

# Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA, ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΕΚΤΑΚΤΗΣ ΑΝΑΓΚΗΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΠΥΡΚΑΓΙΩΝ ΤΟΥ 2021 ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΑΡΧΑΙΑΣ ΟΛΥΜΠΙΑΣ

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ<sup>1</sup>, ΔΡ. ΕΦΗ ΣΙΜΟΥ<sup>2</sup>

## Περίληψη

**Τ**α τελευταία χρόνια η επικοινωνία κινδύνου, σε περιπτώσεις καταστροφών και κρίσεων, πραγματοποιείται με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media) τόσο από ομάδες πολιτών, όσο και από τους υπεύθυνους διαχείρισης κρίσεων. Η κατανόηση της επίδρασης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης είναι πρώτιστης σημασίας για την χάραξη επικοινωνιακών στρατηγικών με στόχο την έγκυρη ενημέρωση και αποτελεσματική κινητοποίηση των πολιτών. Στο παραπάνω πλαίσιο διεξήχθη συγχρονική μελέτη (cross sectional study), με τη χρήση ερωτηματολογίου σε κατοίκους του Δήμου Αρχαίας Ολυμπίας, οι οποίοι επηρεάστηκαν από τη δασική πυρκαγιά το καλοκαίρι του 2021, με σκοπό να προσδιοριστεί η συχνότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ο λόγος για τον οποίο χρησιμοποιούνται και ο βαθμός εμπιστοσύνης που έχουν οι ερωτώμενοι στις πληροφορίες που αυτά παρέχουν. Τα αποτελέσματα καταδεικνύουν ότι οι κάτοικοι του Δήμου

Αρχαίας Ολυμπίας καταγράφουν μεγάλα ποσοστά πρόσβασης στο διαδίκτυο, χρησιμοποιούν περισσότερο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για ενημέρωση, από τις άλλες πηγές πληροφόρησης σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών, τα θεωρούν πιο γρήγορα και πιο προσίτα, όχι όμως και περισσότερο αξιόπιστα, παρόλα αυτά τα χρησιμοποιούν για την κοινοποίηση και των διαμοιρασμό πληροφοριών σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης. Λέξεις κλειδιά: Social media, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, χρήση, αξιοπιστία, κατάσταση έκτακτης ανάγκης, δασική πυρκαγιά.

## Εισαγωγή

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναφέρονται σε διαδικτυακές εφαρμογές οι οποίες χρησιμοποιούνται με σκοπό τον διαμοιρασμό περιεχομένου, την επικοινωνία, τη δημιουργία και διατήρηση δεσμών και την κοινωνική δικτύωση για ψυχαγωγικούς, κοινωνικούς και άλλους σκοπούς (Gurta & Bashir, 2018). Λόγω της εκτεταμένης χρήσης τους, της ευκολίας και

<sup>1</sup> Αξιωματικός Πυροσβεστικού Σώματος, Π.Υ. Πύργου, MSc Πολιτικές Δημόσιας Υγείας

<sup>2</sup> Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Τμήμα Πολιτικών Δημόσιας Υγείας, Σχολή Δημόσιας Υγείας, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

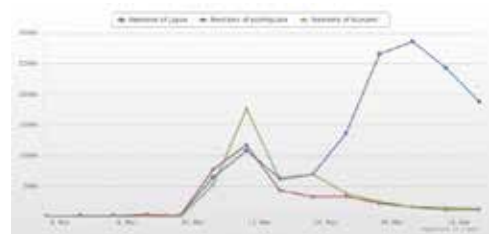
\*Το άρθρο είναι αποτέλεσμα της Διπλωματικής εργασίας: "Ο ρόλος των social media, στην αντίληψη κινδύνου, στις εκκενώσεις οικισμών του Δήμου Αρχαίας Ολυμπίας, λόγω των πυρκαγιών του 2021" που υλοποιήθηκε κατά το Ακαδημαϊκό έτος 2021-2022, στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών: Δημόσια Υγεία του Τμήματος Πολιτικών Δημόσιας Υγείας, της Σχολής Δημόσιας Υγείας, του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής.



Εικόνα 1: Τυφώνας Sandy, Καραϊβική 2012



Εικόνα 2: Σεισμός 7,0 R., Αϊτή 2010



Εικόνα 3: Σεισμός 9,0 R και τσουνάμι, Ιαπωνία 2011



Εικόνα 4: Δασικές πυρκαγιές, Καλιφόρνια 2018

της αμεσότητας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο και σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης (Reuter et al., 2017).

