι αποτελεί την καλύτερη εικόνα της παιδείας που δίνουν πολλές οικογένειες στα παιδιά τους.

- Ειρωνικά αναφέροντας ότι έμαθε στο τρένο από Θεσσαλονίκη ότι είναι θετική , αλλά δεν ήθελε να χαλάσει τις διακοπές της
- Αποδοκιμασία, αναφέροντας ότι η 24χρονη έδωσε ρεσιτάλ ανευθυνότητας και ότι έθεσε σε κίνδυνο τη δημόσια υγεία

Πίνακας 33. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Τρεις μηνες θα μεινει το Oruc Reis κ τα τουρκικα πολεμικα εντος Ελληνικης υφαλοκρητιδας επειδη ο Κολαμπιας δεν θελει να χαλασει τις διακοπες του κ τα μητσοτακοσκυλα τα βαζουν με τους αναλυτες της ΕΦΣΥΝ.</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>Δε θέλω να τελειώσουν οι διακοπές θα τρελαθώ</i>	<i>δυσαρέσκεια</i>
<i>Μετά τις διακοπές πρέπει να θεωρούμε τον εαυτό μας σιωπηλό φορέα» είπε -μεταξύ άλλων- κατά τη διάρκεια της σημερινής ενημέρωσης ο επίκουρος καθηγητής Υγιεινής και Επιδημιολογίας Ιατρικής Σχολής του ΕΚΠΑ, Γκίκας Μαγιορκίνης.Κλαιν Μάιν ρε φίλε Θοδώρης Συνγκελακης</i>	<i>χιούμορ</i>
<i>Το κορίτσι με κορωνοϊό που έσπασε την καραντινα πηγαίνοντας διακοπές & η Ελληνίδα μάνα που την δικαιολόγησε επειδή ήθελε να "ζεσκάσει", είναι η καλύτερη εικόνα της παιδείας που δίνουν πολλές οικογένειες στα παιδιά τους. Απο εκεί ξεκινούν όλες οι αντικοινωνικές συμπεριφορές.</i>	<i>εκνευρισμός</i>
<i>Πως κάνετε έτσι με τις #Μυκηνες? Κάηκε ολόκληρος ο χώρος ή δεν υπάρχει λόγος ο πρωθυπουργός να σταματήσει τις διακοπές του? Μην είστε υπερβολικοί ω ρε.</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>Φύγαμε και πλέον ζούμε έξω με αξιοπρεπείς μισθούς, ωράρια και παροχές σε τομείς όπως η υγεία, οι συγκοινωνίες κτλ, που στην Ελλάδα δεν θα τα έχουμε ούτε σε 100 χρόνια. Στην Ελλάδα ερχόμαστε μόνο για διακοπές γιατί δυστυχώς ούτε τα αυτονόητα δεν παρέχονται στους πολίτες της.</i>	<i>απογοήτευση</i>
<i>Τους προειδοποιήσαμε ότι ο τουρισμός θα βουλιάζει τους προτείναμε λύσεις άνοιξαν όμως τα σύνορο φέρνοντας όμως και τον κοροναϊό! Τώρα τα ρίχνουν παλι στους πολίτες! Απλά αμετανόητοι!</i>	<i>εκνευρισμός</i>
<i>Τους προειδοποιήσαμε ότι ο τουρισμός θα βουλιάζει τους προτείναμε λύσεις άνοιξαν όμως τα σύνορο φέρνοντας όμως και τον κοροναϊό! Τώρα τα ρίχνουν παλι στους πολίτες! Απλά αμετανόητοι!</i>	<i>απογοήτευση</i>

Για την περίοδο 6 – 15 Σεπτεμβρίου συγκεντρώσαμε συνολικά 5480 tweets. Η θεματική ανάλυση (topic modeling) ανέδειξε 5 θέματα, τα οποία, αναφέρονται στην επιστροφή των εκδρομέων και της κυβέρνησης από τις διακοπές του καλοκαιριού (Πίνακας 34).

Πίνακας 34. Τα topics των tweets της περιόδου 6 – 15 Σεπτεμβρίου 2020

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3	Θέμα 4	Θέμα 5
διακοπές	λάθος	διακοπές	διακοπές	διακοπές
διακοπες	διακοπές	είπε	μήνες	κάνει
απο	τουρισμος	νησί	καλοκαίρι	πολιτικός
θέλω	τουρισμό	τσίπρας	κάνει	απατεώνας
δώρο	ελλάδα	άνθρωποι	δημόσιο	μάσκες
λέει	τουρισμός	δείτε	βόλτα	πόσα
επιτέλους	τουρισμού	σκέφτηκε	φίλο	κεραμέως
σπίτι	δεθ	χάσεις	μέτρα	περίπτωση
ζέστη	κυβέρνηση	επικίνδυνοι	μαγιό	ελικτικού
λέω	νησιά	απόσπασμα	στήριξης	μεγάλος

Συγκεκριμένα, οι λέξεις με τη μεγαλύτερη σημασιολογική βαρύτητα αφορούν:

Θέμα 1: Την επιστροφή από τις διακοπές και τις διακοπές των πολιτικών με tweets των χρηστών να εκφράζουν αρνητική στάση απέναντι στους πολιτικούς οι οποίοι είναι σε διακοπές καθώς και το γεγονός ότι ο μήνας Σεπτέμβριος, είναι ο μήνας της επιστροφής από τις διακοπές. Οι χρήστες σε συνδυασμό με τη λέξη «από» εκφράζουν:

- ειρωνεία απέναντι στους πολιτικούς που κάνουν διακοπές με ξένα λεφτά, ενώ ο τουρκικός στόλος Oruc Reis κόβει βόλτες σε ελληνικά νερά
- εκνευρισμό για τις διακοπές του πρωθυπουργού ο οποίος, όπως αναφέρουν από τότε που ανέλαβε, οδήγησε τους ανθρώπους στην ανεργία, την οικονομία σε ύφεση και σε αμελείς συμπεριφορές απέναντι στις προκλήσεις της Τουρκίας στα ύδατα του Αιγαίου
- αποδοκιμασία αναφέροντας ότι τα μέτρα της κυβέρνησης για διακοπές των Ελλήνων, είναι αποτυχημένα,

Θέμα 2: Την αύξηση των κρουσμάτων και την έκτακτη επιστροφή των τουριστών στις χώρες τους με τους χρήστες να εκφράζουν έντονα την αρνητική τους στάση για το άνοιγμα του τουρισμού, εκφράζοντας αποδοκιμασία για τις «μεμονωμένες περιπτώσεις» λάθους, με τις μάσκες, τα sms μετακίνησης, και τις διακοπές των πολιτικών.

Θέμα 3: Τις διακοπές κυβέρνησης και αντιπολίτευσης και τις δηλώσεις για τις τουρκικές προκλήσεις με tweets χρηστών να αποδοκιμάζουν ειρωνικά τη δήλωση του πρώην Βουλευτή του κόμματος Συριζα, Μάκη Μπαλαούρα σχετικά με τις προκλήσεις της Τουρκίας και την αναφορά του «Άλλο να χάσεις νησί, άλλο βραχονησίδα». Στο πλαίσιο αυτό τα tweets των χρηστών πήραν και άλλη έκταση σχετικά με τη λέξη «διακοπές», εκφράζοντας:

- αποδοκιμασία με ειρωνικό τόνο για την οικονομική αδυναμία να πάνε διακοπές μέσα από τη φράση «λεφτά υπάρχουν»
- ειρωνεία και εκνευρισμό για τη Σοφία Νικολάου και τις διακοπές της στην Κω εν μέσω πανδημίας με χρήματα του ελληνικού λαού

Θέμα 4: Την επιστροφή των πολιτικών από τις διακοπές και τα νέα μέτρα στήριξης της οικονομίας τα μέσα ενημέρωσης κάνουν αναφορές για:

