

ΔΡΑΣΗ ΕΘΝΙΚΗΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ

ΕΡΕΥΝΩ - ΔΗΜΙΟΥΡΓΩ - ΚΑΙΝΟΤΟΜΩ

«ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ» (ΕΠΑνΕΚ)
Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα
Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία (ΕΥΔ ΕΠΑνΕΚ)
Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης και Εφαρμογής Δράσεων στους τομείς
Έρευνας, Τεχνολογικής Ανάπτυξης και Καινοτομίας
(ΕΥΔΕ ΕΤΑΚ)

**ΕΡΓΟ: Ολοκληρωμένη Πλατφόρμα Blockchain και Έξυπνη Έφαρμολή
Κινητής Συσκευής στη Μάχη Ενάντια στη Σπατάλη Τροφίμων προς
Όφελος των Επισιτιστικά Ανασφαλών Πολιτών**

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΡΓΟΥ: Τ2ΕΔΚ- 05051

ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ

Π20: Σενάριο Πιλοτικής Εφαρμογής

Διάρκεια Έργου	30/11/2021 ως 29/11/2023
Ημερομηνία Παράδοσης	30/11/2023
Υπεύθυνος Παραδοτέου:	ΕΜΠ
Επίπεδο Διάχυσης:	Ιδιωτικό
Τρέχουσα Κατάσταση Παραδοτέου:	Τελικό προς έλεγχο
Έκδοση:	Π20 F
Ιστοσελίδα Έργου:	https://blockfoodwaste.eu/

ΦΟΡΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ:



Cyclefi



isMOOD

ΑΘΗΝΑ

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2023

Περιεχόμενα

1. Σύνοψη προς τη Διαχειριστική Αρχή (Executive Summary).....	5
2. Σχέδιο Εθνογραφικής Έρευνας	6
2.1. Εισαγωγή.....	6
2.2. Ερευνητικοί Στόχοι Εθνογραφικής Έρευνας & Ερευνητικές Ερωτήσεις	7
2.2.1. Τι είναι τα απορρίμματα τροφίμων;	7
2.2.2. Πώς βιώνουν οι άνθρωποι τη σπατάλη τροφίμων και πώς νιώθουν για τη διαχείριση των απορριμμάτων τροφίμων;	7
2.2.3. Ποιες είναι οι πρακτικές σχετικά με τα απορρίμματα τροφίμων και την αναδιανομή των απορριμμάτων τροφίμων;	8
2.2.4. Ποιοι είναι οι (ψηφιακοί) κόσμοι που δημιουργούνται γύρω από την αναδιανομή των απορριμμάτων τροφίμων;	8
2.2.5. Σπατάλη τροφίμων, ταυτότητα, ηθική & περιβάλλον;	9
2.3. Μεθοδολογία Εθνογραφικής Έρευνας	9
2.3.1. Εθνογραφική επιτόπια έρευνα (multi-sited ethnographic fieldwork).....	9
2.3.2. Συμμετοχική παρατήρηση	10
2.3.3. Ανθρωπολογία των αισθήσεων	10
2.3.4. Συνεντεύξεις.....	11
2.3.5. Ψηφιακή εθνογραφία	11
2.3.6. Άλλο υλικό.....	13
2.4. Πεδίο Έρευνας.....	13
2.4.1. Η πόλη της Αθήνας & οι κοινωνικές τάξεις.....	13
2.4.2. Εθνογραφία στην πόλη μας	14
2.4.3. Ηθική	15
2.5. Δείγματα Ερωτήσεων Συνέντευξης.....	15
2.5.1. Ερωτήσεις σχετικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης & των εφαρμογών που σχετίζονται με τη γαστρονομία	15
2.5.2. Ερωτήσεις σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων.....	16
2.5.3. Ερωτήσεις σχετικά με τη διαχείριση των απορριμμάτων τροφίμων	16
3. Σενάριο Χρήσης Πιλοτικής Εφαρμογής	17

3.1.	Βασικές Παράμετροι Πιλοτικού	17
3.2.	Σενάριο Χρήσης.....	18
4.	Συμπεράσματα	21

Περιεχόμενα Σχημάτων

Δεν βρέθηκαν καταχωρήσεις πίνακα εικόνων.

1. Σύνοψη προς τη Διαχειριστική Αρχή (Executive Summary)

Το παρόν παραδοτέο περιλαμβάνει τον σχεδιασμό των εργασιών που θα λάβουν χώρα στο πλαίσιο της πιλοτικής αξιολόγησης της αναπτυχθείσας εφαρμογής του έργου. Με βάση τα αποτελέσματα των **Παραδοτέων Π9, Π10 και Π11** για τη διεύθυνση της έννοιας και των αξιών που σχετίζονται με τη σπατάλη τροφίμων στα κοινωνικά μέσα που κατέδειξαν μάλλον περιορισμένη εξάπλωση της συζήτησης σχετικά με το θέμα από μεμονωμένους αλλά και εταιρικούς χρήστες των κοινωνικών μέσων και με δεδομένο το μικρό χρονικό διάστημα (λόγω της εξάμηνης υποχρεωτικής μείωσης της διάρκειας του έργου, από τη διαχειριστική αρχή) που το έργο είχε στη διάθεση του για να διενεργήσει το πιλοτικό μικρής κλίμακας που προδιαγράφεται στο τεχνικό παράρτημα, η ομάδα έργου αποφάσισε να επεκτείνει την μελέτη πεδίου, πέραν του πιλοτικού, διενεργώντας εθνογραφική έρευνα που έλαβε χώρα στην Αθήνα και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από τον Αύγουστο έως τον Νοέμβριο του 2023. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής θα δράσουν συνδυαστικά με τα αποτελέσματα της εφαρμογής του πιλοτικού σεναρίου χρήσης, δίνοντας μια πιο καθαρή εικόνα για τις προοπτικές που έχει η περαιτέρω αξιοποίηση της εφαρμογής και μετά το τέλος του έργου, ενώ θα δώσει και χρήσιμα insights σχετικά με πιθανές επεκτάσεις της λειτουργικότητας της εφαρμογής και εναλλακτικές μεθόδους προώθησης της ανάλογα με τις περσόνες και τα δημογραφικά κοινά που θα αναγνωρίσει η εθνογραφική έρευνα.

Ως εκ τούτου, στη δεύτερη ενότητα του παρόντος παραδοτέου δίνεται η προδιαγραφή της εθνογραφικής έρευνας στην οποία παρουσιάζονται τα κύρια ερευνητικά της ερωτήματα, θέτοντας το ερευνητικό πλαίσιο γύρω από το φαινόμενο της σπατάλης τροφίμων. Ο σχεδιασμός της εθνογραφικής έρευνας, υλοποιήθηκε πλήρως και τα αποτελέσματα του παρουσιάζονται στο **Παραδοτέο Π21**, μαζί με τα αποτελέσματα της πιλοτικής εφαρμογής του σεναρίου χρήσης.

Το σενάριο χρήσης της πιλοτικής εφαρμογής, παρουσιάζεται στην τρίτη και τελευταία ενότητα του παρόντος παραδοτέου. Τα αποτελέσματα της πιλοτικής εφαρμογής, δίνονται και αυτά στο **Παραδοτέο 21**.

2. Σχέδιο Εθνογραφικής Έρευνας

Στόχος της έρευνας, το σχέδιο της οποίας παρουσιάζεται στη συνέχεια, είναι η εκπόνηση συμπερασμάτων για τις βασικές πολιτισμικές αξίες, δυναμικές και τα κίνητρα που διαμορφώνουν και διαμορφώνονται από την ελληνική κουλτούρα, καθώς και τις συμπεριφορές και πρακτικές που λαμβάνουν χώρα στη βιομηχανία τροφίμων, στις υπηρεσίες εστίασης, καθώς και στα Αθηναϊκά νοικοκυριά. Μέσα από την εθνογραφική μελέτη πεδίου που διενεργεί, η έρευνα θέλει να παρουσιάσει τους τρόπους ανταλλαγής πληροφοριών σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων και τις κοινωνικές ομάδες που δημιουργούνται γύρω από αυτή, καθώς οι πολίτες συνεργάζονται και συμμετέχουν σε ενέργειες για την πρόληψη και τη διαχείριση των απορριμμάτων τροφίμων. Τα αποτελέσματα της έρευνας, επιθυμούν να τονίσουν τη σημασία της κουλτούρας και των καθημερινών εμπειριών στην κατανόηση και αντιμετώπιση παγκόσμιων ζητημάτων, όπως αυτό της σπατάλης τροφίμων που πραγματεύεται το έργο BLOCKFOODWASTE.