Από το 2001, η χρήση τους, σε φυσικούς κίνδυνους (π.χ. τσουνάμι, τυφώνες, σεισμοί, πλημμύρες, δασικές πυρκαγιές) και ανθρωπογενείς καταστροφές (π.χ. NaTeck καταστροφές, τρομοκρατικές επιθέσεις, πολιτικές εξεγέρσεις, πανδημίες), έχει αυξηθεί σημαντικά και έχουν εντοπιστεί συγκεκριμένες τάσεις στη χρήση τους, τόσο από τις Υπηρεσίες Διαχείρισης Έκτακτης Ανάγκης, όσο και από τους Πολίτες (Reuter et al., 2019). Για παράδειγμα κατά τη διάρκεια μιας κρίσης χρησιμοποιούνται με μεγάλη αποτελεσματικότητα, προκειμένου να διαδοθούν πιο γρήγορα κυβερνητικές οδηγίες και ενημερώσεις, να προσδιοριστούν οι περιοχές στις οποίες υπάρχουν μεγαλύτερες ανάγκες για βοήθεια και να εντοπισθεί με ποιον τρόπο και πού μπορούν να συνδράμουν εθελοντές δια ζώσης, αλλά και διαδικτυακά για τη μετάδοση πληροφοριών που παρέχονται από τις υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης (Wendling et al., 2015).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, επιτρέπουν στους χρήστες να μεταδίδουν σε άμεσο, πραγματικό χρόνο πληροφορίες και να έχουν ενεργό συμμετοχή κατά την παραγωγή ειδήσεων και ψηφιακού περιεχομένου. Κατά συνέπεια οι ειδήσεις, που αφορούν μία κρίση, μπορούν να μοιραστούν στο κοινό τη στιγμή, που αυτή εκτυλίσσεται και χωρίς τη διαμεσολάβηση δημοσιογράφων και επικοινωνιακών οργανισμών, αναβαθμίζοντας τον κεντρικό ρόλο τους στην ενημέρωση και την επικοινωνία κρίσεων και κινδύνων (Schultz et al., 2011). Επιπλέον έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν δεδομένα, που είναι γεωγραφικά ή χρονικά ανιχνεύσιμα και με αυτό τον τρόπο είναι δυνατή η παρακολούθηση της γεωγραφικής και χρονικής εξέλιξης μιας κρίσης, χάρη στο ψηφιακό

παραγόμενο περιεχόμενο, παρέχοντας στους πολίτες άμεση πρόσβαση στις πραγματικές διαστάσεις του γεγονότος τη στιγμή που διαδραματίζεται, μέσω εικόνων ή βίντεο που αναρτώνται στις σχετικές πλατφόρμες (Wendling et al., 2015).

Σε περιπτώσεις όπως εκείνες του τυφώνα Sandy το 2005 (εικ. 1) που έπληξε την Καραϊβική, του σεισμού στην Αϊτή το 2010 (εικ. 2), του σεισμού και το τσουνάμι, που ακολούθησε στην Ιαπωνία το 2011 (εικ. 3) και των δασικών πυρκαγιών στην Καλιφόρνια το 2018 (εικ. 4), τα μηνύματα, που δημιουργήθηκαν από απλούς πολίτες, χρησιμοποιήθηκαν για τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με αγνοούμενους, την επικοινωνία με τους φίλους και τις οικογένειές τους και την αναζήτηση σχετικών πληροφοριών αυτοπροστασίας, αλλά και οδηγιών, που κοινοποιούσαν οι Υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης (Reuter et al., 2017).

## 2. Μεθοδολογία

Η παρούσα μελέτη πραγματοποιήθηκε με τη μεθοδολογία των συγχρονικών μελετών (cross sectional study), και διεξήχθη από την 01η Απριλίου έως την 31η Μαΐου 2022. Ο πληθυσμός μελέτης ήταν οι κάτοικοι της Δ. Κ. Αρχαίας Ολυμπίας και των οικισμών της, οι οποίοι επλήγησαν από την δασική πυρκαγιά το καλοκαίρι του 2021.

**2.1 Στόχος:** Η μέτρηση της συχνότητας, του τρόπου χρήσης, καθώς και του βαθμού εμπιστοσύνης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε περιόδους έκτακτης ανάγκης.

### 2.2 Δείγμα - Συλλογή δεδομένων

Οι συμμετέχοντες επιλέχθηκαν με τη μέθοδο της μη τυχαίας δειγματοληψίας ευκαιρίας. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε με εθελοντική και ανώνυμη συμμετοχή, αφού είχε προηγηθεί η ενημέρωση των συμμετεχόντων για τους σκοπούς της έρευνας.

