



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

**ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΕΝ ΜΕΣΩ ΤΗΣ
ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΤΟΥ ΚΟΡΟΝΟΪΟΥ»**

**ΦΟΙΤΗΤΕΣ: ΡΑΓΚΑΒΑΝΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ
ΧΡΥΣΙΚΟΣ ΗΛΙΑΣ**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΘΕΟΔΩΡΙΔΗΣ

ΠΥΡΓΟΣ, 2022

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πανδημία, ο φόβος του COVID-19 και ο αντιληπτός κίνδυνος έχουν θέσει πόλεις σε lockdown σε διάφορες χώρες. Η εκτεταμένη δημοσιότητα του COVID-19 μπορεί να επηρεάσει την αντίληψη των τουριστών για τον κίνδυνο, αλλάζοντας έτσι τη συμπεριφορά, την αντίληψη και τη στάση τους (φόβος, υπερβολική αντίδραση, απαισιοδοξία). Σκοπός τη παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση των απόψεων των τουριστών σχετικά με την επίδραση των ΜΜΕ κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19. Σχετικά με τη μέθοδο συλλογής δεδομένων που χρησιμοποιήθηκε για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης, δημιουργήθηκε ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο και αναρτήθηκε σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να «αλιευθούν» απαντήσεις. Τα δεδομένα της μελέτης αναλύθηκαν αρχικά ως προς την αξιοπιστία της κλίμακας που εμπεριείχαν, στη συνέχεια μέσω της ανάλυσης συχνοτήτων και εν τέλει μέσω της ανάλυσης Cross-tabulation, δηλαδή της διασταύρωσης απαντήσεων. Ορισμένες αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών λαμβάνουν χώρα ως αποτέλεσμα αυτής της πανδημίας. Η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι όταν παρακολουθούν ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνονται νευρικοί ή ανήσυχοι συμφώνησε και με το ότι φοβούνται την πανδημία

Λέξεις-κλειδιά: πανδημία, Covid-19, Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, τουρισμός

ABSTRACT n

The pandemic, the fear of COVID-19 and the perceived danger have put cities in lockdown in various countries. The widespread publicity of COVID-19 can affect tourists' perception of danger, thus changing their behavior, perception and attitude (fear, overreaction, pessimism). The purpose of this study is to investigate the views of tourists on the impact of the media during the COVID-19 pandemic. Regarding the data collection method used for the needs of the present study, an electronic questionnaire was created and posted on social networking pages in order to "catch" answers. The data of the study were first analyzed in terms of the reliability of the scale they contained, then through the analysis of frequencies and finally through the analysis of Cross-tabulation, ie the intersection of answers. Some changes in consumer behavior are taking place as a result of this pandemic. The majority of people who agreed that when they watch COVID-19 news and stories on social media, they become nervous or anxious also agreed that they are afraid of the pandemic

Keywords: pandemic, Covid-19, Media, Social media, tourism

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ABSTRACT.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	6
ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	6
2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ	6
2.2 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	9
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΜΕ ΚΑΙ ΠΑΝΔΗΜΙΑ ΚΟΡΟΝΟΙΟΥ.....	9
3.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ.....	9
3.2 ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ	11
3.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΜΜΕ ΚΑΙ ΠΑΝΔΗΜΙΑ	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	14
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	14
4.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....	14
4.2 ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	14
3.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	16
ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	54
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	54
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	57

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η βιομηχανία του τουρισμού είναι μία από τις πιο ευάλωτες βιομηχανίες σε πανδημίες ή κρίσεις (Gössling et al., 2020; Yu et al., 2020). Με βάση τις συμβουλές του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (ΠΟΥ), πολλές χώρες περιόρισαν τις μετακινήσεις των ανθρώπων, το κλείσιμο τουριστικών αξιοθέατων και την αναστολή επιχειρηματικών δραστηριοτήτων/δημόσιων εκδηλώσεων κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19 (UNWTO, 2020).

Η πανδημία ή ζητήματα που σχετίζονται με την υγεία, για παράδειγμα, ο φόβος του COVID-19 και ο αντιληπτός κίνδυνος έχουν θέσει πόλεις σε lockdown σε διάφορες χώρες (Bae & Chang, 2020; UNWTO, 2020). Οι κίνδυνοι/κρίσεις που σχετίζονται με την υγεία μπορεί να έχουν άμεσες και (αρνητικές) επιπτώσεις στον τουρισμό, καθώς τα ταξίδια μπορούν να διαδραματίσουν κρίσιμο ρόλο στην εξάπλωση των πανδημιών μεταξύ των προορισμών (Sánchez-Cañizares et al., 2020). Οι αρνητικές επιπτώσεις των προληπτικών μέτρων που επιβλήθηκαν για τον περιορισμό της πανδημίας COVID-19, έχουν επηρεάσει αρνητικά τις περισσότερες βιομηχανίες σε όλο τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού (π.χ. UNWTO, 2020).

Οι Bae and Chang (2020) και Bhati et al. (2020) τόνισαν διαφορετικούς ψυχολογικούς και αντιλαμβανόμενους κινδύνους για την υγεία, όπως τον αντιλαμβανόμενο κίνδυνο και φόβο των τουριστών ως βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ταξιδιωτική συμπεριφορά ή τις μελλοντικές ταξιδιωτικές προθέσεις. Καθώς η αντίληψη του κινδύνου που σχετίζεται με την πανδημία μπορεί να διαφέρει μεταξύ διαφορετικών τουριστών, θεωρείται κρίσιμη πτυχή στη διαδικασία λήψης αποφάσεων κατά την επιλογή προορισμών (Bhati et al., 2020· Sánchez-Cañizares et al., 2020). Η εκτεταμένη δημοσιότητα του COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να επηρεάσει την αντίληψη των τουριστών για τον κίνδυνο, αλλάζοντας έτσι τη συμπεριφορά, την αντίληψη και τη στάση τους (φόβος, υπερβολική αντίδραση, απαισιοδοξία) (Bhati et al., 2020; Hassan & Soliman, 2020).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός δεν περιορίζεται μόνο σε δραστηριότητες στον τομέα της διαμονής και της φιλοξενίας, των μεταφορών και της ψυχαγωγίας με έλξη επισκεπτών, όπως θεματικά πάρκα, αθλητικές εγκαταστάσεις, μουσεία κ.λπ., αλλά ο τουρισμός και η διαχείρισή του συνδέονται στενά με όλες τις σημαντικά λειτουργίες, διαδικασίες και διαδικασίες που εφαρμόζονται σε διάφορους τομείς που σχετίζονται με τον τουρισμό ως σύστημα. Επίσης, η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει τις λειτουργίες σχεδιασμού, οργάνωσης, συντονισμού, εκπαίδευσης, παρακολούθησης και αξιολόγησης σε όλα τα επίπεδα (διεθνές, εθνικό, περιφερειακό, τοπικό). Επομένως, ο τουρισμός ενσωματώνεται στη λειτουργική μονάδα της οικονομίας (Simoni & Mihai, 2012). Αν και οι άνθρωποι πάντα ταξίδευαν, όχι μόνο για λόγους αναψυχής ή για χαλάρωση, υπήρχαν και εκείνοι που ταξίδευαν για επαγγελματικούς σκοπούς σε μια συνάντηση, συνέδριο, εργαστήριο, εκδήλωση κ.λπ., και αυτοί οι άνθρωποι ως τουρίστες είχαν συνεισφέρει την ανάπτυξη των προορισμών που είχαν επισκεφθεί άμεσα ή έμμεσα. Γενικότερα, αυτή η τουριστική κινητικότητα ανέπτυξε τη βιομηχανία του τουρισμού εκδηλώσεων στο σύνολό της.

Θα μπορούσε να συμφωνήσει κανείς ότι ο τουρισμός είτε σε μεγάλη είτε σε χαμηλή κλίμακα επηρεάζει σε κάποιο βαθμό την κοινότητα υποδοχής. Αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές κατά την περίοδο των γεγονότων και μερικές φορές μετά. Ο τουρισμός είναι ένας οικονομικός τομέας ικανός να προσφέρει σημαντική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής και στην αγορά εργασίας και δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης άμεσα και έμμεσα μέσω της προσφοράς αγαθών και των απαραίτητων υπηρεσιών για τουριστικές δραστηριότητες. Επιπλέον, ο τουρισμός παράγει κοινωνικά οφέλη στην περιοχή (δηλαδή ανάπτυξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, βελτίωση υποδομών κ.λπ.). Πολιτιστικά, ο τουρισμός θεωρείται ως στοιχείο εμπλουτισμού της κοινότητας. Αυτό αποδίδεται στη συνάντηση διαφορετικών πολιτισμών.

2.2 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός μπορεί να έχει πολλές διαφορετικές επιπτώσεις στις κοινωνικές και πολιτιστικές πτυχές της ζωής σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Η αλληλεπίδραση μεταξύ των τουριστών και της κοινότητας υποδοχής μπορεί να είναι ένας από τους παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν μια κοινότητα, καθώς οι τουρίστες ασχολούνται με τα τοπικά ήθη, έθιμα και πρότυπα μιας περιοχής. Το αποτέλεσμα μπορεί να είναι θετικό ή αρνητικό στην κοινότητα υποδοχής.

□ Οι τοπικές κοινότητες μπορούν να αναμειχθούν με άτομα από διαφορετικά υπόβαθρα με διαφορετικούς τρόπους ζωής, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη βελτιωμένων τρόπων ζωής και πρακτικών από τα παραδείγματα των τουριστών.

□ Μπορεί να υπάρξει βελτίωση στην τοπική ζωή μέσω καλύτερων τοπικών εγκαταστάσεων και υποδομών (που αναπτύχθηκαν για τη διατήρηση του τουρισμού) που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε καλύτερη εκπαίδευση, υγειονομική περίθαλψη, ευκαιρίες απασχόλησης και εισόδημα.

□ Περισσότερες πολιτιστικές και κοινωνικές εκδηλώσεις διαθέσιμες για τους ντόπιους, όπως ψυχαγωγία, εκθέσεις κ.λπ.

Ένα από τα σημαντικά οικονομικά χαρακτηριστικά της τουριστικής βιομηχανίας είναι ότι ένα εισόδημα που αποκτάται σε τόπους κατοικίας δαπανάται σε μέρη που «επισκέπτονται». Ο τουρισμός είναι ένα μέσο μεταφοράς ενός τεράστιου χρηματικού ποσού από χώρες «δημιουργίας εισοδήματος» σε χώρες «αποδέκτες εισοδήματος».

Ο τουρισμός ως πηγή εισοδήματος δεν είναι εύκολο να μετρηθεί τουλάχιστον με οποιοδήποτε βαθμό ακρίβειας. Ένας τουρίστας κάνει μια αρχική δαπάνη στην κοινωνία, η οποία επισπράττεται ως εισόδημα από τοπικούς τουριστικούς πράκτορες, καταστηματαρχές, ξενοδοχεία, οδηγούς ταξί κ.λπ. Έτσι, τα χρήματα που δαπανώνται από τους τουρίστες παράγουν εισόδημα πολλαπλάσιο από την αρχική δαπάνη. Αυτό ονομάζεται «φαινόμενο πολλαπλασιασμού».

Μια άλλη σημαντική άμεση οικονομική επίδραση του τουρισμού σχετίζεται με την απασχόληση. Ο αντίκτυπος του τουρισμού στην ανεργία διαχέεται ευρέως στην οικονομία επηρεάζοντας σχεδόν όλα τα τμήματα των υπηρεσιών και άλλους τομείς. Η τουριστική βιομηχανία είναι κλάδος υπηρεσιών υψηλής έντασης εργασίας και ως εκ

τούτου, αποτελεί πολύτιμη πηγή απασχόλησης. Παρέχει απασχόληση πολλές φορές περισσότερο από τις μεταποιητικές βιομηχανίες. Διάφοροι τύποι επιχειρηματικών εταιρειών, όπως ξενοδοχεία, μοτέλ, εστιατόρια, πρακτορεία μεταφορών, ταξιδιωτικοί πράκτορες, τουριστικοί πράκτορες, καταστήματα δώρων, οδηγοί αυτοκινήτων κ.λπ. ανθίζουν από τον τουρισμό. Απασχολεί μεγάλο αριθμό ατόμων και παρέχει ένα ευρύ φάσμα θέσεων εργασίας, οι οποίες προορίζονται από ανειδίκευτη έως άκρως εξειδικευμένη. Στη συνέχεια, υπάρχουν άλλες υποστηρικτικές βιομηχανίες, μικρές και μεγάλες, που με τη σειρά τους καλύπτουν τις ανάγκες των τουριστικών βιομηχανιών άμεσα ή έμμεσα παρέχοντας και καλύπτοντας τις ανάγκες των τουριστών. Η παρακάτω λίστα κατατάσσει διάφορες επιχειρήσεις, με τον υψηλότερο εργοδότη στην κορυφή:

- Υπηρεσία φαγητού
- Ψυχαγωγία
- Διαμονή
- Μεταφορές με αυτοκίνητο
- Μέσα μαζικής μεταφοράς
- Οργανωτές ταξιδιών (Yang et al. 2020).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΑΝΔΗΜΙΑ ΚΟΡΟΝΟΙΟΥ

3.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ

Η κρίση του COVID-19 οδήγησε σε κατάρρευση των διεθνών ταξιδιών. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών μειώθηκαν παγκοσμίως κατά 73% το 2020, με 1 δισεκατομμύριο λιγότερους ταξιδιώτες σε σύγκριση με το 2019, θέτοντας σε κίνδυνο μεταξύ 100 και 120 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας στον άμεσο τουρισμό. Αυτό οδήγησε σε τεράστιες απώλειες διεθνών εσόδων για οικονομίες που εξαρτώνται από τον τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα, κατάρρευση των εξαγωγών ταξιδιωτικών υπηρεσιών (χρήματα που δαπανώνται από μη μόνιμους επισκέπτες σε μια χώρα) και μείωση των εξαγωγών υπηρεσιών μεταφορών (όπως τα έσοδα αεροπορικών εταιρειών από εισιτήρια που πωλούνται σε μη κατοίκους).

Αυτό το «ταξιδιωτικό σοκ» συνεχίζεται το 2021, καθώς εξακολουθούν να ισχύουν οι περιορισμοί στα διεθνή ταξίδια - οι αφίξεις τουριστών για τον Ιανουάριο-Μάιο 2021 μειώνονται περαιτέρω 65% από την ίδια περίοδο το 2020, και υπάρχει ουσιαστική αβεβαιότητα για τη φύση και το χρονοδιάγραμμα ανάκαμψης του τουρισμού.

Ο οικονομικός αντίκτυπος κατά τη διάρκεια του 2020 ήταν ένα μεγάλο σοκ για τις χώρες που εξαρτώνται πολύ από τον τουρισμό. Σε διακρατική βάση, το μερίδιο των τουριστικών δραστηριοτήτων στο ΑΕΠ είναι ο σημαντικότερος προγνωστικός παράγοντας για το έλλειμμα ανάπτυξης το 2020 που προκλήθηκε από την κρίση του COVID-19 (σε σχέση με τις προβλέψεις του ΔΝΤ πριν από την πανδημία). Για παράδειγμα, μέρη που είχαν πολύ λίγα καταγεγραμμένα κρούσματα COVID-19 σε σχέση με το μέγεθος του πληθυσμού τους και κανέναν θάνατο που σχετίζεται με τον COVID-19 το 2020 το ΑΕΠ τους μειώθηκε κατά πολύ.

Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι περιοχές με τα πιο σοβαρά κρούσματα COVID-19 και το μεγαλύτερο μερίδιο θέσεων εργασίας στον τουρισμό επηρεάστηκαν δυσανάλογα στην αρχή της πανδημίας.