2.1. Εισαγωγή

Τον Αύγουστο του 2023, ένας χρήστης έγραψε ένα tweet που πυροδότησε μια μικρή συζήτηση στο Twitter, λαμβάνοντας 181,8 χιλιάδες προβολές και εκατοντάδες απαντήσεις. Το tweet ήταν : *«Έκαναν 500€ λογαριασμό χτες, 10 άτομα Λιβανέζοι και ήθελαν ότι περίσσεψε να το πάρουν πακέτο. Πήραν δύο σαλάτες, δύο κοτόπουλα φιλέτα, τα τζατζίκια και όλες τις τηγανίτες πατάτες απ' όλα τα πιάτα. Έτσι για να μάθεις τα μυστικά. Όχι της επιτυχίας, της τσιγκουνιάς.»*

Αρκετοί χρήστες ασχολήθηκαν με πάθος με το ζήτημα, και πολλές από τις απαντήσεις τους αφορούν το πρόβλημα της σπατάλης τροφίμων. Ένας χρήστης παρέθεσε μια έκθεση του ΟΗΕ (United Nations, n.d.), ένας άλλος έγραψε:

«Αυτό δεν είναι τσιγκουνιά. Αυτό είναι συνετή συμπεριφορά. Αντιθέτως, το να πετάς φαγητό που πλήρωσες αλλά δεν έφαγες επειδή "έχεις λεφτά" εκτός από την καφρίλα είναι πρωτίστως νεοελληνικός κλαρινοελιτισμός».

Κάποιος άλλος έγραψε επίσης: *«Το να πετάξω στα σκουπίδια φαγητό μου το θεωρώ αδιανόητη αμαρτία!»*

Λίγες μέρες αργότερα, σε μια ταβέρνα και καθώς ετοιμαζόμασταν να τακτοποιήσουμε τον λογαριασμό, η ανθρωπολόγος της ομάδας μας ρώτησε τους συνδαιτημόνες της αν θα ήθελαν να πάρουν στο σπίτι το κρέας που είχε περισσέψει στο τραπέζι τους. *«Εννοείται πως όχι»*, ήταν η απάντηση που έλαβε. *«Θεωρώ ότι είναι φτωχομπινές αυτός που θα πάρει το φαγητό που έχει περισσέψει στο εστιατόριο στο τραπέζι του»*, είπε κάποιος άλλος. *«Είναι ξεφτίλα. Το θεωρώ υποτιμητικό. Γιατί δεν πεινάω, αν πείναγα κ είχα δυο παιδιά να θρέψω ότι το έπαιρνα. Ο μετανάστης θα το έπαιρνε».*

Είναι ταπεινωτική ή αμαρτία η σπατάλη φαγητού; Πώς ο «κλαρινοελιτισμός», ο «φτωχομπινές» και άλλες φαντασιακές εικόνες δημιουργούνται γύρω από αυτούς που «καταναλώνουν» τα

σκουπίδια; Οι Έλληνες νοιάζονται για το φαγητό που πάει χαμένο, και τι είναι αυτό που κάνει την τροφή να θεωρείται σκουπίδι;

Αυτή η μελέτη παρουσιάζει και αναλύει κριτικά τις πολιτισμικές αξίες, τη δυναμική, τα κίνητρα και τις συμπεριφορές γύρω από τα απορρίμματα τροφίμων, καθώς και το ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διαμόρφωση αυτών. Αναλύει τους τρόπους ανταλλαγής πληροφοριών, αλλά και τις κοινωνικές ομάδες, συνεργασίες και τρόπους δράσης που δημιουργούνται γύρω από τη σπατάλη τροφίμων, είτε δια ζώσης είτε διαδικτυακά. Με αυτόν τον τρόπο συμβάλλει στο να αναδείξει το ρόλο των πολιτισμικών αξιών στη διαμόρφωση αντιλήψεων και πρακτικών σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων και τη διαχείριση των απορριμμάτων, σε μια εποχή που κυριαρχείται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εντός της οποίας καλείται να αποκτήσει 'πιστούς' χρήστες η εφαρμογή κινητής συσκευής του έργου.

2.2. Ερευνητικοί Στόχοι Εθνογραφικής Έρευνας & Ερευνητικές Ερωτήσεις

Η εθνογραφική έρευνα ξεκινά με την αναζήτηση των πολιτισμικών διαδικασιών σύμφωνα με τις οποίες ένα συστατικό μπορεί να είναι τροφή ή απόρριμμα. Αναζητούμε ποιος είναι ο ρόλος της κουλτούρας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όταν σκεφτόμαστε τη σπατάλη τροφίμων και ποιες είναι οι αφηγήσεις γύρω από τη σπατάλη τροφίμων. Εστιάζουμε στο ρόλο των αξιών, της κουλτούρας και των τοπικών εμπειριών στη διαμόρφωση συμπεριφορών, στάσεων και πρακτικών σχετικά με τα απορρίμματα τροφίμων. Εξετάζουμε τις αφηγήσεις που απεικονίζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις κοινωνικές ομάδες που δημιουργούνται γύρω από τη σπατάλη τροφίμων – και τη διαχείριση αυτής. Τέλος θέτουμε ερωτήματα για το πώς οι αναζητήσεις αυτές γίνονται τόποι για τη διαπραγμάτευση μεγαλύτερων ιδεών γύρω από την ατομική και συλλογική ταυτότητα, την ηθική και τη βιωσιμότητα του πλανήτη.

Πιο συγκεκριμένα, η παρούσα μελέτη αναζητά και δίδει κάποιες απαντήσεις γύρω από τα ερευνητικά ερωτήματα και θέματα που περιγράφονται στις επόμενες υποενότητες.

2.2.1. Τι είναι τα απορρίμματα τροφίμων;

Πώς οι άνθρωποι ορίζουν και αποφασίζουν τι θα ταξινομήσουν ως απόρριμμα; Τι καθιστά τα τρόφιμα μη βρώσιμα (μετατρέποντάς τα σε απορρίμματα) και ποιοι είναι οι πολιτισμικοί μηχανισμοί που διαμορφώνουν αυτές τις διαδικασίες; Πώς το σώμα, μέσω των αισθήσεων, γίνεται ο χώρος για τις διαπραγματεύσεις για τα απορρίμματα τροφής, δημιουργώντας φραγμούς βρώσιμου/μη βρώσιμου;

2.2.2. Πώς βιώνουν οι άνθρωποι τη σπατάλη τροφίμων και πώς νιώθουν για τη διαχείριση των απορριμμάτων τροφίμων;

Πώς συνδέονται οι εμπειρίες γύρω από τα απορρίμματα τροφίμων με την αισθητική της κατανάλωσης και της σπατάλης; Πώς διαμορφώνονται τα κίνητρα, οι αξίες, οι συμπεριφορές σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων και τη διαχείριση τους; Πώς γίνονται αυτές οι διαπραγματεύσεις στον ψηφιακό κόσμο; Πώς η αντιμετώπιση ή η μείωση της σπατάλης

τροφίμων εμπλέκεται με ανησυχίες σχετικά με τη βιωσιμότητα του πλανήτη και ποιος ο ρόλος των κοινωνικών τάξεων στις διαδικασίες αυτές;

Πώς τα απορρίμματα τροφίμων μετατρέπονται από ιδιωτική υπόθεση (σκουπίδια) σε δημόσια και κοινωνική υπόθεση μέσω της αναδιανομής ή μοιρασιάς τους; Πώς διάφοροι παράγοντες (επιχειρήσεις, ΜΚΟ, κυβερνήσεις, μέσα κοινωνικής δικτύωσης) διαμορφώνουν συμπεριφορές και πρακτικές σχετικά με τα απορρίμματα τροφίμων; Ποιες είναι οι τοπικές ευαισθησίες και οι πολιτισμικές αξίες γύρω από τα απορρίμματα τροφίμων; Πώς συνδέονται με την έννοια της αξιοπρέπειας στην Ελλάδα; Αποτελεί η έννοια της αξιοπρέπειας πιθανό εμπόδιο στη συμμετοχή σε ενέργειες διαχείρισης ή αναδιανομής των απορριμμάτων τροφίμων και της χρήσης της εφαρμογής BLOCKFOODWASTE; Μπορούν τα απορρίμματα να αποκτήσουν κοινωνική αξία και ποιος είναι ο ρόλος των σεφ, των υπευθύνων χάραξης πολιτικής ή άλλων στην αλλαγή των αντιλήψεων σχετικά με το φαγητό και τη σπατάλη τροφίμων;