- το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο που ζητά από τις κυβερνήσεις πρόσθετα μέτρα στήριξης για την πανδημία
- την κυβέρνηση να περιμένει «σήμα» από Βερολίνο για τα νέα μέτρα στήριξης και το ταμείο ανάκαμψης
- το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης, να εκφράζει την απογοήτευσή του για τα μέτρα στήριξης, τα οποία περίμενε να είναι πιο τολμηρά
- την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα να βρίσκεται σε ετοιμότητα για τα νέα μέτρα στήριξης της ευρωζώνης

Θέμα 5: Για τη δήλωση του Αλέξη Τσίπρα για τον πρωθυπουργό ότι είναι πολιτικός απατεώνας με τους χρήστες να εκφράζουν:

- ειρωνεία απέναντι τόσο στην κυβέρνηση όσο και στην αντιπολίτευση σε σχέση με τα σχόλια του Αλέξη Τσίπρα για τον πρωθυπουργό τον οποίο αποκαλεί ως

τον μεγαλύτερο πολιτικό απατεώνα, επειδή διέκοψε 2-3 φορές τις διακοπές του και πήγε στη Βουλή

- αποδοκιμασία αναφέροντας ότι πολιτικός απατεώνας είναι ο πρωθυπουργός που δεν έχει σταματήσει τις διακοπές
- ενώ σε συνδυασμό με τη λέξη «μάσκες» γίνεται αναφορά από τους χρήστες ότι δεν υπάρχει καμία επίσημη ανακοίνωση για άσκηση δίωξης σχετικά με το σκάνδαλο πληρωμής των 6 εκατομμυρίων για τις ακατάλληλες μάσκες

Πίνακας 35. Παραδείγματα συναισθηματικής πολικότητας των tweets

Ενδεικτικά Tweets	Πολικότητα
<i>Πολυ σκληρος με τον εαυτο του; διαγγέλμα ο μητσοτακης; Τα ειχε παρει στο κρανιο; τον φερατε πισω απ τις διακοπες του παλι ρε αχρηστοι;</i>	<i>ειρωνεία</i>
<i>@PrimeministerGR Στο τελος του ετους ελατε να μας πειτε για την θεση της Ελλαδας εντος ΕΕ και συγκριτικα με περυσι. Επισης, εν καιρω, να δουμε και την ανακαμψη εντος του 21 σε σχεση με τις αλλες χωρες. Ως τοτε διακοπες πανω σε εναν ιο.</i>	<i>απογοήτευση</i>
<i>Βρετανία και Ολλανδία βάζουν στο «κόκκινο» τα ελληνικά νησιά: Φεύγουν άρον-άρον οι τουρίστες - Σε απόγνωση οι ξενοδόχοι. Ανοίξαμε τα σύνορα να έρθουν για διακοπές μας γέμισαν #κρουσματα , έσοδα της πλάκας και τώρα την κοπανάνε , μπράβο μας!!! #COVID19gr</i>	<i>ανησυχία</i>
<i>Το κορίτσι με κορωνοϊό που έσπασε την καραντινα πηγαίνοντας διακοπές & η Ελληνίδα μάνα που την δικαιολόγησε επειδή ήθελε να "ξεσκάσει", είναι η καλύτερη εικόνα της παιδείας που δίνουν πολλές οικογένειες στα παιδιά τους. Απο εκεί ξεκινούν όλες οι αντικοινωνικές συμπεριφορές.</i>	<i>εκνευρισμός</i>
<i>Στη ΔΕΘ χωρίς ΔΕΘ, να μιλήσουμε για τουρισμό χωρίς τουρισμό! Ο τουρισμος στο απόσπασμα, η οικονομία σε κατάρρευση και ο @PrimeministerGR τάζει φιλότιμο κ αυτοπεποίθηση. Μεγάλο το πλήγμα για την πόλη μεγάλο το Δράμα για την ελληνική κοινωνία...#ΔΕΘ2020</i>	<i>απογοήτευση</i>
<i>επιβολή καραντίνας και από την Ολλανδία: "Ο αριθμός των ατόμων που έχουν μολυνθεί με τον κορωνοϊό, ενώ ήταν σε διακοπές στα ελληνικά νησιά, αυξήθηκε απότομα. Αυτό έχει συνέπειες για τις ταξιδιωτικές συμβουλές για τα ελληνικά νησιά".</i>	<i>ανησυχία</i>
<i>Προφανώς ο τουρισμός θα επηρεαζόταν από τον κορωνοϊό. Ωστόσο η ΝΔ τον σκότωσε. Αντί να βγάλει προς τα έξω την πραγματική κατάσταση, έκρυβε κρούσματα, έβαζε lockdown με</i>	<i>εκνευρισμός</i>

κάτω από 10 θετικά, έκανε φιέστες για να παριστάνει τον πετυχημένο ο απατεώνας και τρομοκράτησε τους τουρίστες.	
«Πέσαμε θύματα της επιτυχίας μας» είπε ο Κούλης για την εικόνα του κορονοϊού στη χώρα μας μετά το άνοιγμα του τουρισμού και έριξε πάλι το φταίξιμο στη χαλάρωση των πολιτών! #κυβερνηση_Μητσοτακη #κυβερνηση_τσιρκο #τουρισμος #ΝΔ_Θελατε	εκνευρισμός
13ο Σενάριο	

Πιο συγκεκριμένα, οι χρήστες αντιμετωπίζουν τα κύρια ζητήματα της περιόδου ως εξής:

Το τέλος των διακοπών

Αναφορικά με τις δηλώσεις των χρηστών για τις διακοπές, εκφράζεται νοσταλγία καθώς δηλώνουν ότι δε θέλουν να τελειώσουν και ότι θέλουν πάλι άδεια. Εκφράζουν επίσης την απογοήτευσή τους, σε σχέση με το γεγονός ότι η κατάθλιψη που αισθάνονται δεν οφείλεται στο ότι τέλειωσαν οι διακοπές, αλλά στο ότι ξέρουν τι ζωή τους περιμένει πίσω. Για όσους δεν έφυγαν εκφράζεται επίσης δυσαρέσκεια καθώς πέρασε άλλη μια χρονιά που ο κόσμος δεν πήγε διακοπές δηλώνοντας ότι δε θα μπορέσουν να φύγουν ούτε και το 2021.

Οι προειδοποιήσεις του ΕΟΔΥ και η Οικονομική Ύφεση

Τα μέσα ενημέρωσης αναδημοσιεύουν σε tweets τις πρώτες δηλώσεις των επιδημιολόγων από την καθημερινή ενημέρωση για τον Κορωνοϊό, αναφέροντας ότι μετά τις διακοπές οι χρήστες θεωρούνται σιωπηλοί φορείς, συμβουλεύοντας τους εκδρομείς να μην βιαστούν να δουν τους παπούδες και τις γιαγιάδες.

Από τη μία συνεχίζουν να μιλούν για την ελληνική πρωτιά στον τουρισμό και τις κρατήσεις πτήσεων αλλά και για την αναδιανομή των αδιάθετων δελτίων για τους δικαιούχους του Κοινωνικού Τουρισμού με σκοπό την ενίσχυση της οικονομίας και του τουρισμού. Από την άλλη όμως, δημοσιεύουν τα νέα περιστατικά κρουσμάτων από τις διακοπές τουριστών στα ελληνικά νησιά. Χαρακτηριστικό περιστατικό το οποίο συζητήθηκε έντονα, είναι εκείνο της 24χρονης κοπέλας η οποία ταξίδευε από τη Θεσσαλονίκη στη Σαντορίνη για διακοπές, ενώ γνώριζε ότι ήταν θετική στον Κορωνοϊό. Οι χρήστες αξιολόγησαν το συμβάν αυτό με αποδοκιμασία δηλώνοντας με

ειρωνικά σχόλια ότι η κοπέλα έδωσε ρεσιτάλ ανευθυνότητας, αφού έθεσε σε κίνδυνο τη δημόσια υγεία.