#### Κριτήρια συμπερίληψης συμμετεχόντων:

- Άτομα άνω των 18 ετών.
- Μόνιμοι κάτοικοι οικισμών του Δήμου Αρχαίας Ολυμπίας και Πύργου, οι οποίοι επηρεάστηκαν από την πυρκαγιά το καλοκαίρι του 2021.
- Να μιλούν και να κατανοούν την ελληνική γλώσσα.

#### Κριτήρια αποκλεισμού συμμετεχόντων:

- Ευάλωτα άτομα (ασθενείς με πρόβλημα στις γνωστικές λειτουργίες, στην όραση την ακοή κ.τ.λ)
- Συγκατάθεση του ερωτώμενου.
- Η απόφαση του ερωτώμενου να αποσυρθεί από την

έρευνα.

Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε ερωτήσεις που αφορούσαν: **α)** κοινωνικο-δημογραφικά δεδομένα: δέκα ερωτήσεις (10) ερωτήσεις σχετικά με: φύλο, ηλικία, τόπο διαμονής, οικογενειακή κατάσταση, επίπεδο εκπαίδευσης, επάγγελμα. Τέσσερις (04) από αυτές αφορούσαν την πρόσβαση στο διαδίκτυο και την κατοχή κινητού τηλεφώνου και **β)** δεδομένα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης : οκτώ (08) ερωτήσεις, που αφορούν τη χρήση των social media σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Χρησιμοποιήθηκε κλίμακα μέτρησης τριών (3) σημείων χρήσης των social media, ώστε να προσδιοριστεί η συχνότητα χρήσης, ο λόγος και ο βαθμός εμπιστοσύνης (Gurta & Bashir, 2018).

### 2.3 Στατιστική ανάλυση

Οι απόλυτες (N) και οι σχετικές (%) συχνότητες χρησιμοποιήθηκαν για την περιγραφή των ποιοτικών μεταβλητών. Για την ανάλυση χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS 22.0. Η έρευνα έχει λάβει

την υπ. Αριθ. Πρωτ. 35376/31-03-2022 έγκριση της Επιτροπής Ηθικής και Δεοντολογίας Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής.

### 3. Κύρια αποτελέσματα

Στη μελέτη συμμετείχαν 126 άτομα εκ των οποίων το 54% ήταν άνδρες. Η μέση ηλικία του δείγματος ήταν 43,2 έτη (SD=12,5 έτη) και το 60,3% κατοικούσε σε τοπικές κοινότητες του Δήμου Ολυμπίας. Κινητό τηλέφωνο είχε το 99,2% του δείγματος με το 80,8% αυτών να είχε “Smartphone”.

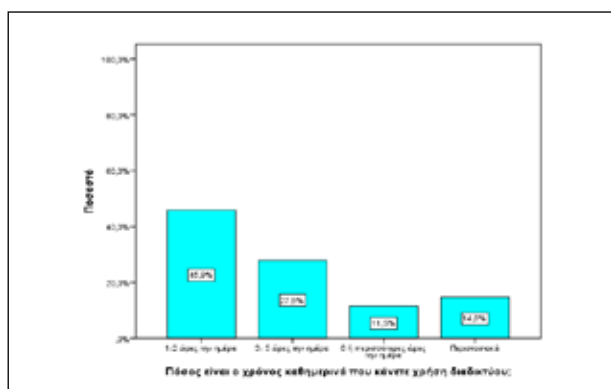
#### 3.1 Χρήση των social media

Το 96,8% είχε πρόσβαση στο διαδίκτυο και από αυτό το 45,9% έκανε 1-2 ώρες καθημερινή χρήση. Το 88,9% των συμμετεχόντων είχε λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το 50,8% σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης είχε κοινοποιήσει πληροφορίες στα social media. Από αυτούς το 38,1% είχε κοινοποιήσει τις συνθήκες που επικρατούσαν ή είχε προειδοποιήσει για έκτακτη

Πίνακας 1: Κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά και χρήση διαδικτύου