Ποιες είναι οι αναπαραστάσεις των απορριμμάτων στην ελληνική γαστρονομία, στα μέσα ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης; Ποιες είναι οι ψηφιακές σχέσεις που δημιουργούνται γύρω από τα απορρίμματα τροφίμων; Πώς (ανα)διαμορφώνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τις πολιτισμικές διατροφικές παραδόσεις;

2.2.3. Ποιες είναι οι πρακτικές σχετικά με τα απορρίμματα τροφίμων και την αναδιανομή των απορριμμάτων τροφίμων;

Πώς και γιατί τα απορρίμματα γίνονται μέρος καθημερινών πρακτικών; Ποιες είναι οι κοινωνικοπολιτισμικές και ηθικές πρακτικές γύρω από το κοινωνικά υποκινούμενο «γούστο» στη διαμόρφωση συμπεριφορών γύρω από την κοινή χρήση απορριμμάτων τροφίμων;

Πώς η ψηφιακή τεχνολογία δημιουργεί νέους τρόπους διαχείρισης ή αναδιανομής των απορριμμάτων τροφίμων; Πώς διαμορφώνεται η επικοινωνία μεταξύ ατόμων και επιχειρήσεων τροφίμων με την ψηφιακή τεχνολογία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Ποιες είναι οι τρέχουσες πρακτικές διοχέτευσης των απορριμμάτων τροφίμων, τόσο δια ζώσης όσο και διαδικτυακά;

2.2.4. Ποιοι είναι οι (ψηφιακοί) κόσμοι που δημιουργούνται γύρω από την αναδιανομή των απορριμμάτων τροφίμων;

Είναι ορατή η σπατάλη τροφίμων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή αυτά επικεντρώνονται στις πιο ευχάριστες πτυχές της γαστρονομίας; Ποιες είναι οι ψηφιακές πλατφόρμες επικοινωνίας και δημιουργίας κοινωνικών ομάδων γύρω από τα απορρίμματα τροφίμων;

Η ψηφιακή τεχνολογία φέρνει κοντά τους ανθρώπους ή τους χωρίζει; Είναι η αναδιανομή των απορριμμάτων τροφής μεταξύ αγνώστων μια δραστηριότητα που φέρνει κοντά διαφορετικές κοινωνικές ομάδες ανθρώπων; Ποιες είναι αυτές οι κοινωνικές ομάδες που συγκεντρώνονται και δημιουργούνται γύρω από τα απορρίμματα τροφίμων και την αναδιανομή τους; Ποιες είναι οι ευρύτερες κοινωνικές διαδικασίες μέσω των οποίων οι άνθρωποι συνδέονται μεταξύ τους

γύρω από τα απορρίμματα τροφίμων; Πώς συνδυάζεται η ψηφιακή τεχνολογία με τις κοινωνικές σχέσεις που δημιουργούνται γύρω από την τροφή;

Έχει η ψηφιακή τεχνολογία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γύρω από την αναδιανομή των απορριμμάτων τροφίμων οδηγήσει σε διευρυνόμενα ταξικά όρια, υπερβαίνοντας τις ταξικές δομές στην καθημερινή ζωή;

2.2.5. Σπατάλη τροφίμων, ταυτότητα, ηθική & περιβάλλον;

Είναι τα απορρίμματα τροφίμων αόρατα ή κρυμμένα στη γαστρονομία και στο δημόσιο πεδίο γενικότερα;

Πώς συγκρούονται οι εικόνες των απορριμμάτων τροφίμων με τις αφηγήσεις για μια ατελείωτη πείνα για περισσότερα υλικά αγαθά στον σύγχρονο δυτικό κόσμο; Τι αντιπροσωπεύουν τα απορρίμματα τροφίμων σε κοινωνικό επίπεδο; Πώς συνδέονται με ιδέες γύρω από τη βρωμιά, την υγιεινή και ασφάλεια των τροφίμων, τον κίνδυνο, την ανάγκη, την έλλειψη επιλογής στη διατροφή, τη δημιουργία περιθωριοποιημένων σωμάτων; Πώς οι πρακτικές του σώματος και των αισθήσεων διαπραγματεύονται ένα βιώσιμο σύστημα διαχείρισης τροφίμων; Ποια είναι τα αντιληπτά οικονομικά οφέλη (διαχείριση φυσικών πόρων, οικονομία), κοινωνικά οφέλη (οικοδόμηση νέων κοινωνικών σχέσεων) και περιβαλλοντικά οφέλη από τη διαχείριση και αναδιανομή των απορριμμάτων τροφίμων;

Πώς η διαχείριση και μοιρασιά των απορριμμάτων τροφίμων γίνεται τόπος διαπραγμάτευσης γενικότερων ιδεών γύρω από την ταυτότητα, τη βιωσιμότητα του πλανήτη και τις σχέσεις του ανθρώπου με την τροφή;

Σε αυτά τα πολύ σημαντικά για το έργο αλλά και το μέλλον της εφαρμογής του έργου BLOCKFOODWASTE, φιλοδοξεί να δώσει απαντήσεις η εν λόγω έρευνα η οποία θα δράσει σε συνδυασμό με την πιλοτική εφαρμογή του σεναρίου χρήσης με σκοπό να το ενισχύσει. Στην επόμενη ενότητα περιγράφεται η μεθοδολογία της έρευνας τα αποτελέσματα της οποίας παρατίθενται στο **Παραδοτέο Π21**.

2.3. Μεθοδολογία Εθνογραφικής Έρευνας

Για τη μελέτη αυτή πραγματοποιήθηκε εθνογραφική επιτόπια έρευνα (συμμετοχική παρατήρηση και δια ζώσης συνεντεύξεις) και ψηφιακή εθνογραφία (ανάλυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, χαρτογράφηση των σχετικών ψηφιακών πλατφορμών). Επικεντρωθήκαμε στην Αθήνα και την Ελλάδα, και στις συμπεριφορές, τις αξίες και τις πρακτικές γύρω από τη σπατάλη τροφίμων. Στη συνέχεια παρουσιάζεται μια λεπτομερής περιγραφή των μεθόδων που χρησιμοποιήθηκαν για αυτή τη μελέτη.

2.3.1. Εθνογραφική Επιτόπια Έρευνα

Από τον Αύγουστο του 2023 έως τον Νοέμβριο του 2023, η επιτόπια έρευνά μας έλαβε χώρα σε διάφορους χώρους και σε αλληλεπιδράσεις με Αθηναίους με διάφορους τρόπους. Για να διατηρηθούν τα προσωπικά τους δεδομένα, όλα τα ονόματα που παρουσιάζονται εδώ είναι

ψευδώνυμα. Η επιλογή αυτής της εθνογραφίας πολλαπλών τοποθεσιών (multi-sited ethnographic fieldwork) (Marcus, 1995) έγινε για να γίνει δυνατή η εξερεύνηση των αντιλήψεων γύρω από τα απορρίμματα τροφίμων, όπως αυτές εμφανίζονται σε διαφορετικούς χώρους: σε καταστήματα λιανικής πώλησης τροφίμων και εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας, σε νοικοκυριά της εργατικής τάξης και προάστια ανώτερων κοινωνικών στρωμάτων. Και παρόλο που τα δεδομένα που συλλέχθηκαν, δεδομένου του εύρους και της διάρκειας του έργου δεν αντιπροσωπεύουν το σύνολο της ελληνικής κοινωνίας, εμβαθύνοντας σε αυτές τις επιμέρους αφηγήσεις μπορούμε να κατανοήσουμε βαθύτερα τις πολιτισμικές αξίες γύρω από τη σπατάλη τροφίμων, τους τρόπους ανταλλαγής πληροφοριών και τις εμπλεκόμενες κοινωνικές ομάδες. Η συγκέντρωση αυτού του υλικού είναι εξαιρετικά χρήσιμη καθώς φωτίζει τις δυναμικές, τα κίνητρα και τις συμπεριφορές που υποστηρίζουν ή απορρίπτουν πρωτοβουλίες και κοσμοθεωρίες γύρω από τη δημιουργία και διαχείριση της σπατάλης τροφίμων. Ως εκ τούτου, στόχος της μελέτης αυτής είναι να απεικονισθούν μερικά από τα πιο σημαντικά στοιχεία και διαδικασίες, να παρουσιαστούν οι διαφορετικές φωνές και να φωτιστούν οι στιγμές που οι αφηγήσεις συγκλίνουν ή διαφέρουν.