Νεότερα δημοσιεύουν και σε σχέση με το πλήγμα που δέχθηκε ο ελληνικός τουρισμός μετά την απόφαση της Ολλανδίας και της Βρετανίας να επιβάλλει καραντίνα σε όσους ταξιδιώτες επιστρέφουν από τις διακοπές, καθώς η έξαρση επέβαλε την ξαφνική επιστροφή χιλιάδων τουριστών από τα ελληνικά νησιά. Καθώς η τουριστική κίνηση ήταν κάτω των προσδοκιών, τα ξενοδοχεία υποχρεώθηκαν να κατεβάσουν ρολά με τα μέσα ενημέρωσης να μιλούν για απώλειες εσόδων στον τουρισμό της τάξεως του 80%, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι η μεγάλη εξάρτηση της Ελλάδας από τον τουρισμό, την καθιστά πλέον ευάλωτη οικονομία.

Τα συμπληρωματικά μέτρα στήριξης

Χρήστες και αντιπολίτευση χαρακτηρίζουν αδύναμα τα μέτρα στήριξης της οικονομίας και του τουρισμού, με την κυβέρνηση να δηλώνει ότι οφείλει να λάβει άμεσα συμπληρωματικά μέτρα στήριξης για τις τοπικές οικονομίες, καλώντας την κυβέρνηση να προχωρήσει σε άμεσα μέτρα στήριξης των νησιών και κάλυψης όλων των υγειονομικών αναγκών

Ταυτόχρονα, τα μέσα ενημέρωσης αναφέρουν ότι η κυβέρνηση επρόκειτο να προχωρήσει στη λήψη νέων μέτρων στήριξης της οικονομίας, της εργασίας και των επιχειρήσεων που επρόκειτο να λάβει η κυβέρνηση κατά του Κορωνοϊού ύψους €10 δισ. έως το τέλος του 2020, τα οποία θα ανακοινώσει τον Σεπτέμβριο ο Πρωθυπουργός.

Οι χρήστες εκφράζουν την απογοήτευση τους δηλώνοντας την αποτυχία της κυβέρνησης σε σχέση με τα μέτρα στήριξης της οικονομίας τα οποία είναι αποσπασματικά και χωρίς σχέδιο. Την χαρακτηρίζουν δειλή και υπεύθυνη, αναφέροντας ότι η κατάσταση στον τουρισμό είναι κρίσιμη, καθώς η χώρα όχι μόνο βγήκε από τη λίστα των κρατών που χαρακτηρίζονταν ως ασφαλή από την πανδημία, αλλά η ύφεση βρίσκεται στο 16%, με την κυβέρνηση να ζητάει επιπλέον μέτρα στήριξης.

Κεφάλαιο 6 – Συμπεράσματα

Παρατηρείται λοιπόν, ότι οι αξιολογήσεις των χρηστών για την επανεκκίνηση του τουρισμού εν μέσω πανδημίας, λαμβάνουν υπόψη το παρόν πολιτικό πεδίο το οποίο και πλαισιώνει μια ολόκληρη πορείας κοινής συμπεριφοράς και συναισθηματικής πολικότητας για την κατάσταση που επικρατεί. Οι χρήστες εκφράζουν καθ' όλο το χρονικό διάστημα της έρευνας τα αρνητικά τους συναισθήματα, με την κοινή γνώμη να εκφράζει φόβο και ανησυχία για την πανδημία, κατακρίνοντας πρώτα από όλα την απόφαση της κυβέρνησης για το άνοιγμα των συνόρων. Η λήψη αυτού του μέτρου, αντιμετωπίζεται ως κομβικό στοιχείο για την εξέλιξη της πανδημίας αλλά και της οικονομίας.

Στην ομάδα με μπλε χρώμα με την οποία εκπροσωπείται ο πολιτικός χώρος της Κυβέρνησης της ΝΔ, οι χρήστες που εμφανίζονται πιο ψηλά είναι ο Πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης που εντοπίζεται είτε με τον προσωπικό του είτε με τον θεσμικό του λογαριασμό, μαζί με Υπουργούς όπως ο Άδωνις Γεωργιάδης και ο Βασίλης Κικίλιας, καθώς και θεσμικούς λογαριασμούς υπουργείων, όπως το Υπουργείο Τουρισμού και το Υπουργείο Άμυνας. Στην ομάδα εντοπίζεται κάποιες φορές και ο εταιρικός λογαριασμός της τουριστικής καμπάνιας VisitGreece.Gr, καθώς την διαχείριση της ενέργειας ανέλαβε η Κυβέρνηση. Εκτός από λογαριασμούς πολιτικών της Κυβέρνησης εντοπίζονται και λογαριασμοί των μέσων ενημέρωσης που εκθειάζουν τα μέτρα που ελήφθησαν σε συνάρτηση με την προβολή της χώρας ως ασφαλούς ταξιδιωτικού προορισμού. Επίσης, απλοί χρήστες που υπερασπίζονται την πολιτική της κυβέρνησης, επευφημούν το σχέδιο επανεκκίνησης δηλώνοντάς το ως επιτυχές, ενώ προφίλ λογαριασμών που προέρχονται από τον χώρο της εστίασης, της φιλοξενίας και των αερομεταφορών δηλώνουν ότι αδημονούσαν για την επανεκκίνηση του τουρισμού. Οι χρήστες αυτοί εναντιώνονται στις θέσεις της Αντιπολίτευσης, με χαρακτηριστικές αναφορές που έχουν να κάνουν με το γεγονός ότι αντιλαμβάνονται το «γιατί» πρέπει να ανοίξει ο Τουρισμός σε σχέση με όσους δεν κατανοούν το «γιατί» των συνθηκών. Παρόλα αυτά όπως αποδεικνύουν και τα ευρήματα από την ανάλυση των tweets, ο αριθμός των χρηστών που τοποθετείται υπέρ της Κυβέρνησης και των μέτρων επανεκκίνησης, είναι μικρότερος σε σχέση με τον αριθμό των χρηστών που τοποθετείται υπέρ της Αντιπολίτευσης ή εναντιώνεται και στις δύο παρατάξεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο λόγος της μπλε ομάδας είναι σταθερός σε σχέση με το σχέδιο

επανεκκίνησης, υποστηρικτικός και ενισχυτικός σε περιπτώσεις που τα μέσα ενημέρωσης μεταδίδουν ανησυχητικά μηνύματα εξάπλωσης της πανδημίας.

Ο φόβος της εξάπλωσης σε συνδυασμό με το άνοιγμα των συνόρων, οδηγεί τους χρήστες σε έλλειψη εμπιστοσύνης για την κυβέρνηση. Οι κατηγορίες είναι μόνιμες και συνεχείς απέναντι στον πρωθυπουργό, την κυβέρνηση, την αντιπολίτευση, τους τουρίστες του εξωτερικού, το Ελληνικό Δημόσιο, ακόμα και τους Έλληνες γενικά με τους χρήστες να προέρχονται από τις ομάδες με πράσινο ή πορτοκαλί χρώμα που δεν παρατάσσονται υπέρ καμίας πολιτικής παράταξης. Σχόλια ειρωνικού και σαρκαστικού τόνου εμφανίζονται σε μόνιμη βάση σε σχέση με τα μέτρα, την ίδια την κυβέρνηση και τις διακοπές, που όπως δηλώνουν οι χρήστες δεν έκαναν. Επίσης εντοπίζονται και σχόλια στα οποία οι χρήστες γίνονται δημιουργικοί όπως συνέβη με την καμπάνια προώθησης «The Greek Summer State of Mind». Εδώ εντοπίζονται χρήστες και από την ομάδα με κόκκινο χρώμα που εκπροσωπεί την Αντιπολίτευση (ΣΥΡΙΖΑ). Με σκοπό να κατακρίνουν την ιδέα των διακοπών, την υλοποίηση της καμπάνιας και το γεγονός ότι η πανδημία δεν κάνει διακοπές, οι χρήστες και των τριών ομάδων (πράσινο, κόκκινο, πορτοκαλί) χρησιμοποίησαν λογοπαίγνια από το slogan.