		N	%
<b>Φύλο</b>	Άντρας	68	54,0
	Γυναίκα	58	46,0
<b>Ηλικία, Μέση τιμή (SD)</b>		43,2	(12,5)
<b>Που μένετε;</b>	Δημοτική Κοινότητα Ολυμπίας	50	39,7
	Τοπικές Κοινότητες του Δήμου Ολυμπίας	76	60,3
<b>Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;</b>	Άγαμος/η	44	34,9
	Έγγαμος/η χωρίς παιδιά	8	6,3
	Έγγαμος/η με παιδιά	63	50,0
	Διαζευγμένος/η	8	6,3
	Σε διάσταση	2	1,6
	Χήρος /α	1	0,8
<b>Ποιο είναι το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει;</b>	Δημοτικό	5	4,0
	Γυμνάσιο	15	11,9
	Λύκειο	54	42,9
	ΤΕΙ-ΑΕΙ	43	34,1
	Μεταπτυχιακό /Διδακτορικό	9	7,1
<b>Επάγγελμα:</b>	Ιδιωτικός υπάλληλος	24	19,0
	Δημόσιος υπάλληλος	39	31,0
	Ελεύθερος επαγγελματίας	20	15,9
	Εργαζόμενος με μερική απασχόληση	3	2,4
	Αγρότης/κτηνοτρόφος	17	13,5
	Συνταξιούχος	8	6,3
	Οικιακά	6	4,8
	Φοιτητής	3	2,4
	Άνεργος	6	4,8
<b>Έχετε πρόσβαση στο διαδίκτυο;</b>		122	96,8
<b>Αν ναι, πόσος είναι ο χρόνος καθημερινά που κάνετε χρήση διαδικτύου;</b>	1-2 ώρες την ημέρα	56	45,9
	3- 5 ώρες την ημέρα	34	27,9
	6 ή περισσότερες ώρες την ημέρα	14	11,5
	Περιστασιακά	18	14,8
<b>Έχετε κινητό τηλέφωνο;</b>		125	99,2
<b>Αν ναι, τι είδους κινητό τηλέφωνο χρησιμοποιείτε;</b>	Κλασικό κινητό	24	19,2
	Smartphone	101	80,8



Γράφημα 1: Χρόνος Χρήσης Διαδικτύου

ανάγκη. Το 30,2% το είχε κάνει με σκοπό να ενημερώσει για να προειδοποιήσει και άλλους και το 27% το έκανε με σκοπό την ανάρτηση των φωτογραφιών. Οι συμμετέχοντες για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με τα φαινόμενα έκτακτης ανάγκης τους τελευταίους 12 μήνες χρησιμοποιούσαν πολύ έως πάρα πολύ σε ποσοστό 70,6% τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε ποσοστό 58,7% τις επίσημες ιστοσελίδες Υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης (Γ.Γ. Πολιτικής Προστασίας, Π.Σ., ΕΛ.ΑΣ., Περιφέρεια, Δήμοι). Ακόμα το 53,1% ενημερώνονταν από τηλεοπτικούς σταθμούς πανελλαδικής εμβέλειας και το 30,1% από μη κυβερνητικές διαδικτυακές ιστοσελίδες.

### 3.2 Αξιοπιστία social media

Πίνακας 2: Κοινοποίηση πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης.

	N	%
Έχετε κοινοποιήσει πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης;	64	50,8
Αν ναι, τι είδους πληροφορίες έχετε κοινοποιήσει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όσον αφορά καταστάσεις έκτακτης ανάγκης;		
Επικρατούσες συνθήκες ή προειδοποιήσεις έκτακτης ανάγκης	48	38,1
Συνθήκες δρόμου ή κυκλοφορίας	14	11,1
Τα συναισθήματά μου	11	8,7
Την τοποθεσία μου	16	12,7
Τις ενέργειες που έχω κάνει για να μείνω ασφαλής/ότι είμαι ασφαλής	7	5,6
Ενημέρωση για να προειδοποιήσω άλλους	38	30,2
Φωτογραφίες	34	27,0
Βίντεο	27	21,6

Πίνακας 3: Χρήση των μέσων ενημέρωσης ή μεσών κοινωνικής δικτύωσης και λήψη πληροφορίας σε φαινόμενα έκτακτης ανάγκης.

	Καθόλου N(%)	Λίγο N(%)	Μέτρια N(%)	Πολύ N(%)	Πάρα πολύ N(%)	Πάρα πολύ/Πολύ N(%)
Ποιο από τα παρακάτω κανάλια επικοινωνίας χρησιμοποιήσατε για τη λήψη πληροφοριών σχετικά φαινόμενα έκτακτης ανάγκης τους τελευταίους 12 μήνες; (Λήψη πληροφορίας)						
Τηλεοπτικοί σταθμοί πανελλαδικής εμβέλειας	21(16,7)	15(11,9)	23(18,3)	26(20,6)	41(32,5)	67(53,1)
Τηλεοπτικοί σταθμοί περιφερειακής εμβέλειας	44(34,9)	27(21,4)	31(24,6)	11(8,7)	13(10,3)	24(19)
Τοπικός ραδιοφωνικός σταθμός	44(34,9)	29(23)	30(23,8)	11(8,7)	12(9,5)	23(18,2)
Ραδιοφωνικοί σταθμοί πανελλαδικής εμβέλειας	38(30,2)	27(21,4)	30(23,8)	14(11,1)	17(13,5)	31(24,6)
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης	15(11,9)	7(5,6)	15(11,9)	40(31,7)	49(38,9)	89(70,6)
Επίσημες ιστοσελίδες Υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης (Γ.Γ. Πολιτικής Προστασίας, Π.Σ., ΕΛ.ΑΣ., Περιφέρεια, Δήμοι)	16(12,7)	10(7,9)	26(20,6)	28(22,2)	46(36,5)	74(58,7)
Διαδικτυακές ιστοσελίδες (μη κυβερνητικές)	29(23)	23(18,3)	36(28,6)	14(11,1)	24(19)	38(30,1)