2.3.2. Συμμετοχική Παρατήρηση

Κατά τη διάρκεια της συμμετοχικής παρατήρησης (participant observation), τους μήνες της έρευνας η ανθρωπολόγος της ομάδας μας έλαβε μέρος σε διάφορα γεύματα και δείπνα με διάφορες ομάδες Αθηναίων. Ενώ μοιράζονταν το φαγητό, παρατηρούσε και συμμετείχε στις αλληλεπιδράσεις των συνδαιτημόνων, αλλά και στις αλληλεπιδράσεις τους με τα μέλη του προσωπικού του εστιατορίου, εστιάζοντας στα υπολείμματα τροφής στο τραπέζι και στη σπατάλη τροφίμων γενικότερα. Με τη συμμετοχική παρατήρηση, η ανθρωπολόγος είναι παρούσα σε γεγονότα και συμπεριφορές στις οποίες δεν θα είχε πρόσβαση διαφορετικά: *«Είναι αδύνατο να φανταστεί κανείς έναν εντελώς άγνωστο να μπαίνει σε μια αίθουσα τοκετού και να είναι ευπρόσδεκτος να παρακολουθήσει το γεγονός ή να του επιτραπεί να εξετάσει τα ζωτικά αρχεία μιας κοινότητας»* (Bernard, 1995, σελ. 141). Κατά τη διάρκεια αυτών των συναθροίσεων, ακολουθήθηκε επίσης η μεθοδολογία *charlas culinarias* της Abarca (2007, 2004) και χρησιμοποιώντας ελεύθερες συζητήσεις γύρω από το τραπέζι του εστιατορίου συγκεντρώθηκαν γαστρονομικές ιστορίες γύρω από τα απορρίμματα φαγητού, αλλά επίσης και γύρω από τις κοσμοθεωρίες και την ιδεολογία των ανθρώπων.

2.3.3. Ανθρωπολογία των Αισθήσεων

Βασιζόμενοι σε μια ανθρωπολογία των αισθήσεων, παρατηρούμε τη λεκτική και μη λεκτική επικοινωνία γύρω από την κατανάλωση της τροφής. Δίνοντας προσοχή στα μη λεκτικά στοιχεία κατά τη διάρκεια αυτών των γευμάτων, διερευνώντας το «να γνωρίζω πώς» σε αντίθεση με το «να γνωρίζω ότι» (Ryle, 1963), στοχεύουμε στο να αποφύγουμε *«να μειώσουμε αυτά που ξέρουν οι άνθρωποι σε αυτά που λένε»* (Harris, 2007, σελ. 13). Το φαγητό με τις υλικές και συμβολικές του εκφάνσεις αποτελεί ιδανικό μέσο για αυτήν την έρευνα. Ως εκ τούτου, εμβαθύνουμε στις ατομικές πράξεις και τις κοινωνικές σχέσεις και χτίζουμε πάνω στα μη

λεκτικά στοιχεία και τις αισθήσεις, που ξεδιπλώνουν την ποικιλομορφία της ανθρώπινης συμπεριφοράς. Χρησιμοποιείται λοιπόν μια ανθρωπολογία των αισθήσεων για να μας βοηθήσει να αποκαλύψουμε τα διάφορα νοήματα: χρησιμοποιείται το σώμα και οι αισθήσεις, αλλά επίσης η παρατήρηση και οι συζητήσεις σχετικά με τις αισθήσεις των συνομιλητών μας ως τρόποι κατανόησης του κόσμου και διαμόρφωσης ατομικών ταυτοτήτων ως προς το φαγητό και τα απορρίμματα. Στην ανάλυση που ακολουθεί αντλούνται ιδέες από την «sensuous scholarship» του Stoller (2010), την «sensory anthropology» των Howes and Classen (2013) και την «sensory ethnography» της Pink (2009). Με τις μεθόδους αυτές, φτάνει κανείς σε μια βαθύτερη κατανόηση του κόσμου. Εξάλλου, ο τρόπος με τον οποίο κατασκευάζουμε και κατανοούμε τους αισθητηριακούς κόσμους διαμορφώνεται από την κουλτούρα και έχει κοινωνική αξία (Howes and Classen, 2013), ειδικά όταν μιλάμε για τα όρια του τι είναι βρώσιμο στην επιλογή της κατανάλωσης ή της απόρριψης της τροφής.

2.3.4. **Συνεντεύξεις**

Για αυτό το έργο πραγματοποιήθηκαν επίσης ημιδομημένες συνεντεύξεις και διάφορες συζητήσεις με ιδιοκτήτες καταστημάτων λιανικής πώλησης τροφίμων και τους υπαλλήλους τους (ντελικάτεσεν, αρτοποιεία, ζαχαροπλαστεία, μανάβικα) καθώς και ιδιοκτήτες εστιατορίων και σεφ σε διάφορες αθηναϊκές γειτονιές. Πραγματοποιήθηκαν επίσης ημιδομημένες συνεντεύξεις με Αθηναίους όλων των κοινωνικών τάξεων, των οποίων τα κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά παρουσιάζονται στη συνέχεια, διατηρώντας πάντα την ανωνυμία τους. Συνολικά οι συνεντεύξεις έγιναν σε 2 μικρά καταστήματα τροφίμων, 2 εστιατόρια, 1 ξενοδοχείο με 5 εστιατόρια, 2 φούρνους, 2 μανάβικα και με 10 Αθηναίους. Ακολουθήθηκε επίσης η μεθοδολογία των «food-centred life histories» της Carole Counihan (2004), που χρησιμοποιεί το φαγητό ως μέσο παρατήρησης και ανάλυσης των κοινωνικών αλλαγών. Στόχος είναι να κατανοηθούν καλύτερα οι κοινωνικές αλλαγές στις αντιλήψεις σχετικά με τα απορρίμματα τροφίμων, αλλά και οι νέες εμπειρίες των ανθρώπων με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σε έναν κόσμο στον οποίο η ψηφιακή τεχνολογία αποτελεί μεγάλο μέρος.

2.3.5. **Ψηφιακή Εθνογραφία**

Στη μελέτη αυτή, ορίζουμε το ψηφιακό «όπως βρίσκεται στους καθημερινούς κόσμους» (Pink et al., 2016, σελ. 2) και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής (Miller et al., 2016). Ακολουθούμε τους Pink et al. (2016, βλ. επίσης Horst and Miller, 2012; Lupton, 2014) ρωτώντας πώς το ψηφιακό γίνεται μέρος στον υλικό, αισθητηριακό και κοινωνικό κόσμο που κατοικούν οι άνθρωποι. Ξεφεύγοντας από τα χαρακτηριστικά ή τη χρήση των μέσων, επικεντρωνόμαστε σε αυτές τις δραστηριότητες στις οποίες χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα, κατανοώντας το ψηφιακό «ως μέρος κάτι ευρύτερου». Πιο συγκεκριμένα, διερευνώνται τόσο οι επιπτώσεις όσο και οι συνέπειες της παρουσίας των ψηφιακών μέσων στην καθημερινή ζωή των συνομιλητών μας. Για παράδειγμα εξετάζονται οι λογαριασμοί των σεφ που δραστηριοποιούνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,

και ζητούμε να μας καλέσουν στη δική τους ψηφιακή ζωή και να μοιραστούν μαζί μας τις στάσεις τους απέναντι στους ψηφιακούς κόσμους που οι ίδιοι κατοικούν.