Από το 2020, το ξέσπασμα του COVID-19 έπληξε σκληρά την παγκόσμια οικονομία και άλλαξε πολλούς κλάδους. Οι περισσότερες χώρες έχουν περιορίσει σοβαρά το εισαγωγικό και εξαγωγικό εμπόριο για την καταπολέμηση της επιδημίας. Διάφορες βιομηχανίες έχουν βιώσει μια μηνιαία αναστολή της εργασίας. Αυτές οι πολιτικές είχαν επηρεάσει την τουριστική βιομηχανία που πάντα εξαρτιόταν περισσότερο από την πραγματική οικονομία. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού του ΟΗΕ εξέδωσε δήλωση λέγοντας ότι η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία έχασε έσοδα 320 δισεκατομμυρίων δολαρίων μόνο από τον Ιανουάριο έως τον Μάιο του 2020 λόγω της πανδημίας του νέου κορωνοϊού, περισσότερο από τριπλάσιο από το ποσό που έχασε κατά τη διάρκεια της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης το 2009, απειλώντας τα προς το ζην εκατομμυρίων ανθρώπων (UNWTO, 2020).

Όταν μια κρίση προέρχεται από μια καταστροφή στην υγεία, όπως με τον COVID-19, υπάρχει σταδιακή επιδείνωση της κατάστασης της υγείας, η οποία με τη σειρά της επηρεάζει την παραγωγικότητα της εργασίας και τελικά οδηγεί σε λιγότερες εκροές στον τουριστικό κλάδο από την πλευρά της προσφοράς (Yang et al. 2020).

Οι Ioannides and Gyimóthy (2020) αναφέρουν ότι η κρίση του COVID-19 οδηγεί στην παρακμή ορισμένων βασικών επιχειρηματικών μορφών και, ταυτόχρονα, στην εμφάνιση άλλων. Είναι πιθανό ο τουρίστας να αλλάξει τα πρότυπα κράτησής του και να τείνει να κάνει κράτηση αργότερα από ότι πριν από τον COVID-19 λόγω των περιορισμών κινητικότητας και της αβεβαιότητας για τη μελλοντική εργασία και την οικονομική του κατάσταση (Smeral 2010). Συγκεκριμένα, σχεδιάζουν μικρότερες διακοπές από πριν και, για παράδειγμα, όσον αφορά τα μεταφορικά πρότυπα, έχει παρατηρηθεί μείωση της πρόθεσης χρήσης των μέσων μαζικής μεταφοράς και αύξηση της χρήσης ιδιωτικών αυτοκινήτων, καθώς οι άνθρωποι θέλουν να ταξιδέψουν (Li et al. 2020). Οι Bulchand-Gidumal και Melián-González (2020) καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι ορισμένες αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών λαμβάνουν χώρα ως αποτέλεσμα αυτής της πανδημίας, π.χ. το 28% των καταναλωτών σχεδιάζει να αγοράσει τα εισιτήριά του πιο κοντά στην ημερομηνία αναχώρησής του και ένα άλλο 5% δηλώνει ότι πιθανότατα θα αποφύγει εντελώς τις πτήσεις, κάτι που θα επηρεάσει τις πωλήσεις και την κερδοφορία των αεροπορικών εταιρειών.

Η επίδραση του COVID-19 ήταν, είναι και θα είναι διαφορετική. Οι Lin and Chen (2021) υποδεικνύουν ότι ο αντίκτυπος του COVID-19 στην απόδοση του ξενοδοχείου

είναι διαφορετικός ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του ξενοδοχείου: διεθνή τουριστικά ξενοδοχεία με υψηλές ποικιλίες προϊόντων και ξενοδοχεία πέντε αστέρων υπέστησαν μεγαλύτερη απώλεια εσόδων από άλλους τύπους ξενοδοχείων, ενώ τα ξενοδοχεία που βρίσκονται σε γραφικές περιοχές και τα ξενοδοχεία διεθνών αλυσίδων επηρεάστηκαν λιγότερο. Οι Guo et al. (2021) δείχνουν ότι η ανάκαμψη ξενοδοχείων με μικρότερα έτη λειτουργίας, υψηλότερης ποιότητας ανέσεις και υπηρεσίες και καλύτερη εικόνα της επωνυμίας, ήταν ταχύτερη κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Επιπλέον, η σύγκριση μεταξύ διαφορετικών τύπων πόλεων υποδηλώνει ότι τα ξενοδοχεία σε πόλεις που προσανατολίζονται στον τουρισμό ανέκαμψαν ταχύτερα από εκείνα σε πόλεις με προσανατολισμό στο εμπόριο.

3.2 ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ

Ο θεμελιώδης ρόλος των τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνιών είναι να διευκολύνουν τις επιχειρηματικές συναλλαγές και να κοινοποιούν σχετικές πληροφορίες στους λήπτες αποφάσεων. Το μοντέλο επιτυχίας του Πληροφοριακού Συστήματος (IS) του DeLone και του McLean είναι ένα ευρέως εφαρμοσμένο πλαίσιο για την υιοθέτηση της νέας τεχνολογίας πληροφοριών από τη δημοσίευσή του το 1992 (DeLone and McLean 2003). Το μοντέλο προσδιορίζει και περιγράφει τις σχέσεις μεταξύ έξι κρίσιμων διαστάσεων της επιτυχίας του IS: ποιότητα πληροφοριών, ποιότητα συστήματος, ποιότητα υπηρεσιών, προθέσεις χρήσης/χρήσης συστήματος, ικανοποίηση χρήστη και καθαρά οφέλη συστήματος.

Η ποιότητα των πληροφοριών αποτυπώνει την ποιότητα του περιεχομένου που παρουσιάζει το σύστημα. Σύμφωνα με τους DeLone και McLean (2003), το περιεχόμενο ενός πληροφοριακού συστήματος πρέπει να είναι εξατομικευμένο, πλήρες, σχετικό και κατανοητό. Επί του παρόντος, πολλά ξενοδοχεία που ερωτήθηκαν χρησιμοποιούν ζωντανή προώθηση σε διάφορες πλατφόρμες ζωντανής ροής για να βοηθήσουν τους πιθανούς πελάτες τους να λαμβάνουν πλήρεις, λεπτομερείς, έγκαιρες, ακριβείς, αξιόπιστες και επιλεκτικές πληροφορίες.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αλλάξει σημαντικά τους κλάδους των υπηρεσιών, όπως η βιομηχανία της φιλοξενίας και του τουρισμού. Η εμφάνιση του Web 2.0 παρέχει διαδικτυακούς κοινωνικούς χώρους για συνδεσιμότητα σε πραγματικό χρόνο μεταξύ των επιχειρήσεων και των χρηστών του Διαδικτύου, δημιουργώντας και ανταλλάσσοντας εύκολα πληροφορίες. Τα μέσα κοινωνικής

δικτύωσης παρέχουν χαμηλού κόστους και αποτελεσματική διαχείριση της διαδικτυακής ανταλλαγής πληροφοριών και σχέσεων, συμπεριλαμβανομένης της κοινωνικής δικτύωσης, της προσφοράς πληροφοριών στους ταξιδιώτες και της μεταφοράς περιεχομένου που δημιουργείται από τους καταναλωτές σχετικά με προϊόντα, επωνυμίες, υπηρεσίες και ζητήματα. Μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι εταιρείες έχουν περισσότερες ευκαιρίες να προσεγγίσουν πελάτες και να πουλήσουν προϊόντα. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, οι προσφορές μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει οι προεπιλεγμένες λειτουργίες για πολλές κινεζικές εταιρείες. Για παράδειγμα, οι δημοφιλείς πλατφόρμες έχουν αποκτήσει νέους ακόλουθους. Πολλά ξενοδοχεία και θέρετρα έχουν στραφεί στην πιο πρόσφατη δημοφιλή τάση διαδικτυακής ψυχαγωγίας - τη ζωντανή ροή. Συνεργάζονται επίσης με διασημότητες που λειτουργούν ως ξεναγοί για να παρουσιάσουν τις προσφορές του ξενοδοχείου ή του θέρετρου και τις τελευταίες εκπτώσεις. Διάφορες ξενοδοχειακές λειτουργίες για ζωντανή ροή μπορούν να προσελκύσουν τους καταναλωτές του ξενοδοχείου, από μαγείρεμα φαγητού στην κουζίνα, ξεναγήσεις στα δωμάτια του ξενοδοχείου έως και εκθέσεις γάμου που πραγματοποιούνται σε αίθουσες δεξιώσεων. Επομένως, οι δημοφιλείς πλατφόρμες ζωντανής ροής επιτρέπουν στο ξενοδοχείο να δημιουργεί διαδικτυακές κοινότητες και να δημιουργεί ουσιαστικές συζητήσεις στις προσφορές προϊόντων του και να προσελκύει περισσότερους επισκέπτες του ξενοδοχείου.

Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, οι τρόποι ζωής προσαρμόστηκαν γρήγορα σε μια νέα εικονική πραγματικότητα, συμπεριλαμβανομένης της ηλεκτρονικής μάθησης, του ηλεκτρονικού εμπορίου, της ηλεκτρονικής ψυχαγωγίας, της ζωντανής ροής διασκέψεων και της εξ αποστάσεως εργασίας. Από τότε που έχουν τεθεί σε ισχύ τα lockdown και οι καραντίνες, επιχειρήσεις όπως εστιατόρια, ξενοδοχεία, καταστήματα λιανικής και ταξιδιωτικές εταιρείες έχουν παρουσιάσει σημαντική μείωση. Ωστόσο, έχουν προκύψει και νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Αρκετές εταιρείες επιλέγουν ξενοδοχεία για τη διεξαγωγή ζωντανής ροής αντί για διασκέψεις πρόσωπο με πρόσωπο, επειδή τα ξενοδοχεία διαθέτουν δίκτυα 5G, υλικό και εμπειρία. Αρκετοί οργανισμοί και επιχειρήσεις έχουν ήδη επιλέξει να πραγματοποιούν τις εκδηλώσεις τους εικονικά. Σύμφωνα με το Κέντρο Έρευνας Βιομηχανίας Εκθέσεων (2009), το 40% των εμπόρων εταιρικής επωνυμίας και το 31% των εμπόρων εκθέσεων διοργανώνουν εικονικές εκδηλώσεις.

3.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΜΜΕ ΚΑΙ ΠΑΝΔΗΜΙΑ

Κατά τη διάρκεια μιας κρίσης, η επικοινωνία γίνεται το κλειδί για να επιβιώσουν οι επιχειρήσεις και τα άτομα. Ο αντίκτυπος του COVID-19 ήταν άνευ προηγουμένου και πολλές επιχειρήσεις δεν ξέρουν πώς να διατηρούν επαφή με τους πελάτες.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν χρησιμοποιηθεί πιο ανοιχτά ως εργαλείο για ταξιδιωτικές επιχειρήσεις για να διατηρήσουν επαφή με τους καταναλωτές σε όλο τον κόσμο - για να δημιουργήσουν περιπλανήσεις και να κοιτάζουν προς την ανάκαμψη όταν τα ταξίδια είναι και πάλι δυνατά. Παρόλο που η μάχη με τον COVID-19 αρχίζει τώρα να μειώνεται και οι περιορισμοί χαλαρώνουν, είναι σαφές ότι θα υπάρξουν μακροχρόνιες επιπτώσεις στη συμπεριφορά των καταναλωτών και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα από τα κύρια θέματα που θα οδηγήσουν τις μελλοντικές αλλαγές.

Είναι σημαντικό να αναλυθεί η λειτουργία του αντιληπτού κινδύνου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που στη συνέχεια επηρεάζει τις προθέσεις ταξιδιού σε μια κατάσταση πανδημίας COVID-19, προκειμένου να αναζωογονηθεί η τουριστική ζήτηση. Από το δεύτερο εξάμηνο του 2020, η κατάσταση της πανδημίας έχει επιβραδυνθεί, επομένως οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί έχουν χαλαρώσει σταδιακά σε διάφορα μέρη και η τουριστική βιομηχανία έχει εισέλθει σε στάδιο ανάκαμψης και ανάπτυξης. Το σοκ της επιδημίας ώθησε την τουριστική βιομηχανία σε ανασχηματισμό και οι μικρές τουριστικές επιχειρήσεις με αδύναμη οικονομική κατάσταση αναγκάστηκαν να αποσυρθούν από την αγορά. Το μοντέλο μάρκετινγκ και κέρδους ολόκληρου του κλάδου έχει σταδιακά μετατοπιστεί από το offline στο online. Ένα από τα σημαντικά μέσα μάρκετινγκ είναι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τη δημοσιοποίηση τουριστικών προορισμών, την ανάπτυξη της βιομηχανίας, τη βελτίωση της προθυμίας των χρηστών να ταξιδεύουν επί τόπου, την υπέρβαση των περιορισμών της ανάπτυξης της πραγματικής οικονομίας και την επίτευξη διαδικτυακής δημιουργίας εσόδων της τουριστικής βιομηχανίας .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Σχετικά με τη μέθοδο συλλογής δεδομένων που χρησιμοποιήθηκε για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης, πρέπει να σημειωθεί πως το ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε αναρτήθηκε σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να «αλιευθούν» απαντήσεις. Παράλληλα απεστάλη και μέσω email σε οικεία πρόσωπα τα οποία προώθησαν το ερωτηματολόγιο και σε τρίτους δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο μια ευρεία γκάμα απαντήσεων.

Το ερωτηματολόγιο της μελέτης αποτελούταν από 14 ερωτήσεις, 3 δημογραφικού χαρακτήρα και 11 σχετικές με το διερευνώμενο θέμα της μελέτης. Οι 11 ερωτήσεις που προαναφέρθηκαν απάρτιζαν μια κλίμακα η οποία έπειτα από την ανάλυση της αξιοπιστίας της κατέστη αξιόπιστη αφού ο δείκτης εσωτερικής αξιοπιστίας ισούταν με 0,76. Τα όρια του δείκτη αξιοπιστίας για να οριστεί αξιόπιστη μια κλίμακα είναι άνω του 0,7.

Πίνακας του δείκτη εσωτερικής αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου.

Cronbach's Alpha	N of Items
0,760	11

4.2 ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Όσον αφορά το δείγμα της μελέτης προέκυψε πως αποτελούνταν από 107 άτομα. Σχετικά με το φύλο που πήραν μέρος στη μελέτη, οι 58 ήταν άνδρες που απαρτίζουν το 54,2% του δείγματος και οι 49 γυναίκες οι οποίες απαρτίζουν το 45,8% του δείγματος. Ταυτόχρονα σε σχέση με την ηλικία, 54 άτομα ήταν από 18 έως 25 ετών απαρτίζοντας το 50,5% του δείγματος, ενώ 22 άτομα ήταν από 26 έως 33 ετών

απαρτίζοντας το 20,6% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 8 άτομα ήταν από 34 έως 41 ετών αποτελώντας το 7,5% του δείγματος, 9 άτομα ήταν από 42 έως 49 ετών αποτελώντας το 8,4% του δείγματος και τέλος 14 άτομα ήταν από 50 ετών και άνω απαρτίζοντας με τη σειρά τους το 13,1% του δείγματος. Επιπλέον παρατηρήθηκε πως ως προς την εκπαίδευση τους 27 απόφοιτοι ήταν πανεπιστημιακής εκπαίδευσης απαρτίζοντας το 25,2% του δείγματος, 46 απόφοιτοι τεχνολογικής εκπαίδευσης που απαρτίζουν το 43% του δείγματος και 34 απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης που απαρτίζουν το 31,8% του δείγματος.

