



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ,
ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΗΣ ΚΑΙ ΚΡΑΣΙ**

ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ ΚΟΥΤΡΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΒΕΡΓΟΠΟΥΛΟΣ

ΠΥΡΓΟΣ - 2022

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο « Πολιτισμός και Γαστρονομία, Τοπικά προϊόντα γης και κρασί» εκπονήθηκε στα πλαίσια προπτυχιακού προγράμματος του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, του τμήματος Διοίκησης Οικονομίας και Επικοινωνίας Πολιτιστικών και Τουριστικών Μονάδων, όπου εδρεύει στον Πύργο Ν. Ηλείας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η τεχνολογία εξελίσσεται ολοένα και περισσότερο και αυτό το διαπιστώνουμε από την απόκτηση των πληροφοριών που μας παρέχει σε μεγάλο βαθμό σε όλους τους τομείς. Επιπλέον, η τεχνολογία μας βοηθάει να προβάλλουμε και να προωθήσουμε τις ιδιαιτερότητες του τόπου μας.

Τα τοπικά προϊόντα, μέσα στα οποία συγκαταλέγεται ένα αρκετά σημαντικό και γνωστό προϊόν το κρασί, αποτελούν κύριο στοιχείο του πολιτισμού και της κουλτούρας των τουριστικών προορισμών, προσδίδοντας τους μια ιδιαίτερη μοναδική ταυτότητα. Γενικά, διαπιστώνουμε ότι ο πολιτισμός, ο τουρισμός και η γαστρονομία αλληλοεπηρεάζονται και αλληλοσυνδέονται. Η γαστρονομία ως στοιχείο άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, μπορεί με τη σωστή αξιοποίηση των πόρων (φυσικών, περιβαλλοντικών, πολιτιστικών) και την ομαδική πολιτική των εμπλεκόμενων μερών να συμβάλλει στην ανάδειξη μιας περιοχής ως γαστρονομικό προορισμό.

Η γνωριμία με τα σπουδαιότερα τοπικά προϊόντα βοηθά στην ανάπτυξη του τουρισμού και της τοπικής οικονομίας. Ο γαστρονομικός τουρισμός είναι ένα είδος καινοτόμου τουρισμού και άμεσα συνδεδεμένος με τον οινοτουρισμό και έχουν ως κίνητρο το φαγητό και το ποτό. Ο επισκέπτης ενός προορισμού σήμερα αναζητά κυρίως προϊόντα και υπηρεσίες που παράγονται στον τόπο επίσκεψης του. Κύριο μέλημα λοιπόν είναι να στηριχθεί η παράδοση και η πολιτιστική κληρονομιά κάθε τόπου μέσω των τοπικών προϊόντων.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ: άυλη πολιτιστική κληρονομιά, γαστρονομικός τουρισμός, τοπικά προϊόντα, οινοτουρισμός

ABSTRACT

Technology is evolving more and more and we see this by acquiring the information it provides us to a large amount in all areas. In addition, technology helps us to show and promote the specifics of our place.

Local products, which include a very important and well-known product that is wine, are a key element of the culture of tourist destinations, giving them a special unique identity. In general, we find that culture, tourism and gastronomy are interdependent and interrelated. Gastronomy as an element of intangible cultural heritage can with the proper use of resources (natural, environmental, cultural) and the group policy of stakeholders contribute to the emergence of an area as a gastronomic destination.

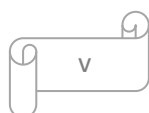
Familiarity with the most important local products helps in the development of tourism and the local economy. Gastronomic tourism is a type of innovative tourism and is directly related to wine tourism and they are motivated by food and drink. The visitor of a destination today is mainly looking for products and services produced at the place of his visit. So the main concern is to support the tradition and cultural heritage of each place through local products.

KEYWORDS: intangible cultural heritage, gastronomic tourism, local products, wine tourism

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	i
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	ii
ABSTRACT	iii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΜΕΡΟΣ Α :ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1° – ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ	2
1.1 Πολιτισμός και Τουρισμός	2
1.2 Υλική και Άυλη κληρονομιά.....	2
1.3 Η σύνδεση του πολιτισμού με τη γαστρονομία.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2° – ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4
2.1 Η σχέση της γαστρονομίας με τον τουρισμό.....	4
2.2 Τα κίνητρα του γαστρονομικού τουρίστα	5
2.3 Η γαστρονομία της Ελλάδας	6
2.4 Οι τοπικές κουζίνες των γεωγραφικών διαμερισμάτων της Ελλάδας.....	7
2.5 Ελληνικό Πρωινό	8
2.5.1 Προϊόντα και Εδέσματα Ελληνικού Πρωινού.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3°-ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΗΣ & ΚΡΑΣΙ	11
3.1 Γαστρονομία και Οίνος	11
3.2 Τοπικά προϊόντα γης	12
3.3 Οινοτουρισμός.....	13
3.4 Σήματα ποιότητας σχετικά με τα τοπικά προϊόντα	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4° - ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ & ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	16
4.1 Χρήση του διαδικτύου.....	17
4.2 Επισκέψιμοι χώροι παραγωγής	18
4.3 Γαστρονομικά Φεστιβάλ	18
4.4 Δημιουργία μάρκας προορισμού (branding)	18
ΜΕΡΟΣ Β :ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	19
5.1 Απαιτήσεις Υλοποίησης.....	19
5.2 Apache.....	19
5.3 MySQL.....	19
5.4 PHP.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6° - ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ.....	20

6.1 Τι είναι το XAMPP	20
6.2 Εγκατάσταση του XAMPP.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο- ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ WORDPRESS	26
7.1 Ορισμός του Wordpress	26
7.2 Γιατί επέλεξα το Wordpress	26
7.3 Εγκατάσταση του Wordpress	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8ο- ΤΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ & ΤΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ. 36	
8.1 Πίνακας Ελέγχου (Dashboard).....	36
8.2 Θέμα ιστοσελίδας – Εγκατάσταση & Ενεργοποίηση.....	36
8.3 Μορφοποίηση του θέματος	38
8.4 Κεντρικό μενού	39
8.5 Πρόσθετα (Plugins).....	41
8.6 Άρθρα (Posts).....	42
8.7 Σελίδες (Pages).....	44
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	48
Πίνακας Εικόνων.....	49
Βιβλιογραφία.....	51



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η ανάδειξη των τοπικών ελληνικών προϊόντων και ευρύτερα της γαστρονομίας που διαφέρει από τόπο σε τόπο. Αναδεικνύεται η σπουδαιότητα της γαστρονομίας ως άυλη πολιτιστική κληρονομιά, η οποία συνεισφέρει στο ότι αποτελεί ένα από τα στοιχεία που κάνει ένα προορισμό μοναδικό και ξεχωριστό.

Η εργασία αποτελείται από δύο μέρη, το θεωρητικό και το πρακτικό κομμάτι. Από τη μια πλευρά, το πρώτο μέρος έχει να κάνει με τη σύνδεση του πολιτισμού, του γαστρονομικού τουρισμού καθώς και του οινοτουρισμού. Οι μοναδικές γεύσεις που μπορεί να έχει ένας τόπος να παρουσιάσει αποτελεί μέσο προβολής και προσέλκυσης των τουριστών, οι οποίοι ψάχνουν τη σύνδεση τους με τον τοπικό πολιτισμό. Η τοπική κουζίνα και τα προϊόντα συνθέτουν διακριτικά γνωρίσματα της ταυτότητας ενός τόπου. Επιπρόσθετα, σημαντικό τοπικό προϊόν θα δούμε ότι αποτελεί το κρασί, το οποίο θεωρείται βασικό στοιχείο στη διατροφή. Το κρασί είναι στενά συνδεδεμένο με τον πολιτισμό και τη θρησκεία μας και αποτελεί ένα δημοφιλές ποτό που συνοδεύει και ενισχύει ένα ευρύ φάσμα μεσογειακών και ευρωπαϊκών γεύσεων.

Από την άλλη πλευρά έχουμε το πρακτικό μέρος, το οποίο σχετίζεται με τη δημιουργία μιας ιστοσελίδας μέσω της εφαρμογής διαχείρισης περιεχομένου Wordpress. Η ιστοσελίδα δημιουργήθηκε με σκοπό να παρουσιάσει τα τοπικά προϊόντα όλων των γεωγραφικών διαμερισμάτων της Ελλάδας. Επίσης, σε ξεχωριστή κατηγορία παρουσιάζονται τα πιο γνωστά κρασιά λόγω των πλούσιων αμπελοκαλλιιεργειών που υπάρχουν στον τόπο μας. Γενικά, αναλύονται όλα τα βήματα που προηγήθηκαν για την υλοποίηση της ιστοσελίδας.

Επομένως, η Ελλάδα φημίζεται για τη μεγάλη παράδοση που έχει στη γαστρονομία, η οποία παρουσιάζεται ως τουριστικό προϊόν και συνδυάζει την τοπική κουζίνα, τα τοπικά προϊόντα και την πολιτιστική κληρονομιά ενός προορισμού.

ΜΕΡΟΣ Α :ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο – ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ

1.1 Πολιτισμός και Τουρισμός

Ο πολιτισμός μαζί με τον τουρισμό έχουν μια αλληλένδετη επαφή, ταυτίζονται δηλαδή μεταξύ τους καθώς όσοι επισκέπτονται έναν τόπο επιζητούν να γνωρίσουν τον πολιτισμό του. Επίσης, δίχως τον πολιτισμό δεν θα υπήρχε κίνητρο να επισκεφθούμε κάποιον προορισμό και να νιώσουμε κάτι διαφορετικό γιατί όλοι θα έμοιαζαν ίδιοι (Boniface, 1995).

Πιο συγκεκριμένα, ο τουρισμός που βασίζεται στον πολιτισμό αποτελεί αφενός το πλέον δημιουργικό μέσο κατανόησης και παρουσίασης της πολιτιστικής ταυτότητας μιας χώρας ή μιας περιοχής (Μοίρα, 2011).

Την ξεχωριστή πολιτιστική ταυτότητα κάθε τόπου δεν την προσδιορίζουν μόνο η πολιτιστική κληρονομιά του παρελθόντος και του παρόντος. Αλλά και ο τρόπος ζωής των κατοίκων, ο καθημερινός πολιτισμός, όπως τα κύρια προϊόντα διατροφής, το κρασί, το ψωμί, η παραδοσιακή διατροφή και η τοπική κουζίνα. Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι με λίγα λόγια συνυφασμένος με τα αξιοθέατα, τα μουσεία, τις πολιτιστικές δραστηριότητες ενός τόπου όπως και με τα τοπικά φαγητά, κρασιά και άλλα προϊόντα.

Συνοψίζοντας ο πολιτιστικός τουρισμός εμπεριέχει κάθε μετακίνηση που έχει σαν στόχο τη γνωριμία με τον πολιτισμό, την ιστορία, την κουλτούρα και την πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου (McIntosh, 1986).

1.2 Υλική και Άυλη κληρονομιά

Κληρονομιά σημαίνει οτιδήποτε μένει στους ανθρώπους επί της γης, το οποίο μπορεί να δημιουργήθηκε από τους ίδιους ή να το βρήκαν. Για την ακρίβεια, είναι τα στοιχεία που μεταβιβάζονται από τους προγόνους στους απογόνους και με τη σειρά τους οι απόγονοι θα πρέπει να τα διατηρήσουν και να τα μεταφέρουν μέσα στο χρόνο (Κονσόλα, 2006).

Η δική μας πολιτιστική κληρονομιά είναι ανυπολόγιστη. Μπορούμε να την κατατάξουμε στην υλική δηλαδή, μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους, αρχαία αντικείμενα καθώς και την άυλη όπως τα ήθη και τα έθιμα, την κουλτούρα που είναι απαραίτητα και αξιόλογα για τον κόσμο. Η ταυτότητα μιας χώρας αποτελείται από την πολιτιστική κληρονομιά, η οποία περιγράφει την ιστορική εξέλιξη της χώρας κατά το πέρασμα των αιώνων (Τροβά, 2003).

Καταληκτικά, μπορούμε να πούμε ότι η πολιτιστική κληρονομιά είναι ένας συνδυασμός αγαθών ανεκτίμητης αξίας που συγκεντρώνονται από μια κοινωνία όσο αυτή υπάρχει.

1.3 Η σύνδεση του πολιτισμού με τη γαστρονομία

Ο κάθε λαός είναι μοναδικός με βάση τον πολιτισμό του, ο οποίος του προσθέτει ιδιαίτερη ταυτότητα και αυτό είναι ένα στοιχείο που τραβάει τον επίδοξο επισκέπτη (Boniface, 1995). Ο όρος πολιτισμός είναι μια ευρεία έννοια που δεν μπορεί να αποδοθεί επακριβώς καθώς περιβάλλει υλικές και άυλες εκδηλώσεις. Μία εξ αυτών είναι η γαστρονομία (Μοίρα Π., 2014).

Το φαγητό θεωρείται σαν μια μορφή επικοινωνίας. Ο πολιτισμός και τα τρόφιμα πραγματικά έχουν πολύ στενή σχέση μεταξύ τους. Έτσι, τα τρόφιμα δεν πρέπει να θεωρούνται ασήμαντα (Barthes, 2012).

Κατά συνέπεια, η τουριστική μετακίνηση σε ένα προορισμό περικλείει εκτός της γνωριμίας της πολιτιστικής ιδιαιτερότητας της περιοχής, και την απόλαυση της τοπικής γαστρονομίας (Τσάρτας, 1996). Η γαστρονομία συνδέει το καλό ποιοτικό τοπικό φαγητό με το καλό καρσί (ΣΕΤΕ, 2009).

Η ταυτότητα ενός τόπου αναδεικνύεται από τα τοπικά προϊόντα, τα οποία επιτυγχάνουν μια πολιτιστική λειτουργία παραπάνω από μια διατροφική. Το φαγητό συμβολίζει την κοινωνική μας θέση. Το τι τρώμε είναι ενδεικτικό του ποιοι είμαστε και συνιστά ένα ισχυρό κοινωνικό σύμβολο (Kim, 2009). Μέσα από τη γαστρονομία αντιλαμβανόμαστε λαούς, θρησκείες, κοινωνικές τάξεις από το είδος του φαγητού και τον τρόπο παρασκευής και κατανάλωσής του, τις γαστρονομικές συνήθειες και τον πολιτισμό κάθε τόπου. Βοηθάει ακόμη στην κατανόηση της διαφορετικής διατροφικής-πολιτιστικής ταυτότητας περιοχών και χωρών (Williams, 1997).

Τρώγοντας και πίνοντας τοπικά φαγητά και κρασιά έχουμε την αίσθηση ότι συμμετέχουμε σε ένα πράγματι διαφορετικό πολιτισμό.

Συνοψίζοντας, βλέπουμε ότι οι γεύσεις και η απόλαυση που δίνει το φαγητό αποτελούν εικόνες της ιδιαίτερης πολιτιστικής κουλτούρας ενός τουριστικού προορισμού, η γαστρονομία συνιστά σημαντικό πυλώνα του πολιτιστικού τουρισμού (Van Westering, 1999).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο – ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Η σχέση της γαστρονομίας με τον τουρισμό

Η γαστρονομία είναι η τέχνη της μαγειρικής που δημιουργεί βιώματα και γαστρονομικές εμπειρίες όχι μόνο από τα αγνά προϊόντα αλλά και από τις υπηρεσίες. Ο επισκέπτης θέλει εναλλαγές στη διασκέδαση, ακόμη ψάχνει νέες εμπειρίες από τον τόπο που επισκέπτεται εκτός από το εμπορικό κομμάτι. Η γαστρονομία, μας βοηθά να μαζεύουμε πληροφορίες για τις συνήθειες των λαών σε σχέση με τη διατροφή και τη διαφορετική κουλτούρα τους (Sormaz, 2016).

Τώρα πια οι τουρίστες θέλουν να δοκιμάσουν τις τοπικές γεύσεις στα μέρη που ταξιδεύουν έτσι ώστε να αποκτήσουν εμπειρίες μέσα από τα τοπικά πιάτα. Έτσι, εκμεταλλεύονται την ευκαιρία να εξερευνήσουν τις τοπικές παραδόσεις, τα ήθη, τα έθιμα και τον τοπικό πολιτισμό (Trihas, 9-11/10/2015).

Σύμφωνα με μια έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού είχε διαπιστωθεί πως το 44% των τουριστών συμπεριλαμβάνει το φαγητό στα υψηλότερα σημαντικά κριτήρια ώστε να επιλέξουν ένα προορισμό για τουρισμό ή διακοπές. Ακόμη σε άλλες έρευνες έχει αναδειχθεί ότι οι τουρίστες καταναλώνουν το 40% του οικονομικού προϋπολογισμού στο φαγητό και το ποτό. Στην περίπτωση που έχουν ευχάριστη γαστρονομική εμπειρία συνήθως επισκέπτονται ξανά τον ίδιο προορισμό.

Γενικά, όταν ο τουρισμός συνδέεται με τη γαστρονομία συμβάλλει ώστε να ανακαλύπτουμε νέους πολιτισμούς (Henderson, 2004). Κατά τον Zelinsky, ο γαστρονομικός τουρισμός καθορίζεται ως η κατανάλωση εθνικών και τοπικών κουζινών (Zelinsky, 1985). Γαστρονομικός τουρισμός για τον Wolf σημαίνει η μοναδική εμπειρία που αποκτά ο επισκέπτης μέσα από την κατανάλωση τοπικών προϊόντων και ποτών (Wolf, 2002).

Ο γαστρονομικός τουρισμός εκφράζεται με πολλούς και διαφορετικούς ορισμούς. Εν τέλει το κοινό σημείο των ορισμών που υπάρχουν είναι η κατανάλωση των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων που είναι ένα σημαντικό κίνητρο για να επισκεφθούμε ένα τουριστικό προορισμό. Η γαστρονομία είναι ένα σημείο που συγκεντρώνει το ενδιαφέρον των επισκεπτών, επίσης είναι σημαντικό συστατικό του τουριστικού προϊόντος, πολιτισμού καθώς και μια ταξιδιωτική εμπειρία (López-Guzmán, 2011, September 29).