Εστιάζουμε επίσης στις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και εμβαθύνουμε στη σχέση μεταξύ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της σπατάλης τροφίμων, σε μια «διαδικτυακή παρατήρηση των συμμετεχόντων». Παρατηρούμε αυτό που οι Pink et al αποκαλούν «κοινωνικότητα με νήματα», μια μορφή κοινωνικότητας που απαντάται στο διαδίκτυο με μοναδικά χαρακτηριστικά, όπως η δημόσια εγγύτητα και οικειότητα που αναλύουμε στην επόμενη ενότητα (Pink et al., 2016). Μια τέτοια ψηφιακή προσέγγιση είναι χρήσιμη καθώς παρέχει πρόσβαση σε τρόπους γνώσης για ψηφιακούς κόσμους που διαφορετικά θα μας ήταν άγνωστοι (Pink et al., 2016, βλ. επίσης de Solier, 2018): Το υλικό που συλλέγεται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρει πληροφορίες για τις αξίες και οι πεποιθήσεις γύρω από πράγματα που έχουν σημασία για τους ψηφιακούς συνομιλητές μας, αλλά προβάλλει επίσης τις καθημερινές πρακτικές και κοινωνικές συνδέσεις, όπως αυτές εμφανίζονται σε διάφορους ψηφιακούς χώρους.

Η ψηφιακή εθνογραφία επικεντρώνεται στην αναζήτηση hashtag και λέξεων-κλειδιών που εμπεριέχουν τον όρο «σπατάλη τροφίμων». Η αναζήτηση γίνεται σε διάφορες πλατφόρμες και φόρουμ κοινωνικής δικτύωσης (Twitter, Instagram κλπ). Η ανάλυση κειμένου στα ψηφιακά μέσα εστιάζει στο Twitter ακολουθώντας hashtags και συζητήσεις σχετικά με τα απορρίμματα τροφίμων, αλλά με άλλα σχετικά hashtag είτε ευρύτερης απήχησης, είτε πιο συγκεκριμένα, που χρησιμοποιούνται σε αυτές τις αναρτήσεις. Μέσω αναζήτησης και κοιτάζοντας τους διαδικτυακούς χώρους όπου αναφέρονται τα απορρίμματα τροφίμων, εντοπίστηκαν επίσης αρκετές ομάδες στο Facebook, στις οποίες ενταχθήκαμε από προσωπικούς λογαριασμούς μας στο Facebook και παρουσιάζουμε μια ανάλυση αυτών. Τα κείμενα χρηστών που παραθέτουμε έχουν διατηρηθεί στην αρχική τους μορφή, χωρίς να διορθωθούν τυχόν ορθογραφικά ή άλλα λάθη, σημεία στίξεως κλπ. Μέσω της διαδικτυακής έρευνας, διερευνάται πώς μεταδίδονται διαφορετικά μηνύματα σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων μέσω των πολλαπλών πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, ποιες χρησιμοποιούνται από συγκεκριμένες επιχειρήσεις τροφίμων ή εστίασης, και πώς τα μηνύματα αλλάζουν ανάλογα με τη φύση της πλατφόρμας. Επίσης διερευνάται πώς δημιουργούνται και απεικονίζονται οι αφηγήσεις για τα απορρίμματα τροφίμων, και ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς.

Η έρευνά μας αναζητά επίσης τη συμμετοχή των χρηστών σε κοινότητες και τις διαπροσωπικές σχέσεις που δημιουργούνται στην ψηφιακή σφαίρα. Αυτή η ανάλυση του ψηφιακού κόσμου περιλαμβάνει όχι μόνο την παρουσία αφηγήσεων και εικόνων γύρω από τα απορρίμματα τροφίμων, αλλά όπως αποκαλύφθηκε κατά την έρευνά μας, περιλαμβάνει δε, επίσης την απουσία τους.

Οι περιορισμοί αυτής της προσέγγισης έχουν να κάνουν με ερωτήματα σχετικά με το εάν ο ψηφιακός εαυτός μας αντιπροσωπεύει την κοινωνία, και το γεγονός ότι μέχρι σήμερα η πρόσβαση στο διαδίκτυο, σε φορητό υπολογιστή, tablet ή κινητό τηλέφωνο, καθώς και η ενασχόληση με τα κοινωνικά δίκτυα ενδέχεται να αποκλείει κάποιες μη-κυρίαρχες κοινωνικές

ομάδες. Για παράδειγμα, ένας από τους συνομιλητές μας δεν είχε κινητό τηλέφωνο με σύνδεση στο διαδίκτυο (smartphone) και δεν ήταν ενεργός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

2.3.6. Άλλο Υλικό

Αντλούμε επίσης από αρχειακή έρευνα σχετικά με βιβλία ελληνικής μαγειρικής από τη δεκαετία του 1920 έως τα μέσα της δεκαετίας του 2010, τα οποία αποτελούν τη βάση για τη συζήτηση για την ανάδυση μιας ελληνικής κουζίνας, ανάγκης που παρουσιάζεται στην ανάλυσή μας καθώς η εφαρμογή θα δραστηριοποιηθεί αρχικά στην Ελλάδα.

2.4. Πεδίο Έρευνας

2.4.1. Η Πόλη της Αθήνας & οι Κοινωνικές τάξεις

Η πόλη της Αθήνας είναι ένα χωνευτήριο ανθρώπων από διάφορες περιοχές της Ελλάδας και από το εξωτερικό, που μέσα από ιστορικούς και γεωγραφικούς μετασχηματισμούς, διαμόρφωσαν μια διατροφική κουλτούρα στην οποία διαπραγματεύονται τα στοιχεία του τοπικού/εθνικού, του παραδοσιακού/μοντέρνου και του αγροτικού/αστικού, καθώς η πόλη διέρχεται από διάφορες οικονομικές, υγειονομικές και ενεργειακές κρίσεις την τελευταία δεκαετία (βλ. για παράδειγμα Papacharalamprous, 2023). Η πόλη είναι ένα αμάλγαμα από σύγχρονα πολυτελή εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας, απλές ταβέρνες, μικρά καταστήματα τροφίμων στις διάφορες γειτονίες, ακριβά ντελικατέσεν και μεγάλα σουπερ μάρκετ, λαϊκές αγορές με φρούτα και λαχανικά που ανταγωνίζονται σε φρεσκάδα τα δέματα που στέλνουν τακτικά συγγενείς που ζουν στο χωριό, αστικές οικιακές κουζίνες όπου οι παλιές συνταγές ακολουθούνται κατά γράμμα, αλλά και επηρεάζονται από τους influencers των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που παρουσιάζουν έθνικ υλικά, εκσυγχρονισμένες συνταγές και νέους τρόπους μαγειρέματος.

Στην πόλη της Αθήνας διαφορετικές κοινωνικές τάξεις συμβιώνουν σε διάφορους χώρους, καθώς οι γειτονίες της πόλης δεν είναι πάντα κοινωνικά διαχωρισμένες. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η Αθήνα και η Ελλάδα γενικότερα δεν πέρασαν από τις διαδικασίες έντονης εκβιομηχάνισης προς τη νεωτερικότητα που γνώρισαν αρκετές άλλες ευρωπαϊκές πόλεις. Αυτό καθιστά την ταξική διαστρωμάτωση και τη σαφή οριοθέτησή της πιο δύσκολο εγχείρημα (Avdela et al., 2017; Chatzidakis, 2018). Επίσης, η συζήτηση για τις κοινωνικές τάξεις και η σύνδεσή τους με τα εισοδήματα των πολιτών θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με λίγη βαρύτητα, καθώς στην Ελλάδα υπάρχει μεγάλη φοροδιαφυγή, η οποία συχνά θολώνει τις ταξινομήσεις που δημιουργούνται με βάση το δηλωθέν ετήσιο εισόδημα (Karamessini and Giakoumatos, 2016). Επιδεινώνοντας τα πράγματα, κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης στα μέσα της δεκαετίας του 2010, όλα τα κοινωνικά στρώματα υπέφεραν αλλά η αθηναϊκή μεσαία τάξη, η οποία είχε διευρυνθεί και ευημερούσε μετά τη δεκαετία του 1980 και κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 επηρεάστηκε περισσότερο (Papacharalamprous, 2023). Η μεσαία τάξη αποτελείται από τις κατηγορίες των μεσαίων εισοδημάτων της κοινωνίας και περιλαμβάνει μια σειρά από μικρούς παραγωγούς, εμπόρους, αγρότες, αυτοαπασχολούμενους τεχνίτες,

οδηγούς ταξί και άτομα που ασχολούνται με τις κατασκευές (όλοι ανήκουν παραδοσιακά στη μεσαία τάξη), καθώς και γιατρούς, δικηγόρους, μηχανικούς, συμβούλους και υψηλά αμειβόμενα διευθυντικά στελέχη μεταξύ άλλων, καθώς και την πλειοψηφία των υπαλλήλων του δημόσιου τομέα (οι νέοι μικροαστοί) (Aranitou, 2014; Karamessini and Giakoumatos, 2016; Mouzelis, 1978; Roulantzas, 1984; Tsoucalas, 1969). Η οικονομική κρίση στα μέσα της δεκαετίας του 2010 οδήγησε στην καταστροφή της μεσαίας τάξης, διέλυσε την αναπαραγωγή της και δημιούργησε τους «νέους φτωχούς» (Panourgia, 2018) με αποτέλεσμα την αύξηση των κοινωνικών ανισοτήτων και την πόλωση. Στα χρόνια της κρίσης, η πλειονότητα του πληθυσμού που πέρασε το όριο της φτώχειας προερχόταν από τη μεσαία τάξη (Karamessini and Giakoumatos, 2016), ενώ η εναπομείνουσα μεσαία τάξη κατέρρευσε επίσης ιδεολογικά, καθώς επηρεάστηκε η ύπαρξη και η ταυτότητά της, βιώνοντας και εσωτερικεύοντας μια κουλτούρα ευθύνης για την κατάσταση της χώρας (Aranitou, 2014; Papacharalampous, 2023).