3.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ

Αφότου ολοκληρώθηκε η συλλογή των δεδομένων της μελέτης τα δεδομένα επεξεργάστηκαν κατάλληλα και από αλφαριθμητική μορφή έλαβαν μια τελική αριθμητική μορφή για την ευκολότερη ανάλυσή τους στο στατιστικό πακέτο της IBM SPSS. Το SPSS χρησιμοποιήθηκε λόγω της ευκολίας χρήσης του καθώς και λόγω της αξιοπιστίας του ως επιστημονικό εργαλείο. Τα δεδομένα της μελέτης αναλύθηκαν αρχικά ως προς την αξιοπιστία της κλίμακας που εμπεριείχαν, στη συνέχεια μέσω της ανάλυσης συχνοτήτων και εν τέλει μέσω της ανάλυσης Cross-tabulation, δηλαδή της διασταύρωσης απαντήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

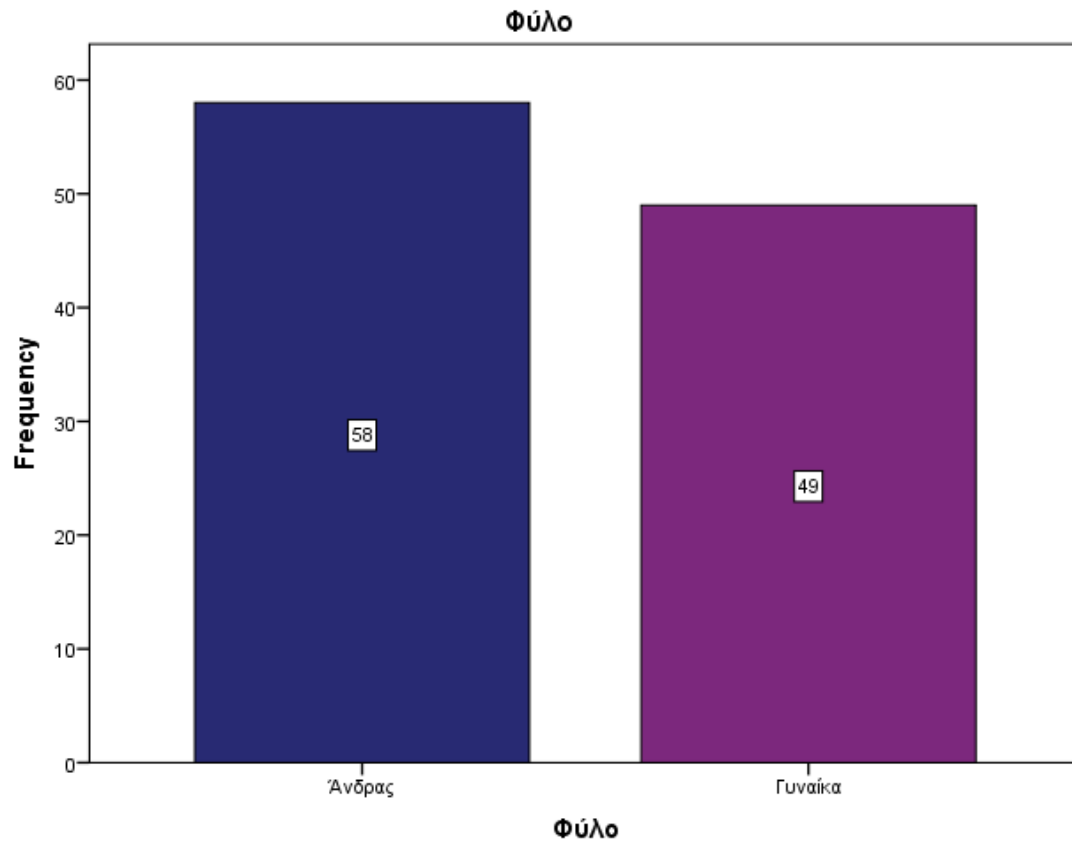
ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ερώτηση 1. Φύλο

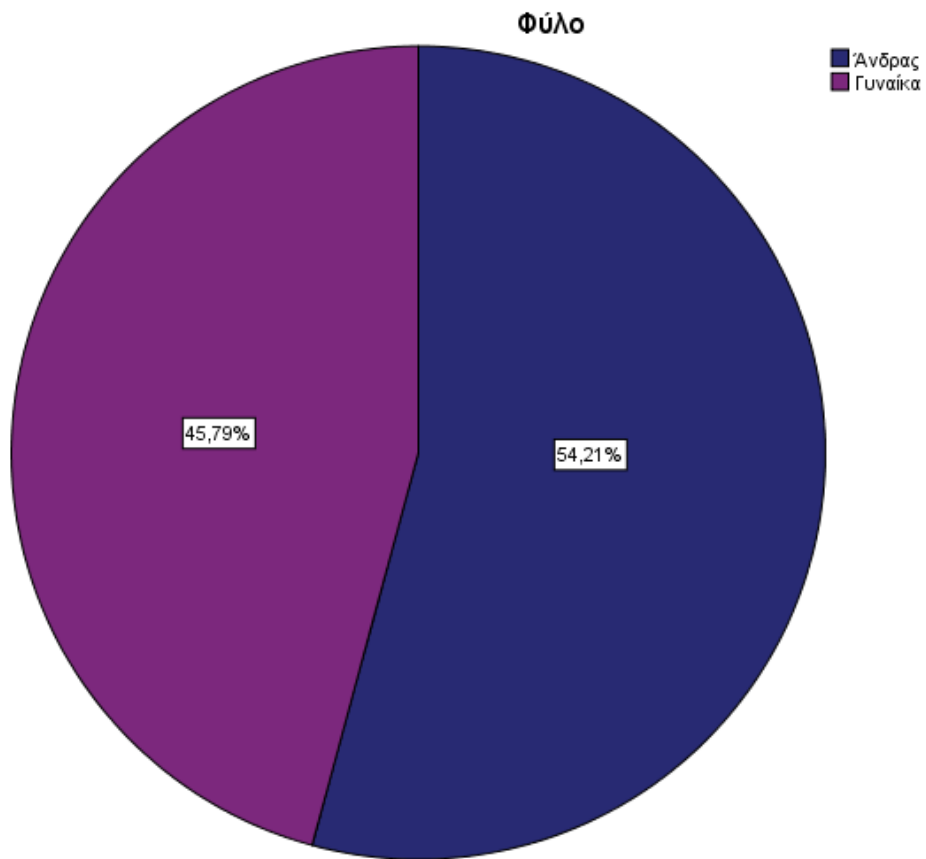
Παρατηρώντας τον πίνακα 1 προκύπτει πως οι συμμετέχοντες στη μελέτη διαχωρίζονται ως προς το φύλο τους σε 58 άνδρες που απαρτίζουν το 54,2% του δείγματος και σε 49 γυναίκες οι οποίες απαρτίζουν το 45,8% του δείγματος.

		Φύλο	
		Frequency	Percent
Valid	Ανδρας	58	54,2
	Γυναίκα	49	45,8
Total		107	100,0

Πίνακας Συχνότητας 1: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το φύλο του δείγματος.



Ραβδόγραμμα 1: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το φύλο του δείγματος.



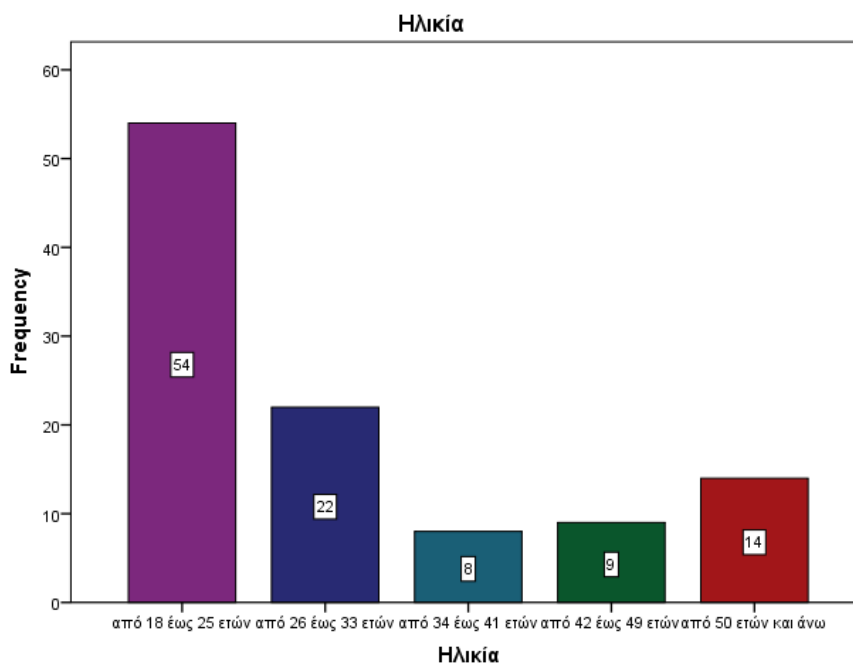
Γράφημα Πίτας 1: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το φύλο του δείγματος.

Ερώτηση 2. Ηλικία

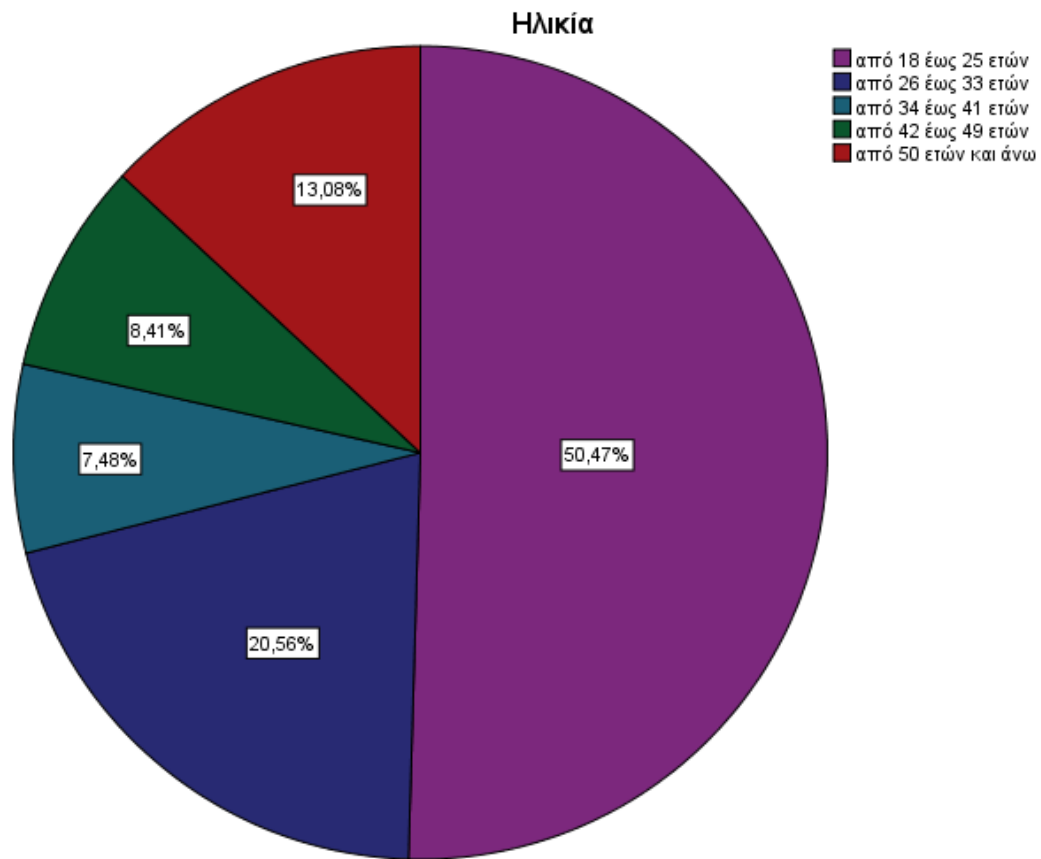
Μέσω του πίνακα 2 παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες στη μελέτη διαχωρίζονται ως προς την ηλικία τους σε 54 άτομα που ήταν από 18 έως 25 ετών απαρτίζοντας το 50,5% του δείγματος, ενώ 22 άτομα ήταν από 26 έως 33 ετών απαρτίζοντας το 20,6% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 8 άτομα ήταν από 34 έως 41 ετών αποτελώντας το 7,5% του δείγματος, 9 άτομα ήταν από 42 έως 49 ετών αποτελώντας το 8,4% του δείγματος και τέλος 14 άτομα ήταν από 50 ετών και άνω απαρτίζοντας με τη σειρά τους το 13,1% του δείγματος.

Ηλικία		Frequency	Percent
Valid	από 18 έως 25 ετών	54	50,5
	από 26 έως 33 ετών	22	20,6
	από 34 έως 41 ετών	8	7,5
	από 42 έως 49 ετών	9	8,4
	από 50 ετών και άνω	14	13,1
	Total	107	100,0

Πίνακας Συχνότητας 2: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε την ηλικία του δείγματος.



Ραβδόγραμμα 2: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε την ηλικία του δείγματος.



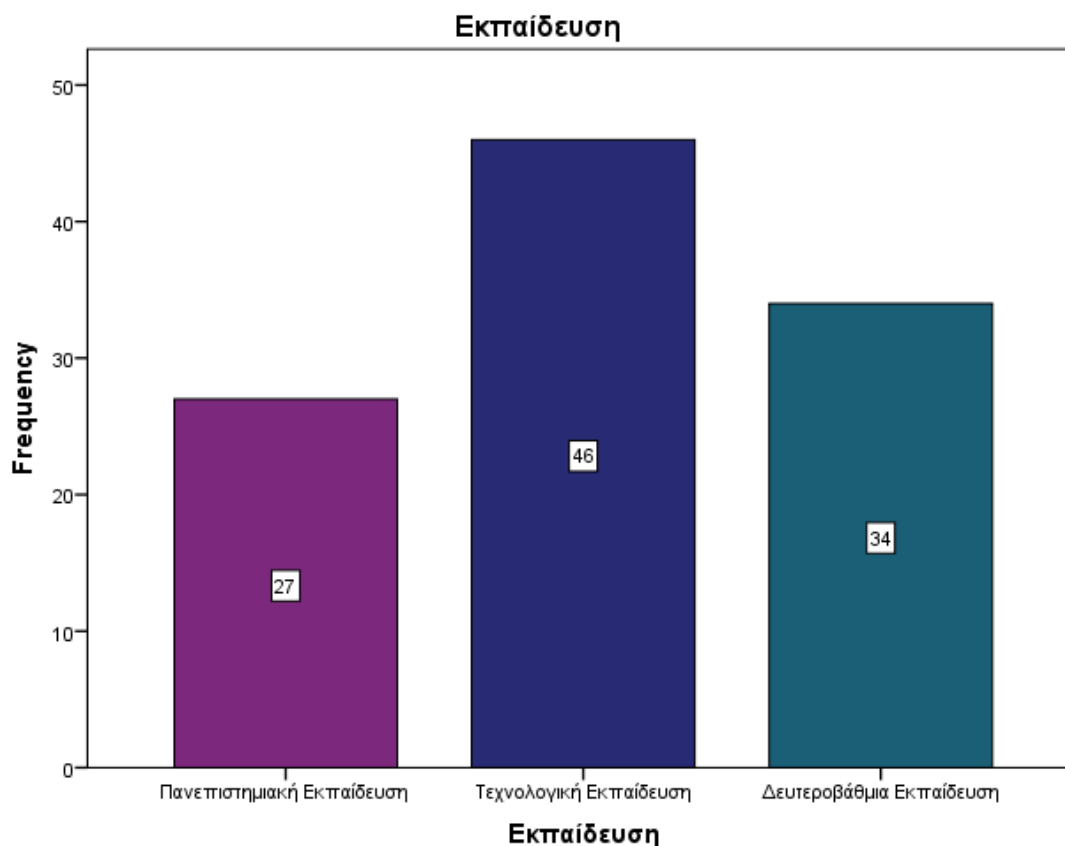
Γράφημα Πίτας 2: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε την ηλικία του δείγματος.