2.2 Τα κίνητρα του γαστρονομικού τουρίστα

Οι γαστρονομικοί τουρίστες κάνουν ταξίδια με την επιθυμία να γνωρίσουν καινούριες γεύσεις και να απολαύσουν την τοπική κουζίνα υψηλού επιπέδου. Με αυτό τον τρόπο, εμβαθύνουν στην ιστορία και τις παραδόσεις του τόπου επίσκεψής τους. Προτεραιότητα αυτών των τουριστών είναι να ανακαλύψουν, να ζήσουν και να απολαύσουν την ξεχωριστή γαστρονομία ή την κουζίνα ενός συγκεκριμένου προορισμού. Για τους γαστρονομικούς τουρίστες, η γαστρονομία είναι το πέρασμα ώστε να περιπλανηθούν στην πνευματική πολιτιστική κληρονομιά του τόπου που επισκέπτονται και να γίνουν ένα με τη διαφορετική κουλτούρα και τη κουζίνα του. Έτσι, οι τουρίστες είναι δυνατόν να εξασφαλίσουν μια αληθινά γνήσια πολιτιστική εμπειρία (Okumus, 2007).

Η εμπειρία της γεύσης των τοπικών προϊόντων εκλαμβάνεται ως μια απολαυστική και συγκλονιστική δραστηριότητα (Kivela, 2006). Μια στοιχειώδης ανάγκη του ανθρώπου είναι η κατανάλωση. Γενικά, ο άνθρωπος αντιλαμβάνεται με τις αισθήσεις του, οι οποίες αποτελούν τα φυσικά κίνητρα και είναι η γεύση, η εμφάνιση καθώς και η μυρωδιά του φαγητού (Fields, 2002).

Τα τοπικά εστιατόρια χρησιμοποιούν τοπικά προϊόντα για την παρασκευή των φαγητών και έτσι η κατανάλωση τους είναι σεβαστή σαν τρόπος κοινωνικής και πολιτιστικής αλληλεπίδρασης. Η κατανάλωση διαθέτει χαρακτηριστικά για τον τοπικό τρόπο διαβίωσης και τον πολιτισμό (Getz, 2000). Υπάρχει όμως και η άλλη περίπτωση ότι για ορισμένους τουρίστες, η κατανάλωση άγνωστων τροφίμων και η εξοικείωση σε αυτά περιγράφονται ως προϋποθέσεις προώθησης, ώστε να δοκιμάσουν τα τοπικά τρόφιμα στους διάφορους προορισμούς (Chang, 2011).

Καταλήγοντας, θα λέγαμε ότι για τους γαστρονομικούς τουρίστες υπάρχουν πολλά κίνητρα και διαφορετικοί λόγοι για να επισκεφθούν ένα μέρος. Μέσα από αυτά

φαίνεται η σχέση της γαστρονομίας με τον τουρισμό. Αυτή η σχέση προβάλλει τον πολιτισμό του κάθε τόπου και προσφέρει στον επισκέπτη μια προσωπική εμπειρία και ταυτοχρόνως βοηθάει στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας, την προβολή των τοπικών προϊόντων και την ενδυνάμωση των ντόπιων παραγωγών.

2.3 Η γαστρονομία της Ελλάδας

Η ελληνική διατροφή και γαστρονομία συνιστούν μέρος της ελληνικής ιστορίας. Η ελληνική γαστρονομία έχει προηγηθεί του γνωστού διατροφικού πολιτισμού της Ρώμης, από τον οποίο δημιουργήθηκε η λεγόμενη σήμερα μεσογειακή διατροφή (Dalby, 2018).

Η γαστρονομία είναι ένα από τα γνησιότερα στοιχεία ενός τόπου. Η γεύση φαίνεται να είναι ένας τρόπος επικοινωνίας. Γενικά, η Ελλάδα συνδέεται με όμορφους καρπούς. Κάθε περιοχή της Ελλάδας έχει διαφορετικές γεύσεις. Ο κάθε επισκέπτης μπορεί να ευχαριστηθεί ένα παραδοσιακό πρωινό για αρχή, διάφορα χρωματιστά πιάτα μεσογειακής κουζίνας ή παραδοσιακά πιάτα σε κάθε περιοχή, που τα συνοδεύουν εκλεκτά κρασιά και άλλα τοπικά ποτά. Η διατροφική κουλτούρα των Ελλήνων έχει με τον καιρό προσθέσει μια εξωστρεφή κοινωνική διάσταση στο τραπέζι, συνδυάζοντας ψυχαγωγία, επικοινωνία καθώς και την γευστική απόλαυση. Κάπως έτσι διοργανώνονταν τα αρχαία συμπόσια. Η Ελλάδα έχει τεράστιο γαστρονομικό πλούτο. Σε κάθε τόπο της βλέπουμε μια ξεχωριστή πατρίδα. Αν ταξιδέψουμε στην Ελλάδα από τη μια άκρη ως την άλλη θα γοητευθούμε από τα πολλά και ξεχωριστά προϊόντα που θα ανακαλύψουμε. Οι διατροφικές συνήθειες αλλάζουν από τόπο σε τόπο. Αυτό έχει να κάνει με το κλίμα, τη γεωγραφία, την οικονομική ευημερία, τις θρησκευτικές αντιλήψεις αλλά και την επίδραση των άλλων πολιτισμών. Επίσης, συνδέονται με τα ήθη και τα έθιμα. Έτσι, μέσα από αυτή τη διαδικασία σχηματίζονται τα γαστρονομικά χαρακτηριστικά του κάθε τόπου.

Μετά τη μικρασιατική καταστροφή η Ελλάδα δέχτηκε μαζικά κύματα προσφύγων. Αυτοί μετέφεραν μαζί τους και τις δικές τους γαστρονομικές και διατροφικές συνήθειες. Σύμφωνα με αυτό, δημιουργήθηκε μια νέα μικτή κουζίνα, η οποία έχει επιρροές από την τούρκικη κουζίνα και αυτό γίνεται αντιληπτό από πολλά πιάτα όπως το τζατζίκι, το κεμπάπ, το ιμάμ μπαϊλντί, κλπ. Όλα αυτά έγιναν η αφορμή να δημιουργηθεί η σημερινή ελληνική κουζίνα.

2.4 Οι τοπικές κουζίνες των γεωγραφικών διαμερισμάτων της Ελλάδας

Κάθε περιοχή της Ελλάδας φημίζεται για τα τοπικά προϊόντα της, κάτι που την κάνει να είναι ξεχωριστή. Θα πάρουμε μια μικρή γεύση από το τι αντιπροσωπεύει η τοπική κουζίνα όλων των περιφερειών της Ελλάδας.

Ξεκινώντας από τον βορρά βλέπουμε ότι η κουζίνα της Θράκης και της Μακεδονίας είναι η πιο πικάντικη από αυτές των άλλων περιοχών, περιλαμβάνει πιπεριές (καυτερές, γλυκές), λαχανικά, τουρσί και πολλά πράσα. Η Θράκη έχει ιδιαίτερες διατροφικές συνήθειες γιατί η κουζίνα της δημιουργήθηκε από την πολυπολιτισμική συνύπαρξη ανθρώπων με διαφορετική καταγωγή, που ο καθένας φέρει τη δική του γαστρονομική πορεία. Η κουζίνα αυτή είναι καλαίσθητη και νόστιμη διότι έχει κληρονομηθεί από ντόπιους και πρόσφυγες. Αποτελεί ένα μείγμα γαστρονομικής παράδοσης της Θράκης, της Ανατολικής Ρωμυλίας, της Καππαδοκίας, του Πόντου, της Τουρκίας, της Αρμενίας, των Σαρακατσάνων και των Ρομά.

Η Μακεδονική κουζίνα συνδέει τις αυθεντικές γεύσεις με τις πρώτες ύλες που είναι πρώτης ποιότητας. Οι συνταγές της έχουν επιρροή από τη γαστρονομική πορεία των Ποντίων, Βλάχων, Σαρακατσαναίων, Μικρασιατών καθώς και του ντόπιου πληθυσμού.

Η κουζίνα της Ηπείρου αποδίδεται στο χαρακτηριστικό περιβάλλον της περιοχής που είναι τα βουνά. Πολλοί από τους κατοίκους είναι βοσκοί, έτσι υπάρχει το γάλα και το κρέας ως πρώτη ύλη. Επίσης βρίσκουμε διάφορα είδη πίτας σε αυτή την κουζίνα και συνδυασμούς λαχανικών και γαλακτοκομικών προϊόντων.

Η Θεσσαλία επίσης συνδέει όλες τις κουζίνες της κυρίως χώρας, συνδυάζοντας τις παραδόσεις τους. Βασικό ρόλο στην κουζίνα της έχει το κρέας. Επιπρόσθετα, ο θεσσαλικός κάμπος θεωρείται ως ο κυριότερος σιτοβολώνας της Ελλάδας. Η κτηνοτροφία ακόμη εξακολουθεί να είναι μια βασική ασχολία των κατοίκων και παράγει εκλεκτά γαλακτοκομικά προϊόντα.

Η Στερεά Ελλάδα που είναι το κέντρο της χώρας συνδυάζει βουνό και θάλασσα. Η κουζίνα της έχει να διαλέξει πλούσια και ποικίλα υλικά. Στην περιοχή αυτή είναι ανεπτυγμένη η αμπελοκαλλιέργεια, η τυροκομία, η μελισσοκομία, οι ιχθυοκαλλιέργειες που δημιουργούν μια πλούσια γαστρονομική ταυτότητα.

Η κουζίνα της Πελοποννήσου είναι γνήσια αγροτική. Βασίζεται στο ελαιόλαδο και τα λαχανικά που υπάρχουν σε αφθονία. Ακόμη καλλιεργούνται φρούτα καθώς και δημητριακά που εξασφαλίζουν ανώτερης ποιότητας ζυμαρικά. Αυξημένη είναι επίσης η κτηνοτροφία και η ιχθυοτροφία.

Η Κρητική κουζίνα εκτός των άλλων στηρίζεται στην αρχαιότητα. Είναι αυτάρκης σε παραδοσιακά τοπικά προϊόντα. Αγαπημένο πιάτο των Κρητικών είναι οι χοχλιοί (σαλιγκάρια). Είναι πλούσια σε παραγωγή γαλακτοκομικών, καλλιέργειας αμπελιών όπου φτιάχνουν το δικό τους κρασί. Είναι δε ευρέως γνωστή για το άριστης ποιότητας λάδι της.

Στην κουζίνα των Επτανήσων έχει επιδράσει τόσο η ελληνική όσο και η ιταλική κουζίνα λόγω της πολύχρονης Ενετοκρατίας. Στην κουζίνα της κυριαρχεί το γνήσιο παρθένο ελαιόλαδο και τα αρωματικά τοπικά χόρτα.

Στα νησιά του Αιγαίου βλέπουμε προϊόντα με ξεχωριστή νοστιμιά και γεύσεις που είναι μοναδικά. Είναι μια κουζίνα με ποικιλίες ντόπιων λαχανικών και φρούτων, ζώα ελευθέρως βοσκής και πάσης φύσεως νόστιμα θαλασσινά.

2.5 Ελληνικό Πρωινό

Στην Ελλάδα έχει δημιουργηθεί ένα καινούριο σχέδιο στον γαστρονομικό τουρισμό, το οποίο είναι το «Ελληνικό πρωινό». Είναι μια ιδανική πρωτοβουλία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος, θέλοντας να προβάλλει τα τοπικά φαγητά με τις έντονες ελληνικές γεύσεις και να αναδείξει τον πολιτισμό και το γαστρονομικό πλούτο. Το πρόγραμμα αυτό έχει αρχίσει να υλοποιείται από το 2010 και στοχεύει να βελτιώσει το πρωινό με γνήσια μοναδικά ελληνικά προϊόντα. Αυτό αποσκοπεί ώστε ο επισκέπτης, όχι μόνο να γευτεί αλλά και να ταξιδέψει μέσα από την οπτική και αισθητική επαφή του με το πιάτο. Έτσι, ο τουρίστας θα ζήσει μια μοναδική εμπειρία, που θα τον βοηθήσει να κατανοήσει την ελληνική κουζίνα και την ιστορία της γεύσης.

Μέσα από το πρωινό μπορεί ο επισκέπτης να γνωρίσει και να γευτεί προϊόντα της ελληνικής γης χωρίς ακόμη να έχει επισκεφθεί τον τόπο. Γιατί μέσα από αυτό προβάλλεται όλη η γαστρονομική κουλτούρα του τόπου. Στόχος επίσης είναι η σύνδεση των ελληνικών προϊόντων (π.χ. αυγοτάραχο του Μεσολογγίου, οι γραβιέρες Κρήτης, η φάβα και το ντοματάκι Σαντορίνης κ.α.). Όλα αυτά προβάλλονται από το

τοπικό περιβάλλον με σκοπό τη σύνδεση των γαστρονομικών εμπειριών με την ανακάλυψη τοπίων και της ζωής των ανθρώπων της υπαίθρου.

Τέλος, το «Ελληνικό πρωινό» έχει ενταχθεί στα περισσότερα ξενοδοχεία της Ελλάδας. Έτσι, ο τουρίστας δεν έρχεται μόνο για τη θάλασσα και τον ήλιο αλλά είναι ενήμερος για την μεγάλη ποικιλία των γευστικών τοπικών προϊόντων και θέλει να τα γευτεί.

2.5.1 Προϊόντα και Εδέσματα Ελληνικού Πρωινού

- **Άρτος και αρτοσκευάσματα**

Το ψωμί και το σιτάρι έχουν άμεση σχέση με την ιστορία και τον πολιτισμό της Ελλάδας. Σύμφωνα με τη μυθολογία οι Έλληνες πρόσφεραν άρτους στους θεούς. Επίσης σήμερα ανήμερα της γιορτής ενός αγίου προσφέρουν άρτους στην εκκλησία. Το ψωμί γενικά παρασκευάζεται με διάφορους τρόπους. Πολύ γνωστό σε εθνικό επίπεδο είναι ακόμη το κουλούρι Θεσσαλονίκης. Ένα είδος ψωμιού είναι τα παξιμάδια που είναι διαδεδομένα σε πολλές περιοχές, όπως στην Κρήτη γνωστά ως «ντάκος» και είναι συνοδευτικά με καφέ, τσαϊ ή διάφορα τυριά και αλλαντικά.

- **Τυροκομικά-Γιαούρτι-Αλλαντικά**

Μια ιδιαίτερη κατηγορία απαρτίζουν και τα τυροκομικά προϊόντα. Η Ελλάδα σε παγκόσμια κλίμακα είναι φημισμένη για τη φέτα, γραβιέρα, μυζήθρα, κασέρι, μανούρι, κεφαλοτύρι και διάφορα άλλα, τα οποία δημιουργούνται από την ελληνική ύπαιθρο. Αρκετά μέρη είναι γνωστά για τα τυροκομικά όπως Νάξος, Χίος, Μύκονος, Μυτιλήνη και Κως.

Το παραδοσιακό ελληνικό γιαούρτι έχει σημαντική θέση στην ελληνική διατροφή και παρασκευάζεται από πρόβειο γάλα ή από μείγμα με κατσικίσιο. Το αγελαδινό γιαούρτι είναι φημισμένο για την ποιότητα και για την ιδιαίτερη ξινή γεύση του.

Τα πιο ενδεικτικά παραδείγματα αλλαντικών είναι το απάκι της Κρήτης, ο παστουρμάς της Θράκης και τα λουκάνικα Πηλίου. Όλα αυτά αποκαλύπτουν την πλούσια ποικιλία σε αλλαντικά που υπάρχει σε όλα τα μέρη της Ελλάδας.

- **Ελιά και λάδι**

Στην αρχαία Ελλάδα η ελιά αποτελούσε σημαντικό συστατικό για τη διατροφή αλλά ήταν και ένα ιερό δέντρο. Η σημερινή ελληνική κουζίνα χρησιμοποιεί το ελαιόλαδο ωμό σε σαλάτες ή μέσα στα φαγητά. Η ελιά είναι ένα δέντρο που καλλιεργείται σε όλη την Ελλάδα και είναι ξεχωριστή για το άρωμα και τη γεύση της. Τα πιο γνωστά μέρη που βρίσκουμε την ελιά είναι η Λέσβος, η Κρήτη, η Καλαμάτα και η Χίος. Μέρη που προβάλλουν την ελιά με όλα της τα στοιχεία.

- **Πίτες**

Η παραδοσιακή κουζίνα μας έχει σε εξέχουσα θέση τις πίτες και κυρίως στις ορεινές περιοχές. Οι πιο γνωστές και φημισμένες πίτες είναι οι τυρόπιτες, σπανακόπιτες, κρεατόπιτες, χορτόπιτες με ότι χόρτα παράγει ο κάθε τόπος. Οι περιοχές που φημίζονται για τις πίτες τους είναι η Ήπειρος, η Θεσσαλία, η Μακεδονία και τα νησιά του Αιγαίου.

- **Γλυκά**

Τα γλυκά τα ξεχωρίζουμε σε δύο κατηγορίες, του κουταλιού και του ταπιού. Τα πιο γνωστά είναι το πορτοκάλι, μανταρίνι, βύσσινο, σύκο, κυδώνι, φιστίκι και το σταφύλι σε όλες τις περιοχές. Όσον αφορά τα γλυκά του ταπιού είναι σιροπιαστά και φτιάχνονται από φύλλο και διάφορους ξηρούς καρπούς. Τα πιο βασικά από αυτά είναι ο μπακλαβάς, το κανταΐφι και το γαλακτομπούρεκο.

- **Μέλι και ξηροί καρποί**

Το μέλι είναι και αυτό ένα τοπικό μας προϊόν και έχει ξεχωρίσει για τα θρεπτικά του συστατικά. Επιπλέον, έχουμε πληθώρα και από ξηρούς καρπούς όπως αμύγδαλα, καρύδια, φιστίκια, κάστανα, σταφίδες και ξερά σύκα που αποτελούν υψηλή διατροφική αξία.

- **Ζυμαρικά**

Τα ζυμαρικά έχουν ιδιαίτερη θέση στη διατροφή των Ελλήνων και σε κάθε τόπο τα φτιάχνουν διαφορετικά. Τα βρίσκουμε σε διάφορες μορφές όπως τραχανάς, χυλοπίτες, πλιγούρι και το κους-κους. Όλα αυτά προβάλλονται μέσα από παραδοσιακές συνταγές του κάθε τόπου.