Πίνακας 4: Αξιοπιστία καναλιών επικοινωνίας και εμπιστοσύνη των παρεχόμενων πληροφοριών.

	Καθόλου N(%)	Λίγο N(%)	Μέτρια N(%)	Πολύ N(%)	Πάρα πολύ N(%)	Πάρα πολύ/Πολύ N(%)
Θεωρείτε τα παρακάτω κανάλια επικοινωνίας αξιόπιστα και μπορείτε να εμπιστευθείτε τις πληροφορίες τους; (Αξιοπιστία - εμπιστοσύνη)						
Τηλεοπτικοί σταθμοί πανελλαδικής εμβέλειας	24(19)	25(19,8)	47(37,3)	16(12,7)	14(11,1)	30(23,8)
Τηλεοπτικοί σταθμοί περιφερειακής εμβέλειας	27(21,4)	26(20,6)	50(39,7)	16(12,7)	7(5,6)	23(18,3)
Τοπικός ραδιοφωνικός σταθμός	23(18,3)	26(20,6)	49(38,9)	17(13,5)	11(8,7)	28(22,2)
Ραδιοφωνικοί σταθμοί πανελλαδικής εμβέλειας	23(18,3)	27(21,4)	48(38,1)	19(15,1)	9(7,1)	28(22,2)
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης	18(14,3)	25(19,8)	42(33,3)	26(20,6)	15(11,9)	41(32,5)
Επίσημες ιστοσελίδες Υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης (Γ.Γ. Πολιτικής Προστασίας, Π.Σ., ΕΛ.ΑΣ., Περιφέρεια, Δήμοι)	12(9,5)	15(11,9)	42(33,3)	34(27)	23(18,3)	57(45,3)
Διαδικτυακές ιστοσελίδες (μη κυβερνητικές)	10(7,9)	8(6,3)	25(19,8)	35(27,8)	48(38,1)	83(65,9)

Το 65,9% θεωρούσε πολύ έως πάρα πολύ αξιόπιστες τις πληροφορίες που λάμβανε μέσω των μη κυβερνητικών ιστοσελίδων, το 45,3% τις πληροφορίες μέσω των επίσημων ιστοσελίδων Υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης (Γ.Γ. Πολιτικής Προστασίας, Π.Σ., ΕΛ.ΑΣ., Περιφέρεια, Δήμοι) και το 32,5% μέσω των social media. Αντίθετα καθόλου έως λίγο αξιόπιστες θεωρούσε το 42% τις πληροφορίες που λάμβανε από τηλεοπτικούς σταθμούς περιφερειακής εμβέλειας και το 38,8% είχε την ίδια άποψη για τους τηλεοπτικούς σταθμούς πανελλαδικής εμβέλειας.

**3.3 Συχνότητα χρήσης**

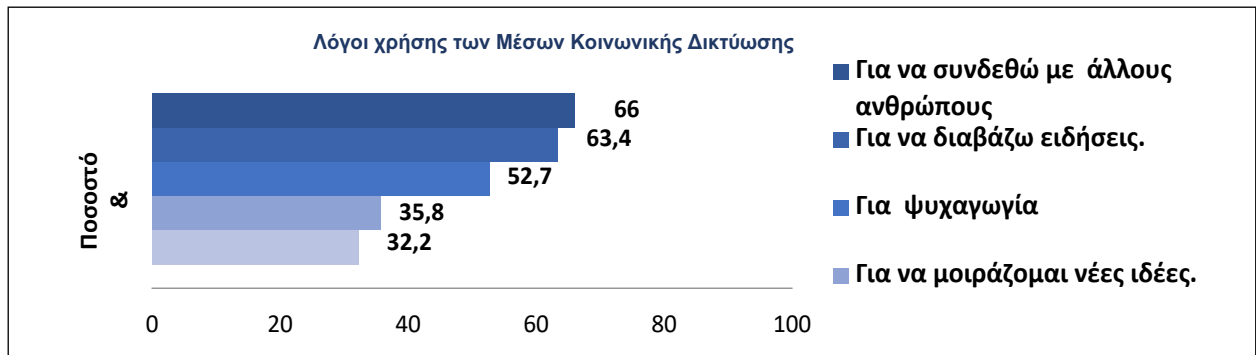
Πίνακας 5: Συχνότητα χρήσης των social media