Ο εκνευρισμός, η απογοήτευση και η δυσαρέσκεια εντοπίζονται διαρκώς στα tweets των χρηστών, πιθανόν ως απόρροια θυμού με τη λήξη μιας δεκαετίας στη διάρκεια της οποίας η χώρα ταλαιπωρήθηκε από την οικονομική κρίση από την οποία μόλις είχε βγει όταν εμφανίστηκε η πανδημία. Το συμπέρασμα αυτό στηρίζεται τόσο στη διαρκή αναφορά των χρηστών (ιδίως της πορτοκαλής και πράσινης ομάδας), ότι δεν έχουν χρήματα για διακοπές, ότι τα προγράμματα εσωτερικού τουρισμού δεν είναι υποστηρικτικά καθώς και σε σχέση με το γεγονός ότι χιλιάδες εργαζόμενοι βρέθηκαν σε αναστολή περιμένοντας τα επιδόματα στήριξης.

Επίσης, η ημέρα της 11^{ης} Αυγούστου κατά την οποία εντοπίστηκε η μεγαλύτερη δραστηριότητα από τους χρήστες, οφείλεται στις προκλήσεις των τουρκικών δυνάμεων στα ελληνικά ύδατα. Την ημέρα εκείνη οι απειλητικές ενέργειες της Τουρκίας έφτασαν σε τέτοιο σημείο πρόκλησης, με το κλίμα ανησυχίας να είναι έκδηλο σε όλη τη χώρα. Το γεγονός αυτό ενέτεινε τα αρνητικά συναισθήματα των χρηστών διαμορφώνοντας μια σειρά από απόψεις που καθιστούν συνολικά ανεπαρκή την κυβέρνηση και την ανταπόκρισή της σε σχέση με τις εξελίξεις στον τουρισμό, την πανδημία και τις διακοπές. Οι χρήστες μάλιστα υποστηρίζουν, ότι μετά από μια σειρά αρνητικών εξελίξεων ο τουρισμός καθίσταται μια ευάλωτη βιομηχανία, η οποία δεν μπορεί να

αποτελέσει σταθερά την παραγωγική βάση της χώρας. Ακόμα και αν δεν υπήρξε κάποιο θερμό επεισόδιο μεταξύ των δύο χωρών, η απειλή της κρίσης προκάλεσε ανησυχία στις διεθνείς σχέσεις και κατά συνέπεια στο μέλλον της τουριστικής επανεκκίνησης σε μια ήδη κλονισμένη περίοδο.

Η καχυποψία των χρηστών απέναντι στην κυβέρνηση, επιβεβαιώνεται μέσα από αναφορές ότι ο λαός μπήκε σε καραντίνα και έπειτα άνοιξε τα σύνορα για να κάνουν διακοπές οι τουρίστες του εξωτερικού και οι λίγοι εισοδηματίες, ενώ οι πολίτες αποτελούν υποχείριο της εξουσίας και της οικονομίας. Η επιστροφή στην καθημερινότητα, δεν αποτελεί άποψη των χρηστών καθώς πολλές είναι οι αναφορές τους για επιστροφή της χώρας σε καραντίνα από το Σεπτέμβριο, μιλώντας για ένα αποτυχημένο έργο της κυβέρνησης, με την οικονομία να βρίσκεται σε ύφεση και το μέλλον της χώρας να είναι μέχρι τότε άγνωστο. Αξίζει να σημειωθεί εδώ, ότι η ομόφωνη τοποθέτηση της πράσινης και πορτοκαλής ομάδας με την κόκκινη ομάδα είναι διακριτή σε σχέση με την αρνητική στάση που εκφράζουν απέναντι στην Αντιπολίτευση. Μάλιστα, ο λόγος της κόκκινης ομάδας ως αντιπολιτικός και πιο συγκεκριμένος στα επιχειρήματα δείχνει να επηρεάζει σε κάποιο βαθμό τις άλλες δύο ομάδες, καθώς παρατηρήθηκαν retweets από τους χρήστες που είναι απολιτικοί. Ο λόγος της κόκκινης ομάδας, δείχνει να ενισχύει την αρνητική τοποθέτησή των άλλων δύο ομάδων απέναντι στην Κυβέρνηση, την τουρκική απειλή, τα μέτρα επανεκκίνησης και της εξάπλωσης του ιού,

Τα μέσα ενημέρωσης, με αναδημοσιεύσεις δικών τους ειδήσεων, ειδήσεων του εξωτερικού, tweets πολιτικών και τουριστικών φορέων δεν διατηρούν μια σταθερή στάση καθ' όλη τη διάρκεια της θερινής σεζόν. Συγκεκριμένα, με το διάγγελμα του πρωθυπουργού και την καμπάνια τουριστικής προβολής της χώρας, η πολικότητα των μέσων είναι θετική, προβάλλοντας αρχικά την επιτυχία της χώρας στην αντιμετώπιση του ιού, καθώς και τις προβλέψεις ότι η Ελλάδα βρίσκεται ανάμεσα στους κορυφαίους προορισμούς επιλογής των τουριστών. Παρόλα αυτά, οι χρήστες δεν δείχνουν να επηρεάζονται από τις θετικές εξελίξεις για το άνοιγμα του τουρισμού, αλλά εναντιώνονται στο γεγονός ότι δεν γίνεται επένδυση στον εσωτερικό τουρισμό και ότι το μέτρο αυτό θα επιταχύνει στην εξάπλωση της πανδημίας. Κατακρίνουν επίσης τα ποσά που δαπανήθηκαν για την υλοποίηση της καμπάνιας και την ομάδα αποστολής Κυβέρνησης και δημοσιογράφων για τη Συνέντευξη Τύπου του Πρωθυπουργού.

Καθώς τα μέτρα επανεκκίνησης ολοκληρώνονται, τα μέσα ενημέρωσης κατά την πρώτη υποδοχή των τουριστών αναμεταδίδουν δηλώσεις των ξένων μέσων ενημέρωσης που εκθειάζουν το άνοιγμα του τουρισμού στην Ελλάδα. Στην περίπτωση αυτή, οι χρήστες συνεχίζουν να διατηρούν αρνητική στάση καθώς θεωρούν ότι το μέτρο αυτό θα αποτελέσει την αιτία εξάπλωσης του ιού και εμφάνισης νέων κρουσμάτων.

Ενώ σταδιακά αρχίζουν να εντοπίζονται νέα κρούσματα, ιδίως τουρίστες τους εξωτερικού, τα μέσα ενημέρωσης δημοσιεύουν περιστατικά αύξησης κρουσμάτων και προειδοποιήσεις του ΕΟΔΥ με ανησυχητικά σενάρια για το μέλλον του τουρισμού. Το γεγονός αυτό ενέτεινε τα συναισθήματα ανησυχίας και φόβου των χρηστών, επιβεβαιώνοντας την άποψη τους για το άνοιγμα των συνόρων και την εξάπλωση της πανδημίας.