- **Αρωματικά φυτά**

Στην ελληνική υπαίθρο βρίσκουμε πολλά αρωματικά φυτά όπως το τσάι του βουνού, το φασκόμηλο, το χαμομήλι, το δίκταμο. Τα χρησιμοποιούμε πριν ή μετά το φαγητό. Αυτά έχουν πλούσιες ευεργετικές και αντιοξειδωτικές ιδιότητες που βοηθούν στη σωματική και πνευματική ανάπτυξη.

- **Φρούτα-Λαχανικά**

Τα φρούτα και τα λαχανικά δεν λείπουν από τη μεσογειακή διατροφή και είναι χρήσιμα για τον οργανισμό. Τα κυριότερα είδη φρούτων είναι τα εσπεριδοειδή δηλαδή τα αχλάδια, μήλα, ροδάκινα, βερίκοκα, δαμάσκηνα, κεράσια, κυδώνια, ρόδια και βέβαια τα σταφύλια και τα σύκα. Τα λαχανικά είναι επίσης αναγκαία για τον οργανισμό μας και εμπεριέχονται στην μεσογειακή κουζίνα. Ενδεικτικά να αναφέρουμε κάποια από αυτά, όπως τις ντομάτες, τις μελιτζάνες, τις πιπεριές αλλά υπάρχουν και διάφορα άλλα.

Υπάρχει πλήθος λοιπόν ελληνικών προϊόντων που μπορούν να καλύψουν τις διατροφικές συνήθειες των ανθρώπων. Το Ελληνικό Πρωινό αποτελείται από όλα τα παραπάνω προϊόντα και δίνει ενέργεια σε έναν επισκέπτη. Με αυτό τον τρόπο μπορεί να προωθηθεί η ελληνική γαστρονομία και ο τουρισμός όχι μόνο σε τοπικό αλλά και σε εθνικό επίπεδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο-ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΗΣ & ΚΡΑΣΙ

3.1 Γαστρονομία και Οίνος

Η γαστρονομία και ο οινικός τουρισμός εξετάζονται σαν δυο κατηγορίες μεταβολής της αγροτικής βάσης της υπαίθρου, όσον αφορά την ανάπτυξη, την αξιοποίηση και την είσοδο νέων μεθόδων. Αναβαθμίζεται ο τρόπος ζωής και δίνεται μεγαλύτερη σημασία στους χώρους ψυχαγωγίας με επίκεντρο το ρόλο του κρασιού και του φαγητού. Από τα αρχαία χρόνια η γαστρονομία συνδέεται στενά με την κατανάλωση του οίνου. Πρακτικά η γαστρονομία συμπεριλαμβάνει τη συσχέτιση του καλού φαγητού με το καλό κρασί ή και άλλα τοπικά ποτά και δεν επικεντρώνεται μόνο στη μαγειρική αλλά προσαρμόζεται σε πλήθος προϊόντων και υπηρεσιών (Πιστολάς, 2011).

Η τέχνη της υψηλής μαγειρικής που βασίζεται στα σωστά υλικά που θα εγγυηθούν αισθητική απόλαυση, ορίζεται ως γαστρονομία. Η γαστρονομία σήμερα συνδέεται άρρηκτα με τον γαστρονομικό τουρισμό αλλά και τον οινοτουρισμό (Μπαμπινιώτης, 2002).

Πιο συγκεκριμένα, ο οινοτουρισμός συνθέτει μια υποκατηγορία του αγροτουρισμού και είναι στενά συνδεδεμένος με την αγροτική παραγωγή και τη συμβολή της τοπικής γαστρονομίας. Το κρασί μαζί με άλλα τοπικά προϊόντα ενός προορισμού συμπληρώνουν ένα είδος αγροτουριστικού ενδιαφέροντος όταν εφαρμόζονται στην τοπική γαστρονομία. Στη χώρα μας έχουν αναπτυχθεί οινοπαραγωγικές μονάδες, οι οποίες συντελούν στην αύξηση των ποσοστών τουρισμού και ελκύουν με το κρασί και τα τοπικά προϊόντα, τους τουρίστες ώστε να μεγαλώνει το τουριστικό ρεύμα όλο και πιο πολύ.

Η τοπική κουζίνα βασικά εντάσσεται στην οινοτουριστική εμπειρία (Hashimoto, 2002). Ακόμη, υπάρχει μια ιδιαίτερη σχέση μεταξύ του τουρισμού, του κρασιού και του φαγητού, γιατί επισημαίνεται ότι το ένα είδος συμπληρώνει το άλλο (Plummer, 2005).

Η οινογαστρονομία λοιπόν ενός λαού απαρτίζει ανεκτίμητο στοιχείο και αποκλειστικό χαρακτηριστικό κάθε τουριστικού προορισμού, αφού αντιπροσωπεύει πρώτα τους μόνιμους κατοίκους αλλά και τους τουρίστες που επισκέπτονται έναν προορισμό γι' αυτό το λόγο.

3.2 Τοπικά προϊόντα γης

Ο κάθε προορισμός έχει βασικό στοιχείο της κουζίνας του, τα τοπικά προϊόντα που είναι δυνατόν να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού εμφανίζοντας στους τουρίστες καινούριες γεύσεις που στηρίζονται στη μαγειρική κληρονομιά. Το τοπικό φαγητό έχει δύο ξεχωριστές έννοιες, η πρώτη έχει να κάνει με το ίδιο το προϊόν ενώ η δεύτερη συνδέεται με την κουζίνα. Η πρόταση του γαστρονομικού τουρισμού αρχίζει με το τοπικό φαγητό που προσδιορίζει τη γαστρονομική ταυτότητα του τόπου εκπροσωπώντας ένα μέρος ή μια περιοχή (Timothy, 2016).

Οι ελληνικοί καρποί που γεννά η μητέρα φύση συνθέτουν τη διατροφική ιδιαιτερότητα, αναπτύσσουν τις τοπικές κουζίνες και απεικονίζουν τη γαστρονομική

μοναδικότητα κάθε τύπου. Τα προϊόντα που παράγονται από αγνά υλικά στην ελληνική γη είναι φημισμένα σε όλο τον κόσμο και γι' αυτό είναι περιζήτητα. Η κάθε περιοχή στηρίζεται στις παραδόσεις και επεκτείνει την προσπάθεια της παραγωγής με τη δική της μέθοδο. Η κατανόηση και η γνωστοποίηση του τοπικού φαγητού είναι ένας παραγωγικός τρόπος παρακίνησης της αποτελεσματικότητας του διατροφικού τουρισμού (Smith, 2008).

Εν ολίγοις, η τουριστική αγορά ενσωματώνεται με τη γαστρονομία με μια αλληλουχία προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων και όλα μαζί συνδυάζουν ένα τουριστικό οδηγό από γαστρονομικά προϊόντα, ο οποίος χρησιμεύει στον επισκέπτη για την επιλογή του προορισμού.

3.3 Οινοτουρισμός

Ο οινικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού, που συμπεριλαμβάνεται σε συγκεκριμένες μορφές του και συνιστά μια σημαντική κατηγορία του αγροτουρισμού. Επίσης, μπορούμε να αναφέρουμε πως ο οινοτουρισμός συνθέτει έναν τύπο τουριστικού προϊόντος που προβάλλεται ταυτόχρονα με τον αγροτουρισμό, στον πολιτιστικό τουρισμό και στον τουρισμό της φύσης (Καλδής, 2008).

Στη σημερινή εποχή ο οινικός τουρισμός συνδυάζεται με τις επισκέψεις σε αμπελώνες και σε οινοποιεία ώστε οι επισκέπτες να αντιληφθούν την τέχνη της παραγωγής, τη γνώση της οινοποίησης, της γευσσιγνωσίας και την μοναδικότητα κάθε κρασιού. Ο οινοτουρισμός δεν περιορίζεται μόνο σε αυτούς που αγαπούν το κρασί αλλά σε όλους όσους θέλουν να απολαύσουν μια επίσκεψη σε ένα οινοποιείο κοντά στη φύση. Ο επισκέπτης εκτός από τους αμπελώνες και τα οινοποιεία, επισκέπτεται και την ευρύτερη περιοχή (Novelli, 2005). Επιπρόσθετα, το οινικό τουριστικό προϊόν διαθέτει ορισμένα κύρια στοιχεία όπως το κρασί, το φαγητό και τις τέχνες συλλογικά και είναι αυτά που επιζητούν οι τουρίστες να βιώσουν (Carlsen, 2004). Για αυτό πολλές περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος έχουν καταλάβει ότι τα οφέλη του οινικού τουρισμού είναι ανεξάντλητα.

Η Ελλάδα είναι σίγουρα μια από τις πρώτες αμπελουργικές χώρες και έχει παράδοση στην παραγωγή κρασιού. Από τα αρχαία χρόνια διατηρούσε μια διακεκριμένη θέση στη ζωή του λαού της χώρας μας. Ζωντανό παράδειγμα είναι η λατρεία του θεού Διονύσου μέσω του οποίου τιμάται το κρασί. «Ευοί ευάν» ήταν η πρόποση στις διονυσιακές γιορτές και «οίνος ευφραίνει καρδίαν» στη χριστιανική παράδοση. Η

διαδρομή που έχει κάνει το κρασί υπάρχει για να διατηρηθεί και να αναδειχθεί η πολιτισμική κληρονομιά μας. Ο Έλληνας συγκαταλέγει το κρασί στα βασικά στοιχεία της διατροφής του. Είναι συνοδευτικό του φαγητού αλλά και ποτό ως ηρεμιστικό, φάρμακο και άμεσα συνδεδεμένο με τον πολιτισμό και τη θρησκεία. Το κρασί συμπεριλαμβάνεται σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής των ανθρώπων όπως χαρές και λύπες.

Παντού στην Ελλάδα, όπως Θράκη, Μακεδονία, Θεσσαλία, Ήπειρο, Στερεά Ελλάδα, Κρήτη, Νησιά Αιγαίου και Ιονίου διοργανώνονται φεστιβάλ κρασιού, σεμινάρια, γευσιγνωσίες και επισκέψεις σε αμπέλια. Με αυτό τον τρόπο προβάλλεται ο τουρισμός ανά τον κόσμο. Η σωστή διαχείριση και η ανάλογη αξιοποίηση των παραδόσεων της χώρας μπορούν να προωθήσουν τον οινικό τουρισμό σε μια ιδιαίτερη διεθνή θέση.

3.4 Σήματα ποιότητας σχετικά με τα τοπικά προϊόντα

Σήμερα οι πελάτες ενδιαφέρονται περισσότερο για να αποκτήσουν γνώσεις και να ενημερωθούν για τις μεθόδους παραγωγής των προϊόντων που καταναλώνουν καθώς και από πού αυτά προέρχονται. Οι καταναλωτές μοιάζουν να εμπιστεύονται τα συστήματα πιστοποίησης ποιότητας, τα σήματα και τις ετικέτες ακόμα και αν δεν ξέρουν τις προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν τα προϊόντα. Τα σήματα ποιότητας προσθέτουν ένα ανταγωνιστικό όφελος σε ένα προϊόν και αυτά μπορεί να είναι υποχρεωτικά όταν διαμορφώνονται νομικά, προαιρετικά και εθελοντικά. Γενικά, έχουν σχέση με όλα τα χαρακτηριστικά της ποιότητας ή ειδικότερα στοχεύουν σε συγκεκριμένα διακριτικά γνωρίσματα ενός προϊόντος. Ακόμη μπορεί να προστατεύουν την ποιότητα, την ασφάλεια, την προέλευση και άλλα γνωρίσματα του προϊόντος (Sadílek, 2020).

Τα σήματα ποιότητας είναι σημαντικά στον τομέα της γαστρονομίας. Στην Ελλάδα έχουν δημιουργηθεί πολλές σχετικές εθελοντικές δράσεις. Η χώρα μας δεν είναι μόνο προνομιάς από άποψη των γεωφυσικών και πολιτιστικών χαρακτηριστικών, ή της μακρόχρονης ιστορίας της που κάνουν τα προϊόντα της εξαιρετικά, αλλά είναι παγκόσμια αναγνωρισμένη η κουζίνα της. Η ελληνική κουζίνα συγκαταλέγεται στις πιο φημισμένες παγκοσμίως διότι έχει ποικιλία στα πιάτα της, οι τεχνικές μαγειρικής είναι απλές, οι γεύσεις νόστιμες και οι πρώτες ύλες με μεγάλη διατροφική αξία. Επίσης, τα παραδοσιακά γεωργικά προϊόντα της όπως το ελαιόλαδο, η φέτα, το μέλι,

το γιαούρτι κ.λπ. έχουν εγκριθεί από άλλες εθνικές ή διεθνείς κουζίνες (Kyriakaki, 2016).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση κατοχύρωσε την προστασία των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων, Π.Ο.Π (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης) προσδιορίζεται η ονομασία ενός τόπου ή χώρας που προσδίδεται σε ένα τρόφιμο ή γεωργικό προϊόν, το οποίο προέρχεται από μια περιοχή όπου διαμορφώνονται τα ξεχωριστά γνωρίσματα του σε σχέση με τον ανθρώπινο παράγοντα. Συγκριτικά με τα Π.Ο.Π προϊόντα, τα Π.Γ.Ε (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη) δεν είναι απόλυτα ενσωματωμένα με το γεωγραφικό χώρο προέλευσης. Είναι αρκετό να έχει σχέση με αυτόν ένα από τα στάδια παραγωγής τους.

Οι παραγωγοί δεσμεύονται να ακολουθούν κατά γράμμα τις προϋποθέσεις των προϊόντων Π.Ο.Π και οπωσδήποτε να υποχρεώνονται σε αυστηρό έλεγχο από τους αρμόδιους φορείς. Εκτός από την ονομασία Π.Ο.Π μπορούν να διαλέξουν την τοποθέτηση και του ευρωπαϊκού λογότυπου ως ακλόνητη πιστοποίηση των ξεχωριστών γνωρισμάτων του προϊόντος που αποδίδονται στη γεωγραφική του προέλευση. Τα προϊόντα Π.Ο.Π με αυτό τον τρόπο διαφυλάσσονται μέσα στο θεσμικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η ονομασία προέλευσης χρειάζεται να διασφαλίζεται πρώτον από τυχόν απομιμήσεις και δεύτερον να εξασφαλίσει κύρος και να γίνει ευρέως γνωστό (Κοκκινάκης, 2003).

Τόσο τα Π.Ο.Π όσο και τα Π.Γ.Ε διέπονται από τους ίδιους κανονισμούς και διαδικασίες για την εφαρμογή τους και προσφέρουν τα ίδια εγγύη στους καταναλωτές και τα ίδια δικαιώματα στους παραγωγούς, αλλά οι διαφορές μεταξύ των δύο στηρίζονται στο πόσο άμεσα συνδυάζονται τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων με γεωγραφική περιοχή, της οποίας φέρουν το όνομα. Στη μεγάλη ποικιλία προϊόντων που παράγει η Ελλάδα και προσδιορίζονται ως Π.Ο.Π ή Π.Γ.Ε περιλαμβάνεται και το κρασί. Συγκεκριμένα, τα προϊόντα αυτά χαρακτηρίζονται για την ποιότητα αλλά και την αγνότητα των τοπικών παραγωγών, αντίθετα με τα τυποποιημένα προϊόντα που παράγονται από βιομηχανίες μαζικά.

Για παράδειγμα, τα ελληνικά κρασιά τα κατατάσσουμε σε ορισμένες κατηγορίες όπως :

- **Οίνος με ονομασία προέλευσης ελεγχόμενη**

Στην κατηγορία αυτή συγκαταλέγονται τα γλυκά κρασιά, όπως η Μαυροδάφνη της Κεφαλονιάς και της Πάτρας, το Μοσχάτο της Πάτρας, της Λήμνου, της Κεφαλονιάς και της Ρόδου καθώς και το γλυκό της Σάμου.

- **Οίνος με ονομασία προέλευσης ανωτέρας ποιότητας**

Περιλαμβάνει τα καλύτερα κρασιά της χώρας. Στα Επτάνησα βρίσκουμε τη Ρομπόλα Κεφαλονιάς και στα νησιά της Πάρου, της Λήμνου, της Ρόδου και της Σαντορίνης συναντάμε με τα αντίστοιχα ονόματα το Πάρος, το Λήμνος κ.λπ.

- **Επιτραπέζιοι οίνοι**

Είναι κρασιά που δεν πληρούν τις προϋποθέσεις για να μπορούν να χαρακτηρισθούν Π.Ο.Π και προέρχονται από διάφορες περιοχές και ποικιλίες.

- **Τοπικοί οίνοι**

Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει οίνους, οι παραγωγοί των οποίων προσαρμόζονται σε πιο σκληρές προϋποθέσεις. Αυτό τους διαφοροποιεί από τους κοινούς επιτραπέζιους οίνους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο - ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ & ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

Οι γαστρονομικοί προορισμοί ενισχύουν τη φυσιογνωμία τους προβάλλοντας τα τοπικά στοιχεία. Η προβολή των τοπικών χαρακτηριστικών αποτελεί καθοριστική επιλογή για να σταθεροποιηθεί μια δυνατή ελκυστική ταυτότητα ενός προορισμού στην τουριστική αγορά. Οι εθνικοί οργανισμοί τουρισμού προβάλλουν κυρίως την τοπική κουζίνα επισημαίνοντας την αφθονία και την ποικιλότητα της κουζίνας που διαθέτουν οι διάφορες περιοχές της χώρας τους. Μας παρουσιάζουν δηλαδή μια

συλλογή από τοπικές κουζίνες και όχι μια ενιαία εθνική κουζίνα (Brillat-Savarin, 2008).

Επίσης, οι τοπικοί φορείς ενισχύουν την προσπάθεια των εθνικών οργανισμών τουρισμού τροποποιώντας τον τόπο τους, δίνοντας μεγάλη σημασία στα τοπικά προϊόντα, στις τοπικές συνταγές και οργανώνοντας ταξιδιωτικές εμπειρίες γύρω από τα τοπικά γαστρονομικά γνωρίσματα.