Ερώτηση 3. Εκπαίδευση

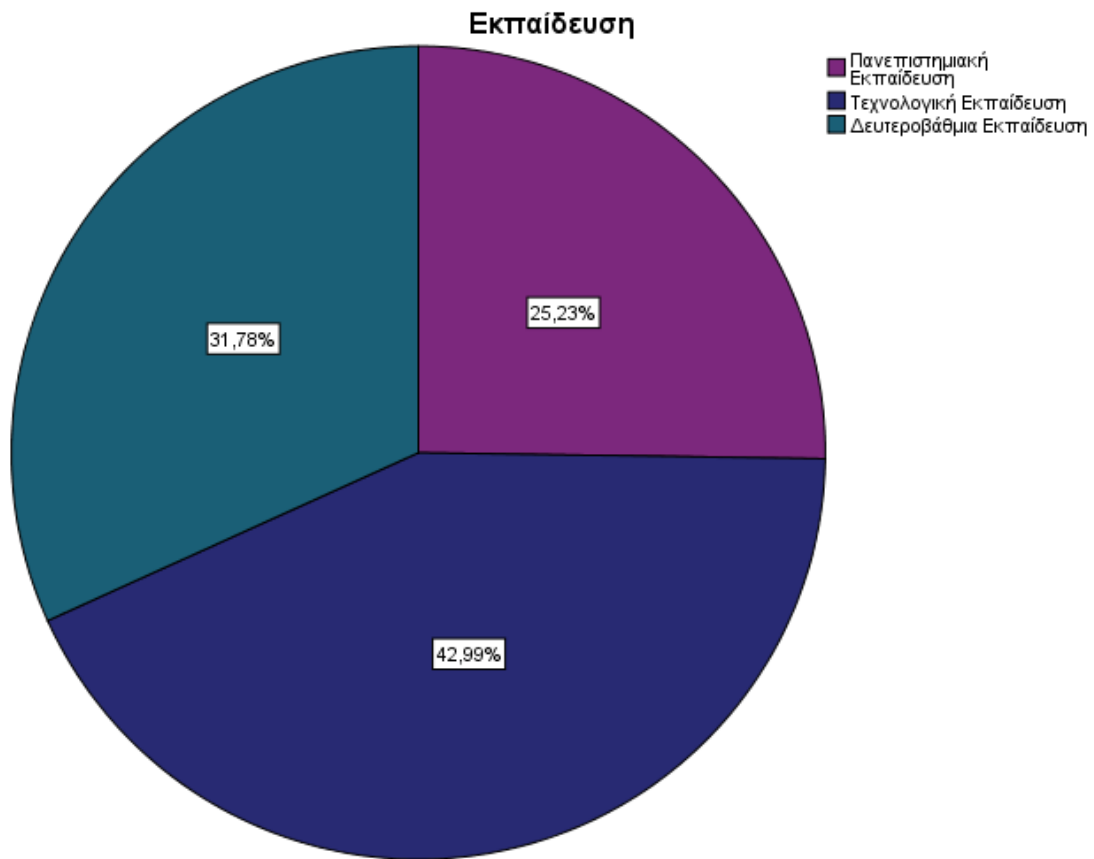
Παρατηρώντας τον πίνακα 3 προκύπτει πως οι συμμετέχοντες στη μελέτη διαχωρίζονται ως προς την εκπαίδευση τους σε 27 απόφοιτους πανεπιστημιακής εκπαίδευσης που απαρτίζουν το 25,2% του δείγματος, σε 46 απόφοιτους τεχνολογικής εκπαίδευσης που απαρτίζουν το 43% του δείγματος και σε 34 απόφοιτους δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης που απαρτίζουν το 31,8% του δείγματος.

Εκπαίδευση		Frequency	Percent
Valid	Πανεπιστημιακή Εκπαίδευση	27	25,2
	Τεχνολογική Εκπαίδευση	46	43,0
	Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	34	31,8
	Total	107	100,0

Πίνακας Συχνοτήτων 3: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε την εκπαίδευση του δείγματος.



Ραβδόγραμμα 3: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε την εκπαίδευση του δείγματος.



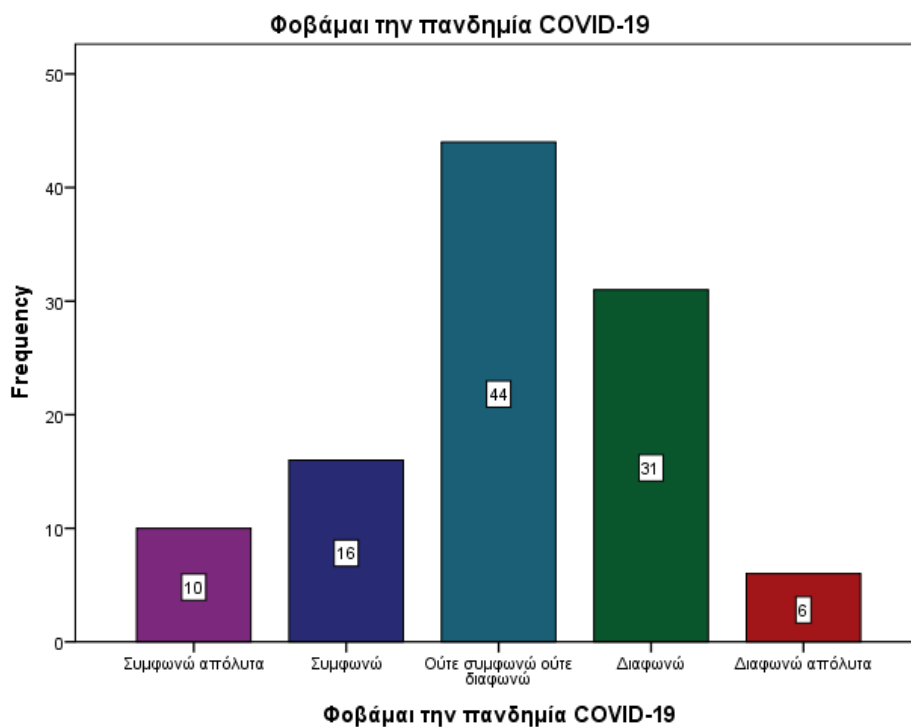
Γράφημα Πίτας 3: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε την εκπαίδευση του δείγματος.

Ερώτηση 4. Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Μέσω του πίνακα 4 παρατηρείται ότι 26 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι φοβούνται την πανδημία αποτελώντας το 15% του δείγματος, ενώ 44 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε διαφωνούν με το ότι φοβούνται την πανδημία COVID-19 αποτελώντας το 41,1% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 37 άτομα διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία COVID-19 και αποτελούσαν το 34,6% του δείγματος.

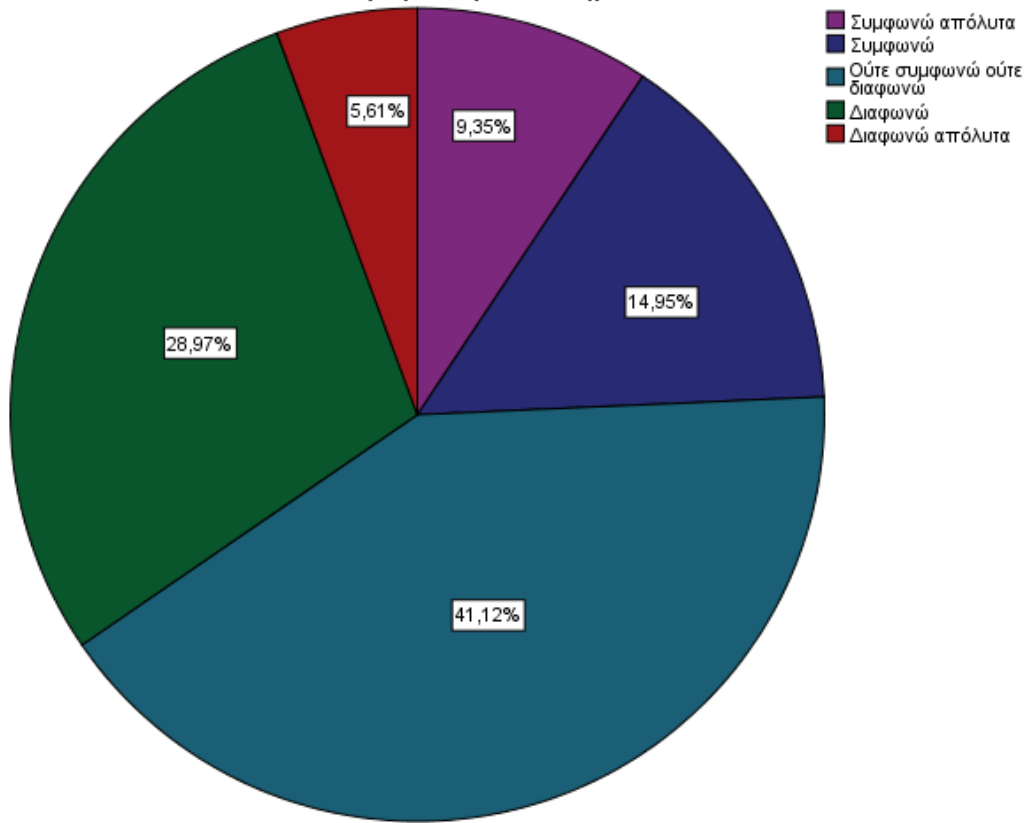
		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	10	9,3
	Συμφωνώ	16	15,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	44	41,1
	Διαφωνώ	31	29,0
	Διαφωνώ απόλυτα	6	5,6
Total		107	100,0

Πίνακας Συχνότητας 4: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία COVID-19.



Ραβδόγραμμα 4: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία COVID-19.

Φοβάμαι την πανδημία COVID-19



Γράφημα Πίτας 4: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία COVID-19.

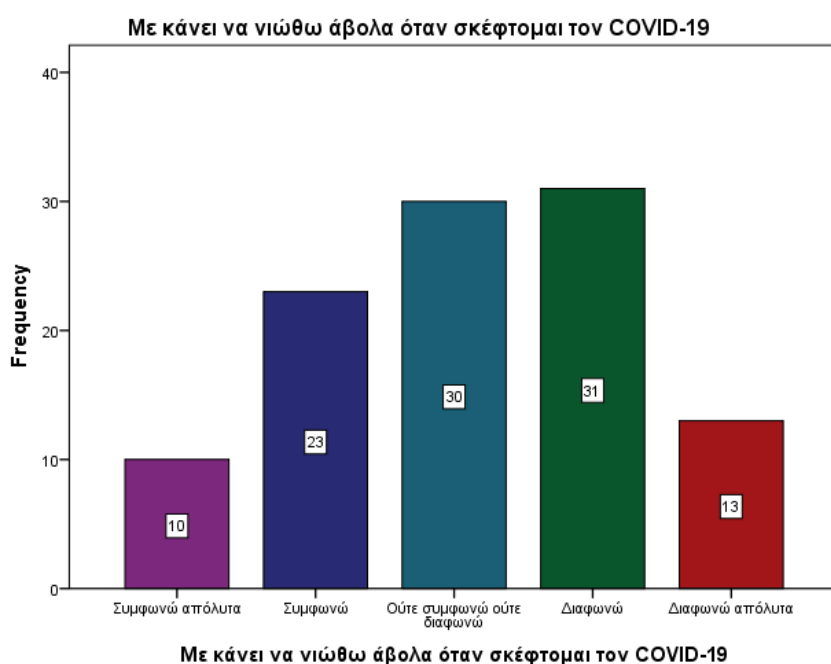
Ερώτηση 5. Με κάνει να νιώθω άβολα όταν σκέφτομαι τον COVID-19

Παρατηρώντας τον πίνακα 5 καθίσταται εμφανές πως 33 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι τους κάνει να νιώθουν άβολα όταν σκέφτονται τον COVID-19 αποτελώντας το 30,8% του δείγματος, ενώ 30 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε διαφωνούν με το ότι τα κάνει να νιώθουν άβολα όταν σκέφτονται τον COVID-19 αποτελώντας το 28% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 44 άτομα διαφώνησαν με το ότι τα κάνει να νιώθουν άβολα όταν σκέφτονται τον COVID-19 και αποτελούσαν το 41,1% του δείγματος.

Με κάνει να νιώθω άβολα όταν σκέφτομαι τον COVID-19

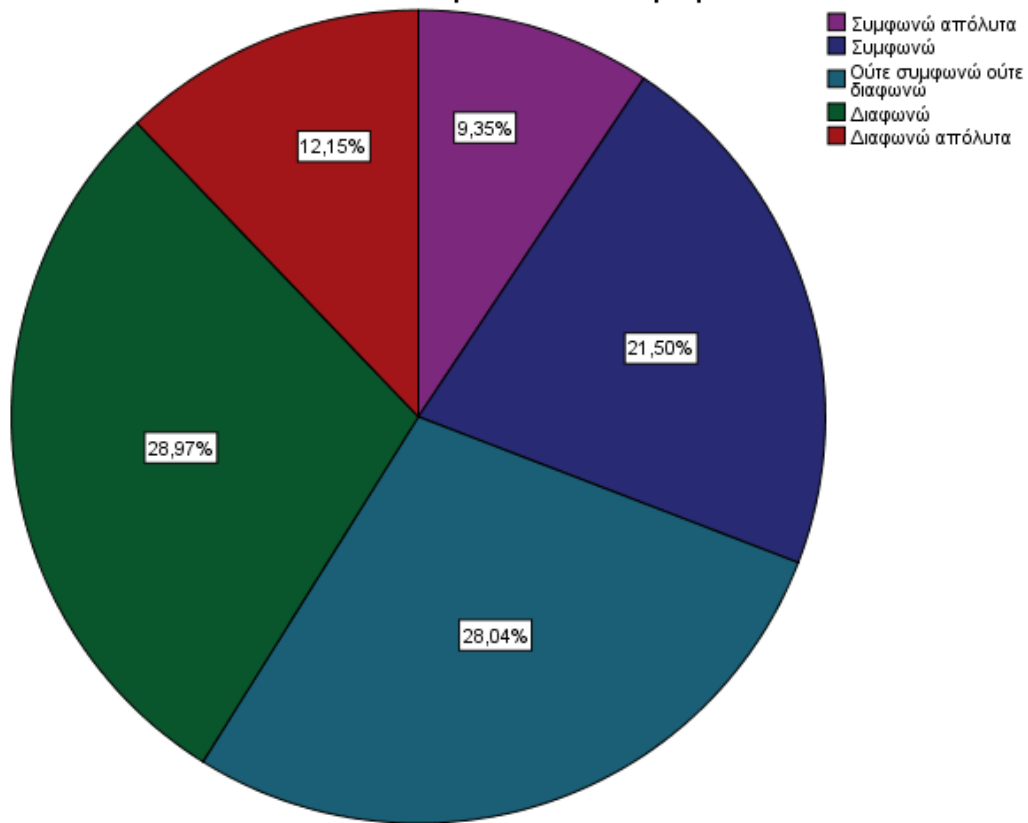
		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	10	9,3
	Συμφωνώ	23	21,5
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	30	28,0
	Διαφωνώ	31	29,0
	Διαφωνώ απόλυτα	13	12,1
	Total	107	100,0

Πίνακας Συχνότητας 5: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι το κάνει να νιώθει άβολα όταν σκέφτεται τον COVID-19.



Ραβδόγραμμα 5: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι το κάνει να νιώθει άβολα όταν σκέφτεται τον COVID-19.

Με κάνει να νιώθω άβολα όταν σκέφτομαι τον COVID-19



Γράφημα Πίτας 5: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι το κάνει να νιώθει άβολα όταν σκέφτεται τον COVID-19.