Οι αναφορές των μέσων για τα πρώτα αποτελέσματα της τουριστικής επανεκκίνησης, την μεγάλη πτώση της οικονομίας και τις δηλώσεις της αντιπολίτευσης για τη λήψη συμπληρωματικών μέτρων στήριξης, διαμορφώνουν αρνητική πολικότητα από τα μέσα ενημέρωσης. Η επιρροή που ασκείται από τους χρήστες στηρίζεται από τη μία στην πορτοκαλή και πράσινη ομάδα χρηστών που δεν εντάσσεται ανοιχτά σε κάποια πολιτική παράταξη και από την άλλη στην κόκκινη ομάδα χρηστών που υποστηρίζει ανοιχτά τον χώρο της Αριστερής αντιπολίτευσης. Ο λόγος των δύο πρώτων ομάδων είναι διαρκώς καταγγελτικός απέναντι τόσο στην Κυβέρνηση όσο και στην Αντιπολίτευση. Χαρακτηρίζεται από ωμότητα στον τρόπο που αναφέρεται στο αληθές των συνθηκών, γειώνοντας την πραγματικότητα σε βαθμό που είναι απόλυτα αρνητική και χωρίς καμία ελπίδα πρώτα για το μέλλον των ίδιων και έπειτα για το μέλλον της χώρας και της οικονομίας. Ο λόγος τους δεν επηρεάζεται από τα μέσα ενημέρωσης, αλλά αντιθέτως η αρνητική πολικότητα που τη χαρακτηρίζει εντείνεται από τις δηλώσεις των πολιτικών και του ΕΟΔΥ. Η κόκκινη ομάδα χρηστών που τάσσεται στο πλευρό της Αντιπολίτευσης, τοποθετείται σταθερά ενάντια στο σχέδιο επανεκκίνησης του τουρισμού και τα μέτρα της κυβέρνησης, με την πολικότητα να είναι αρνητική σε κάθε γεγονός που προκύπτει και είναι σχετικό με την εξάπλωση της πανδημίας, τις διακοπές της κυβέρνησης, τις διακοπές του λαού και το άνοιγμα των συνόρων. Ο λόγος της ομάδας αυτής είναι πιο συγκεκριμένος και αυστηρός με επιχειρήματα και στοιχεία ειρωνείας, σε αντίθεση με τις άλλες δύο ομάδες που

υιοθετούν πιο σατυρικό ύφος, ο λόγος είναι ισοπεδωτικός και εστιάζει κατά κύριο λόγο στην αδυναμία των Ελλήνων να φύγουν για διακοπές.

Η παρούσα διπλωματική εργασία στράφηκε στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για να μελετήσει τις αντιδράσεις του κοινού σε σχέση με το άνοιγμα του τουρισμού μετά από την εκδήλωση μιας πρωτόγνωρης υγειονομικής κρίσης. Λαμβάνοντας ως βάση το θεωρητικό πλαίσιο για κρίσεις που μπορούν να επηρεάσουν τη τουριστική βιομηχανία και δη για κρίσεις που προέρχονται από επιδημίες με τις ανάλογες επιπτώσεις σε αυτή, η έρευνα απαντά στη βιβλιογραφία για τις κρίσεις που εμφανίζονται στον τουρισμό, τη διάγνωση της διάρκειάς τους και των ενδεδειγμένων τρόπων αντιμετώπισής τους.

Η εκδήλωση της πανδημίας του Covid-19 στην Ελλάδα, αποτέλεσε ένα πρωτοφανές γεγονός με την κυβέρνηση να καλείται πρώτα να διαχειριστεί την εξάπλωσή της και στη συνέχεια να εξασφαλίσει την επανεκκίνηση της οικονομίας και της αγοράς. Για το λόγο αυτό κρίθηκε μείζονος σημασίας η υλοποίηση μιας έρευνας για ένα ζήτημα της επικαιρότητας που επηρέασε και αναδιαμόρφωσε κομβικά τις ζωές των πολιτών και η οποία μέσα από τον ρόλο τους ως «χρήστες» θα μελετούσε τις αντιδράσεις τους σε σχέση με την εκδήλωση της πανδημίας και την ανάλογη διαχείριση της τουριστικής κρίσης.

Λαμβάνοντας υπόψη την τρέχουσα πολιτική σκηνή καθώς και το οικονομικό παρελθόν της χώρας, οι δύο αυτοί παράγοντες ήταν θεμελιώδεις για την αξιολόγηση των μέτρων από τους χρήστες. Η αίσθηση της εμπιστοσύνης ή δυσπιστίας τους στην Κυβέρνηση, αποτέλεσε καθοριστικό στοιχείο επιρροής ή όχι των χρηστών από τα πολιτικά πρόσωπα και κατά συνέπεια της αξιολόγησής τους για το άνοιγμα των συνόρων της χώρας και τα αντίστοιχα συναισθήματα που τους χαρακτηρίζουν. Επίσης κρίθηκε αναγκαίο να διερευνηθεί ο ρόλος των μέσων ενημέρωσης και της αναδημοσίευσης ειδησεογραφικού περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να γίνει κατανοητός τόσο ο τρόπος που τα μέσα επικοινωνούν τα στάδια εξέλιξης από την εκδήλωση μιας πανδημίας όσο και την επιρροή που ασκούν ή όχι στους χρήστες. Για το λόγο αυτό, στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας, διερευνήθηκε ο ρόλος των μέσων ενημέρωσης στην αναμετάδοση της επικαιρότητας σε σχέση με την επανεκκίνηση του τουρισμού, την προβολή της χώρας ως ασφαλούς τουριστικού προορισμού και την επιρροή τους στους πολίτες - χρήστες.

Επίσης, η ανοιχτή πολιτική τοποθέτηση των χρηστών με την υπεράσπιση της Κυβέρνησης ή της Αντιπολίτευσης ή η απολιτική τοποθέτησή τους διαμορφώνει και την ανάλογη γραμμή υπεράσπισης ή κατάκρισης των μέτρων, γεγονός που παίζει ρόλο στην επιρροή που ασκείται μεταξύ των χρηστών και την πόλωση που μπορεί να δημιουργηθεί μεταξύ τους.

Η έρευνα επίσης επιβεβαιώνει μάλιστα μια σημαντική επιστημονική διαπίστωση ότι ο τουρισμός αποτελεί μία ευπαθή βιομηχανία, η οποία μπορεί να επηρεαστεί από εξωγενείς κρίσεις. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται διπλά, καθώς οι τουρκικές προκλήσεις εν μέσω κρίσης στη δημόσια υγεία, απείλησα διπλά την τουριστική κινητικότητα στην Ελλάδα. Μάλιστα ο κώδωνας του κινδύνου για μια επικείμενη κρίση στις ελληνοτουρκικές σχέσεις ενέτεινε τα αρνητικά τα συναισθήματα των χρηστών και τη δυσπιστία τους απέναντι στην κυβερνητική πολιτική, εκφράζοντας ένα σύνολο συναισθημάτων φόβου και ανησυχίας.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε, με την ανάλυση κοινωνικών δικτύων, την ανάλυση του λόγου μέσω topic modeling και ανάλυσης συναισθήματος, καθώς και η αντιπαραβολή των ευρημάτων με το λόγο των ΜΜΕ και των πολιτικών, επέτρεψε την αποτύπωση της πολύπλευρης πραγματικότητας, και αποτελεί τη μεθοδολογική πρόταση της εργασίας για αντίστοιχες έρευνες. Τέλος, αντίστοιχα ερωτήματα σχετικά με κρίσεις είτε στον τουρισμό είτε σε άλλα πεδία της πολιτικής και της οικονομίας μπορούν να απαντηθούν με την επανάληψη της μεθοδολογίας αυτής.

6.1. Περιορισμοί Έρευνας

Οι περιορισμοί της παρούσας ερευνητικής εργασίας ξεκινούν από το στάδιο της αναζήτησης υπάρχουσας βιβλιογραφίας και φτάνουν μέχρι και το στάδιο παράθεσης των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Η εύρεση σχετικού θεωρητικού πλαισίου ήταν περιορισμένη, καθώς οι συνθήκες που επικρατούσαν την περίοδο της καραντίνας καθιστούσαν ανέφικτη την φυσική παρουσία σε πανεπιστήμια, βιβλιοθήκες κλπ., οριοθετώντας ως περιβάλλον πρόσβασης το διαδίκτυο με σκοπό την αναζήτηση ηλεκτρονικής βιβλιογραφίας. Πιο σημαντικός ήταν όμως ο περιορισμός της αναζήτησης βιβλιογραφίας σε σχέση με το καθαυτό θέμα της έρευνας στο διαδικτυακό περιβάλλον, καθώς οι προγενέστερες έρευνες για τις επιπτώσεις υγειονομικών κρίσεων στον τουρισμό ήταν δυσεύρετες σε αριθμό. Ταυτόχρονα, η πρωτόγνωρη εκδήλωση της πανδημίας του Covid-19 και η δυναμική της εξάπλωσης, καθιστούσαν δύσκολη την ένταξη της πανδημίας στο ίδιο φάσμα με προηγούμενες επιπτώσεις στον τουρισμό από επιδημίες της τελευταίας 20ετίας. Συνδυαστικά, νεότερες επιστημονικές μελέτες σε σχέση με το άγνωστο του ιού και των επιπτώσεών της στην οικονομία και τον τουρισμό προέκυπταν καθ' όλη την περίοδο συγγραφής της εργασίας, με αποτέλεσμα να απαιτείται η διαρκής ανασκόπηση του τρέχοντος θεωρητικού πλαισίου.