Η γαστρονομία είναι δυνατόν να αποτελέσει μια βασική προϋπόθεση που θα οδηγήσει τους τουρίστες να διαλέξουν την Ελλάδα σαν προορισμό για διακοπές. Για να το πετύχει αυτό θα πρέπει να μελετηθούν αντίστοιχες πρωτοβουλίες προώθησης έτσι ώστε να αναγνωριστεί σαν χώρα με αξιόλογη γαστρονομική προσφορά.

4.1 Χρήση του διαδικτύου

Το πιο αναγνωρισμένο εργαλείο για να διαφημιστεί η ελληνική γαστρονομία είναι το διαδίκτυο. Η ιστοσελίδα είναι ένας συνδετικός κρίκος ανάμεσα στην εταιρία και τον καταναλωτή καθώς είναι μια μορφή εικονογραφημένης παρουσίασης των προϊόντων, του προωθητικού υλικού. Γι' αυτό θα ήταν σημαντικό να γνωρίζουμε για την ελληνική γαστρονομία και ιδιαίτερα τα βασικά συστατικά της, τη φιλοσοφία και την ατμόσφαιρα που τη χαρακτηρίζουν. Αυτό μπορεί να γίνει εφικτό με τη δημιουργία μιας ιστοσελίδας, η οποία θα είναι αφιερωμένη αποκλειστικά στην ελληνική κουζίνα είτε σαν σύνολο της χώρας είτε να αφορά τοπικές κουζίνες. Η ιστοσελίδα αυτή θα πρέπει να μελετηθεί κατά τρόπο ώστε να είναι χρηστική και ιδιαίτερα επικοινωνιακή προς τον χρήστη για να του τραβήξει το ενδιαφέρον. Έτσι, θα πρέπει να προωθούνται φωτογραφίες και βίντεο που θα αποτυπώνουν πιάτα με ελληνικά φαγητά, τοπικά προϊόντα και τοπία, εστιατόρια, ταβέρνες, εστιατόρια ξενοδοχείων, ζαχαροπλαστεία και χώρους όπου παράγονται τοπικά ελληνικά προϊόντα όπως τα οινοποιεία (π.χ. κρασί) και ελαιολαδοποιεία (π.χ. λάδι).

Συγκεκριμένα, οι τουρίστες-πελάτες μπορούν να μεταβληθούν από παθητικοί σε ενεργοί αποδέκτες γιατί συμμετέχουν ουσιαστικά στη σχεδίαση, στην παραγωγή και στη διαφήμιση των τουριστικών γνώσεων ενώ μέσω της διαπερατότητας που παρέχεται είναι εφικτή η ανταλλαγή απόψεων και μετάδοση πληροφόρησης εμπειριών και γνώσης. Ταυτόχρονα οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να κάνουν πιο αποδοτικό το μάρκετινγκ αλλά και τις υπηρεσίες εξυπηρέτησης των καταναλωτών δια μέσου της επικοινωνίας με τον πελάτη και τις κριτικές που

δέχονται από αυτούς με αποτέλεσμα να μπορούν να αναβαθμίσουν το προσφερόμενο προϊόν.

4.2 Επισκέψιμοι χώροι παραγωγής

Σε μερικούς προορισμούς οι επισκέπτες μπορούν να ζήσουν μια μοναδική εμπειρία. Αυτό γίνεται όταν επισκέπτονται χώρους παραγωγής τροφίμων και ποτών όπως οινοποιεία, ελαιολαδοποιεία, τυροκομεία, μύλους, ζυθοποιεία κ.λπ. Με αυτό τον τρόπο, τους δίνεται η ευκαιρία να παρατηρήσουν τη διαδικασία παραγωγής των εκάστοτε προϊόντων και συγκεντρώνουν εμπειρίες που αποστέλλονται απευθείας στις αισθήσεις καθώς μπορούν να δοκιμάσουν, να μυρίσουν αλλά και να αγγίξουν το παραγόμενο προϊόν.

Ένας ιδιαίτερος επισκέψιμος χώρος είναι τα οινοποιεία. Αρκετοί επιχειρηματίες έχουν διαθέσει μεγάλα ποσά ώστε να μεταμορφώσουν τα οινοποιεία τους σε τουριστικά αξιοθέατα υψηλών προδιαγραφών, κάνοντας εγκαταστάσεις για δοκιμή και πώληση κρασιών, χώρους προβολής και εκθέσεων, μουσεία και εστιατόρια (Brillat-Savarin, 2008).

4.3 Γαστρονομικά Φεστιβάλ

Η υλοποίηση ενός φεστιβάλ συντελεί ώστε να ξαναζωντανέψουν και να διατηρηθούν τα τοπικά έθιμα και οι παραδόσεις (Falassi, 1987).

Τα γαστρονομικά φεστιβάλ είναι στην ουσία οι πολιτιστικές εκδηλώσεις μέσα από τις οποίες αναδεικνύεται ο γαστρονομικός πολιτισμός ενός τόπου και όλες οι εκφάνσεις του. Επιπρόσθετα, τα γαστρονομικά φεστιβάλ ενσωματώνουν εκδηλώσεις που έχουν σχέση με τη γαστρονομία, όπως επισκέψεις σε χώρους παραγωγής προϊόντων, μαθήματα μαγειρικής, περιπάτους γαστρονομικού ενδιαφέροντος κ.α.

4.4 Δημιουργία μάρκας προορισμού (branding)

Η επωνυμία ενός προορισμού μπορεί να οριστεί ως το όνομα, σύμβολο, σήματα ή οποιοδήποτε άλλο αναγνωρίσιμο στοιχείο. Σύμφωνα με αυτό, διαπιστώνουμε πως η μάρκα συμβάλλει στη διαφοροποίηση των τουριστικών προορισμών. Μεταφέρει αξέχαστες υποσχέσεις στους πιθανούς επισκέπτες, ταξιδιωτικές εμπειρίες που σχετίζονται με τον προορισμό και ακόμη βοηθά, στην ενίσχυση και την προώθηση χαρούμενων αναμνήσεων (Ritchie, 2003).

Η δημιουργία δηλαδή της μάρκας στοχεύει στην αναγνώριση και διαφοροποίηση των τόπων (Aitken, 2011) ιδίως μέσω των αναμνήσεων από θετικά συναισθήματα και εμπειρίες επισκεπτών από έναν προορισμό. Αυτό μπορεί να γίνει από την προώθηση του επισιτιστικού τουρισμού καθώς η μορφή αυτού του τουρισμού προσελκύει πολλούς τουρίστες που αναζητούν πραγματικές και αξέχαστες γαστρονομικές εμπειρίες (Hashimoto, 2006).

ΜΕΡΟΣ Β : ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

Κεφάλαιο 5^ο – Απαραίτητα εργαλεία για υλοποίηση ιστοσελίδας

5.1 Απαιτήσεις Υλοποίησης

Πριν την υλοποίηση της ιστοσελίδας θα είναι καλό να γνωρίζετε ποια εργαλεία είναι απαραίτητα για την ανάπτυξη της. Για την κατασκευή μιας ιστοσελίδας είναι απαραίτητη η ύπαρξη ενός εξυπηρετητή, ενός περιηγητή ή αλλιώς φυλλομετρητή ιστού και μιας εφαρμογής μεταφοράς αρχείων. Στην παρούσα εργασία το ρόλο του διακομιστή, θα τον πραγματοποιήσει ένας εικονικός εξυπηρετητής (server), ο οποίος ονομάζεται localhost και μέσω του οποίου μπορούμε να διαχειριζόμαστε και να προβάλλουμε τοπικά στον υπολογιστή την ιστοσελίδα μας. Πρώτα από όλα λοιπόν, θα πρέπει να εγκαταστήσετε το λογισμικό XAMPP και στην συνέχεια το Wordpress, τα οποία διαθέτουν ορισμένες υπηρεσίες όπως (Apache, MySQL, PHP).

5.2 Apache

Ο Apache είναι ένας διαδεδομένος εξυπηρετητής ή αλλιώς διακομιστής (server) του παγκόσμιου ιστού. Όταν ένας χρήστης δηλαδή θέλει να επισκεφτεί έναν ιστότοπο, το πρόγραμμα πλοήγησης συνήθως επικοινωνεί με ένα διακομιστή μέσω ενός πρωτοκόλλου HTTP. Ο διακομιστής με τη σειρά του παράγει τις ιστοσελίδες και τις στέλνει στο πρόγραμμα πλοήγησης. Με λίγα λόγια ο Apache είναι το περιβάλλον στο οποίο μπορεί να λειτουργήσει, τρέξει μια ιστοσελίδα.

5.3 MySQL

Η MySQL αποτελεί ένα σύστημα διαχείρισης σχεσιακών βάσεων και είναι ανοικτού κώδικα. Επίσης, χρησιμοποιεί τη γλώσσα προγραμματισμού SQL (Structured Query Language) που είναι χρήσιμη και έχει να κάνει με την προσθήκη, την πρόσβαση καθώς και την επεξεργασία δεδομένων σε μια βάση δεδομένων. Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε το λογισμικό MySQL είτε ερασιτεχνικά είτε επαγγελματικά.

Γενικά, το MySQL φημίζεται για την ταχύτητα, την αξιοπιστία και την ευκολία στη χρήση του και μπορούμε να το κατεβάσουμε εντελώς δωρεάν.

5.4 PHP

Η PHP (Hypertext Preprocessor) είναι μια δημοφιλής γλώσσα προγραμματισμού για ιστοσελίδες και διάφορες διαδικτυακές εφαρμογές. Η λειτουργία της έχει να κάνει με τον χειρισμό των λειτουργιών και των εργασιών που θα φέρνει εις πέρας. Μπορεί δηλαδή να δημιουργεί, ανοίγει, διαβάζει, διαγράφει αρχεία καθώς και να συλλέγει, τροποποιεί και να κρυπτογραφεί δεδομένα. Είναι δωρεάν και εύκολη να μάθει να τη διαχειρίζεται ένας χρήστης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο - ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ

6.1 Τι είναι το XAMPP

Το XAMPP ορίζεται ως ένα πακέτο προγραμμάτων ελεύθερου λογισμικού και αποτελεί το κύριο εργαλείο, το οποίο χρησιμοποιείται για την σχεδίαση και υλοποίηση διαδραστικών ιστοσελίδων μέσω διάφορων τεχνολογιών. Με τη χρήση του XAMPP μπορείς να εργαστείς στην ιστοσελίδα σου χωρίς να είναι αναγκαία η σύνδεση στο διαδίκτυο. Διανέμεται δωρεάν για διάφορα λειτουργικά συστήματα (π.χ. Linux, Windows, macOS κλπ.) και εγκαθίσταται γρήγορα και με ευκολία. Παρακάτω θα δούμε τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσουμε για την εγκατάσταση του XAMPP.

6.2 Εγκατάσταση του XAMPP

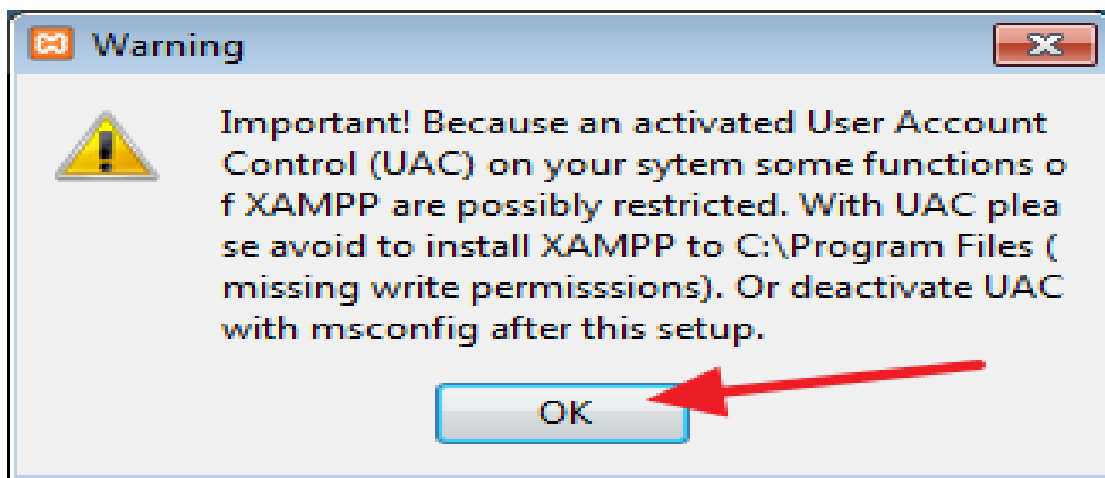
Αρχικά, θα πρέπει να κατεβάσουμε το XAMPP ανάλογα με το λειτουργικό σύστημα που χρησιμοποιεί ο καθένας στον υπολογιστή του και έπειτα θα επιλέξουμε κατέβασμα (download).



Εικόνα 1 - Εγκατάσταση του XAMPP

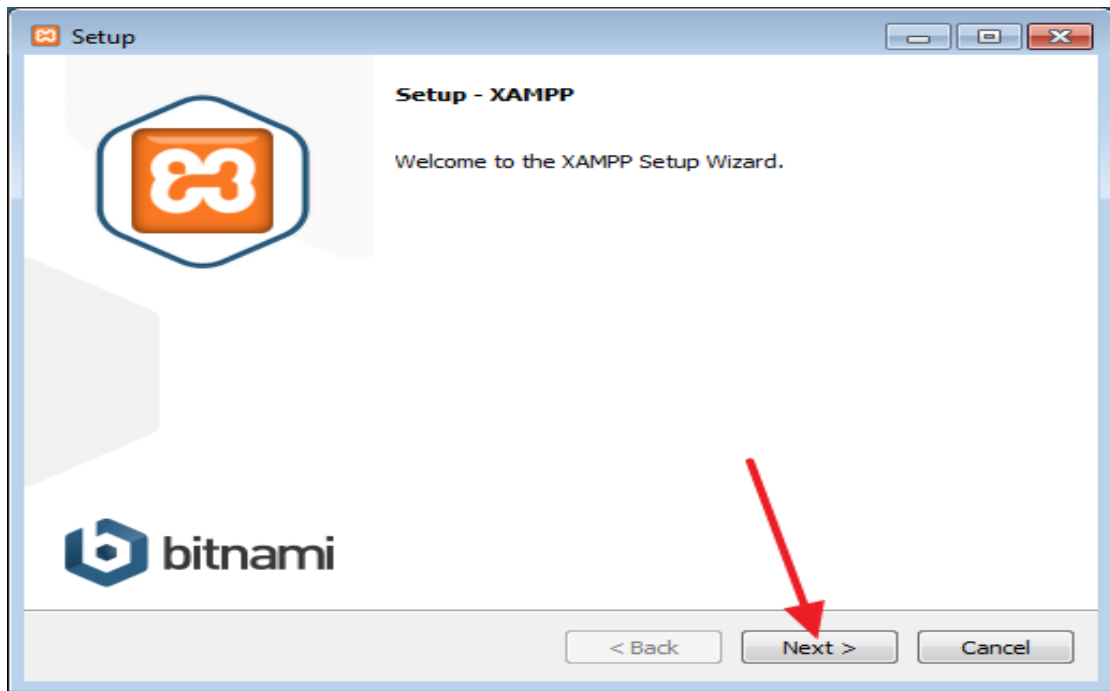
Μετά μας εμφανίζεται η οθόνη επιβεβαίωσης της λήψης του αρχείου εγκατάστασης και αναμένουμε να ολοκληρωθεί η λήψη.

Στη συνέχεια αφού κατέβει το αρχείο, υπάρχει η περίπτωση να εμφανιστούν ορισμένα προειδοποιητικά μηνύματα για μείωση ταχύτητας της εγκατάστασης ή άλλα παρόμοια μηνύματα. Παρόλα αυτά, επιλέγουμε το «OK» για να συνεχιστεί η διαδικασία εγκατάστασης διότι δεν υπάρχει κανένας απολύτως κίνδυνος.



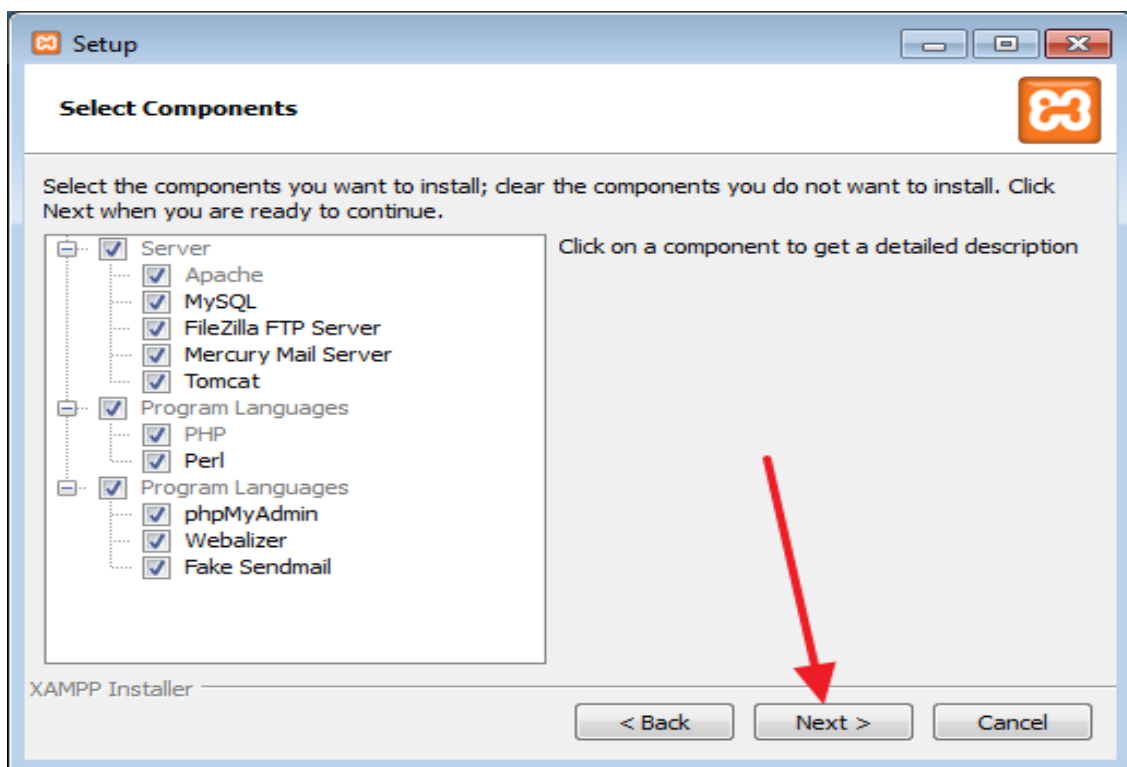
Εικόνα 2 - Εμφάνιση προειδοποιητικού μηνύματος

Αφού αποδεχθούμε τα προειδοποιητικά μηνύματα, αν μας εμφανιστούν, στη συνέχεια επιλέγουμε το «Next» για να συνεχιστεί η διαδικασία της εγκατάστασης του XAMPP.