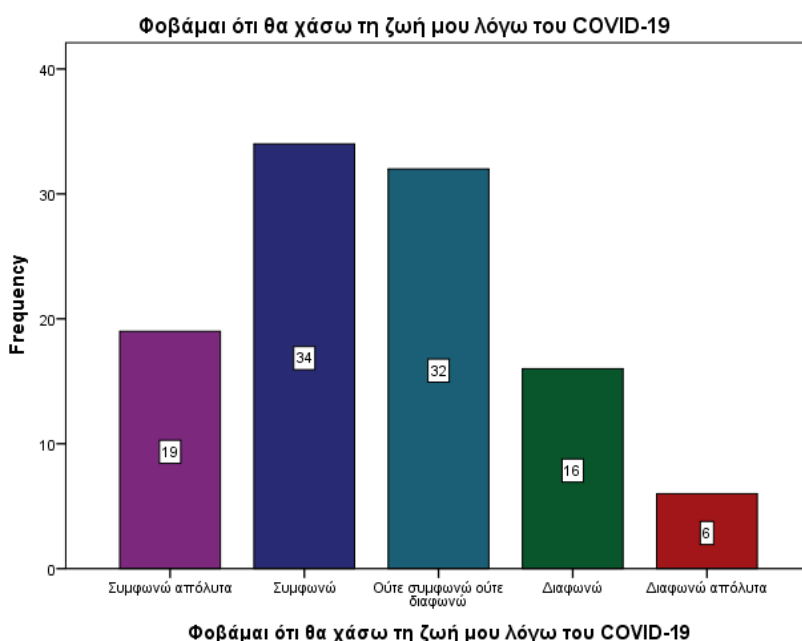
Ερώτηση 6. Φοβάμαι ότι θα χάσω τη ζωή μου λόγω του COVID-19

Μέσω του πίνακα 6 παρατηρείται ότι 53 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι φοβούνται ότι θα χάσουν τη ζωή τους λόγω του COVID-19 αποτελώντας το 49,6% του δείγματος, ενώ 32 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε διαφωνούν με το ότι φοβούνται το ότι θα χάσουν τη ζωή τους λόγω του COVID-19 αποτελώντας το 29,9% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 22 άτομα διαφώνησαν με το ότι φοβούνται το ότι θα χάσουν τη ζωή τους λόγω του COVID-19 και αποτελούσαν το 20,6% του δείγματος.

Φοβάμαι ότι θα χάσω τη ζωή μου λόγω του COVID-19

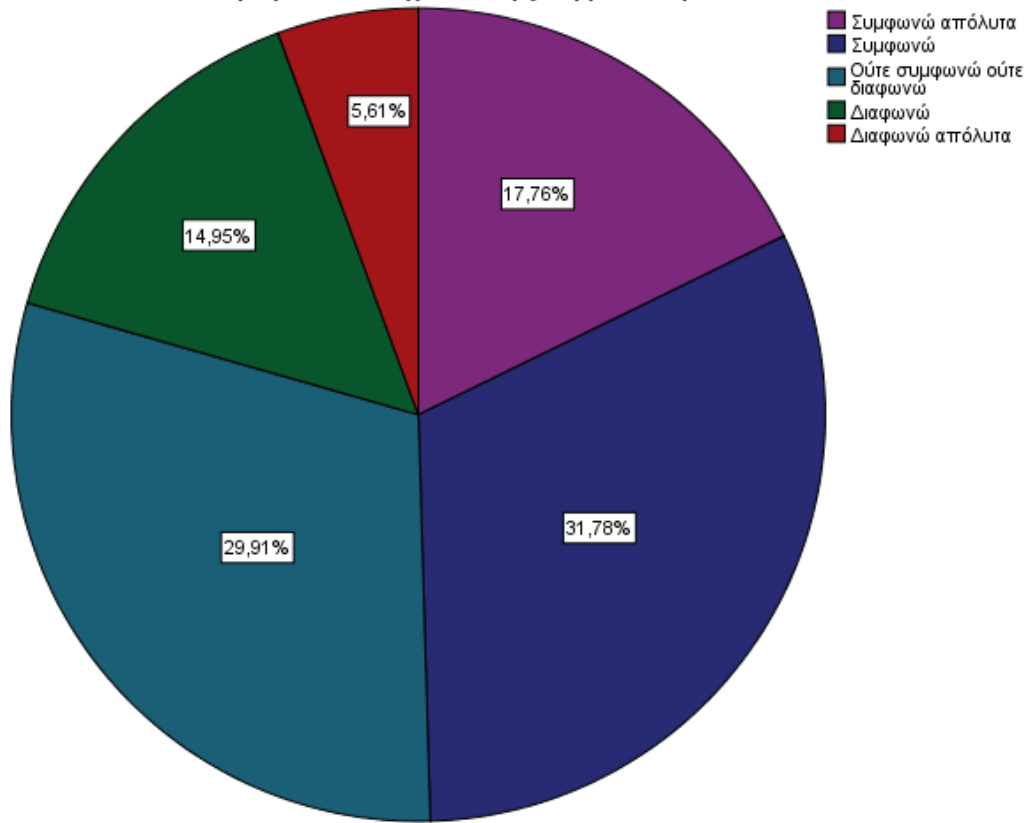
		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	19	17,8
	Συμφωνώ	34	31,8
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	32	29,9
	Διαφωνώ	16	15,0
	Διαφωνώ απόλυτα	6	5,6
	Total		107

Πίνακας Συχνότητας 6: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι θα χάσουν τη ζωή τους λόγω του COVID-19.



Ραβδόγραμμα 6: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι θα χάσουν τη ζωή τους λόγω του COVID-19.

Φοβάμαι ότι θα χάσω τη ζωή μου λόγω του COVID-19



Γράφημα Πίτας 6: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι θα χάσουν τη ζωή τους λόγω του COVID-19.

Ερώτηση 7. Παρακολουθώ περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας

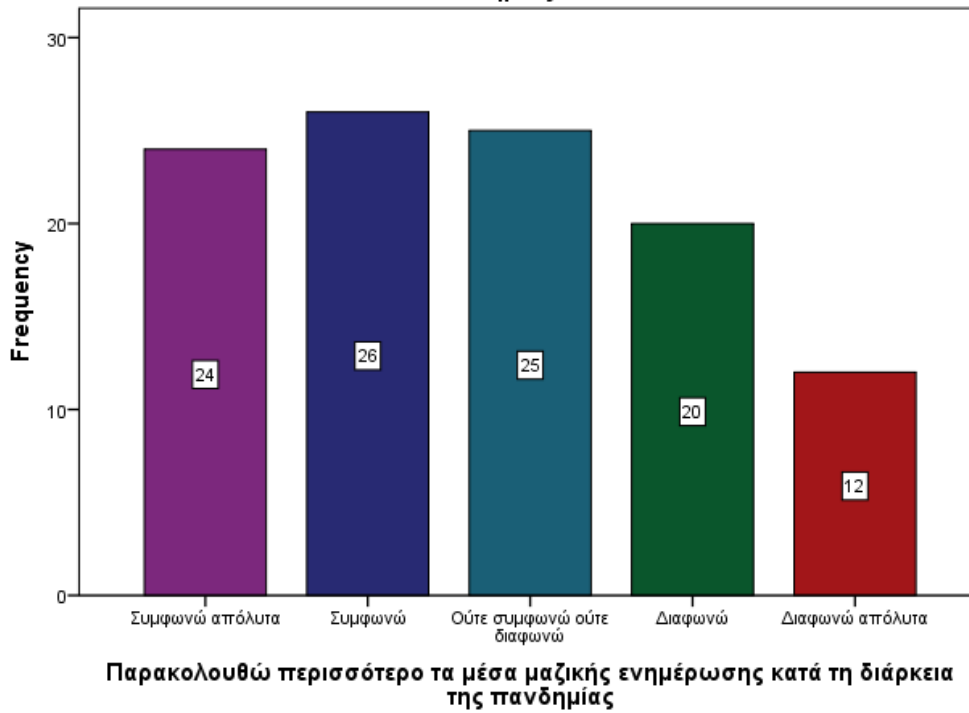
Παρατηρώντας τον πίνακα 7 καθίσταται εμφανές πως 50 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι παρακολουθούν περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας αποτελώντας το 46,7% του δείγματος, ενώ 25 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε διαφωνούν με το ότι παρακολουθούν περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας αποτελώντας το 23,4% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 32 άτομα διαφώνησαν με το ότι παρακολουθούν περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας και αποτελούσαν το 29,9% του δείγματος.

Παρακολουθώ περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας

		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	24	22,4
	Συμφωνώ	26	24,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	25	23,4
	Διαφωνώ	20	18,7
	Διαφωνώ απόλυτα	12	11,2
	Total		107

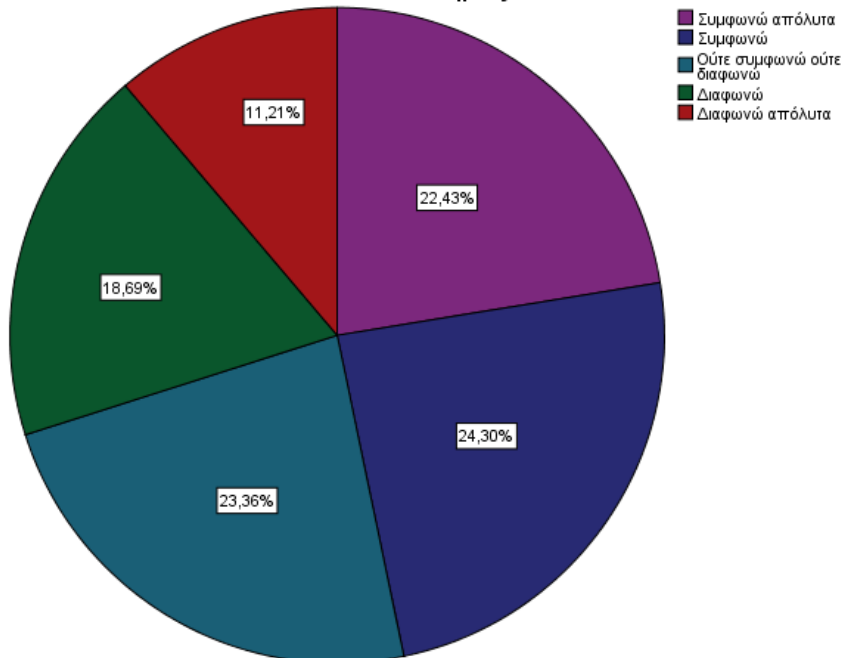
Πίνακας Συχνότητας 7: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι παρακολουθεί περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Παρακολουθώ περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας



Ραβδόγραμμα 7: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι παρακολουθεί περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Παρακολουθώ περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας



Γράφημα Πίτας 7: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι παρακολουθεί περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

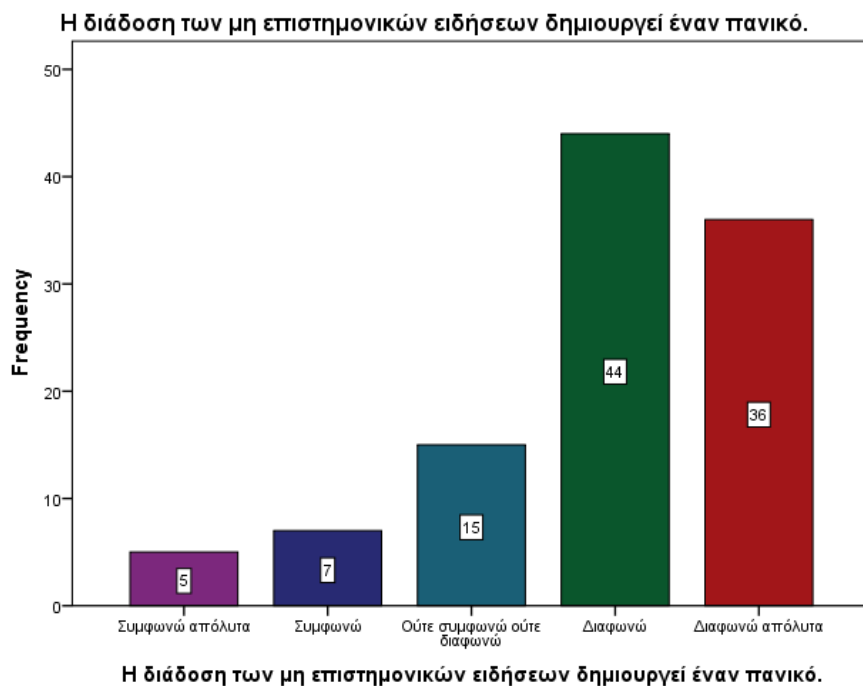
Ερώτηση 8. Η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό.

Μέσω του πίνακα 8 παρατηρείται ότι 12 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό αποτελώντας το 11,2% του δείγματος, ενώ 15 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε διαφωνούν με το ότι φοβούνται το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό αποτελώντας το 14% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 80 άτομα διαφώνησαν με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό και αποτελούσαν το 74,7% του δείγματος.

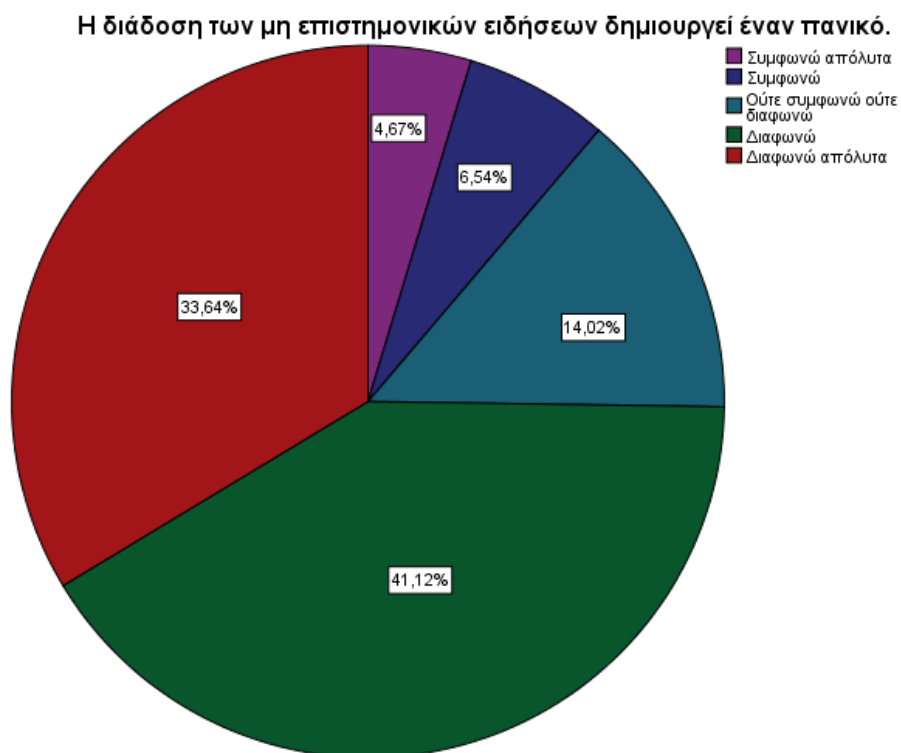
Η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό.

		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	5	4,7
	Συμφωνώ	7	6,5
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	15	14,0
	Διαφωνώ	44	41,1
	Διαφωνώ απόλυτα	36	33,6
	Total		107

Πίνακας Συχνότητας 8: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό.



Ραβδόγραμμα 8: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό.



Γράφημα Πίτας 8: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό.

Ερώτηση 9. Όταν παρακολουθώ ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνομαι νευρικός ή ανήσυχος.

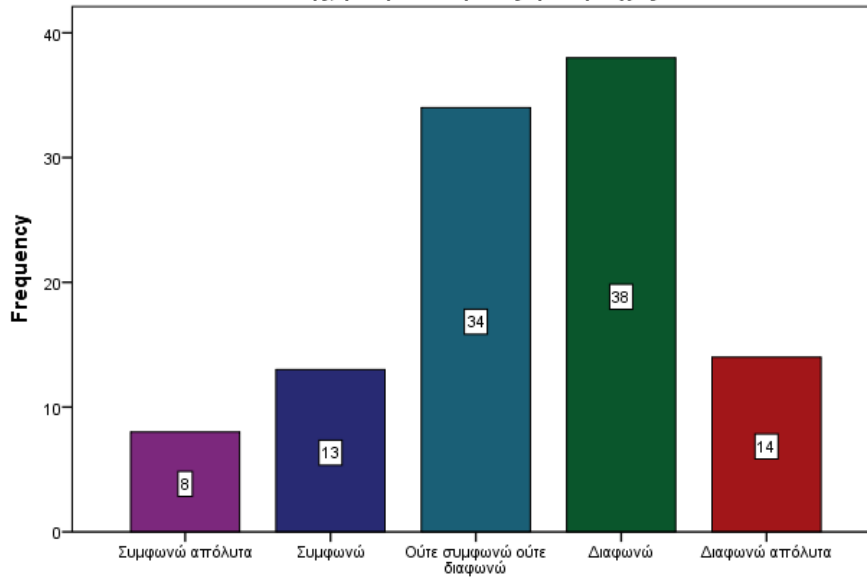
Παρατηρώντας τον πίνακα 9 καθίσταται εμφανές πως 21 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι όταν παρακολουθούν ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνονται νευρικοί ή ανήσυχοι αποτελώντας το 19,6% του δείγματος, ενώ 34 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε διαφωνούν με το ότι όταν παρακολουθούν ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνονται νευρικοί ή ανήσυχοι αποτελώντας το 31,8% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 52 άτομα διαφώνησαν με το ότι όταν παρακολουθούν ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνονται νευρικοί ή ανήσυχοι και αποτελούσαν το 48,6% του δείγματος.