	Καθημερινά, 1 ή και περισσότερες ώρες την ημέρα N(%)	Καθημερινά, λιγότερο από 1 ώρα την ημέρα N(%)	Τουλάχιστον 1 φορά την εβδομάδα N(%)	Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα N(%)	Ποτέ N(%)
<b>Συχνότητα χρήσης</b>					
Facebook	68(61,3)	27(24,3)	4(3,6)	1(0,9)	<b>11(9,9)</b>
YouTube	36(32,4)	21(18,9)	24(21,6)	10(9)	<b>20(18)</b>
Twitter	12(10,7)	10(8,9)	4(3,6)	5(4,5)	<b>81(72,3)</b>
Instagram	37(33)	10(8,9)	12(10,7)	6(5,4)	<b>47(42)</b>
TikTok	12(10,7)	11(9,8)	8(7,1)	5(4,5)	<b>76(67,9)</b>
Snapchat	8(7,1)	2(1,8)	5(4,5)	3(2,7)	<b>94(83,9)</b>
LinkedIn	5(4,5)	4(3,6)	6(5,4)	2(1,8)	<b>95(84,8)</b>
Viber	32(28,8)	35(31,5)	16(14,4)	10(9)	<b>18(16,2)</b>
Messenger	56(50,5)	32(28,8)	6(5,4)	3(2,7)	<b>14(12,6)</b>

Καθημερινά, μία (1) ή και περισσότερες ώρες την ημέρα χρησιμοποιούσε το “Facebook” το 61,3% του δείγματος, το “Messenger” το 50,5%, το “YouTube” το 32,4% και το “Instagram” το 33%. Καθημερινά αλλά λιγότερο από μία (1) ώρα την ημέρα το 31,5% χρησιμοποιούσε το “Viber”. Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα το 21,6% χρησιμοποιούσε το “YouTube”. Το 72,3% δεν χρησιμοποιούσε ποτέ το “Twitter”, το 83,9% το “Snapchat”, το 84,9% το “LinkedIn” και το 67,9% το “TikTok”

**3.4 Λόγοι χρήσης**

Γράφημα 2: Οι λόγοι χρήσης των social media



Πίνακας 6: Οι πληροφορίες που παρέχουν τα social media

Οι πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (socialmedia):	Διαφωνώ απόλυτα N(%)	Μάλλον διαφωνώ N(%)	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ N(%)	Μάλλον συμφωνώ N(%)	Συμφωνώ απόλυτα N(%)	Μάλλον συμφωνώ/ Συμφωνώ απόλυτα N(%)
Είναι διαθέσιμες πιο γρήγορα.	6 (5)	0 (0)	13 (10,8)	47 (39,2)	54 (45,0)	101 (84,2)
Είναι πιο προσίτες.	5(4,2)	3(2,5)	20(16,7)	51(42,5)	41(34,2)	92(76,7)
Είναι πιο αξιόπιστες.	9(7,5)	11(9,2)	62(51,7)	26(21,7)	12(10)	38(31,7)
Είναι ψευδείς.	14(11,7)	22(18,3)	66(55)	15(12,5)	3(2,5)	18(15)
Παραπληροφορούν.	17(14,2)	12(10)	59(49,2)	25(20,8)	7(5,8)	32(26,6)

Το 66% έκανε χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να συνδεθεί με άλλους ανθρώπους και το 63,4% για να ενημερωθεί και να διαβάσει ειδήσεις. Ακόμα το 52,7% τα χρησιμοποιούσε για να ψυχαγωγηθεί και το 35,8% για να μοιραστεί νέες ιδέες. Τέλος το 32,2% για να κοινοποιήσει πληροφορίες (γράφημα 2).

Όσον αφορά το περιεχόμενο των πληροφοριών, το 84,2% των συμμετεχόντων θεωρούσαν ότι οι πληροφορίες στα social media είναι διαθέσιμες πιο γρήγορα, το 76,7% ότι είναι πιο προσιτές και το 31,7% ότι είναι πιο αξιόπιστες. Το 26,6% υποστήριζε ότι παραπληροφορούν και 15% του δείγματος υποστήριζε ότι οι πληροφορίες είναι ψευδείς.