Το έργο αυτό έλαβε χώρα στον απόηχο της οικονομικής κρίσης, σε μια εποχή μετά την πανδημία και καθώς η ενεργειακή κρίση βρισκόταν σε πλήρη εξέλιξη. Σε αυτό το κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον, διενεργείται η παρούσα έρευνα, σε καταστάματα τροφίμων και εστιατόρια σε διάφορες περιοχές της πόλης.

2.4.2. Εθνογραφία στην Πόλη μας

Η ανθρωπολόγος της ομάδας μας πραγματοποίησε την εθνογραφική αυτή έρευνα στην Αθήνα, την πόλη όπου γεννήθηκε και πέρασε το μεγαλύτερο μέρος της ζωής της. Ως εκ τούτου, είναι «γηγενής» ανθρωπολόγος. Όπως και με την προηγούμενη έρευνά της στην Αθήνα (Papacharalampous, 2023), αυτούς τους τελευταίους μήνες, η ζωή της έγινε συνυφασμένη με την έρευνά της. Οι εθνογραφικές της σημειώσεις από το πεδίο περιλαμβάνουν συζητήσεις που είχε με μέλη της οικογένειάς της, συναδέλφους, φίλους και γνωστούς σε κοινωνικές συγκεντρώσεις. Κατά την περιήγησή της στα δικά της μέσα κοινωνικής δικτύωσης πρόσεχε και σημείωνε πάντα οτιδήποτε σχετιζόταν με τη σπατάλη τροφίμων. Επιλέξαμε να συμπεριλάβουμε και αυτές τις αφηγήσεις, καθώς και τις δικές της αναστοχαστικές παρατηρήσεις, οι οποίες τη βοήθησαν να προσπεράσει μεθοδολογικές προκλήσεις και να κατανοήσει τις δικές της προκαταλήψεις, τα συναισθήματα και τις αξίες της, καθώς μελετούσε την ακατέργαστη εθνογραφία της (Association of Social Anthropologists, 2011; Bernard, 1995; Englund and Leach, 2000; Ferguson and Gupta, 1997; Jenkins, 1994).

Η έρευνα αυτή ακολουθεί την προσέγγιση της Panourgia (1994), στο ότι *«η ανθρωπότητα αξίζει να «ανακοινωθεί, ίσως να μεταφραστεί (μερικές φορές και να ερμηνευτεί), από κάθε δυνατή οπτική γωνία, συμπεριλαμβανομένης της γηγενούς, έτσι ώστε επιτέλους να φτάσουμε στα άπιαστα ετερογλωσσικά και πολυφωνικά κείμενα που επιθυμούμε»* (Panourgia, 1994, σελ. 48). Ως εκ τούτου, η ανθρωπολόγος της ομάδας μας έχει αγκαλιάσει την ταυτότητά της ως «γηγενής» ανθρωπολόγος και σε ορισμένα μέρη αυτής της μελέτης αυτής έχει συμπεριλάβει μερικές αυτό-αναστοχαστικές περιγραφές. Για το σκοπό αυτό, η έρευνα επίσης ακολουθεί τον ορισμό της αυτοεθνογραφίας της Ellis, ως εκείνου που συνδέει *«το αυτοβιογραφικό και το*

προσωπικό με το πολιτισμικό, κοινωνικό και πολιτικό» (Ellis, 2004, σελ. xix). Αυτό που η Ellis αποκαλεί «εθνογραφικό εγώ», είναι οι προσωπικές παρατηρήσεις της ανθρωπολόγου μας που επιλέγει να συμπεριλάβει αυτή η μελέτη, ελπίζοντας ότι αυτές θα ρίξουν περισσότερο φως στη συζήτηση. Ενώ εργαζόταν στην έρευνα για τα απορρίμματα τροφίμων, όπως και με την Desmond (2006), το σώμα της «έγινε εθνογραφική σημείωση», καθώς παρατηρούσε αναλυτικά τις δικές της εμπειρίες των αισθήσεων γύρω από τα απορρίμματα τροφίμων και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Όπως μας ανέφερε μια συνάδελφος, που ερευνά επίσης τη σπατάλη τροφίμων «κάθε φορά που μαγειρεύω, κάθε φορά που ξεφλουδίζω μια τομάτα, σκέφτομαι τα απορρίμματα φαγητού».

2.4.3. Ηθική

Λόγω της φύσης της έρευνας αυτής, δεν υπάρχουν ηθικοί προβληματισμοί που προκύπτουν κατά το σχεδιασμό ή τη διεξαγωγή της. Όπως αναφέραμε, για να διατηρηθεί η ανωνυμία των συμμετεχόντων, έχουν αλλάξει όλα τα ονόματα και διατηρήθηκαν μόνο δημογραφικά στοιχεία (ηλικία, επάγγελμα). Στην περίπτωση των επιχειρήσεων τροφίμων και εστίασης, και πάλι όλα τα ονόματα έχουν αλλάξει και παρουσιάζονται μόνο ορισμένες λεπτομέρειες (για παράδειγμα, γενική τοποθεσία και τύπος επιχείρησης).

2.5. Δείγματα Ερωτήσεων Συνέντευξης

Παρακάτω παρουσιάζονται οι ερωτήσεις που βοήθησαν στη δόμηση των συνεντεύξεων.

2.5.1. Ερωτήσεις σχετικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης & των εφαρμογών που σχετίζονται με τη γαστρονομία

Χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Ποια? Πόσο συχνά?

Πώς τα χρησιμοποιείτε), π.χ. σε περίπτωση επιχείρησης), για ανακοινώσεις, ενημερώσεις, παρουσίαση φωτογραφιών, αλληλεπίδραση με τους πελάτες);

Για ποιο σκοπό (π.χ. σε περίπτωση επιχείρησης για τη δημοσιοποίηση της επωνυμίας, το μάρκετινγκ, τη διαφάνεια-πίσω από τα παρασκήνια, ενημέρωση, εκπαίδευση του κοινού, ψυχαγωγία);

Χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να δημοσιοποιείτε πληροφορίες ή για τη δημιουργία σχέσεων και συμμετοχής σε ομάδες με κοινά ενδιαφέροντα;

Έχει η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως αποτέλεσμα τη δημιουργία στενότερης σχέσης ανάμεσα στις επιχειρήσεις τροφίμων και εστίασης με τους πελάτες τους;

Τι είναι αυτό που σας αρέσει/αντιπαθείτε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με τη γαστρονομία;

Χρησιμοποιείτε εφαρμογές που σχετίζονται με τα τρόφιμα; Ποιες? Πόσο συχνά? Πως?