Περιορισμοί εμφανίστηκαν επίσης και ως προς την ανάλυση των δεδομένων. Ο τεράστιος όγκος που συλλέχθηκε, απαιτούσε παραπάνω διερεύνηση και ανάλυση των αποτελεσμάτων από το προβλεπόμενο χρονικό διάστημα παράδοσης της εργασίας, τόσο ως προς τις απόψεις των χρηστών όσο και ως προς τα συναισθήματα που κυριαρχούσαν. Μάλιστα τα τεχνικά προβλήματα που προέκυπταν στα υπολογιστικά προγράμματα ανάλυσης λόγου, διαμόρφωσαν κι ένα περιοριστικό πλαίσιο ανάλυσης της συναισθηματικής πολικότητας των χρηστών, εστιάζοντας στα πιο σημαντικά αποτελέσματα από το σύνολο των δεδομένων. Επίσης παρά τον περιορισμό του χρόνου, τα αποτελέσματα που εξήχθησαν ήταν τόσα πολλά σε αριθμό, ώστε να ήταν ανέφικτη η ενδελεχής παρουσίασή τους, ακόμα και με την παράθεση ενός συμπληρωματικού παραρτήματος.

6.2. Μελλοντικά Ερευνητικά Ερωτήματα

Καθώς η εκδήλωση της πανδημίας του Covid-19 και οι επιπτώσεις της στον τουρισμό και την οικονομία δεν περιορίστηκαν χρονικά μόνο για το καλοκαίρι του 2020, αρκετά ενδιαφέρουσα θα ήταν η διερεύνηση της συμπεριφοράς των χρηστών για το καλοκαίρι του 2021 ίσως και του 2022, σε σχέση με τα νέα δεδομένα όπως παρουσιάστηκαν μετά την λήξη του σχεδίου επανεκκίνησης στρεφόμενη σε μια βιβλιογραφική έρευνα που να μελετά ακόμα περισσότερο το περιβάλλον της κοινής γνώμης στο ψηφιακό περιβάλλον του Twitter.

Η επιβολή της δεύτερης καραντίνας στην Ελλάδα από τον Νοέμβριο του 2020 μέχρι και τον Μάιο του 2021 και η έναρξη των εμβολιασμών κατά του Covid – 19, αποτελούν δύο κομβικές παραμέτρους παρακολούθησης της συμπεριφοράς των χρηστών στο περιβάλλον του Twitter σε σχέση με τις ταξιδιωτικές τους προθέσεις, τη λήψη αποφάσεων και τη σχέση τους με την εκάστοτε πολιτική σκηνή της χώρας.

Ποιες είναι οι αντιδράσεις των χρηστών για την επανέναρξη του τουρισμού, το άνοιγμα των συνόρων και κυρίως ποια είναι η διαμόρφωση της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς με βάση τις ομάδες χρηστών που είναι ενάντια ή υπέρ του εμβολιασμού; Τα ταξίδια αποτελούν κίνητρο εμβολιασμού για τους χρήστες; Πώς η επιβολή υποχρεωτικού Rapid / PCR Test για τους ανεμβολίαστους πριν από κάθε ταξίδι, επηρέασε την ταξιδιωτική συμπεριφορά των χρηστών; Η άυλη ψηφιακή χρεωστική κάρτα Freedom Pass αξίας 150€ που δόθηκε από την κυβέρνηση σε εμβολιασμένους νέους 18-25 ετών για την αξιοποίηση του ποσού σε τουριστικές και πολιτιστικές, επηρέασε την αύξηση του αριθμού των εμβολιασμένων; Ποια είναι η οικονομική κατάσταση των χρηστών σε σχέση με την επιθυμία τους ή όχι να κάνουν το εμβόλιο για να λάβουν το Freedom Pass; Αποτελεί ένα κίνητρο αύξησης του εισοδήματος ή ευκαιρίας να ταξιδέψουν πιο οικονομικά; Ποιος είναι ο ρόλος των μέσων για όλη την περίοδο του καλοκαιριού για το 2021 σε σχέση με τον εμβολιασμό και την ταξιδιωτική δραστηριότητα των Ελλήνων με ασφάλεια; Ποιος είναι ο ρόλος της κυβέρνησης και των πολιτικών για το 2021 και ποια τα επίπεδα εμπιστοσύνης που αισθάνονται οι πολίτες για αυτή; Είναι μεγαλύτερο το αίσθημα δυσπιστίας σε σχέση με το 2020, παραμένει αμετάβλητο ή παρατηρείται μείωση;

Τέλος, σημαντικές ειδήσεις από την ατζέντα της τρέχουσας επικαιρότητας για την περίοδο Μάιος – Σεπτέμβριος 2021, όπως οι τουρκικές προκλήσεις και οι καταστροφικές φωτιές στην Αττική, την Εύβοια και άλλες περιοχές της χώρας, καθιστούν για άλλη μία φορά τον ελληνικό τουρισμό μια ευάλωτη βιομηχανία και επηρεάζουν τη συμπεριφορά των χρηστών σε συνάρτηση με την επικαιρότητα που αφορά την πανδημία; Οι κρίσεις στις διεθνείς σχέσεις και το περιβάλλον που συνυπάρχουν με την υγειονομική κρίση επισκιάζουν ή μεταβάλλουν τη συμπεριφορά των χρηστών σε σχέση με τις εξελίξεις την πανδημίας και το μέλλον του τουρισμού;

Μεθοδολογικά θα ήταν πολύ ενδιαφέρον να διερευνηθεί η συναισθηματική πολικότητα των χρηστών σε πραγματικό χρόνο που θα απαντά στα ερωτήματα εμπιστοσύνης και δυσπιστίας απέναντι στην κυβέρνηση αλλά και σε σχέση με τα καθαυτά θέματα της επικαιρότητας. Τέλος, το άγνωστο της έντονης παρουσίας της πανδημίας και των επιπτώσεών της στον τουρισμό και την κοινωνία, καθιστά ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα τη μελέτη για τα επίπεδα ανάπτυξης του τουρισμού και την ανάλογη συμπεριφορά των χρηστών για το καλοκαίρι του 2022.

Πηγές – Βιβλιογραφία

Πηγές

Εθνικός Οργανισμός Δημόσιας Υγείας (ΕΟΔΥ). Ημερήσια Έκθεση Επιδημιολογικής Επιτήρησης Λοίμωξης από το Νέο Κορωνοϊό (2020, Ιούνιος, 1). Ανακτήθηκε από: <https://eody.gov.gr/wp-content/uploads/2020/06/covid-gr-daily-report-20200601.pdf>

Ελληνική Δημοκρατία. Πρωθυπουργός. Η Ελλάδα τελειώνει με τα μνημόνια τον Αύγουστο του 2018 και αυτό είναι οριστικό και αμετάκλητο. Οι ομιλίες του Πρωθυπουργού, Αλέξη Τσίπρα, στην προ ημερησίας διατάξεως συζήτηση στη Βουλή για την οικονομία (2018, Μάιος, 23). Ανακτήθηκε από: <https://primeminister.gr/2018/05/23/19965>

Ελληνική Δημοκρατία. Υπουργείο Τουρισμού. Η Ελλάδα κέρδισε το σεβασμό και την εκτίμηση για το ασφαλές άνοιγμα του τουρισμού εν μέσω πολιορκίας από την πανδημία (2020, Δεκέμβριος, 2). Ανακτήθηκε από: <https://mintour.gov.gr/i-ellada-kerdise-to-sevasmo-kai-tin-ektimisi-gia-to-asfales-anoigma-toy-toyris moy-en-meso-poliorkias-apo-tin-pandimia/>