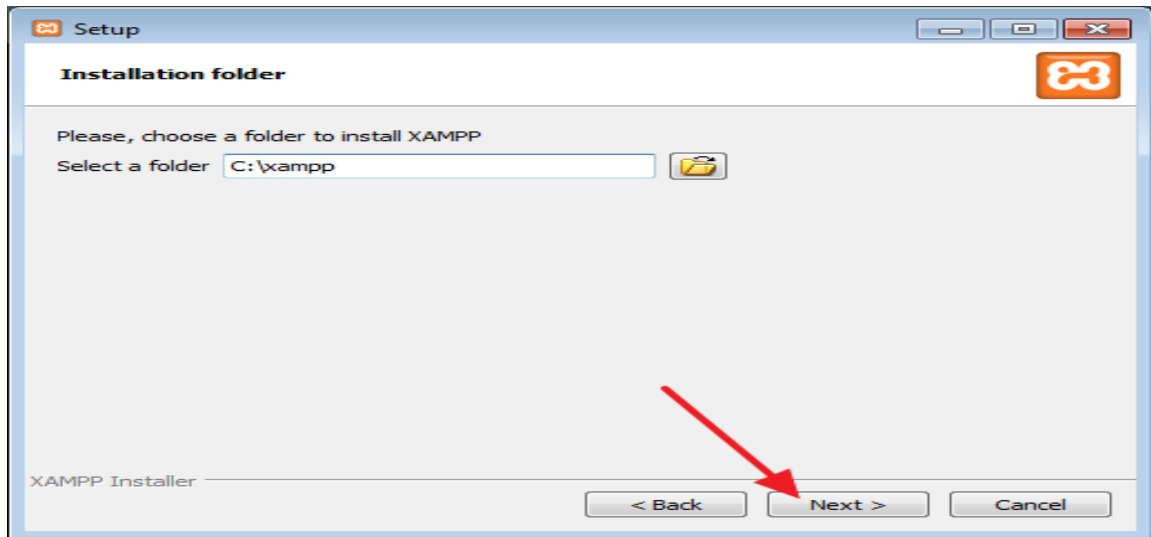
Εικόνα 3 - Οθόνη Καλωσορίσματος XAMPP

Στο επόμενο παράθυρο θα μας εμφανιστούν όλες οι υπηρεσίες που πρόκειται να εγκατασταθούν. Δε θα αλλάξουμε κάτι, αντιθέτως θα αφήσουμε τα προεπιλεγμένα πλαίσια όπως έχουν και θα επιλέξουμε το «Next».



Εικόνα 4 - Επιλογή στοιχείων προς εγκατάσταση

Έπειτα θα μας ζητηθεί να ορίσουμε τον φάκελο, στον οποίο θέλουμε να εγκαταστήσουμε το XAMPP. Είναι καλό να αφήσουμε την προεπιλογή όπως είναι, στον σκληρό μας δίσκο, ώστε να το βρίσκουμε εύκολα και μετά θα επιλέξουμε το «Next».



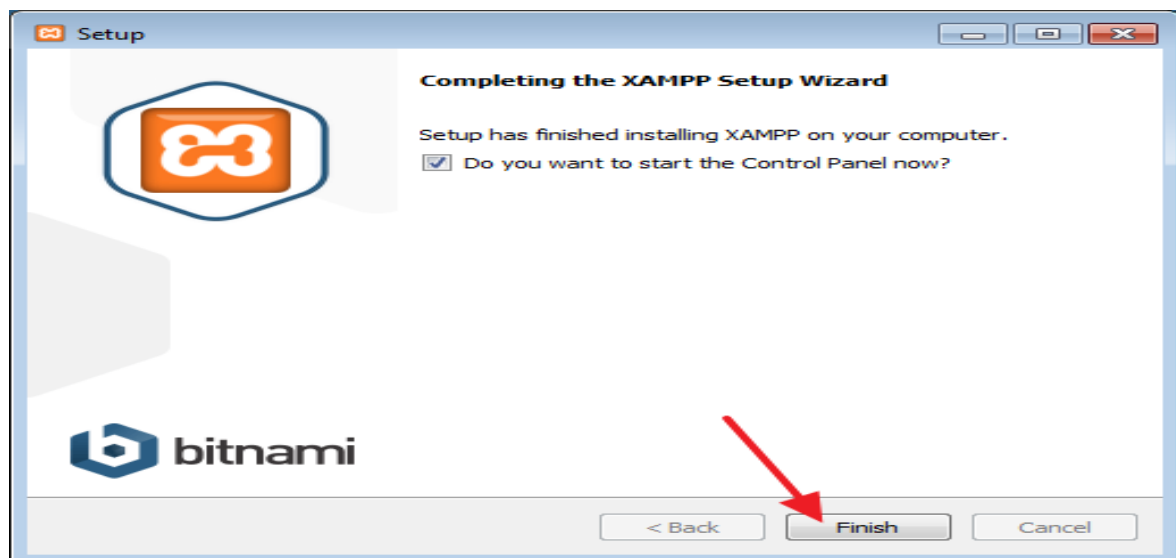
Εικόνα 5 - Επιλογή φακέλου εγκατάστασης

Ύστερα, θα σας προταθεί η εγκατάσταση του Bitnami, το οποίο είναι ένα εργαλείο που αυτοματοποιεί την εγκατάσταση του Wordpress και μετά θα επιλέξετε πάλι το «Next».



Εικόνα 6 - Αυτοματοποίηση της εγκατάστασης του Wordpress

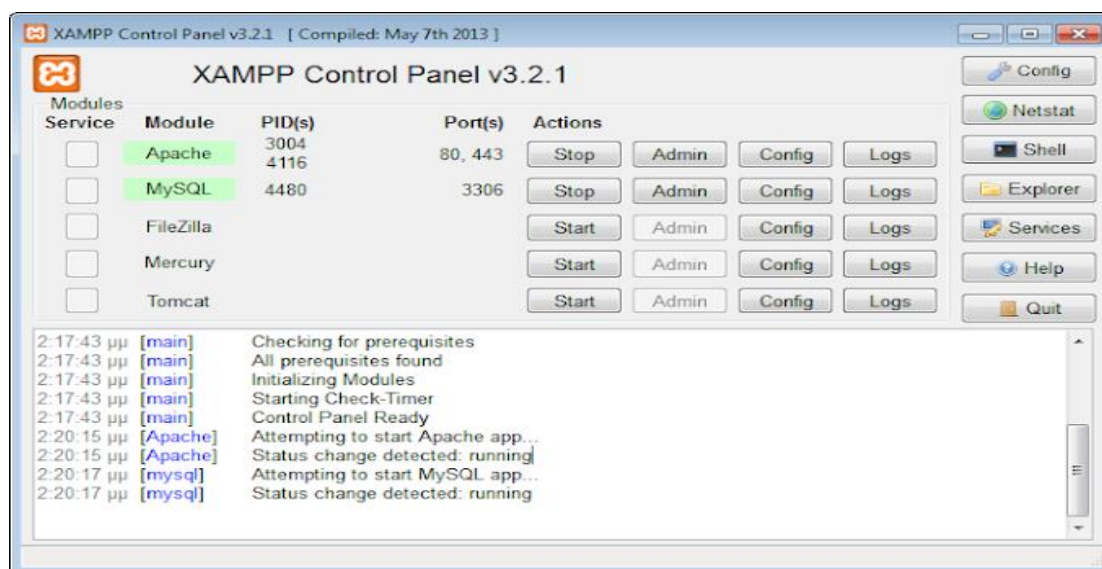
Όλη η εγκατάσταση θα ολοκληρωθεί πολύ γρήγορα και θα επιλέξετε στη συνέχεια το «Finish».



Εικόνα 7 - Ολοκλήρωση της εγκατάστασης του XAMPP

Εάν τα προηγούμενα βήματα πραγματοποιήθηκαν σωστά, τότε στον σκληρό δίσκο, θα βρίσκεται το XAMPP. Θα μεταφερθούμε στον πίνακα ελέγχου του XAMPP και θα παρατηρήσουμε ότι για κάθε υπηρεσία υπάρχουν αντίστοιχα κουμπιά «Start»,

«Config», «Logs». Η χρήση των κουμπιών «Start» γίνεται για να ξεκινήσουν οι αντίστοιχες υπηρεσίες. Εμείς, θα εστιάσουμε κυρίως στην Apache και την MySQL. Αν επιλέξουμε τα κουμπιά «Start» που αφορούν τις δύο συγκεκριμένες υπηρεσίες, τότε το όνομα τους θα έχει ένα πράσινο φόντο, το οποίο σημαίνει ότι οι υπηρεσίες ξεκίνησαν επιτυχώς.



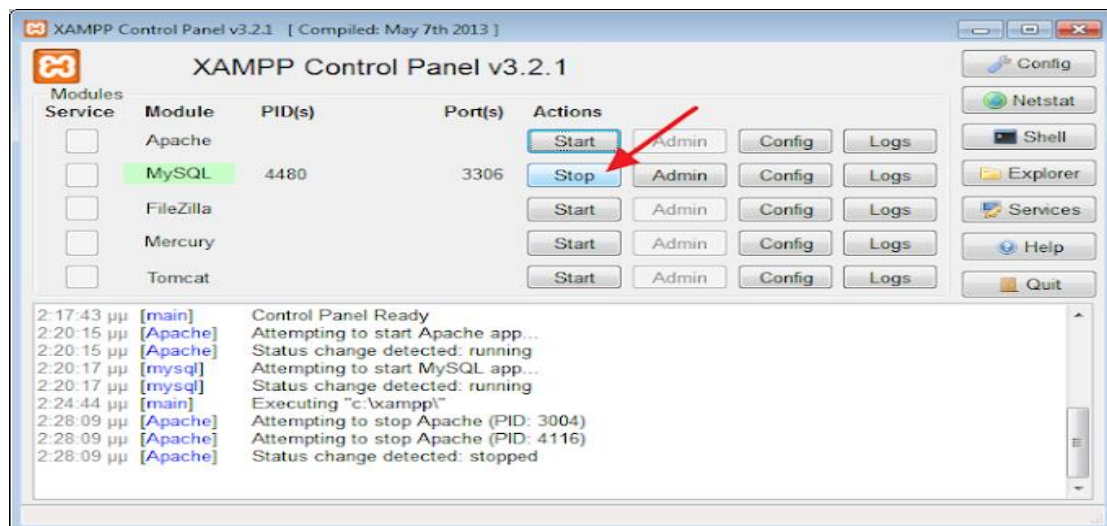
Εικόνα 8 - Control Panel του XAMPP

Εάν κάπου σε αυτό το σημείο η οπουδήποτε αλλού, εμφανιστεί μπροστά σας ένα μήνυμα από τα Windows σαν το παρακάτω, θα πρέπει οπωσδήποτε να πατήσετε «Allow access» διότι διαφορετικά το XAMPP δεν θα λειτουργήσει όπως πρέπει.



Εικόνα 9 - Windows Security Alert

Όταν δεν χρειαζόμαστε τις υπηρεσίες του XAMPP, θα πρέπει να επιλέγουμε το κουμπί «Stop», το οποίο υπάρχει δίπλα από το όνομα τους ώστε να τερματίζονται.



Εικόνα 10 - Απενεργοποίηση των υπηρεσιών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο- ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ WORDPRESS

7.1 Ορισμός του Wordpress

Το Wordpress αποτελεί ένα ελεύθερο και ανοιχτού κώδικα λογισμικό και είναι αρκετά αναγνωρισμένο και αποτελεσματικό. Αποτελεί μία σύγχρονη πλατφόρμα δημοσιεύσεων και διαχείρισης περιεχομένου και είναι γραμμένο σε γλώσσες PHP και MySQL. Το Wordpress είναι στην ουσία ένα μέσο που μας παρέχει τη δυνατότητα να δημιουργήσουμε έναν ιστότοπο (site) ή ιστολόγιο (blog) και έπειτα να δημοσιεύσουμε κάθε είδους περιεχόμενο όπως άρθρα, σκέψεις, φωτογραφίες, βίντεο καθώς και πληροφορίες για προϊόντα και υπηρεσίες.

7.2 Γιατί επέλεξα το Wordpress

Γενικά, το Wordpress είναι ένα δημοφιλές εργαλείο και είναι χρήσιμο για άτομα χωρίς εμπειρία κωδικοποίησης που θέλουν να δημιουργήσουν ιστότοπους και ιστολόγια. Διευκολύνει δηλαδή τη διαχείριση σημαντικών πτυχών του ιστότοπου σας, όπως είναι το περιεχόμενο που θα διαθέτει (Kinsta, 2020). Προσφέρει αρκετές δυνατότητες, διαθέτει μια πλούσια αρχιτεκτονική επεκτάσεων και προτύπων, κάνοντας το έτσι φιλικό προς το χρήστη. Χαρακτηρίζεται για την απλότητα και την ευχρηστία του αλλά και την ευκολία στην εκμάθησή του. Το περιβάλλον διαχείρισης που διαθέτει είναι απλό και βοηθάει το χρήστη να ανταπεξέλθει στη διαδικασία ενημέρωσης και συντήρησης που απαιτείται για την ιστοσελίδα του. Επιπλέον, δεν κοστίζει τίποτα. Όλοι μπορούν να το εγκαταστήσουν, να το χρησιμοποιήσουν και να

το τροποποιήσουν εντελώς δωρεάν. Ο αριθμός των συνολικών ενεργών ιστότοπων κυμαίνεται σε πάνω από 1,3 δισεκατομμύρια σύμφωνα με μια έρευνα που δημοσίευσε η (netcraft, 2020), αυτό σημαίνει ότι περίπου 455.000.000 ιστότοποι χρησιμοποιούν αυτή τη στιγμή το Wordpress και αυτό με τη σειρά του σημαίνει ότι περίπου το 20% όλων των αυτο-φιλοξενούμενων ιστότοπων χρησιμοποιούν το Wordpress (Barron, 2020).

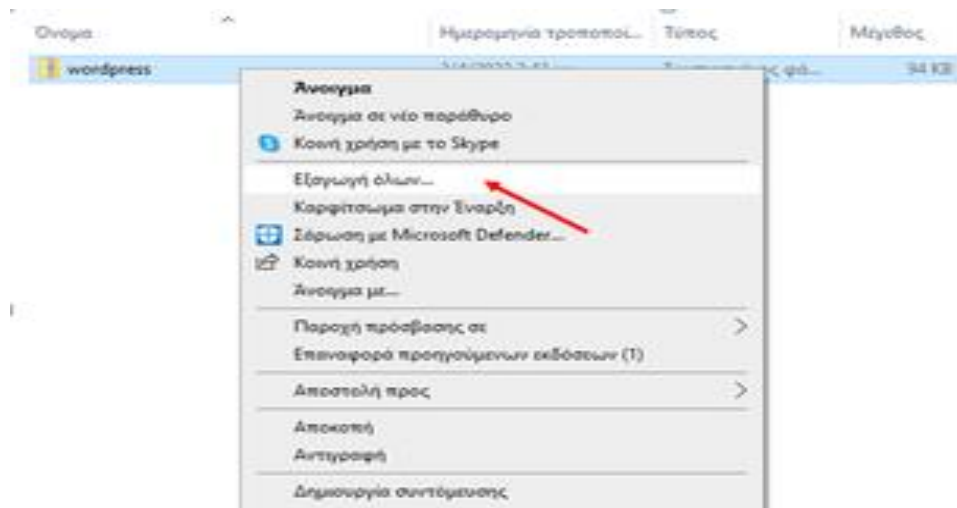
7.3 Εγκατάσταση του Wordpress

Ακόμη και εάν δεν έχετε ασχοληθεί ποτέ με το Wordpress, η λήψη του είναι εξαιρετικά εύκολη. Διαλέγεις όπως επιθυμείς να κατεβάσεις το λογισμικό είτε στα αγγλικά είτε στα ελληνικά. Εγώ επέλεξα να κατεβάσω το Wordpress στα ελληνικά. Επομένως, πηγαίνετε στην ελληνική σελίδα του Wordpress και κατεβάξτε την τελευταία έκδοση του.



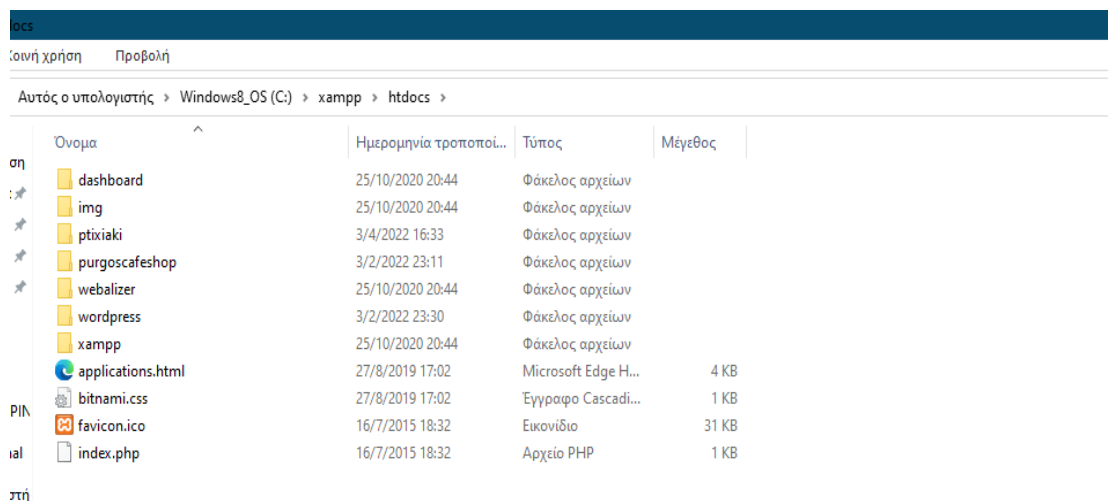
Εικόνα 11 - Εγκατάσταση του Wordpress

Ύστερα, το πρώτο πράγμα που χρειάζεται να κάνετε είναι να αποσυμπιέσετε το wordpress συμπίεμένο αρχείο, το οποίο έχει κατέβει στον υπολογιστή σας.