Οι εφαρμογές που σχετίζονται με τα τρόφιμα βοηθούν στη σύνδεση των ανθρώπων ή οδηγούν στην απομόνωση;

Εσείς θα χρησιμοποιούσατε μια εφαρμογή αναδιανομής απορριμμάτων τροφίμων;

2.5.2. Ερωτήσεις σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων

Πώς το «τρόφιμο» γίνεται «σκουπίδι», τι είναι το απόρριμμα, πώς ορίζεται (πχ σε περίπτωση επιχειρήσεων: ημερομηνίες λήξης, εμφάνιση του προϊόντος, ζημιές στη συσκευασία – στα άτομα: ημερομηνίες λήξης, αισθήσεις, όραση, όσφρηση, αφή, γεύση, ακοή);

Ποια είναι η γεύση και η μυρωδιά των απορριμμάτων τροφίμων;

Πώς παράγονται τα απορρίμματα τροφίμων, ποιος «φταίει» (πχ σε περίπτωση επιχειρήσεων, υπερβολικές παραγγελίες, τρόπος επεξεργασίας, αλυσίδα εφοδιασμού, μεταφορά και διανομή, αντιλήψεις των πελατών για το τι είναι βρώσιμο);

Υπάρχει κάποια συζήτηση για τα απορρίμματα τροφίμων ορατή στα δικά σας μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Πώς απεικονίζεται η σπατάλη τροφίμων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

2.5.3. Ερωτήσεις σχετικά με τη διαχείριση των απορριμμάτων τροφίμων

Αντιμετωπίζετε/ασχολείστε με τη σπατάλη τροφίμων στην καθημερινή σας ζωή; Τι κάνετε με τα απορρίμματα τροφίμων αυτή τη στιγμή;

Τι έκαναν οι άνθρωποι στο παρελθόν με τα απορρίμματα τροφίμων;

Θα τα δίνετε; Γιατί ναι, γιατί όχι (π.χ. σε περίπτωση επιχείρησης, για λόγους εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, δημόσιες σχέσεις, μάρκετινγκ, καλύτερη διαχείριση πόρων, οικοδόμηση κοινωνικών σχέσεων, οικονομικό όφελος, κοινωνική αλληλεγγύη, βιωσιμότητα του πλανήτη);

Θα τα καταναλώνετε; Γιατί ναι, γιατί όχι (π.χ. εξοικονόμηση χρημάτων, συμμετοχή σε μια κοινότητα με κοινές αξίες, βιωσιμότητα του πλανήτη);

Πώς νιώθετε για άλλους που το κάνουν/θα το έκαναν;

Θα ήταν δημοφιλές ένα μενού με υπολείμματα / απορρίμματα φαγητού; Σε ποιους θα στόχευε, σε πελάτες εστιατορίων υψηλής γαστρονομίας ή κοινότητες με επισιτιστική ανασφάλεια;

Μπορούν οι σεφ να αλλάξουν τις αντιλήψεις σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων;

Τα παραπάνω περιγράφουν τον σχεδιασμό, τους στόχους, το πεδίο και τη μεθοδολογική προσέγγιση της εθνογραφικής έρευνας, που διενεργήθηκε στο πλαίσιο των εργασιών του έργου BLOCKFOODWASTE. Στο **Παραδοτέο Π21**, δίνονται τα πλήρη αποτελέσματα της μαζί με το σύνολο των βιβλιογραφικών αναφορών που συμπεριλαμβάνονται και στα δύο παραδοτέα (**Π20 & Π21**).

3. Σενάριο Χρήσης Πιλοτικής Εφαρμογής

Τα σενάρια χρήσης είναι χρήσιμα εργαλεία στον σχεδιασμό και τον έλεγχο της λειτουργικότητας μιας εφαρμογής κινητού και ενός πληροφοριακού συστήματος γενικότερα. Στο πλαίσιο του πιλοτικού προγράμματος για την εφαρμογή του έργου **BLOCKFOODWASTE**, το αναπτυχθέν σενάριο χρήσης που παρουσιάζεται σε αυτή την ενότητα θα βοηθήσει την ομάδα έργου στην κατανόηση του πώς οι **πραγματικοί χρήστες θα αλληλοεπιδράσουν με την εφαρμογή** κατά τη διάρκεια του πιλοτικού πειράματος και πριν την επίσημη έναρξη της πραγματικής της λειτουργίας, στο Android Store. Στη συνέχεια καταγράφονται οι **βασικές παράμετροι του πιλοτικού και περιγράφεται λεπτομερώς το σενάριο χρήσης** που θα χρησιμοποιηθεί για τις ανάγκες του έργου.

3.1. Βασικές Παράμετροι Πιλοτικού

Στόχος: Ο πρωταρχικός στόχος των πιλοτικών δοκιμών είναι ο εντοπισμός και η αντιμετώπιση τυχόν ζητημάτων που μπορεί να προκύψουν κατά τη χρήση στον πραγματικό κόσμο, όπως τεχνικές δυσλειτουργίες, προβλήματα χρηστικότητας και λειτουργικές προκλήσεις.

Αριθμός Χρηστών: Ένα πιλοτικό, συνήθως περιλαμβάνει μια περιορισμένη ομάδα πραγματικών χρηστών (που συχνά αναφέρονται ως πιλοτικοί χρήστες) που χρησιμοποιούν το λογισμικό υπό πραγματικές συνθήκες λειτουργίας. Στην περίπτωση μας θα συμμετέχουν στο πιλοτικό:

- Δύο (2) διαχειριστές από τη μεριά της κοινοπραξίας (ένας υπεύθυνος για τον έλεγχο της καλής λειτουργίας του web-app και blockchain back-end και ένας για τον έλεγχο της καλής λειτουργίας της εφαρμογής κινητού (front-end))
- Δύο (2) διαχειριστές, ιδιοκτήτες πραγματικών επιχειρήσεων (καταστήματα εστίασης)
- Δύο (2) υπάλληλοι εξυπηρέτησης (service) – ένας από κάθε κατάσταση εστίασης
- Δέκα (10) πραγματικοί χρήστες της εφαρμογής – εκτός της ομάδας έργου της κοινοπραξίας

Διάρκεια Πιλοτικού: Μία εβδομάδα

Προετοιμασία Πιλοτικού: Περιλαμβάνει τη συνάντηση με τους διαχειριστές των καταστημάτων εστίασης, την επεξήγηση του πιλοτικού προγράμματος, τους στόχους του και τι αναμένεται από αυτούς. Κατά τη συνάντηση θα επιβεβαιωθεί πως διαθέτουν το απαραίτητο υλισμικό και λογισμικό για την ομαλή εκτέλεση της εφαρμογής.

Στη συνέχεια η ομάδα έργου θα επιβεβαιώσει ότι η εφαρμογή είναι εγκατεστημένη και διαμορφωμένη σε κάθε κατάσταση.

Δοκιμαστικό: Η δοκιμή της διαδικασία παραγγελίας και παράδοσης εσωτερικά κρίνεται απαραίτητη, για να εντοπιστούν τυχόν αρχικά ζητήματα. Δύο ημέρες πριν την έναρξη του πιλοτικού, θα πραγματοποιηθεί εσωτερική δοκιμή με μια μικρή ομάδα χρηστών (μέλη ομάδας) για να επιβεβαιωθεί ότι η εφαρμογή λειτουργεί σωστά.

Υλοποίηση Πιλοτικού: Περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

- **Προσέλκυση Χρηστών (Recruitment):** Προώθηση της συμμετοχής στο πιλοτικό, μέσω των εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης των καταστημάτων, μέσω email ή προωθήσεων αυτοπροσώπως από μέλη της ομάδας έργου, κατά τις ώρες λειτουργίας των καταστημάτων που συμμετέχουν.
- **Εγγραφή Χρηστών (Onboarding):** Υποστήριξη των χρηστών, για την εγγραφή τους στην εφαρμογή (παροχή σαφών οδηγιών και υποστήριξη δημιουργίας προφίλ).
- **Παραγγελία (ordering):** Ενθάρρυνση των χρηστών να κάνουν παραγγελίες χρησιμοποιώντας την εφαρμογή. Παρακολούθηση τη διαδικασίας παραγγελίας – έλεγχος ομαλής εκτέλεσης.
- **Παράδοση (delivery):** Συντονισμός με τους διαχειριστές των εστιατορίων για την ομαλή διαχείριση της διαδικασίας προετοιμασίας (πακετοποίηση-συσκευασία) και παράδοσης φαγητού μέσω της εφαρμογής. Παρακολούθηση των χρόνων παράδοσης και της συνολικής εμπειρίας χρήστη.
- **Ανάδραση (feedback collection):** Υπενθύμιση στους χρήστες να αξιολογήσουν τη συναλλαγή τους εντός εφαρμογής. Συλλογή free-text σχολίων μέσω ειδικής φόρμας.