Όταν παρακολουθώ ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνομαι νευρικός ή ανήσυχος.

		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	8	7,5
	Συμφωνώ	13	12,1
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	34	31,8
	Διαφωνώ	38	35,5
	Διαφωνώ απόλυτα	14	13,1
	Total		107

Πίνακας Συχνότητων 9: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι όταν παρακολουθεί ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνεται νευρικό ή ανήσυχο.

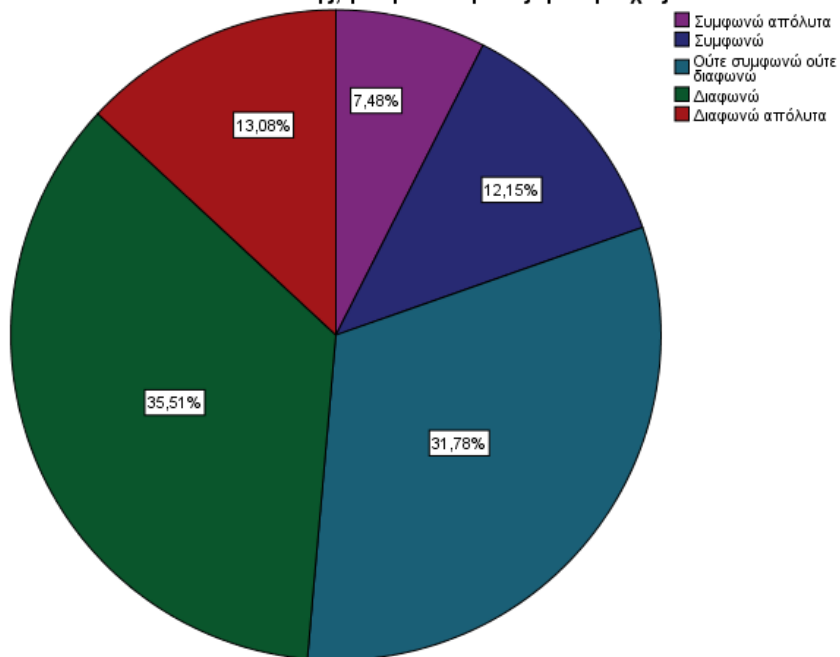
Όταν παρακολουθώ ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνομαι νευρικός ή ανήσυχος.



Όταν παρακολουθώ ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνομαι νευρικός ή ανήσυχος.

Ραβδόγραμμα 9: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι όταν παρακολουθεί ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνεται νευρικό ή ανήσυχο.

Όταν παρακολουθώ ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνομαι νευρικός ή ανήσυχος.



Γράφημα Πίτας 9: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι όταν παρακολουθεί ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνεται νευρικό ή ανήσυχο.

Ερώτηση 10. Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να αποφύγω το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς.

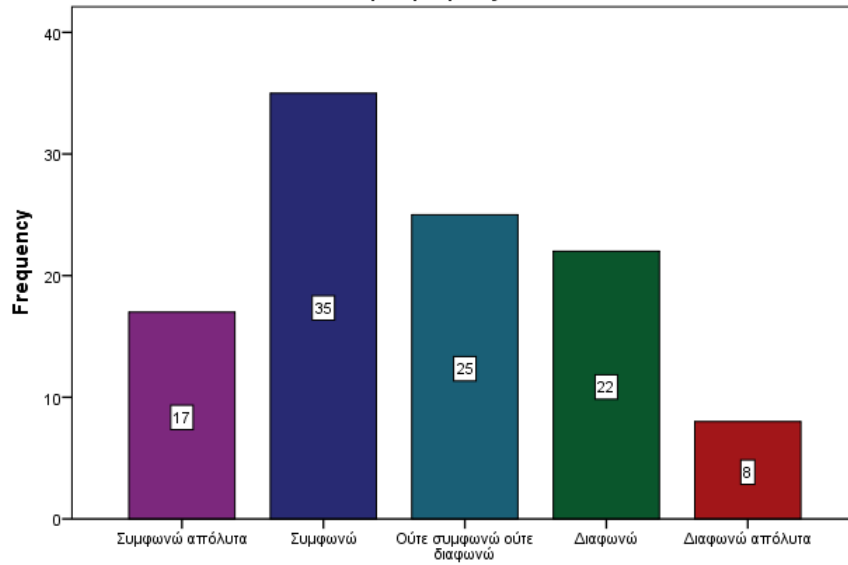
Μέσω του πίνακα 10 παρατηρείται ότι 52 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να αποφύγουν το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς αποτελώντας το 48,6% του δείγματος, ενώ 25 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε διαφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να αποφύγουν το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς αποτελώντας το 23,4% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 30 άτομα διαφώνησαν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να αποφύγουν το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς και αποτελούσαν το 28,1% του δείγματος.

Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να αποφύγω το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς.

		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	17	15,9
	Συμφωνώ	35	32,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	25	23,4
	Διαφωνώ	22	20,6
	Διαφωνώ απόλυτα	8	7,5
	Total		107

Πίνακας Συχνότητας 10: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμά να αποφύγει το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς.

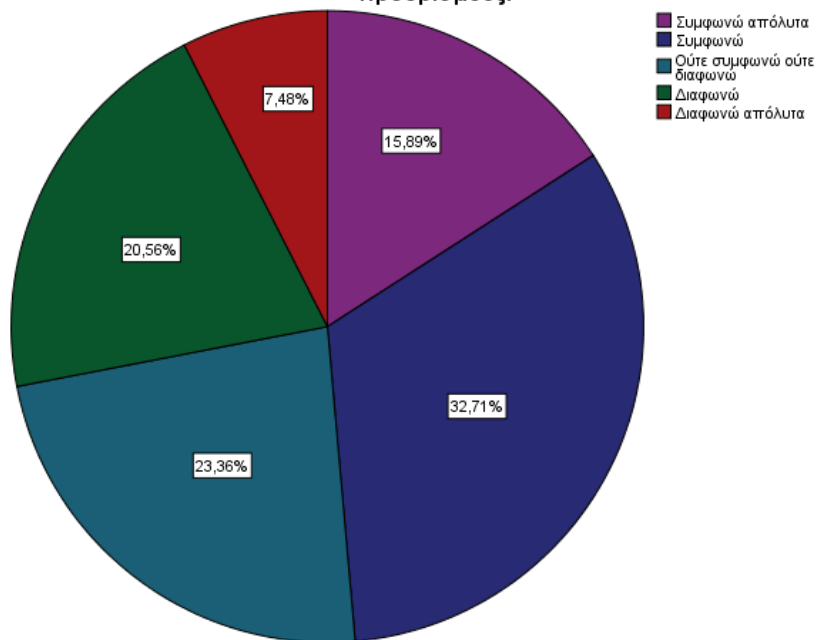
Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να αποφύγω το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς.



Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να αποφύγω το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς.

Ραβδόγραμμα 10: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμά να αποφύγει το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς.

Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να αποφύγω το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς.



Γράφημα Πίτας 10: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμά να αποφύγει το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς.

Ερώτηση 11. Νιώθω αντίθετος να ταξιδεύω λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19.

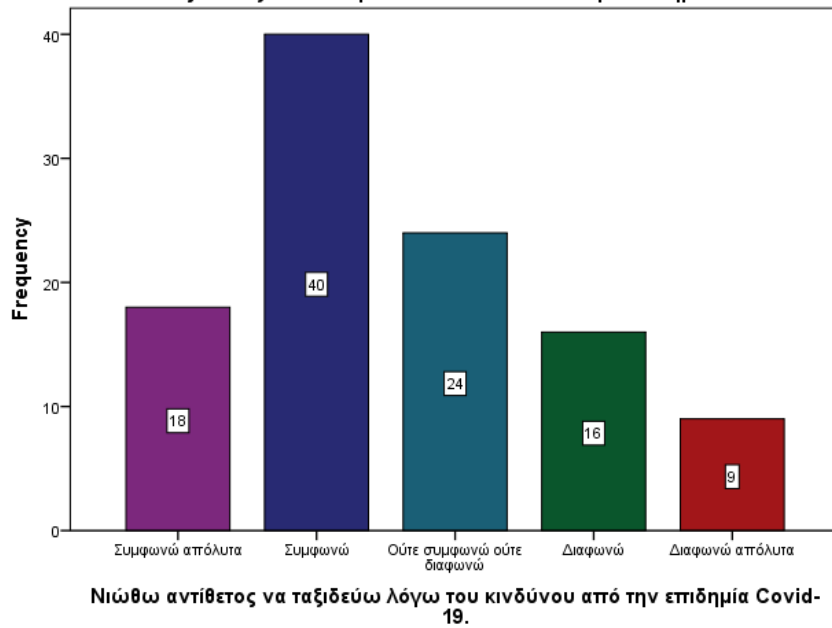
Παρατηρώντας τον πίνακα 11 καθίσταται εμφανές πως 58 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι νιώθουν αντίθετοι να ταξιδεύουν λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19 αποτελώντας το 54,2% του δείγματος, ενώ 24 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι νιώθουν αντίθετοι να ταξιδεύουν λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19 αποτελώντας το 22,4% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 25 άτομα διαφώνησαν με το ότι νιώθουν αντίθετοι να ταξιδεύουν λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19 και αποτελούσαν το 23,4% του δείγματος.

Νιώθω αντίθετος να ταξιδεύω λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19.

		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	18	16,8
	Συμφωνώ	40	37,4
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	24	22,4
	Διαφωνώ	16	15,0
	Διαφωνώ απόλυτα	9	8,4
	Total		107

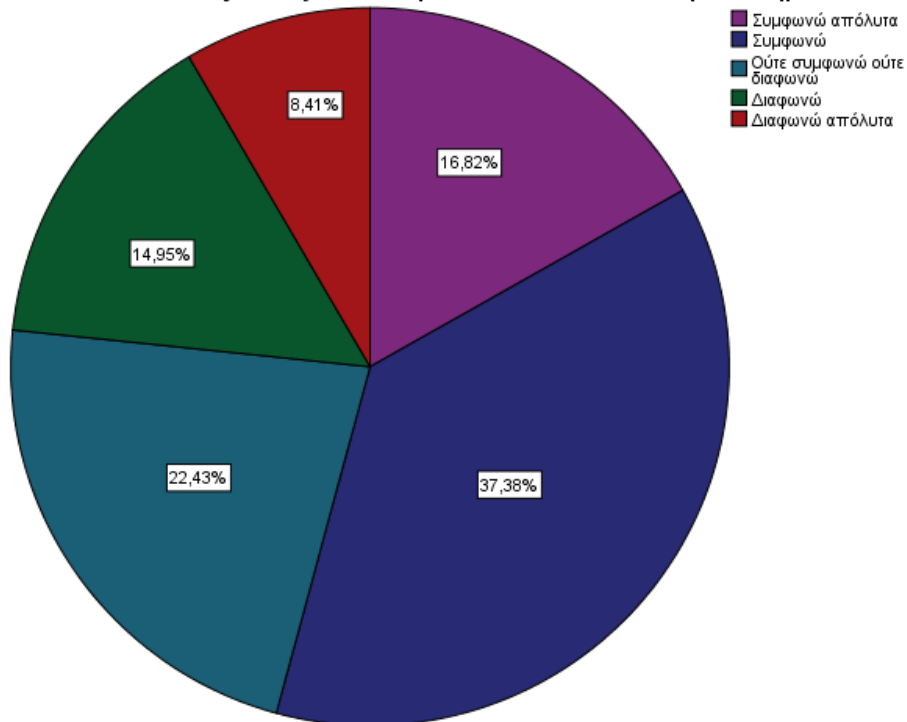
Πίνακας Συχνότητας 11: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι νιώθει αντίθετο να ταξιδεύει λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19.

Νιώθω αντίθετος να ταξιδεύω λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19.



Ραβδόγραμμα 11: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι νιώθει αντίθετο να ταξιδεύει λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19.

Νιώθω αντίθετος να ταξιδεύω λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19.



Γράφημα Πίτας 11: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι νιώθει αντίθετο να ταξιδεύει λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19.

Ερώτηση 12. Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να συντομεύσω τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών μου.

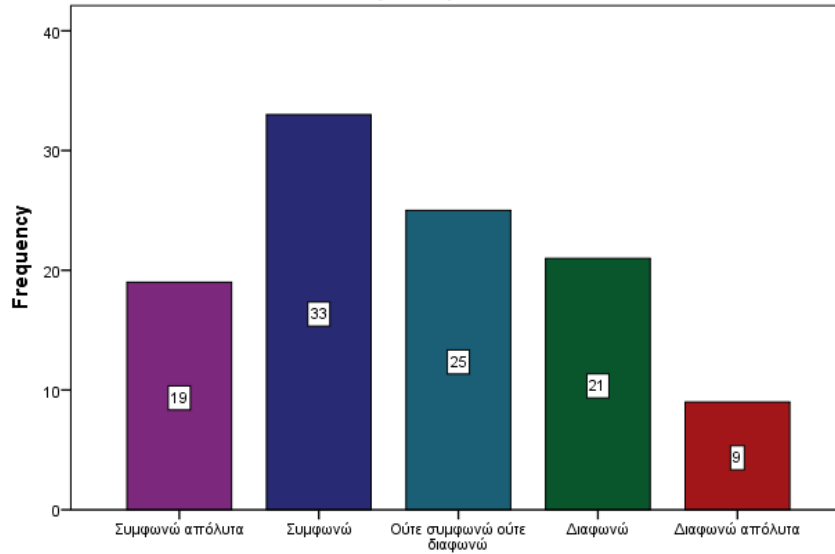
Μέσω του πίνακα 12 παρατηρείται ότι 52 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να συντομεύσουν τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών τους αποτελώντας το 48,6% του δείγματος, ενώ 25 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε διαφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να συντομεύσουν τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών τους αποτελώντας το 23,4% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 30 άτομα διαφώνησαν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να συντομεύσουν τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών τους και αποτελούσαν το 28% του δείγματος.

Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να συντομεύσω τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών μου.

		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	19	17,8
	Συμφωνώ	33	30,8
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	25	23,4
	Διαφωνώ	21	19,6
	Διαφωνώ απόλυτα	9	8,4
	Total		107

Πίνακας Συχνότητας 12: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμά να συντομεύσει τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών του.