Εικόνα 12 - Αποσυμπίεση του φακέλου

Αφού τελειώσει η διαδικασία αποσυμπίεσης του αρχείου, θα πρέπει να αντιγράψετε τον αποσυμπιεσμένο πια φάκελο του wordpress στον φάκελο «htdocs», ο οποίος βρίσκεται μέσα στο φάκελο του XAMPP. Θα μεταβείτε δηλαδή στην διαδοχική σειρά των φακέλων «C:\xampp\htdocs» και θα δημιουργήσετε ένα νέο φάκελο και θα τον μετονομάσετε όπως εσείς επιθυμείτε. Εγώ επέλεξα να μετονομάσω το φάκελο μου με το όνομα «rtixiaki». Έτσι, μέσα σε αυτόν τον φάκελο «rtixiaki», με την ακόλουθη σειρά «C:\xampp\htdocs\rtixiaki», θα μεταφέρουμε τον αποσυμπιεσμένο φάκελο του wordpress. Παρακάτω θα δούμε τους φακέλους αυτούς καθώς και τη δομή του φακέλου «rtixiaki».



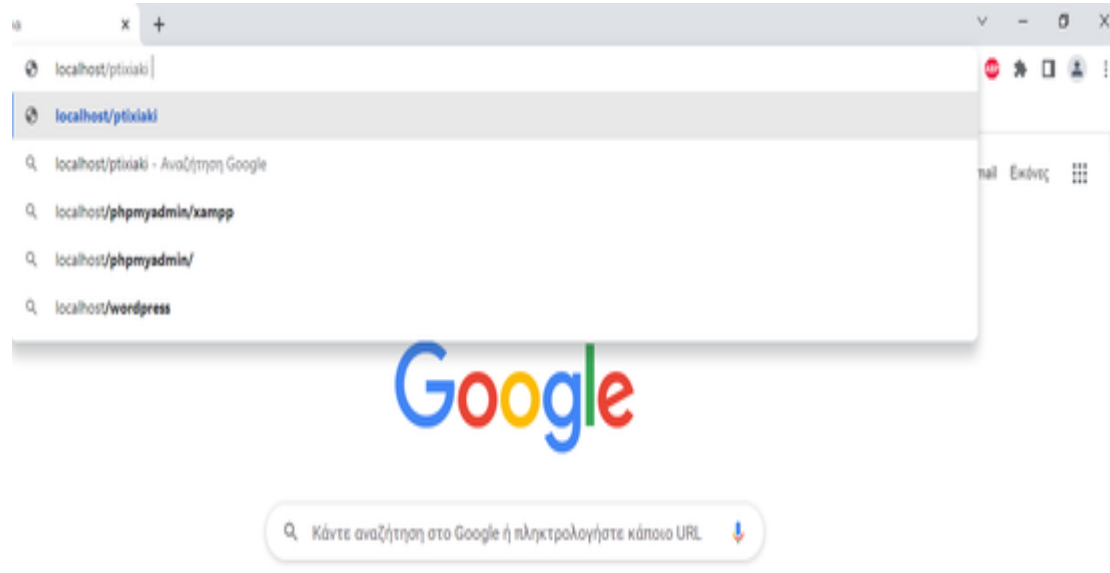
Εικόνα 13 - Διαδοχική σειρά των φακέλων

Αυτός ο υπολογιστής > Windows8_OS (C:) > xampp > htdocs > ptixiaki >

Όνομα	Ημερομηνία τροποποι...	Τύπος	Μέγεθος
wp-admin	5/2/2022 23:29	Φάκελος αρχείων	
wp-content	3/4/2022 16:33	Φάκελος αρχείων	
wp-includes	4/2/2022 00:15	Φάκελος αρχείων	
.htaccess	4/2/2022 00:12	Αρχείο HTACCESS	1 KB
index.php	6/2/2020 06:33	Αρχείο PHP	1 KB
license.txt	4/2/2022 00:15	Εγγραφο κειμένου	20 KB
readme.html	13/3/2022 21:46	Microsoft Edge H...	8 KB
wp-activate.php	21/1/2021 01:37	Αρχείο PHP	7 KB
wp-blog-header.php	6/2/2020 06:33	Αρχείο PHP	1 KB
wp-comments-post.php	4/2/2022 00:15	Αρχείο PHP	3 KB
wp-config.php	3/2/2022 23:43	Αρχείο PHP	5 KB
wp-config-sample.php	4/2/2022 00:15	Αρχείο PHP	3 KB
wp-cron.php	30/7/2020 20:14	Αρχείο PHP	4 KB
wp-links-opml.php	6/2/2020 06:33	Αρχείο PHP	3 KB
wp-load.php	15/5/2021 18:38	Αρχείο PHP	4 KB
wp-login.php	4/2/2022 00:15	Αρχείο PHP	47 KB
wp-mail.php	4/2/2022 00:15	Αρχείο PHP	9 KB
wp-settings.php	4/2/2022 00:15	Αρχείο PHP	23 KB
wp-signup.php	4/2/2022 00:15	Αρχείο PHP	32 KB
wp-trackback.php	8/10/2020 22:15	Αρχείο PHP	5 KB
xmlrpc.php	8/6/2020 20:55	Αρχείο PHP	4 KB

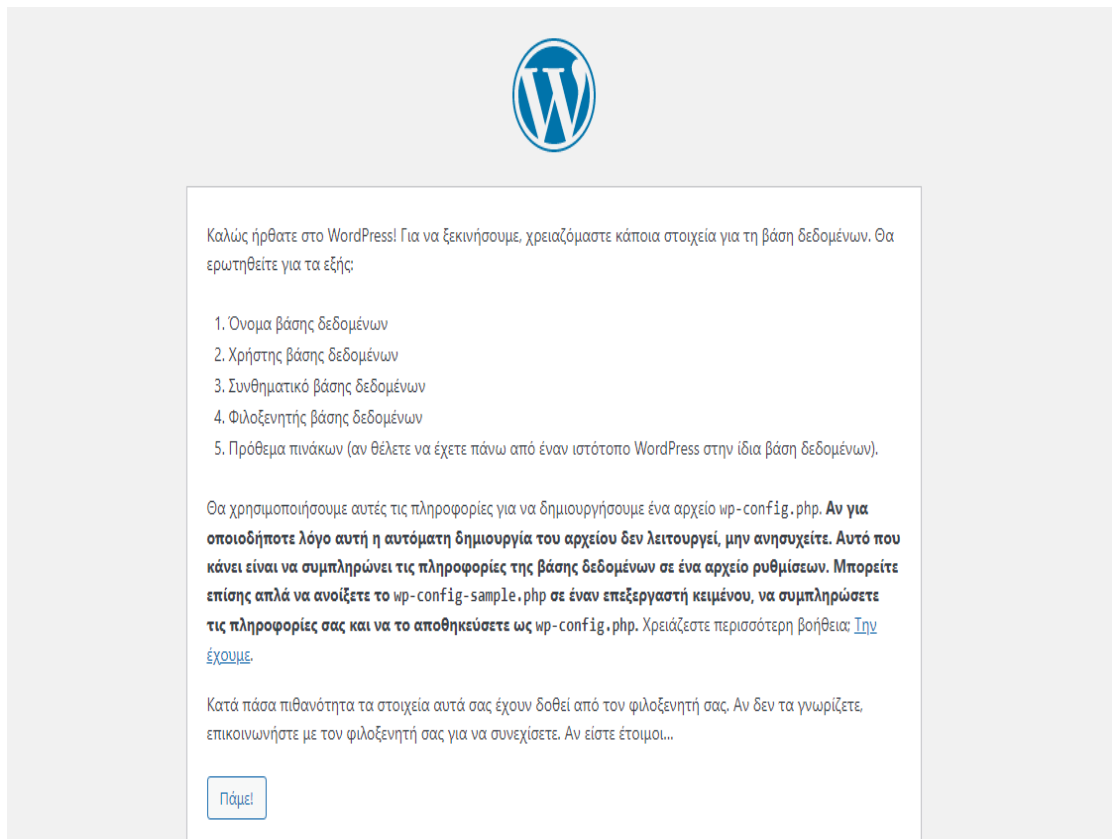
Εικόνα 14 - Η δομή του αποσυμπιεσμένου φακέλου

Στη συνέχεια, αφού ενεργοποιήσετε το XAMPP, θα εισάγετε την διεύθυνση «localhost/ptixiaki» στη γραμμή διευθύνσεων του φυλλομετρητή ώστε να μεταβούμε στην αρχική σελίδα εγκατάστασης του Wordpress.



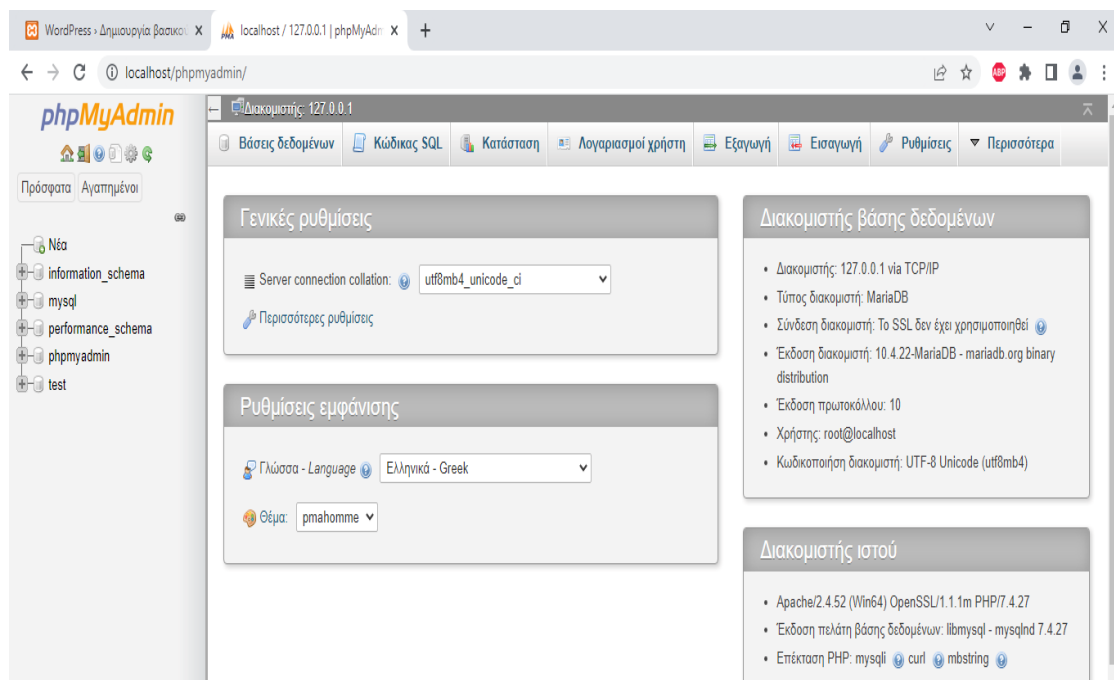
Εικόνα 15 - Τοπικός εξυπηρετητής localhost της ιστοσελίδας

Προτού όμως προχωρήσετε στο βήμα εγκατάστασης του Wordpress και επιλέξετε το «Πάμε»



Εικόνα 16 - Έναρξη εγκατάστασης του Wordpress

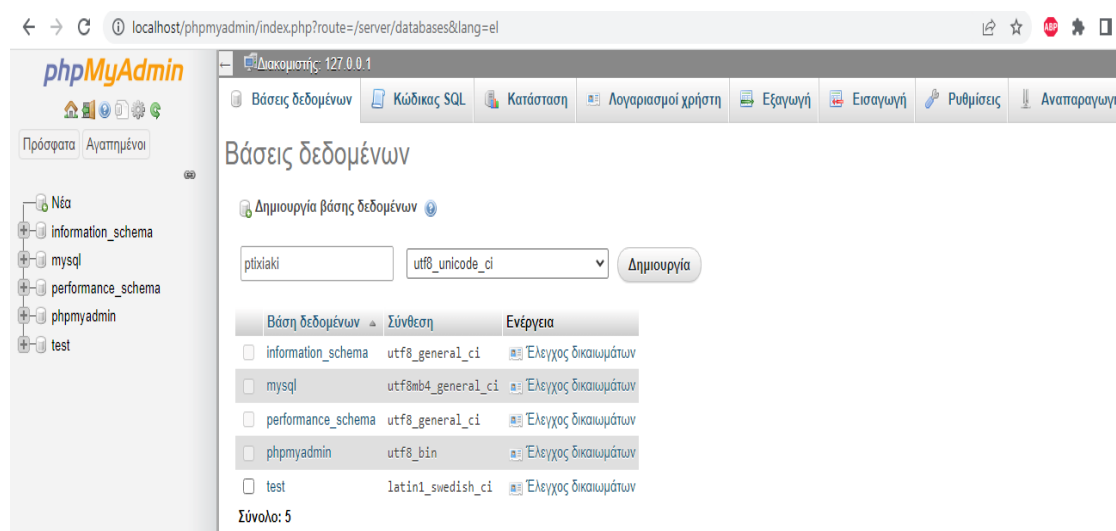
είναι απαραίτητο να έχετε φτιάξει την βάση δεδομένων σας που θα χρησιμοποιηθεί για την ιστοσελίδα. Θα εισέλθετε λοιπόν στην σελίδα phpMyAdmin.



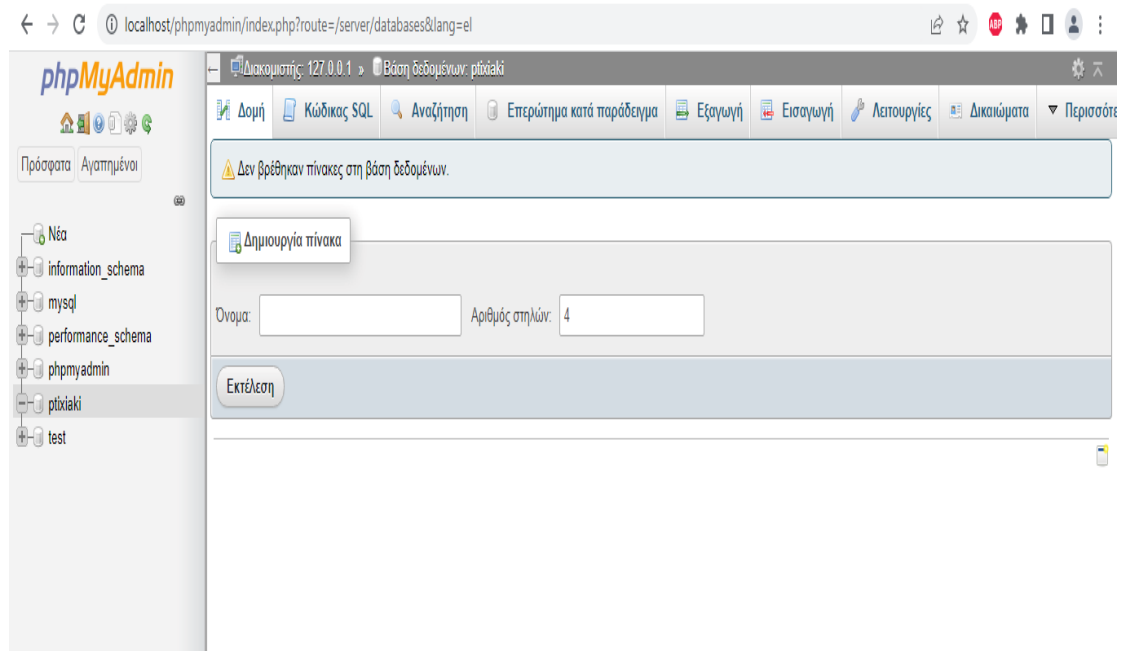
Εικόνα 17 - Κεντρική σελίδα phpMyAdmin

Θα εμφανιστεί το νέο αυτό παράθυρο με το περιβάλλον του phpMyAdmin και θα επιλέξετε πάνω αριστερά που λέει Βάση Δεδομένων (Databases).

Στην επόμενη οθόνη θα συμπληρώσετε στο πρώτο πλαίσιο το όνομα που θέλετε να δώσετε στη βάση δεδομένων σας και στο δίπλα πλαίσιο θα διαλέξετε την κωδικοποίηση. Εγώ επέλεξα το «utf8_unicode_ci». Η επιλογή κωδικοποίησης γίνεται διότι τα δεδομένα σας θα πρέπει να αποθηκεύονται στους πίνακες της βάσης χρησιμοποιώντας την ίδια κωδικοποίηση με αυτή των ιστοσελίδων. Μετά τη συμπλήρωση των πλαισίων, πατάτε Δημιουργία (Create) για να δημιουργηθεί η βάση δεδομένων σας.



Εικόνα 18 - Δημιουργία νέας βάσης δεδομένων



Εικόνα 19 - Επιτυχής ολοκλήρωση βάσης δεδομένων

Μετά θα εισάγετε στα πεδία, τα στοιχεία που σχετίζονται με τη βάση δεδομένων που δημιουργήθηκε στο phpMyAdmin. Στο όνομα της βάσης δεδομένων θα βάλετε ακριβώς το όνομα που εσείς οι ίδιοι δώσατε στη βάση. Στο όνομα χρήστη αφήνουμε το πεδίο ως έχει με την εξής επιλογή «root» ενώ στο συνθηματικό, το αφήνουμε κενό το πλαίσιο. Στο φιλοξενητή βάσης αφήνουμε το «localhost» μιας και η βάση φιλοξενείται τοπικά. Όσον αφορά το πρόθεμα πίνακα θα διατηρηθεί η προεπιλεγμένη τιμή «wp_». Αφότου ολοκληρωθεί η εισαγωγή των απαιτούμενων στοιχείων θα πρέπει να επιλέξετε «Υποβολή» για να συνεχιστεί η εγκατάσταση.