#### 4. Συζήτηση

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν σημαντικό πυλώνα επικοινωνίας και ενημέρωσης σε περιόδους έκτακτης ανάγκης σε όλο τον κόσμο. Στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στο Δήμο Αρχαίας Ολυμπίας το 96,8% των ερωτηθέντων έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο και το 88,9% έχει λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με το μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης (61,3%) να καταγράφεται στο Facebook (Bird et al., 2012; Reuter, 2017; Reuter et al., 2017; Taylor et al., 2012; Yell & Duffy, 2018; Zander et al., 2022)

Οι συμμετέχοντες χρησιμοποιούσαν πολύ έως πάρα πολύ, σε ποσοστό 70,6%, τα social media, με σκοπό τη λήψη πληροφοριών σχετικά με τα φαινόμενα έκτακτης ανάγκης τους τελευταίους 12 μήνες ενώ σε ποσοστό 53,1% ενημερωνόταν από τηλεοπτικούς σταθμούς πανελλαδικής εμβέλειας. Τα αποτελέσματα αυτά έρχονται σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της έρευνας του (Reuter, 2017), όπου τα ποσοστά είναι 47% και 67% αντίστοιχα. Διαφαίνεται ξεκάθαρα ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιλέγονται από τους ερωτηθέντες ως το πρώτο μέσο για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με φαινόμενα έκτακτης ανάγκης, εν αντιθέσει με παλαιότερες έρευνες που κυρίαρχο μέσο ήταν η τηλεόραση (Bird et al., 2012; Reuter et al., 2017; Taylor et al., 2012).

Επίσης ένας στους δύο ερωτηθέντες (50%), δήλωσαν ότι έχουν κοινοποιήσει πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης, ποσοστό διπλάσιο από αυτό της έρευνας των Reuter και Spielhofer (Reuter & Spielhofer, 2017). Τα πιο δημοφιλή θέματα προς κοινο-



ποίηση σε κατάσταση έκτακτης ανάγκης ήταν οι συνθήκες που επικρατούσαν ή οι προειδοποιήσεις για την κατάσταση της έκτακτης ανάγκης (38,1%), και οι φωτογραφίες (27%). Οι κύριοι θετικοί λόγοι για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως πηγής πληροφόρησης ήταν, ότι θεωρούνταν πιο γρήγορα (84,2%) και πιο προσιτά (76,7%) από τα συμβατικά μέσα, ποσοστά αυξημένα κατά 20% σε σχέση με τα ευρήματα της μελέτης των Reuter και Spielhofer (Reuter & Spielhofer, 2017).

Οι ερωτηθέντες θεωρούν πως οι πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παραπληροφορούν και είναι ψευδείς, σε ποσοστό 32% και 15% αντίστοιχα. Αυτά τα ευρήματα είναι παρόμοια με άλλες μελέτες, που δείχνουν τα μειονεκτήματα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην επικοινωνία έκτακτης ανάγκης, συμπεριλαμβανομένης της ενθάρρυνσης, της διάδοσης ψευδών φημών, των αντικρουόμενων πληροφοριών και της πολιτικοποίησης των γεγονότων καταστροφών (Vosoughi et al., 2018; Weber et al., 2020).

Παρόλα αυτά τα εμπόδια, θα πρέπει να ενθαρρύνεται η χρήση τους, δεδομένου ότι τα αποτελέσματα της έρευνας καταδεικνύουν υψηλά ποσοστά χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την ενημέρωση σε περιόδους έκτακτης ανάγκης.

#### 5. Συμπεράσματα - προτάσεις

Η παρούσα έρευνα, πραγματοποιήθηκε σε κατοίκους του Δήμου Αρχαίας Ολυμπίας, μετά τη δασική πυρκαγιά που εκδηλώθηκε το καλοκαίρι του 2021 και επιχειρήσει να καταγράψει τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε περιόδους έκτακτης ανάγκης. Διαπιστώθηκε ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων διαθέτουν λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στα οποία συνδέονται σε καθημερινή βάση και τα χρησιμοποιούν περισσότερο από άλλες πηγές πληροφόρησης σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών, καθώς τα θεωρούν πιο άμεσα και προσιτά στη χρήση. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θεωρούνται περισσότερο αξιόπιστα από τους τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς πανελλαδικής και τοπικής εμβέλειας και λιγότερο αξιόπιστα από τις μη κυβερνητικές ιστοσελίδες και από τις επίσημες ιστοσελίδες Υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης (Γ.Γ. Πολιτικής Προστασίας, Π.Σ., ΕΛ.Α.Σ., Περιφέρεια, Δήμοι). Ένας σημαντικός πε-