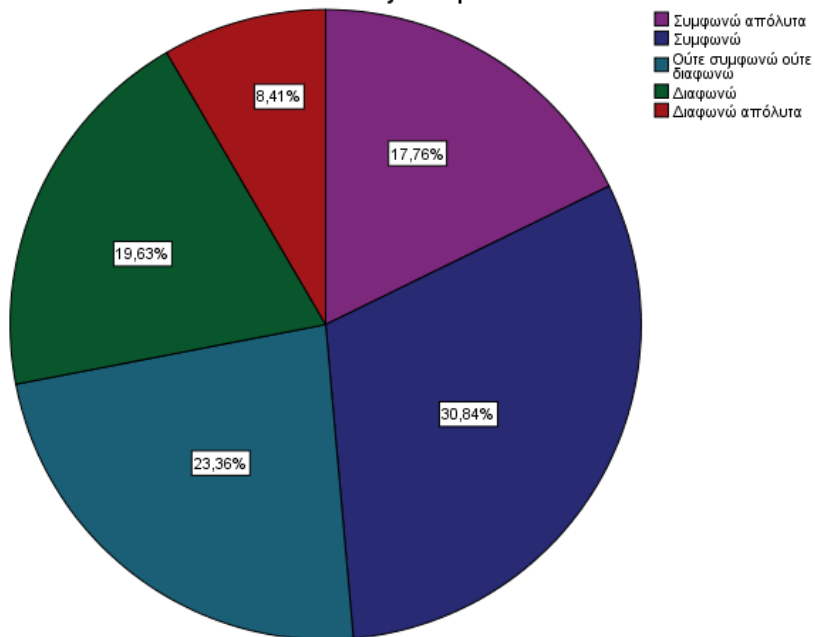
Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να συντομεύσω τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών μου.



Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να συντομεύσω τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών μου.

Ραβδόγραμμα 12: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμά να συντομεύσει τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών του.

Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να συντομεύσω τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών μου.



Γράφημα Πίτας 12: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμά να συντομεύσει τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών του.

Ερώτηση 13. Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες χώρες του εξωτερικού

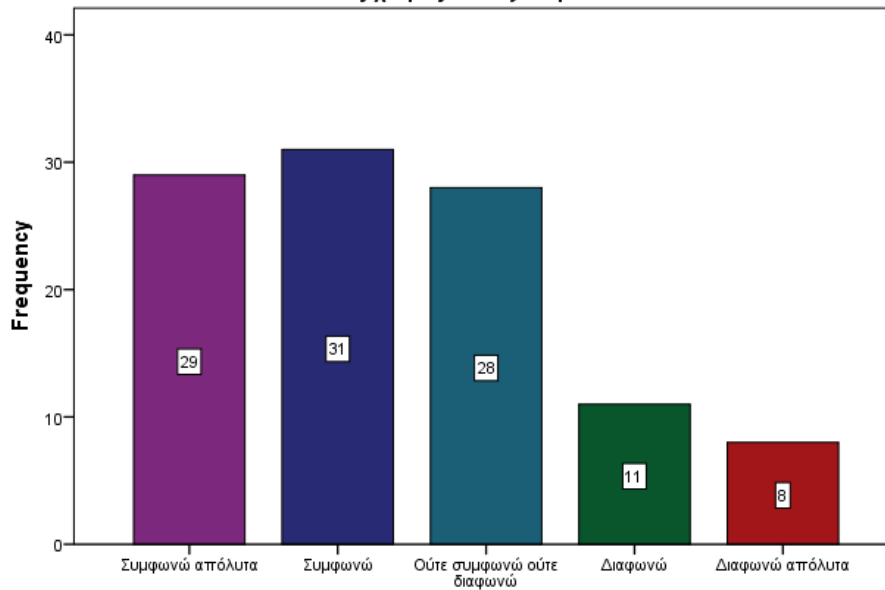
Παρατηρώντας τον πίνακα 13 καθίσταται εμφανές πως 50 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες χώρες του εξωτερικού αποτελώντας το 56,1% του δείγματος, ενώ 28 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες χώρες του εξωτερικού αποτελώντας το 26,2% του δείγματος. Επιπλέον προέκυψε και ότι 19 άτομα διαφώνησαν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες χώρες του εξωτερικού και αποτελούσαν το 17,8% του δείγματος.

Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες χώρες του εξωτερικού.

		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	29	27,1
	Συμφωνώ	31	29,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	28	26,2
	Διαφωνώ	11	10,3
	Διαφωνώ απόλυτα	8	7,5
	Total		107

Πίνακας Συχνότητας 13: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ του ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψει σε άλλες χώρες του εξωτερικού.

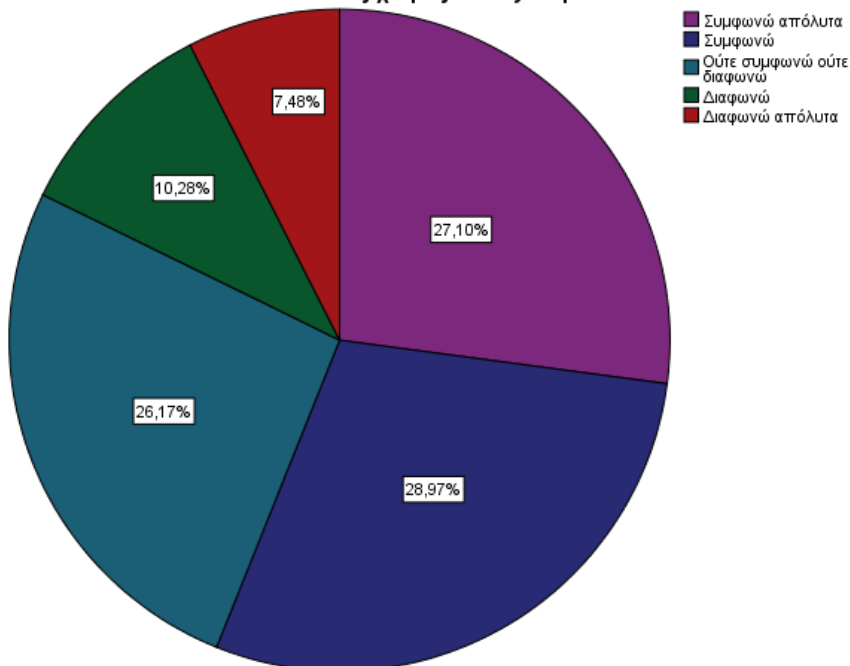
Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες χώρες του εξωτερικού.



Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες χώρες του εξωτερικού.

Ραβδόγραμμα 13: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ του ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψει σε άλλες χώρες του εξωτερικού.

Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες χώρες του εξωτερικού.



Γράφημα Πίτας 13: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ του ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψει σε άλλες χώρες του εξωτερικού.

Ερώτηση 14. Οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να με επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψω οπουδήποτε.

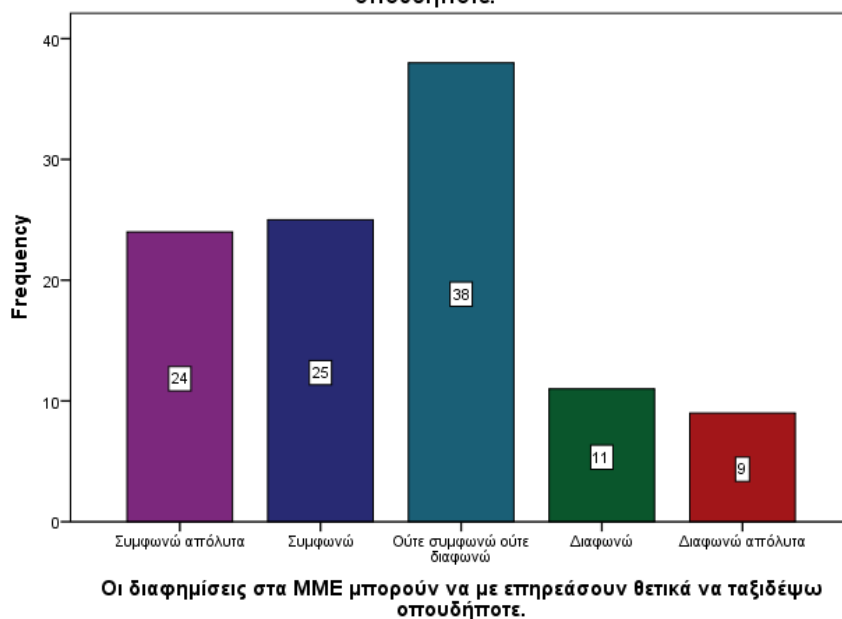
Μέσω του πίνακα 14 παρατηρείται ότι 49 συμμετέχοντες στη μελέτη απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να τους επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψουν οπουδήποτε αποτελώντας το 45,8% του δείγματος, ενώ 25 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε διαφωνούν με το ότι οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να τους επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψουν οπουδήποτε αποτελώντας το 35,5% του δείγματος. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως 20 άτομα διαφώνησαν με το ότι οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να τους επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψουν οπουδήποτε και αποτελούσαν το 18,7% του δείγματος.

Οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να με επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψω οπουδήποτε.

		Frequency	Percent
Valid	Συμφωνώ απόλυτα	24	22,4
	Συμφωνώ	25	23,4
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	38	35,5
	Διαφωνώ	11	10,3
	Διαφωνώ απόλυτα	9	8,4
	Total		107

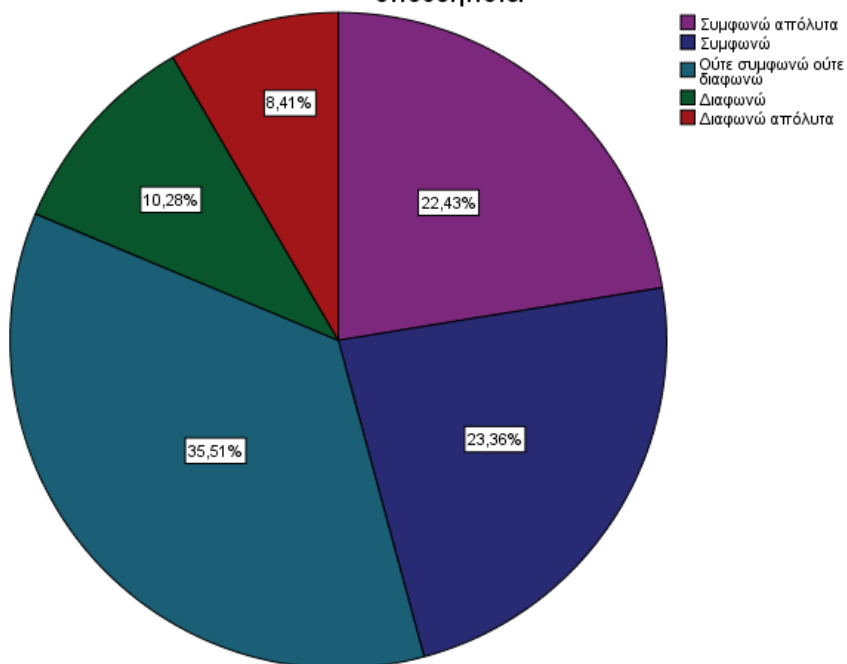
Πίνακας Συχνότητας 14: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να το επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψει οπουδήποτε.

Οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να με επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψω οπουδήποτε.



Ραβδόγραμμα 14: Παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να το επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψει οπουδήποτε.

Οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να με επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψω οπουδήποτε.



Γράφημα Πίτας 14: Παρουσίαση των ποσοστών επί τοις εκατό των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να το επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψει οπουδήποτε.

Διασταύρωση απαντήσεων 1: Με κάνει να νιώθω άβολα όταν σκέφτομαι τον COVID-19 X Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Μέσω του πίνακα διασταύρωσης απαντήσεων 1 παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι νιώθει άβολα όταν σκέφτεται τον COVID-19 συμφώνησε και με το ότι φοβάται την πανδημία (45,5%), ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε και διαφωνούν με το ότι νιώθουν άβολα όταν σκέφτονται τον Covid-19 διατήρησε ουδέτερη στάση και με το ότι φοβούνται την πανδημία (46,7%). Τέλος η πλειοψηφία του δείγματος που απάντησε πως διαφωνεί με το ότι νιώθει άβολα όταν σκέφτεται τον Covid-19 διαφώνησε και με το ότι φοβάται την πανδημία (45,5%).

Με κάνει να νιώθω άβολα όταν σκέφτομαι τον COVID-19 * Φοβάμαι την πανδημία COVID-19 Crosstabulation

Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Ούτε

συμφωνώ

			Συμφωνώ	ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Total
Με κάνει να νιώθω άβολα όταν σκέφτομαι τον COVID-19	Συμφωνώ	Count	15	12	6	33
		% within	45,5%	36,4%	18,2%	100,0%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Count	5	14	11	30
		% within	16,7%	46,7%	36,7%	100,0%
	Διαφωνώ	Count	6	18	20	44
		% within	13,6%	40,9%	45,5%	100,0%
Total	Count	26	44	37	107	
	% within	24,3%	41,1%	34,6%	100,0%	

Πίνακας Διασταύρωσης Απαντήσεων 1: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι νιώθει άβολα όταν σκέφτεται τον Covid-19 ως προς το κατά πόσο συμφωνεί το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία.

Διασταύρωση απαντήσεων 2: Φοβάμαι ότι θα χάσω τη ζωή μου λόγω του COVID-19
 X Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Παρατηρώντας τον πίνακα διασταύρωσης απαντήσεων 2 προκύπτει πως η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι φοβούνται ότι θα χάσουν τη ζωή τους λόγω του COVID-19 διατήρησε ουδέτερη στάση στο ότι φοβούνται την πανδημία (52,8%), ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε και όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι φοβούνται ότι θα χάσουν τη ζωή τους λόγω του Covid-19 διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία (53,1% - 50%).

Φοβάμαι ότι θα χάσω τη ζωή μου λόγω του COVID-19 * Φοβάμαι την πανδημία COVID-19 Crosstabulation

		Φοβάμαι την πανδημία COVID-19			Total	
		Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ		
Φοβάμαι ότι θα χάσω τη ζωή μου λόγω του COVID- 19	Συμφωνώ	Count	16	28	9	53
		% within	30,2%	52,8%	17,0%	100,0%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Count	4	11	17	32
		% within	12,5%	34,4%	53,1%	100,0%
	Διαφωνώ	Count	6	5	11	22
		% within	27,3%	22,7%	50,0%	100,0%
Total		Count	26	44	37	107
		% within Φοβάμαι ότι θα χάσω τη ζωή μου λόγω του COVID-19	24,3%	41,1%	34,6%	100,0%

Πίνακας Διασταύρωσης Απαντήσεων 2: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι φοβάται ότι θα χάσει τη ζωή του λόγω του COVID-19 ως προς το κατά πόσο συμφωνεί το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία.

Διασταύρωση απαντήσεων 3: Παρακολουθώ περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας X Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Μέσω του πίνακα διασταύρωσης απαντήσεων 3 παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν καθώς και η πλειοψηφία όσων ήταν ουδέτεροι στο ότι παρακολουθούν περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας ήταν ουδέτεροι και στο ότι φοβούνται την πανδημία (44% - 60%), ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι παρακολουθούν περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία (41,1%).

Παρακολουθώ περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας * Φοβάμαι την πανδημία COVID-19 Crosstabulation

		Φοβάμαι την πανδημία COVID-19				
			Ούτε συμφωνώ ούτε			
			Συμφωνώ	διαφωνώ	Διαφωνώ	Total
Παρακολουθώ περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας	Συμφωνώ	Count	17	22	11	50
		% within	34,0%	44,0%	22,0%	100,0%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Count	1	15	9	25
		% within	4,0%	60,0%	36,0%	100,0%
	Διαφωνώ	Count	8	7	17	32
		% within	25,0%	21,9%	53,1%	100,0%
Total	Count	26	44	37	107	
	% within	24,3%	41,1%	34,6%	100,0%	

Πίνακας Διασταύρωσης Απαντήσεων 3: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι παρακολουθεί περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας ως προς το κατά πόσο συμφωνεί το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία.

Διασταύρωση απαντήσεων 4: Η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό X Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Παρατηρώντας τον πίνακα διασταύρωσης απαντήσεων 4 προκύπτει πως η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό συμφώνησε με το ότι φοβάται την πανδημία (66,7%), ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε και όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό διατήρησαν ουδέτερη στάση στο ότι φοβούνται την πανδημία (46,7% - 41,8%).