Συμπληρώστε από κάτω τα διαπιστευτήρια της βάσης δεδομένων. Αν δεν τα γνωρίζετε, επικοινωνήστε με τον φιλοξενητή σας.

Όνομα βάσης δεδομένων Το όνομα της βάσης δεδομένων που θέλετε να χρησιμοποιήσετε με το WordPress.

Όνομα χρήστη Το όνομα χρήστη της βάσης δεδομένων σας.

Συνθηματικό Το συνθηματικό σας για τη βάση δεδομένων.

Φιλοξενητής βάσης Θα πρέπει να είστε σε θέση να λάβετε αυτές τις πληροφορίες από τον πάροχο σας, αν το localhost δεν λειτουργήσει.

Πρόθεμα πίνακα Αν θέλετε να έχετε πάνω από μία εγκατάσταση WordPress στην ίδια βάση, αλλάξτε το πρόθεμα.

Εικόνα 20 - Συμπλήρωση στοιχείων βάσης δεδομένων στο Wordpress

Στη συνέχεια, το Wordpress θα σας ενημερώσει ότι μπορεί να επικοινωνήσει με τη βάση δεδομένων και θα επιλέξετε «Εκτέλεση Εγκατάστασης». Αμέσως μετά θα σας εμφανίσει να συμπληρώσετε όλα τα απαραίτητα πεδία για την ολοκλήρωση της εγκατάστασης.

Πιο συγκεκριμένα, ο τίτλος ιστότοπου που θα έχετε επιλέξει εσείς οι ίδιοι και θα είναι ορατός και στους επισκέπτες της ιστοσελίδας σας. Το όνομα χρήστη και το συνθηματικό είναι αυτά που θα πρέπει να εισάγετε κάθε φορά που θα θέλετε να συνδεθείτε και να μεταβείτε στον πίνακα ελέγχου του Wordpress. Εγώ χρησιμοποίησα και για τα δύο αυτά πεδία τον κωδικό «admin». Αν σας εμφανίσει ότι ο κωδικός είναι πολύ αδύναμος δεν υπάρχει κανένα απολύτως πρόβλημα, θα συνεχίσετε κανονικά τη συμπλήρωση των επόμενων πεδίων. Στο αμέσως επόμενο πλαίσιο θα συμπληρώσετε την διεύθυνση ηλεκτρονικής αλληλογραφίας σας καθώς είστε οι διαχειριστές αυτού του ιστότοπου. Επιπρόσθετα το πλαίσιο απόρρητο, επιτρέπεται η όχι η ευρετηριοποίηση του ιστότοπου από τις μηχανές αναζήτησης, δεν το επιλέγουμε καθώς η ιστοσελίδα μας τρέχει τοπικά.

Παρακαλώ, συμπληρώστε τα παρακάτω στοιχεία. Μην ανησυχείτε μπορείτε πάντα να τα αλλάξετε κάποια άλλη στιγμή.

Τίτλος ιστότοπου

Όνομα χρήστη
Τα ονόματα χρηστών μπορούν να έχουν μόνο αριθμούς, γράμματα, κενά, κάτω παύλες, ενωτικά, τελείες και το χαρακτήρα @.

Συνθηματικό [Απόκρυψη](#)
Πολύ αδύναμο

Προσοχή: Χρειάζεστε το συνθηματικό για σύνδεση. Παρακαλούμε αποθηκεύστε το σε μια ασφαλή τοποθεσία.

Επικύρωση συνθηματικού Επιβεβαίωση χρήσης αδύναμου συνθηματικού

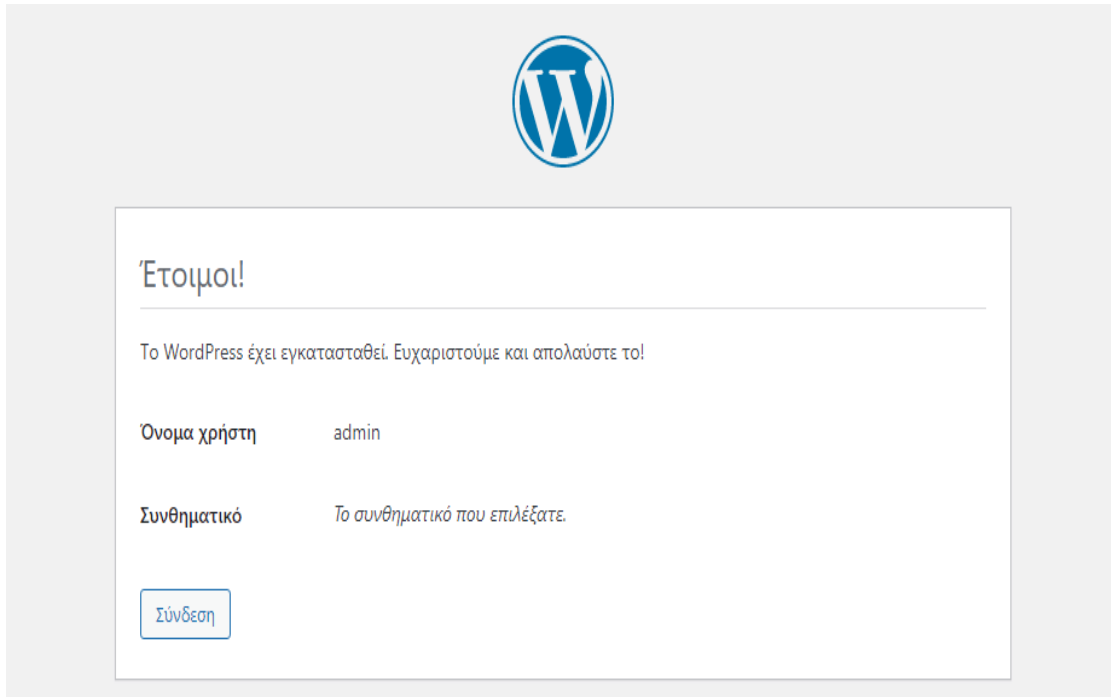
Η ηλ. διεύθυνσή σας
Ελέγξτε προσεκτικά την ηλ. διεύθυνση πριν συνεχίσετε.

Εμφάνιση σε μηχανές αναζήτησης Αποθάρρυνση των μηχανών αναζήτησης από την ευρετηριοποίηση του ιστότοπου
Η τήρηση του όρου αυτού εξαρτάται από την εκάστοτε μηχανή αναζήτησης.

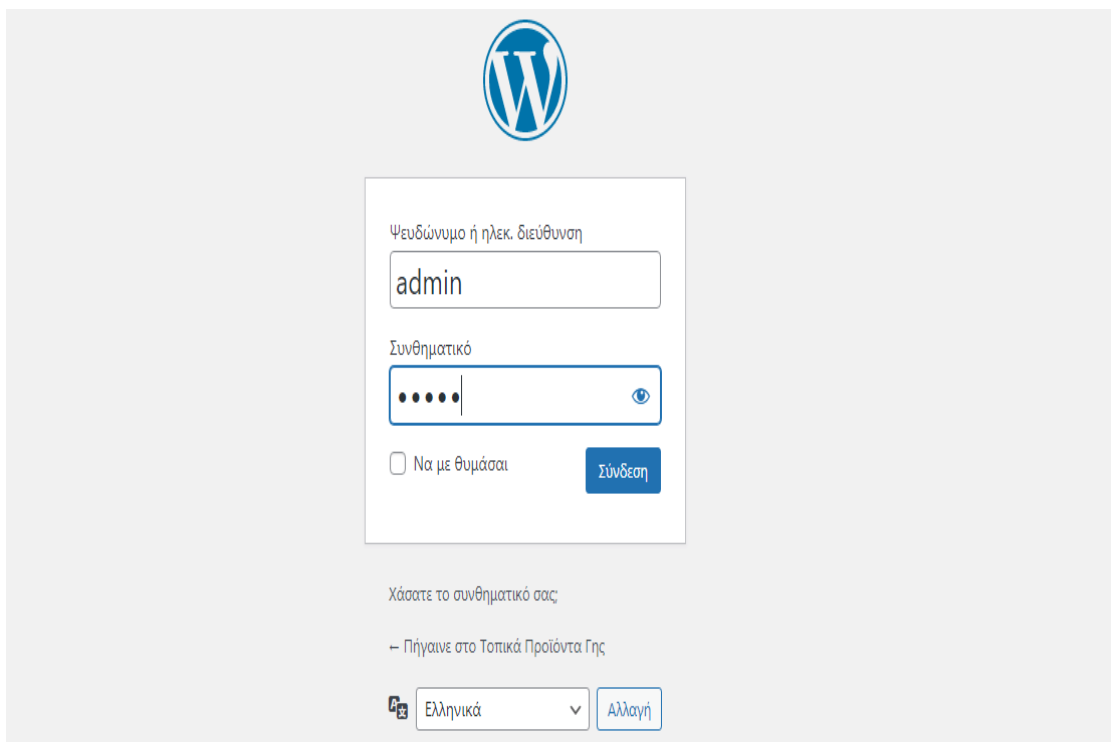
[Εγκατάσταση του WordPress](#)

Εικόνα 21 - Συμπλήρωση απαραίτητων στοιχείων στο Wordpress

Η διαδικασία της εγκατάστασης λοιπόν ολοκληρώθηκε. Πλέον, έχετε τη δυνατότητα να εισέλθετε στον ιστότοπο σας ως διαχειριστές, ώστε να τον διαμορφώσετε όπως επιθυμείτε. Θα κάνετε σύνδεση (log in) στην ιστοσελίδα σας, χρησιμοποιώντας το όνομα χρήστη και το συνθηματικό που εισάγατε στο προηγούμενο παράθυρο. Κάθε φορά που θα θέλετε να εισέλθετε στην ιστοσελίδα σας, θα πρέπει να έχετε πάντα ενεργοποιημένες τις υπηρεσίες MySQL και Apache από τον πίνακα ελέγχου του XAMPP και στη συνέχεια να πληκτρολογείτε τη διεύθυνση σας όπως, «localhost/ptixiaki/wp-admin/» στη γραμμή διευθύνσεων του φυλλομετρητή.



Εικόνα 22 - Επιτυχής ολοκλήρωση για σύνδεση

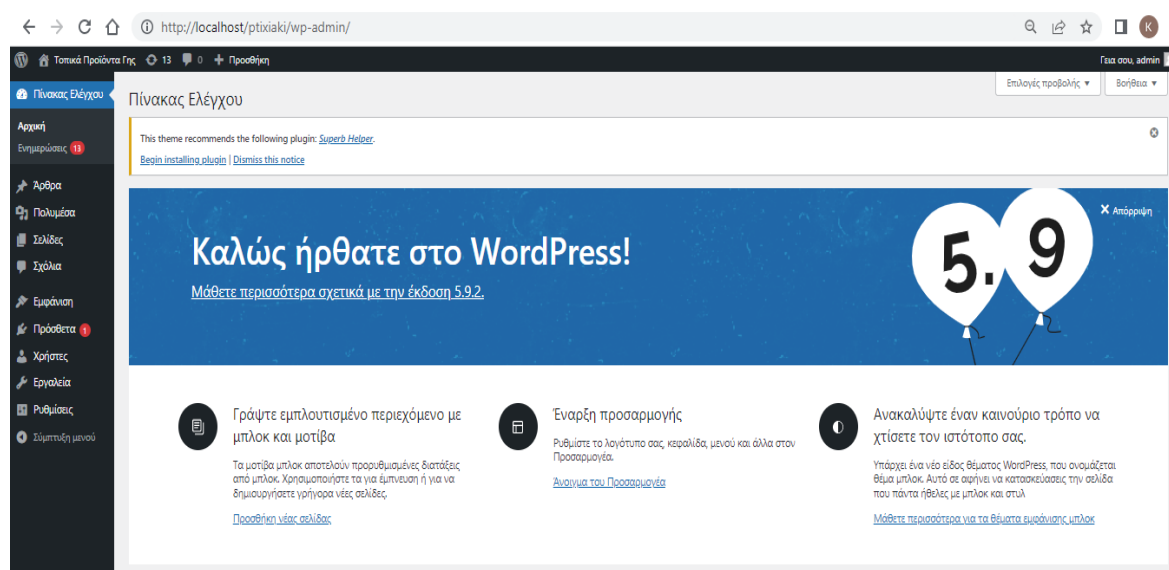


Εικόνα 23 - Σύνδεση στην ιστοσελίδα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο- ΤΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ & ΤΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ

8.1 Πίνακας Ελέγχου (Dashboard)

Αφού ολοκληρωθεί η εγκατάσταση του Wordpress και συνδεθούμε στην ιστοσελίδα, μας εμφανίζεται ως πρώτο παράθυρο στην οθόνη ο Πίνακας Ελέγχου. Ο Πίνακας Ελέγχου μας παρέχει τη δυνατότητα να επεξεργαστούμε την ιστοσελίδα και αποτελείται από δύο πλαίσια. Το ένα πλαίσιο είναι το κύριο μέρος όπου εμφανίζονται ενημερώσεις για νέες βελτιωμένες διαθέσιμες εκδόσεις του Wordpress, διάφορα αναλυτικά στατιστικά στοιχεία του ιστότοπου καθώς και σύνδεσμοι για άμεσες ρυθμίσεις όπως την προσαρμογή θέματος, τη δημιουργία άρθρου ή σελίδας και τη διαχείριση μενού. Από την άλλη το δεύτερο πλαίσιο έχει να κάνει με την μπάρα που διαθέτει διάφορες επιλογές και βρίσκεται στην αριστερή πλευρά του Πίνακα Ελέγχου, η οποία ονομάζεται γραμμή εργαλείων και είναι πάντα ορατή και προσβάσιμη κατά τη διαχείριση μιας ιστοσελίδας.



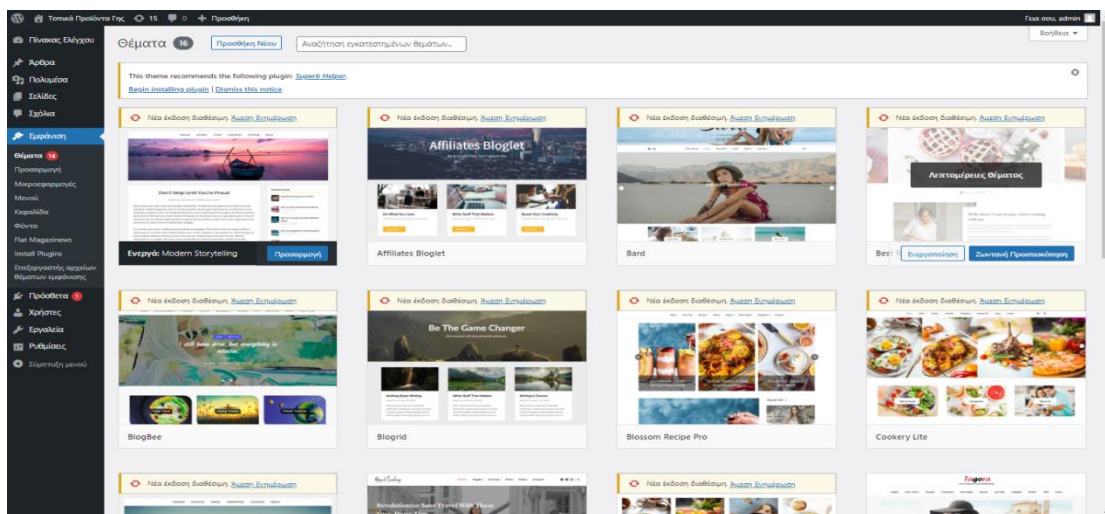
Εικόνα 24 - Πίνακας Ελέγχου Wordpress

8.2 Θέμα ιστοσελίδας – Εγκατάσταση & Ενεργοποίηση

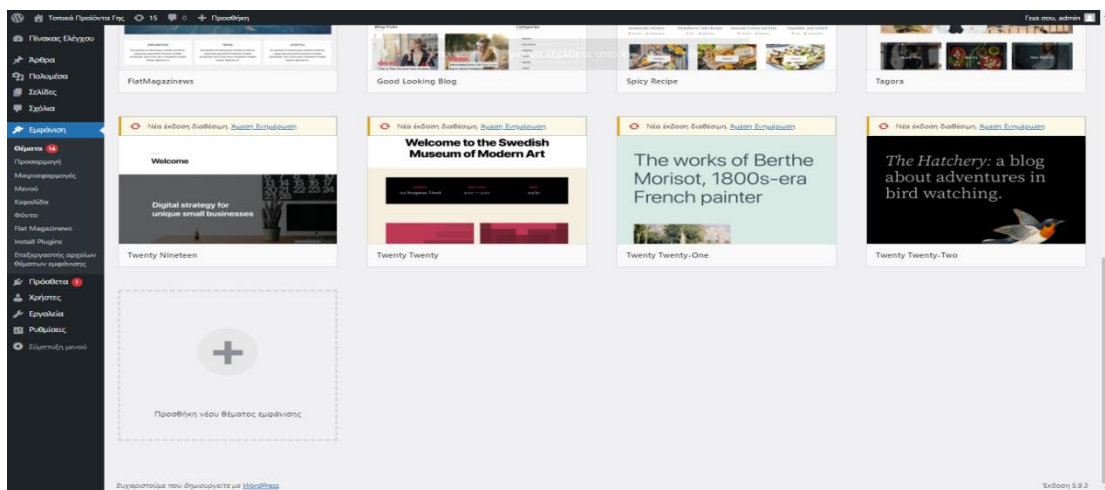
Ένα θέμα (theme) είναι σημαντικό για τη γενική εμφάνιση και την αισθητική μιας ιστοσελίδας. Γενικά, το Wordpress μας δίνει τη δυνατότητα να επιλέξουμε κάποιο από τα πολυάριθμα διαθέσιμα θέματα και να αλλάξουμε ολοκληρωτικά την εμφάνιση

της ιστοσελίδας μας, χωρίς να χρειαζόμαστε γνώσεις γραφιστικής και προγραμματισμού. Τα θέματα που υπάρχουν είναι είτε δωρεάν είτε επί πληρωμή. Πιο συγκεκριμένα, τα θέματα που διατίθενται δωρεάν μπορούμε να τα κατεβάσουμε και να τα ενεργοποιήσουμε πολύ εύκολα και γρήγορα.