Ελληνική Δημοκρατία. Υπουργείο Τουρισμού. Πέντε προτάσεις για ένα βιώσιμο και ανθεκτικό τουριστικό τομέα στην εποχή του Covid-19 (2020, Οκτώβριος, 9). Ανακτήθηκε από: <https://mintour.gov.gr/pente-protaseis-gia-ena-viosimo-kai-anthektiko-toyristiko-tomea-stin-epochi-toy-covid-19/>

Ελληνική Δημοκρατία. Πρωθυπουργός. Σημεία από τη συνέντευξη Τύπου του Πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη στη Σαντορίνη για το άνοιγμα του ελληνικού τουρισμού (2020, Ιούνιος, 13). Ανακτήθηκε από: <https://primeminister.gr/2020/06/13/24151>

Ελληνική Δημοκρατία. Υπουργείο Τουρισμού. Επανεκκίνηση τουρισμού: Κοινή Δήλωση Υπουργού Τουρισμού Χάρη Θεοχάρη και Υφυπουργού Μάνου Κόνσολα (2020, Μάιος, 29). Ανακτήθηκε από: <https://mintour.gov.gr/epanekkinisi-toyris moykoini-dilosi-ypoyrgoy-toyris moy-chari-theochari-kai-yfypoyrgoy-manoy-konsola/>

Ελληνική Δημοκρατία. Πρωθυπουργός. Ανακοινώσεις του Πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη για τα μέτρα στήριξης της εργασίας, της οικονομίας και του τουρισμού (2020, Μάιος, 20). Ανακτήθηκε από: <https://primeminister.gr/2020/05/20/23995>

Ελληνική Δημοκρατία. Υπουργείο Τουρισμού. Ομιλία Υπουργού Τουρισμού κ. Χάρη Θεοχάρη για την επανεκκίνηση του Τουρισμού στο Πλαίσιο του Συνολικού Σχεδίου της Κυβέρνησης (2020, Μάιος, 20). Ανακτήθηκε από: <https://mintour.gov.gr/omilia-ypoyrgoy-toyris moy-k-chari-theochari-gia-thn-epanekkinisi-toy-toyris moy-sto-plaisio-toy-synolikoy-schedi oy-tis-kyvernisis/>

Ελληνική Δημοκρατία. Υπουργείο Εξωτερικών Greek Economy Restart (2020, Μάιος, 20). Ανακτήθηκε από:

<https://www.mfa.gr/missionsabroad/images/stories/missions/latvia/docs/Restart%20of%20Greek%20Economy%20and%20Tourism%2020%2005%202020.pdf>

Ελληνική Δημοκρατία. Υπουργείο Υγείας. Ενημέρωση Διαπιστευμένων Συντακτών Υγείας από τον Υφυπουργό Πολιτικής Προστασίας και Διαχείρισης Κρίσεων Νίκο Χαρδαλιά και τον Εκπρόσωπο του Υπουργείου Υγείας για το Νέο Κορονοϊό, Καθηγητή Σωτήρη Τσιόδρα (7/5/2020) (2020, Μάιος, 7). Ανακτήθηκε από:

<https://www.moh.gov.gr/articles/ministry/grafeio-typoy/press-releases/7151-enhmerwsh-diapisteymenwn-syntaktwn-ygeias-apo-ton-yfypoyrgo-politikhs-prostasias-kai-diaxeirishs-krisewn-niko-xardalia-kai-ton-ekproswpo-toy-ypoyrgeiou-ygeias-gia-to-neo-koronoio-kathghth-swthrh-tsiodra-7-5-2020>

Έρευνα ΙΤΕΠ για την επαναλειτουργία των ξενοδοχείων μετά το Lockdown (2020, Οκτώβριος, 12).

Ανακτήθηκε από: <https://www.grhotels.gr/erevna-itep-gia-tin-epanaleitourgia-ton-ksenodocheion-meta-to-lockdown/>

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Τουρισμός και Μεταφορές το 2020 και Μετά (2020, Μάιος, 13). Ανακτήθηκε από: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:52020DC0550>

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Η προσέγγιση της ΕΕ για τη βιώσιμη ανάπτυξη (2015). Ανακτήθηκε από: https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development_el

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο 2014 – 2019, Έκθεση σχετικά με τις Νέες Προκλήσεις και Ιδέες για την προαγωγή του Τουρισμού στην Ευρώπη, 2014/2241(INI), Επιτροπή Μεταφορών και Τουρισμού. Ανακτήθηκε από:

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=/EP//NONSGML+REPORT+A8-2015-0258+0+DOC+PDF+V0//EL>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο 2020. Θεματολογικά Δελτία για την Ευρωπαϊκή Ένωση. Τουρισμός.

Ανακτήθηκε από: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/el/sheet/126/tourism>

Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ). Στατιστικό Δελτίο Νο64 Εισερχόμενου Τουρισμού INSETE Intelligence (2020, Οκτώβριος). Ανακτήθηκε από:

https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/10/Bulletin_2010-1.pdf

Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Επιχειρήσεων (ΙΤΕΠ). Η Επικαιρότητα σε Αριθμούς (2020).

Ανακτήθηκε από: <https://www.itep.gr/>

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ). Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδος (2020). Ανακτήθηκε από: https://www.grhotels.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019-Hotels_total.pdf

Οργανισμός για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη στην Έρευνα, Organization of Economic Cooperation and Development (OECD) Economic Outlook, Volume 2020 Issue 1 (2020). Ανακτήθηκε από: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/feb12664-en/index.html?itemId=/content/component/feb12664-en>

Πρόγραμμα «ΣΥΝ-ΕΡΓΑΣΙΑ» - SURE. Covid-19-gov.gr.. Χάρτης Υγειονομικής Ασφάλειας και Προστασίας από τον Covid-19 (2020). Ανακτήθηκε από: <https://covid19.gov.gr/programma-syn-ergasia-sure/>

Τράπεζα της Ελλάδος. Ταξιδιωτικές Υπηρεσίες (2020). Ανακτήθηκε από: <https://www.bankofgreece.gr/statistika/ekswterikos-tomeas/isozygioplhrwmwn/taksidiwtikes-yphresies>

Υπουργείο Τουρισμού. Greek Economy Restart (2020, Μάιος, 20). Ανακτήθηκε από: <https://mintour.gov.gr/>

Covid-19-gov.gr. Χάρτης Υγειονομικής Ασφάλειας και Προστασίας από τον Covid-19 (2020). Ανακτήθηκε από: <https://covid19.gov.gr/tag/ypourgio-tourismou/>

Enikos.gr. Ευρωπαϊκός Τουρισμός και η στήριξη επιχειρήσεων - εργαζομένων στο επίκεντρο του 2^{ου} παγκοσμίου webinar για τον Τουρισμό που διοργάνωσε η Έλενα Κουντουρά (2020, Νοέμβριος, 18). Ανακτήθηκε από: <https://www.enikos.gr/economy/750350/o-evropaikos-tourismos-kai-i-stirixi-epicheiriseon-ergazomenon-st>

Greek Travel Pages (GTP). Airbnb Hosts Provide Housing to Covid-19 Responders (2020, Μάρτιος, 20). Ανακτήθηκε από: <https://news.gtp.gr/2020/03/30/airbnb-hosts-provide-housing-covid-19-responders/>

IMF Forecasts 2020 Recession for Greece Due to Covid-19 (2020, Απρίλιος, 14). Ανακτήθηκε από: <https://news.gtp.gr/2020/04/14/imf-forecasts-2020-recession-greece-due-covid-19/>

Impact of Covid-19 on Global Tourism made clear as UNWTO counts the cost of standstill. (2020, 28 Ιούλιος). Ανακτήθηκε από <https://www.unwto.org/news/impact-of-covid-19-on-global-tourism-made-clear-as-unwto-counts-the-cost-of-standstill>

Impact Assessment of the Covid - 19 Outbreak of International Tourism 2020. (2020, Μάιος). Ανακτήθηκε από <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

KapaResearch 2020. COVID-19: Life with Coronavirus and the next day: April 2020 nationwide research. Available from: https://kaparesearch.com/wp-content/uploads/2020/04/2020.04_Kapa_Covid19.pdf (accessed 23/6/2020).