Μετά το Πιλοτικό: Περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

- **Ανάλυση δεδομένων:** Έλεγχος και επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια της πιλοτικής δοκιμής, συμπεριλαμβανομένων των σχολίων των χρηστών, των χρόνων παράδοσης και των ποσοστών επιτυχίας παραγγελιών.
- **Σχόλια Καταστημάτων Εστίασης:** Συγκέντρωση και επεξεργασία σχόλια από τα συμμετέχοντα εστιατόρια σχετικά με την εμπειρία τους με την εφαρμογή.
- **Διορθώσεις σφαλμάτων και βελτιώσεις:** Με βάση τα σχόλια των χρηστών και την ανάλυση δεδομένων, εκπόνηση διορθώσεων σφαλμάτων και βελτιώσεων στην εφαρμογή. Τεκμηρίωση αλλαγών.
- **Αποστολή ευχαριστήριου μηνύματος στους χρήστες:** Θα λάβει χώρα, μέσω της λειτουργίας chat εντός της εφαρμογής. Θα εκτιμηθεί η δυνατότητα παροχής κινήτρων για τα σχόλια τους και τη συνέχιση χρήσης της εφαρμογής και μετά το πέρας του πιλοτικού.

Μεγάλο μέρος της επιτυχίας της πιλοτικής δοκιμής θα εξαρτηθεί από την **ορθή και σαφή επικοινωνία τόσο με τους χρήστες όσο και με τα καταστήματα εστίασης**, την προσεκτική παρακολούθηση της απόδοσης της εφαρμογής και τη δυνατότητα διορθώσεων με βάση τα σχόλια και τα δεδομένα που συλλεχθούν. Εξίσου σημαντικός για την επιτυχία του πιλοτικού είναι και ο **σχεδιασμός του σεναρίου χρήσης** που περιγράφεται στην επόμενη ενότητα.

3.2. Σενάριο Χρήσης

Το σενάριο χρήσης που σχεδιάστηκε για τον έλεγχο της καλής λειτουργίας της εφαρμογής αποτελείται από user flows (ροές χρήστη) οι οποίες ολοκληρώνουν στην ουσία έναν πλήρη κύκλο χρήσης της εφαρμογής. Αυτές είναι οι ακόλουθες:

A. Εγγραφή νέας επιχείρησης εστίασης

1. Στο πλαίσιο αυτού του σεναρίου, ο επιχειρησιακός χρήστης κατεβάζει την εφαρμογή και αφού πατήσει πάνω στο εικονίδιο της στο κινητό του, του εμφανίζονται μια σειρά από orientation screens.
2. Αφού διαβάσει τα μηνύματα στις αρχικές αυτές οθόνες, ο χρήστης μεταβαίνει στην οθόνη Sign-in / Sign-up. Στο σενάριο μας, πρόκειται για νέο χρήστη, διαχειριστή καταστήματος εστίασης.
3. Για να μπορέσει ο χρήστης να καταχωρήσει την επιχείρηση του στην εφαρμογή πρέπει να συμπληρώσει μια σειρά από στοιχεία, που περιλαμβάνει και στοιχεία εταιρικού προφίλ, όπως επωνυμία, ΑΦΜ και μια σειρά από ενδεικτικές φωτογραφίες για την επιχείρηση του και τα προϊόντα που διαθέτει.
4. Κατά την εισαγωγή της διεύθυνσης του, ο χρήστης θα κληθεί να δοκιμάσει τη λειτουργία 'Use Current Location', αφού απαντήσει θετικά στο μήνυμα παροχής άδειας χρήσης του GPS του τηλεφώνου του.
5. Ο χρήστης αφού συμπληρώσει όλα τα απαραίτητα στοιχεία εγγραφής, λαμβάνει μήνυμα με τον κωδικό OTP, τον οποίο και πληκτρολογεί στην εφαρμογή.
6. Η εγγραφή του εταιρικού χρήστη δεν ολοκληρώνεται άμεσα και απαιτείται έγκριση από τον διαχειριστή του συστήματος, μετά από έλεγχο των εταιρικών του στοιχείων που μπορεί να γίνει είτε μέσω τηλεφώνου, είτε μετά από επίσημη επίσκεψη.

B. Εγγραφή νέου ιδιώτη χρήστη

1. Στο πλαίσιο αυτού του σεναρίου, ο ιδιώτης χρήστης κατεβάζει την εφαρμογή και αφού πατήσει πάνω στο εικονίδιο της στο κινητό του, του εμφανίζονται μια σειρά από orientation screens.
2. Αφού διαβάσει τα μηνύματα στις αρχικές αυτές οθόνες, ο χρήστης μεταβαίνει στην οθόνη Sign-in / Sign-up. Στο σενάριο μας, πρόκειται για νέο ιδιώτη χρήστη.
3. Για να μπορέσει ο χρήστης να καταχωρήσει το προφίλ του στην εφαρμογή πρέπει να συμπληρώσει μια σειρά από προσωπικές πληροφορίες και στοιχεία επικοινωνίας (περιλαμβάνεται φωτογραφία αν το επιθυμεί, δεν ζητείται η διεύθυνση του).
4. Ο χρήστης θα κληθεί να δοκιμάσει τη λειτουργία 'Use Current Location', αφού απαντήσει θετικά στο μήνυμα παροχής άδειας χρήσης του GPS του τηλεφώνου του.
5. Ο χρήστης αφού συμπληρώσει όλα τα απαραίτητα στοιχεία εγγραφής, λαμβάνει μήνυμα με τον κωδικό OTP, τον οποίο και πληκτρολογεί στην εφαρμογή. Η εγγραφή του έχει ολοκληρωθεί.

Γ. Ανάρτηση Καταλόγου από εταιρικό χρήστη με πληροφορίες διαθέσιμων προς διαμοίραση προϊόντων και φωτογραφίες

Ο εταιρικός χρήστης ανεβάζει τον κατάλογο με τα προς διάθεση προϊόντα του και τα καθιστά διαθέσιμα προς τους πολίτες.

Δ. Ο ιδιώτης χρήστης χρησιμοποιεί ΟΛΑ τα φίλτρα της εφαρμογής για να βρει π.χ. τις κοντινότερες του επιχειρήσεις εστίασης ή αυτές με τις καλύτερες αξιολογήσεις κ.τ.λ.

Ε. Ο ιδιώτης χρήστης επιλέγει επιχείρηση εστίασης, διαβάζει το σύνολο των διαθέσιμων προϊόντων και τοποθετεί την παραγγελία του.

ΣΤ. Η παραγγελία αποστέλλεται στην εταιρία εστίασης – επιβεβαιώνεται και ξεκινά η προετοιμασία της.

Ζ. Παρακολούθηση Παραγγελίας από ιδιώτη χρήστη και παραλαβή.

Η. Παρακολούθηση Παραγγελίας από εταιρικό χρήστη και παράδοση.

Ι. Διαχείριση Ιστορικού Παραγγελιών από Εταιρικό Χρήστη.

Κ. Διαχείριση Αξιολογήσεων από Εταιρικό Χρήστη.

Λ. Διαχείριση επικοινωνίας Εταιρικού χρήστη – ιδιωτών (push messages, in-app chat, e-mail)

Για κάθε ένα από τα παραπάνω υπό-σενάρια θα αξιολογηθούν τα ακόλουθα στοιχεία:

- Ανταποκρισιμότητα εφαρμογής (χρόνοι εκτέλεσης συστημικών ενεργειών)
- Ευκολία χρήσης συστημικών ενεργειών
- Σφάλματα εφαρμογής
- Αναταράξεις (glitches) και σταματήματα (crashes) εφαρμογής

4. Συμπεράσματα

Το παρόν παραδοτέο περιλαμβάνει τον σχεδιασμό των εργασιών που θα λάβουν χώρα στο πλαίσιο της πιλοτικής αξιολόγησης της αναπτυχθείσας εφαρμογής του έργου. Ως εκ τούτου, αρχικά παρουσιάζονται οι προδιαγραφές της εθνογραφικής έρευνας στην οποία παρουσιάζονται τα κύρια ερευνητικά της ερωτήματα, θέτοντας το ερευνητικό πλαίσιο γύρω από το φαινόμενο της σπατάλης τροφίμων. Στη συνέχεια παρατίθεται ο αρχικός σχεδιασμός της πιλοτικής εφαρμογής που διακρίνεται σε υπό-σενάρια χρήσης και καλύπτουν τον συνολικό κύκλο χρήσης της εφαρμογής. Τα αποτελέσματα της υλοποίησης του σχεδίου που περιγράφεται σε αυτό το Παραδοτέο, δίνονται στο Παραδοτέο Π21.