ριορισμός της παρούσας έρευνας αποτελεί το γεγονός ότι πραγματοποιήθηκε σε μικρό αριθμό συμμετεχόντων. Δεδομένου ότι διαφαίνονται σημαντικές τάσεις που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη, σε επίπεδο επικοινωνιακών στρατηγικών σε περιόδους κρίσεων, κρίνεται σκόπιμη η επέκταση των ερευνητικών ερωτημάτων σε μεγαλύτερο αντιπροσωπευτικό δείγμα του γενικού πληθυσμού, με σκοπό τη γενίκευση των αποτελεσμάτων στο γενικό πληθυσμό σε πανελλαδικό επίπεδο. Η παραπάνω πρόταση κρίνεται επιτακτικής σημασίας για την Ελλάδα, η οποία πλήττεται εκτεταμένα από πυρκαγιές και αποκτά ιδιαίτερη βαρύτητα στο πλαίσιο της επερχόμενης κλιματικής κρίσης, κατά την οποία αναμένεται αύξηση των καταστάσεων εκτάκτου ανάγκης λόγω φυσικών καταστροφών. Τέλος προτείνεται η επέκταση και διερεύνηση των ερευνητικών ερωτημάτων σε θέματα ανάπτυξης και χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τοπικές, περιφερειακές και εθνικές υπηρεσίες εκτάκτου ανάγκης με σκοπό την άμεση και αξιόπιστη ενημέρωση όλων των κατοίκων που πλήττονται από αντίστοιχες καταστροφές και τη διασφάλιση και προστασία της ζωής τους. 🙏

### Βιβλιογραφία

- Bird, D., Ling, M., & Haynes, K. (2012). Flooding Facebook - the use of social media during the Queensland and Victorian floods. *Australian Journal of Emergency Management*, 27(1), 27-33.
- Gupta, S., & Bashir, L. (2018). Social networking usage questionnaire: Development and validation in an Indian Higher Education Context. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 19(4), 214-227. <https://doi.org/10.17718/tojde.471918>
- Reuter, C. (2017). Fifteen years of social media in emergencies: A retrospective review and future directions for crisis Informatics Fifteen years of social media in emergencies : A retrospective review and future directions for crisis Informatics. September. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12196>
- Reuter, C., Kaufhold, M. A., Schmid, S., Spielhofer, T., & Hahne, A. S. (2019). The impact of risk cultures: Citizens' perception of social media use in emergencies across Europe. *Technological Forecasting and Social Change*, 148(June), 119724. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119724>
- Reuter, C., Kaufhold, M. A., Spielhofer, T., & Hahne, A. S. (2017). Social media in emergencies: A representative study on citizens' perception in Germany. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 1(CSCW). <https://doi.org/10.1145/3134725>
- Reuter, C., & Spielhofer, T. (2017). Towards social resilience: A quantitative and qualitative survey on citizens' perception of social media in emergencies in Europe. *Technological Forecasting and Social Change*, 121, 168-180. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.07.038>
- Schultz, F., Utz, S., & Göritz, A. (2011). Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media. *Public Relations Review*, 37(1), 20-27. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.12.001>
- Taylor, M., Wells, G., Howell, G., & Raphael, B. (2012). The role of social media as psychological first aid as a support to community resilience building. A Facebook study from "Cyclone Yasi Update." *Australian Journal of Emergency Management*, 27(1), 20-26.
- Vosoughi, S., Deb, R., & Aral, S. (2018). False news is big news. MIT Initiative on the Digital Economy Research Brief, 359(6380), 1146-1151. <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017 IDE Research Brief False News.pdf>
- Weber, D., Nasim, M., Falzon, L., & Mitchell, L. (2020). #ArsonEmergency and Australia's "Black Summer": Polarisation and Misinformation on Social Media. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 12259 LNCS(April), 159-173. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-61841-4\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-030-61841-4_11)
- Wendling, C., Radisch, J., & Jacobzone, S. (2015). OECD Working Papers on Public Governance No. 24: The use of social media in crisis communication. 24, 75-108.
- Yell, S., & Duffy, M. (2018). Community empowerment and trust: Social media use during the Hazelwood mine fire. *Australian Journal of Emergency Management*, 33(2), 66-70.
- Zander, K. K., Sibarani, R., Lassa, J., Nguyen, D., & Dimmock, A. (2022). How do Australians use social media during natural hazards? A survey. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 81(April), 103207. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.103207>