Latest research from WTTC shows a 50% increase in jobs at risk in Travel & Tourism (2020)

Ανακτήθηκε από <https://wttc.org/News-Article/Latest-research-from-WTTC-shows-a-50-percentage-increase-in-jobs-at-risk-in-Travel-and-Tourism>

Mckinsey & Company 2020. Global surveys of consumer sentiment during the coronavirus crisis.

Surveys per country. Available from: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/global-surveys-of-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis> (accessed 21/6/2020)

Tourism and Covid-19 - Unprecedented Economic Impacts. (2020). Ανακτήθηκε από:

<https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>

World Travel and Tourism Council (WTTC). Economic Impact of Travel & Tourism (2019).

Ανακτήθηκε από: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

World Health Organization (WHO). Risk Communications. Ανακτήθηκε από:

<https://www.who.int/emergencies/risk-communications>

World Health Organization (WHO). Risk Communications. General information on risk communication.

Ανακτήθηκε από: <https://www.who.int/emergencies/risk-communications>

Ελληνική Βιβλιογραφία

Δημητριάδης, Ν. (2020). Applying topic modelling algorithms on Twitter messages in Greek language (No. GRI-2020-29096). Aristotle University of Thessaloniki.

Ρήγου, Μ. (2019). Νέα Μέσα και Τουρισμός. Στο Τ. Δουλκέρη (επιμ.), Τουριστική Επικοινωνία: Από τα ΜΜΕ στο Διαδίκτυο (σ. 1- 23). Αθήνα: Παπαζήση.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Åkerlund, M. (2020). The importance of influential users in (re) producing Swedish far-right discourse on Twitter. *European Journal of Communication*, 35(6), 613-628.

Ala'a, A., & Albattat, A. (2019). Current issue in tourism: Disease transmission as a potential risk for travellers. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8, 103-114.

American Psychological Association (2010). Publication manual of the American Psychological Association (6th edition). Washington, DC: APA

- Bastian, M., Heymann, S., & Jacomy, M. (2009, March). Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 3, No. 1).
- Bhuiyan, M. A. H., Hassan, S., Darda, M. A., & Habib, M. W. (2020). Aspects of Sustainable Tourism Development and COVID-19 Pandemic.
- Chen, S., Law, R., & Zhang, M. (2021). Review of research on tourism-related diseases. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(1), 44-58
- Farmaki, A., Miguel, C., Drotarova, M. H., Aleksić, A., Časni, A. Č., & Efthymiadou, F. (2020). Impacts of Covid-19 on peer-to-peer accommodation platforms: Host perceptions and responses. *International journal of hospitality management*, 91, 102663. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102663>
- Folinas, S., & Metaxas, T. (2020). Tourism: The great patient of coronavirus COVID-2019. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/103515/>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Heer, J., & Boyd, D. (2005, October). Vizster: Visualizing online social networks. In *IEEE Symposium on Information Visualization, 2005. INFOVIS 2005*. (pp. 32-39). IEEE.
- Keim, D. A. (2002). Information visualization and visual data mining. *IEEE transactions on Visualization and Computer Graphics*, 8(1), 1-8.
- Klemm, C., Hartmann, T., & Das, E. (2019). Fear-mongering or fact-driven? Illuminating the interplay of objective risk and emotion-evoking form in the response to epidemic news. *Health communication*, 34(1), 74-83.
- Kurka, D. B., Godoy, A., & Von Zuben, F. J. (2015). Online social network analysis: A survey of research applications in computer science. *arXiv preprint arXiv:1504.05655*.
- Lew, A. A., Cheer, J. M., Haywood, M., Brouder, P., & Salazar, N. B. (2020). Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020. *Tourism Geographies*, 1-12. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1770326>

- Luo, J. M., & Lam, C. F. (2020). Travel Anxiety, Risk Attitude and Travel Intentions towards “Travel Bubble” Destinations in Hong Kong: Effect of the Fear of COVID-19. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 7859. <https://doi.org/10.3390/ijerph17217859>
- Maphanga, P. M., & Henama, U. S. (2019). The tourism impact of Ebola in Africa: Lessons on crisis management. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3), 1-13.
- Mason, P., Grabowski, P., & Du, W. (2005). Severe acute respiratory syndrome, tourism and the media. *International Journal of Tourism Research*, 7(1), 11-21.
- Mistilis, N., & Sheldon, P. (2006). Knowledge management for tourism crises and disasters. *Tourism Review International*, 10(1-2), 39-46.
- Nanni, A., & Ulqinaku, A. (2020). Mortality threats and technology effects on tourism. *Annals of tourism research*, 102942-102942. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102942>
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies*, 1-6. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757749>
- Ordun, C., Purushotham, S., & Raff, E. (2020). Exploratory analysis of covid-19 tweets using topic modeling, umap, and digraphs. *arXiv preprint arXiv:2005.03082*.
- Otte, E., & Rousseau, R. (2002). Social network analysis: a powerful strategy, also for the information sciences. *Journal of information Science*, 28(6), 441-453.
- Paraschi, E. P. Accessibility, Tourism and Social Welfare: Covid19 and a new Quality-of-Life Tourism Model for the Greek islands.
- Pforr, C., & Hosie, P. J. (2008). Crisis management in tourism: Preparing for recovery. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 249-264. https://doi.org/10.1300/J073v23n02_19
- Pirri, S., Lorenzoni, V., Andreozzi, G., Mosca, M., & Turchetti, G. (2020). Topic Modeling and User Network Analysis on Twitter during World Lupus Awareness Day. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 5440.
- Polyzos, S., Samitas, A., & Spyridou, A. E. (2020). Tourism demand and the covid-19 pandemic: an lstm approach. *Tourism Recreation Research*, 1-13. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1777053>
- Rios, M., & Lin, J. (2012, May). Distilling massive amounts of data into simple visualizations: Twitter case studies. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 6, No. 1).

- Riquelme, F., & González-Cantergiani, P. (2016). Measuring user influence on Twitter: A survey. *Information processing & management*, 52(5), 949-975.
- Ritchie, B. W., & Jiang, Y. (2019). A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research*, 79, 102812. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102812>
- Shi, W., & Li, K. X. (2017). Impact of unexpected events on inbound tourism demand modeling: evidence of Middle East Respiratory Syndrome outbreak in South Korea. *Asia Pacific journal of tourism research*, 22(3), 344-356.
- Škare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469.
- Tran, B. L., Chen, C. C., Tseng, W. C., & Liao, S. Y. (2020). Tourism under the Early Phase of COVID-19 in Four APEC Economies: An Estimation with Special Focus on SARS Experiences. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(20), 7543. <https://doi.org/10.3390/ijerph17207543>
- Tsao, C. Y., & Ni, C. C. (2016). Vulnerability, resilience, and the adaptive cycle in a crisis-prone tourism community. *Tourism Geographies*, 18(1), 80-105. <https://doi.org/10.1080/14616688.2015.1116600>
- Uğur, N. G., & Akbıyık, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100744. <https://dx.doi.org/10.1016%2Fj.tmp.2020.100744>
- Yeh, S. S. (2020). Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic. *Tourism Recreation Research*, 1-7. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1805933>
- Yu, M., Li, Z., Yu, Z., He, J., & Zhou, J. (2020). Communication related health crisis on social media: a case of COVID-19 outbreak. *Current issues in tourism*, 1-7.
- Zeng, B., Carter, R. W., & De Lacy, T. (2005). Short-term perturbations and tourism effects: The case of SARS in China. *Current Issues in Tourism*, 8(4), 306-322.