Η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό. * Φοβάμαι την πανδημία COVID-19
Crosstabulation

		Φοβάμαι την πανδημία COVID-19			Total	
		Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ		
Η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό.	Συμφωνώ	Count	8	3	1	12
		% within	66,7%	25,0%	8,3%	100,0%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Count	4	7	4	15
		% within	26,7%	46,7%	26,7%	100,0%
	Διαφωνώ	Count	14	33	32	79
		% within	17,7%	41,8%	40,5%	100,0%
5,00	Count	0	1	0	1	
	% within	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	
Total	Count	26	44	37	107	
	% within	24,3%	41,1%	34,6%	100,0%	

Πίνακας Διασταύρωσης Απαντήσεων 4: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό ως προς το κατά πόσο συμφωνεί το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία.

Διασταύρωση απαντήσεων 5: Όταν παρακολουθώ ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνομαι νευρικός ή ανήσυχος X Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Μέσω του πίνακα διασταύρωσης απαντήσεων 5 παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι όταν παρακολουθούν ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνονται νευρικοί ή ανήσυχοι συμφώνησε και με το ότι φοβούνται την πανδημία (38,1%), ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν και ούτε διαφωνούν όπως κι η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι παρακολουθούν περισσότερο όταν παρακολουθούν ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνονται νευρικοί ή ανήσυχοι διατήρησαν ουδέτερη στάση στο ότι φοβούνται την πανδημία (47,1% - 40,4%).

Όταν παρακολουθώ ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνομαι νευρικός ή ανήσυχος. * Φοβάμαι την πανδημία COVID-19 Crosstabulation

		Φοβάμαι την πανδημία COVID-19				
		Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ				
		Συμφωνώ	ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Total	
Όταν παρακολουθώ ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνομαι νευρικός ή ανήσυχος.	Συμφωνώ	Count	8	7	6	21
		% within	38,1%	33,3%	28,6%	100,0%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Count	6	16	12	34
		% within	17,6%	47,1%	35,3%	100,0%
	Διαφωνώ	Count	12	21	19	52
		% within	23,1%	40,4%	36,5%	100,0%
Total		Count	26	44	37	107
		% within	24,3%	41,1%	34,6%	100,0%

Πίνακας Διασταύρωσης Απαντήσεων 5: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι όταν παρακολουθεί ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνεται νευρικό ή ανήσυχο ως προς το κατά πόσο συμφωνεί το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία.

Διασταύρωση απαντήσεων 6: Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να αποφύγω το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς X Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Παρατηρώντας τον πίνακα διασταύρωσης απαντήσεων 6 παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να αποφύγουν το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς διατήρησαν ουδέτερη στάση στο ότι φοβούνται την πανδημία (48,1%), ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε και διαφωνούν και όσων διαφώνησαν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να αποφύγουν το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία (48% - 50%).

Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να αποφύγω το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς. * Φοβάμαι την πανδημία COVID-19 Crosstabulation

		Φοβάμαι την πανδημία COVID-19					
		Ούτε συμφωνώ					
		Συμφωνώ		ούτε διαφωνώ		Διαφωνώ	Total
Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να αποφύγω το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς.	Συμφωνώ	Count	17	25	10	52	
		% within	32,7%	48,1%	19,2%	100,0%	
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Count	4	9	12	25	
		% within	16,0%	36,0%	48,0%	100,0%	
	Διαφωνώ	Count	5	10	15	30	
		% within	16,7%	33,3%	50,0%	100,0%	
Total		Count	26	44	37	107	
		% within	24,3%	41,1%	34,6%	100,0%	

Πίνακας Διασταύρωσης Απαντήσεων 6: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμά να αποφύγει το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς ως προς το κατά πόσο συμφωνεί το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία.

Διασταύρωση απαντήσεων 7: Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να συντομεύσω τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών μου X Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Μέσω του πίνακα διασταύρωσης απαντήσεων 7 παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν καθώς και η πλειοψηφία όσων ήταν ουδέτεροι στο ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να συντομεύσουν τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών τους ήταν ουδέτεροι και στο ότι φοβούνται την πανδημία (46,2% - 48%), ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να συντομεύσουν τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών τους διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία (53,3%).

Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να συντομεύσω τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών μου. * Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Crosstabulation

			Φοβάμαι την πανδημία COVID-19			
			Ούτε συμφωνώ			
			Συμφωνώ	ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Total
Στην παρούσα κατάσταση, προτιμώ να συντομεύσω τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών μου.	Συμφωνώ	Count	16	24	12	52
		% within	30,8%	46,2%	23,1%	100,0%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Count	4	12	9	25
		% within	16,0%	48,0%	36,0%	100,0%
	Διαφωνώ	Count	6	8	16	30
		% within	20,0%	26,7%	53,3%	100,0%
Total	Count	26	44	37	107	
	% within	24,3%	41,1%	34,6%	100,0%	

Πίνακας Διασταύρωσης Απαντήσεων 7: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμά να συντομεύσει τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών του ως προς το κατά πόσο συμφωνεί το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία.

Διασταύρωση απαντήσεων 8: Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες πόλεις της Ελλάδας Χ Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Μέσω του πίνακα διασταύρωσης απαντήσεων 8 παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν καθώς και η πλειοψηφία όσων ήταν ουδέτεροι στο ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες πόλεις της Ελλάδας ήταν ουδέτεροι και στο ότι φοβούνται την πανδημία (39% - 56,5%), ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες πόλεις της Ελλάδας διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία (48%).

Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες πόλεις της Ελλάδας. * Φοβάμαι την πανδημία COVID-19 Crosstabulation

		Φοβάμαι την πανδημία COVID-19			Total	
		Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ		
Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες πόλεις της Ελλάδας.	Συμφωνώ	Count	18	23	18	59
		% within	30,5%	39,0%	30,5%	100,0%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Count	3	13	7	23
		% within	13,0%	56,5%	30,4%	100,0%
	Διαφωνώ	Count	5	8	12	25
		% within	20,0%	32,0%	48,0%	100,0%
Total	Count	26	44	37	107	
	% within	24,3%	41,1%	34,6%	100,0%	

Πίνακας Διασταύρωσης Απαντήσεων 8: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ του ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψει σε άλλες πόλεις της Ελλάδας ως προς το κατά πόσο συμφωνεί το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία.

Διασταύρωση απαντήσεων 9: Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες χώρες του εξωτερικού. Χ Φοβάμαι την πανδημία COVID-19

Μέσω του πίνακα διασταύρωσης απαντήσεων 10 παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν καθώς και η πλειοψηφία όσων ήταν ουδέτεροι στο ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες χώρες του εξωτερικού ήταν ουδέτεροι και στο ότι φοβούνται την πανδημία (38,3% - 60,7%), ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες χώρες του εξωτερικού συμφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία (42,1%).

Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες χώρες του εξωτερικού. * Φοβάμαι την πανδημία COVID-19 Crosstabulation

		Φοβάμαι την πανδημία COVID-19			Total	
		Ούτε συμφωνώ ούτε Διαφωνώ				
		Συμφωνώ	ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ		
Στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ μου ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψω σε άλλες χώρες του εξωτερικού.	Συμφωνώ	Count	16	23	21	60
		% within	26,7%	38,3%	35,0%	100,0%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Count	2	17	9	28
		% within	7,1%	60,7%	32,1%	100,0%
	Διαφωνώ	Count	8	4	7	19
		% within	42,1%	21,1%	36,8%	100,0%
Total		Count	26	44	37	107
		% within	24,3%	41,1%	34,6%	100,0%

Πίνακας Διασταύρωσης Απαντήσεων 9: Παρουσίαση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ερώτηση που διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνεί ή όχι το δείγμα με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ του ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψει σε άλλες χώρες του εξωτερικού ως προς το κατά πόσο συμφωνεί το δείγμα με το ότι φοβάται την πανδημία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Παρατηρώντας τα ευρήματα της μελέτης παρατηρήθηκε πως το 41,1% του δείγματος ούτε διαφώνησε αλλά ούτε και συμφώνησε με το ότι φοβάται την πανδημία COVID-19, ενώ παρατηρήθηκε και πως ίσο ποσοστό του δείγματος διαφώνησε με το ότι νιώθει άβολα όταν σκέφτεται τον COVID-19. Παράλληλα παρατηρήθηκε πως το 49,6% του δείγματος απάντησε πως φοβάται ότι θα χάσει τη ζωή του λόγω του COVID-19. Παράλληλα παρατηρήθηκε ότι το 46,7% του δείγματος συμφώνησε με το ότι παρακολουθούν περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας ενώ το 74,7% του δείγματος απάντησε πως διαφωνεί με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό.

Ταυτόχρονα προέκυψε από τα ευρήματα της μελέτης πως το 48,6% του δείγματος φάνηκε να διαφωνεί με το ότι όταν παρακολουθεί ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνεται νευρικό ή ανήσυχο, ενώ ίσο ποσοστό του δείγματος απάντησε πως συμφωνεί με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμά να αποφύγει το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς. Σημαντικό είναι επιπλέον πως το 54,2% του δείγματος αποτελούνταν από άτομα τα οποία απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι νιώθουν αντίθετοι να ταξιδεύουν λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19. Άξιο αναφοράς είναι πως το 55,1% του δείγματος της μελέτης απάντησε πως στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ του ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψει σε άλλες πόλεις της Ελλάδας, ενώ το 56,1% του δείγματος απάντησε πως τα ΜΜΕ του ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες χώρες του εξωτερικού. Επιπλέον παρατηρήθηκε πως το 45,8% του δείγματος έκρινε ότι οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ μπορούν να το επηρεάσουν θετικά να ταξιδέψει οπουδήποτε.

Διερευνώντας βαθύτερα τις απαντήσεις που έδωσε το δείγμα γύρω από το φόβο της πανδημίας, παρατηρήθηκε πως η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι νιώθει άβολα όταν σκέφτεται τον COVID-19 συμφώνησε και με το ότι φοβάται την πανδημία, ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε και διαφωνούν με το ότι νιώθουν άβολα όταν σκέφτονται τον Covid-19 διατήρησε ουδέτερη στάση και με το ότι φοβούνται την πανδημία. Ενώ η πλειοψηφία του

δείγματος που απάντησε πως διαφωνεί με το ότι νιώθει άβολα όταν σκέφτεται τον Covid-19 διαφώνησε και με το ότι φοβάται την πανδημία.

Παράλληλα η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι φοβούνται ότι θα χάσουν τη ζωή τους λόγω του COVID-19 διατήρησε ουδέτερη στάση στο ότι φοβούνται την πανδημία, ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε και όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι φοβούνται ότι θα χάσουν τη ζωή τους λόγω του COVID-19 διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία. Εξίσου σημαντικό είναι πως η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν καθώς και η πλειοψηφία όσων ήταν ουδέτεροι στο ότι παρακολουθούν περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας ήταν ουδέτεροι και στο ότι φοβούνται την πανδημία, ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι παρακολουθούν περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία.

Ακόμη σημαντικό είναι πως η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό συμφώνησε με το ότι φοβάται την πανδημία, ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε και όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι η διάδοση των μη επιστημονικών ειδήσεων δημιουργεί έναν πανικό διατήρησαν ουδέτερη στάση στο ότι φοβούνται την πανδημία. Ταυτόχρονα παρατηρήθηκε πως η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι όταν παρακολουθούν ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνονται νευρικοί ή ανήσυχοι συμφώνησε και με το ότι φοβούνται την πανδημία, ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν και ούτε διαφωνούν όπως κι η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι παρακολουθούν περισσότερο όταν παρακολουθούν ειδήσεις και ιστορίες για το COVID-19 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνονται νευρικοί ή ανήσυχοι διατήρησαν ουδέτερη στάση στο ότι φοβούνται την πανδημία.

Συνεχίζοντας την ανάλυση των απαντήσεων προέκυψε πως η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να αποφύγουν το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς διατήρησαν ουδέτερη στάση στο ότι φοβούνται την πανδημία, ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε και διαφωνούν και όσων διαφώνησαν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να αποφύγουν το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις /

προορισμούς διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία. Ακόμη παρατηρήθηκε πως η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν με το ότι νιώθουν αντίθετοι να ταξιδεύουν λόγω του κινδύνου από την επιδημία Covid-19 διατήρησαν ουδέτερη στάση στο ότι φοβούνται την πανδημία, ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά ότι ούτε και διαφωνούν και όσων διαφώνησαν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να αποφύγουν το ταξίδι σε μεγάλες πόλεις / προορισμούς διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία.

Η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν καθώς και η πλειοψηφία όσων ήταν ουδέτεροι στο ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να συντομεύσουν τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών τους ήταν ουδέτεροι και στο ότι φοβούνται την πανδημία, ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, προτιμούν να συντομεύσουν τη διάρκεια των πιθανών ταξιδιών τους διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία. Άξιο αναφοράς είναι ότι η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν καθώς και η πλειοψηφία όσων ήταν ουδέτεροι στο ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες πόλεις της Ελλάδας ήταν ουδέτεροι και στο ότι φοβούνται την πανδημία, ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες πόλεις της Ελλάδας διαφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία. Τέλος παρατηρήθηκε πως η πλειοψηφία των ατόμων που συμφώνησαν καθώς και η πλειοψηφία όσων ήταν ουδέτεροι στο ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες χώρες του εξωτερικού ήταν ουδέτεροι και στο ότι φοβούνται την πανδημία, ενώ η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι στην παρούσα κατάσταση, τα ΜΜΕ τους ασκούν θετική επίδραση στο να ταξιδέψουν σε άλλες χώρες του εξωτερικού συμφώνησαν με το ότι φοβούνται την πανδημία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Bae, S. Y., & Chang, P. (2020). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards ‘untact’ tourism in South Korea during the first wave of the pandemic. *Current Issues in Tourism*.

Bhati, A. S., Mohammadi, Z., Agarwal, M., Kamble, Z., & Donough-Tan, G. (2020). Motivating or manipulating: The influence of health protective behaviour and media engagement on post-COVID-19 travel. *Current Issues in Tourism*

Bulchand-Gidumal, J., and S. Melián-González. 2020. Post-COVID-19 behavior change in purchase of air tickets. *Annals of Tourism Research* 87: 103129.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20

Guo, L., K. Liu, Y. Song, and Z. Yang. 2021. Recovering hotel room sales during the COVID-19 pandemic: lessons from OTA information using the quantile regression approach. *Current Issues in Tourism* 20: 1–21.

Guo, L., K. Liu, Y. Song, and Z. Yang. 2021. Recovering hotel room sales during the COVID-19 pandemic: lessons from OTA information using the quantile regression approach. *Current Issues in Tourism* 20: 1–21.

Hassan, S. B., & Soliman, M. (2020). COVID-19 and repeat visitation: Assessing the role of destination social responsibility, destination reputation, holidaymakers’ trust and fear arousal. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19

Ioannides, D., and S. Gyimóthy. 2020. The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies* 22 (3): 624–632.

Li, Z., S. Zhang, X. Liu, M. Kozak, and J. Wen. 2020b. Seeing the invisible hand: Underlying effects of COVID-19 on tourists' behavioral patterns. *Journal of Destination Marketing & Management* 18: 100502.

Lin, Y.C., and C.M. Chen. 2021. How do hotel characteristics moderate the impact of COVID-19 on hotel performance? Evidence from Taiwan. *Current Issues in Tourism* 20: 1–6.

Sánchez-Cañizares, S. M., Cabeza-Ramírez, L. J., Muñoz-Fernández, G., & Fuentes-García, F. J. (2020). Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. *Current Issues in Tourism*.

Smeral, E. 2010. Impacts of the world recession and economic crisis on tourism: Forecasts and potential risks. *Journal of Travel Research* 49 (1): 31–38.

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*

UNWTO. (2020). International tourist numbers could fall 60-80% in 2020, UNWTO reports.

<https://www.unwto.org/news/covid-19-international-touristnumbers-could-fall-60-80-in-2020>