Επομένως, θα πάμε να επιλέξουμε το θέμα που θέλουμε να έχει η ιστοσελίδα μας, σύμφωνα με τις απαιτήσεις και τις δυνατότητες που μας προσφέρει. Θα μεταβούμε λοιπόν στην κατηγορία Εμφάνιση (Appearance), που βρίσκεται αριστερά στην γραμμή εργαλείων, και στην συνέχεια στην υποκατηγορία Θέματα (Themes). Εκεί, θα παρατηρήσουμε τα θέματα που ήδη υπάρχουν αλλιώς θα επιλέξουμε την προσθήκη νέου θέματος εμφάνισης για να βρούμε κάτι άλλο που μας αρέσει. Εγώ προσωπικά επέλεξα το θέμα με όνομα Modern Storytelling διότι ήταν πιο κοντά σε αυτό που ήθελα.

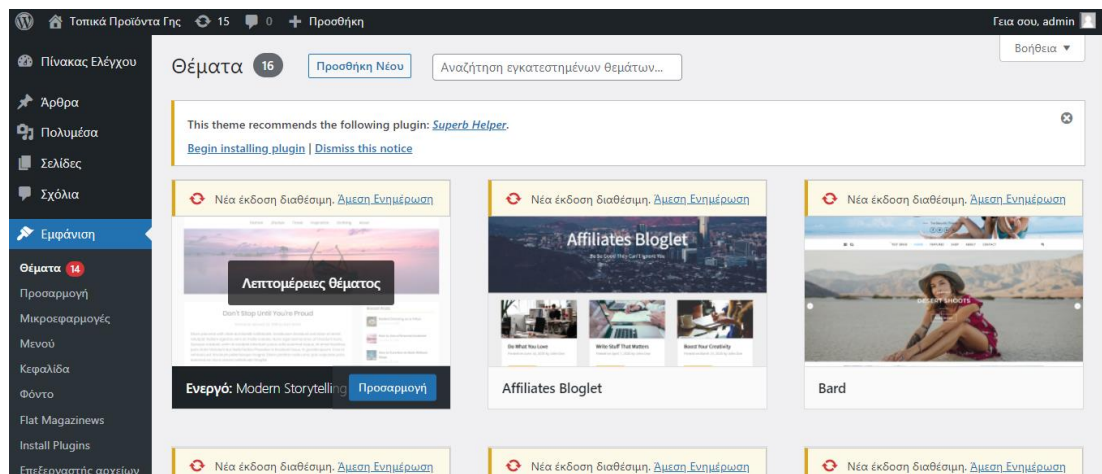


Εικόνα 25 - Επιλογή θέματος



Εικόνα 26 - Προσθήκη νέου θέματος εμφάνισης

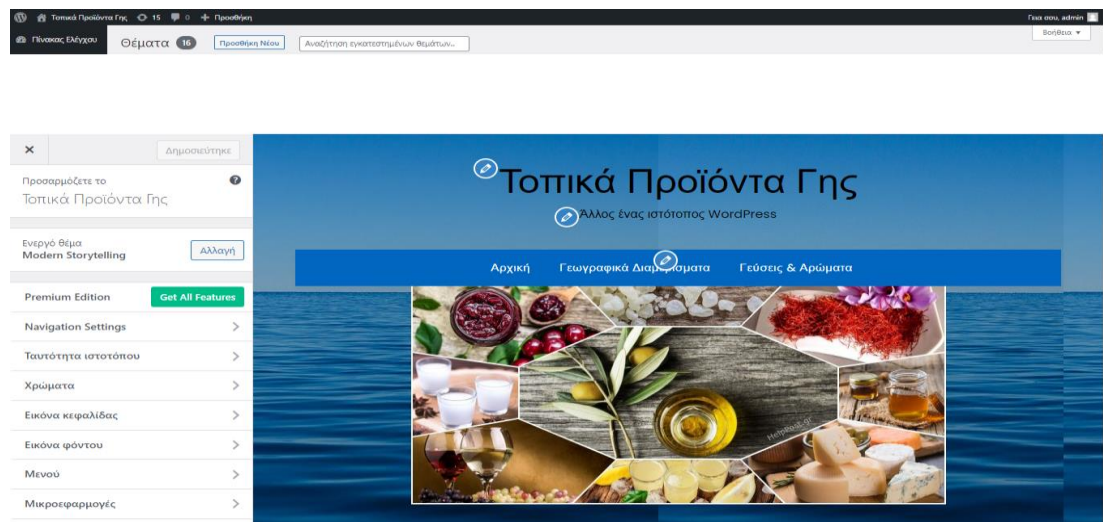
Αφού λοιπόν βρούμε το θέμα που μας αρέσει επιλέγουμε την εγκατάσταση του. Έπειτα πάνω από την μικρογραφία του εγκατεστημένου θέματος θα μας εμφανιστεί η επιλογή ενεργοποίηση, θα πατήσουμε επάνω σε αυτό ώστε να ενεργοποιηθεί το θέμα μας.



Εικόνα 27 - Ενεργοποίηση Θέματος

8.3 Μορφοποίηση του θέματος

Αφού λοιπόν ενεργοποιήσουμε το θέμα, μετά μας δίνεται η δυνατότητα να φέρουμε κάθε μια λεπτομέρεια στα μέτρα μας ώστε να δώσουμε ακριβώς την εικόνα που θέλουμε στην ιστοσελίδα μας. Αυτό θα επιτευχθεί πατώντας κλικ από την γραμμή εργαλείων στην επιλογή Εμφάνιση (Appearance) και μετά στην Προσαρμογή (Customize). Έτσι, θα οδηγηθούμε στη σελίδα παραμετροποίησης διαφόρων στοιχείων όπως είναι η εισαγωγή του τίτλου και της εικόνας της ιστοσελίδας, η επιλογή του χρώματος του φόντου αλλά και του κειμένου, ο τύπος γραμματοσειράς που θα χρησιμοποιηθεί καθώς και η δημιουργία του μενού.



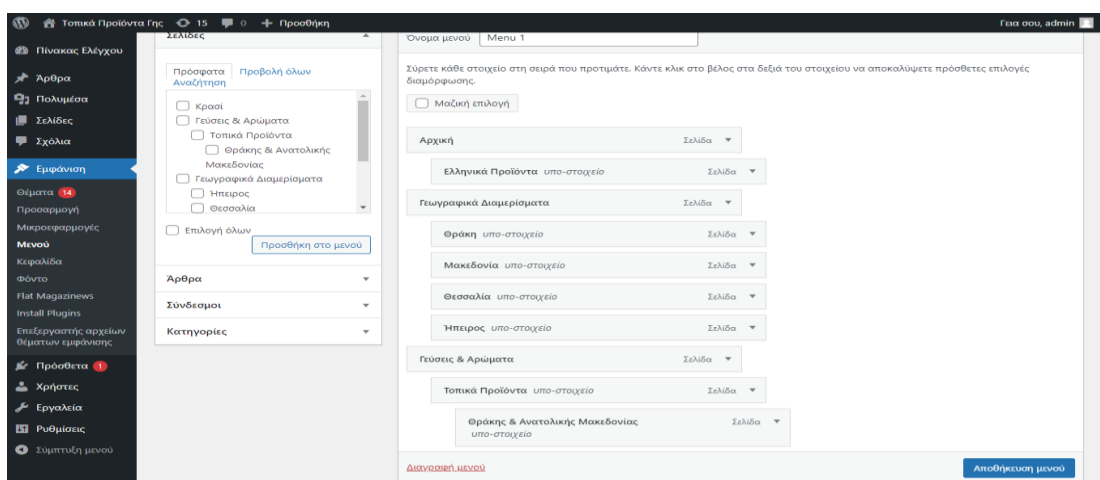
Εικόνα 28 - Εργαλεία προσαρμογής του θέματος

8.4 Κεντρικό μενού

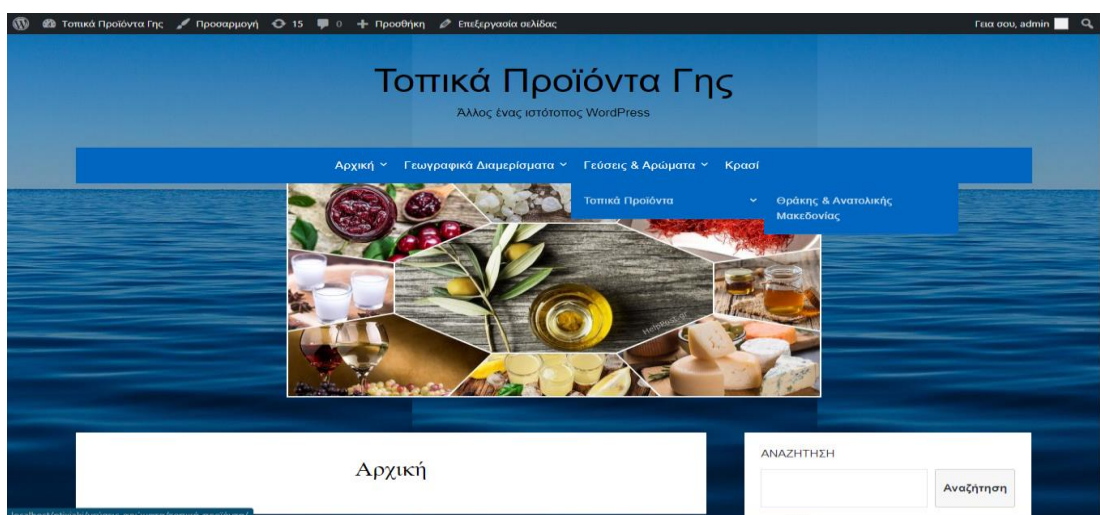
Το μενού της ιστοσελίδας μπορούμε να το διαμορφώσουμε με δύο τρόπους είτε από την επιλογή που μας δίνεται από την γραμμή εργαλείων Εμφάνιση-Προσαρμογή-Μενού είτε απευθείας κάτω από την Εμφάνιση επιλέγοντας την υποκατηγορία Μενού. Στο μενού έχουμε την επιλογή να προσθέσουμε διαφόρων ειδών στοιχεία όπως είναι οι σελίδες, τα άρθρα και οι κατηγορίες. Εγώ προσωπικά δημιούργησα και πρόσθεσα σελίδες, οι οποίες φαίνονται και στο κεντρικό μενού. Η πρώτη σελίδα είναι μια στατική αρχική σελίδα που περιέχει πληροφορίες σχετικά με το θέμα που παρουσιάζω τη γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα από όλη την Ελλάδα, η δεύτερη σελίδα έχει να κάνει με όλα τα γεωγραφικά διαμερίσματα και λίγα λόγια για το καθένα σχετικά με τη γαστρονομία που συναντάμε, στην τρίτη σελίδα παρουσιάζω διάφορα τοπικά προϊόντα από κάθε νομό της χώρας μας και τέλος στην τέταρτη σελίδα παρουσιάζω το κρασί που επίσης αποτελεί τοπικό προϊόν σε διάφορες τοποθεσίες. Επομένως, δημιούργησα τέσσερις σελίδες και μέσα σε αυτές πρόσθεσα άλλες υποσελίδες που περιέχουν στοιχεία, τα οποία μπορεί κάποιος να τα δει επιλέγοντας τα με ένα κλικ.

Το κεντρικό μενού υπάρχει στο πίσω μέρος και μπορούν να το βλέπουν και να το επεξεργάζονται μόνο οι διαχειριστές αλλά υπάρχει και το κεντρικό μενού στο μπροστινό μέρος που μπορούν να το δουν οι επισκέπτες της ιστοσελίδας καθώς και οι διαχειριστές. Στο πίσω μέρος μπορούμε να επεξεργαστούμε το μενού να

προσθέσουμε ή να αφαιρέσουμε τις σελίδες που έχουμε δημιουργήσει, οι οποίες απεικονίζονται όλες στην αριστερή πλευρά. Αρχικά, κάνουμε κλικ στις σελίδες και επιλέγουμε προσθήκη στο μενού και έπειτα εμφανίζονται και στη δεξιά πλευρά. Έτσι όπως απεικονίζονται οι σελίδες σε πλαίσια, μπορούμε να τα επιλέξουμε και να σύρουμε τα πλαίσια πιο μέσα και με αυτό τον τρόπο δημιουργούνται υπο-στοιχεία. Κάτω ακριβώς από τα πλαίσια που λέει ρυθμίσεις μενού, επιλέγουμε το Primary που σημαίνει πρωταρχικός. Τέλος αφού κάνουμε όλες τις ενέργειες που θέλουμε θα πατήσουμε αποθήκευση μενού ώστε να εμφανίζεται στην αρχική μας οθόνη διότι αν το ξεχάσουμε δεν θα εμφανιστεί τίποτα.



Εικόνα 29 - Κεντρικό μενού στο πίσω μέρος

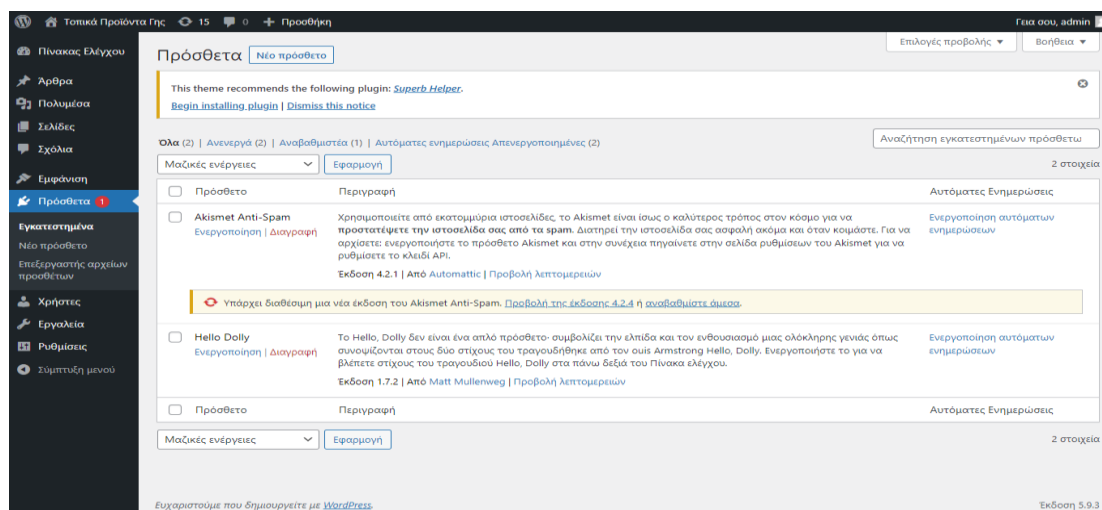


Εικόνα 30 - Κεντρικό μενού στο μπροστινό μέρος

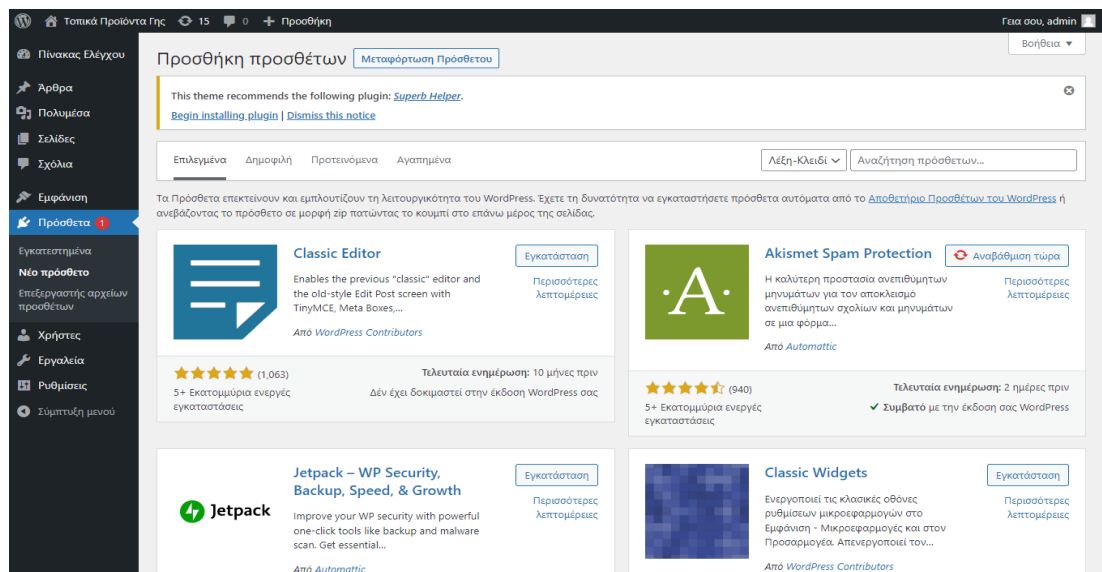
8.5 Πρόσθετα (Plugins)

Τα πρόσθετα είναι στην ουσία εφαρμογές του Wordpress και είναι χρήσιμα για τη δημιουργία λειτουργικών και όμορφων ιστοσελίδων. Μέσω αυτών δηλαδή προστίθενται νέες δυνατότητες και λειτουργίες, οι οποίες μπορεί να είναι αρκετά χρήσιμες στην επιπλέον βελτίωση ενός ιστότοπου. Γενικά, υπάρχουν αμέτρητα δωρεάν πρόσθετα για να επιλέξει κάποιος. Τα πρόσθετα βρίσκονται και αυτά στην αριστερή γραμμή εργαλείων κάτω ακριβώς από την κατηγορία Εμφάνιση. Για την εισαγωγή τους θα γίνει κλικ στην κατηγορία Πρόσθετα και εν συνεχεία στην υποκατηγορία Προσθήκη Νέου. Έτσι, θα μεταβούμε στην σελίδα των πρόσθετων και θα δούμε τις πληροφορίες για το καθένα και όποια είναι κοντά σε αυτό που αναζητάμε θα τα εγκαταστήσουμε. Η εγκατάσταση και η ενεργοποίηση των πρόσθετων γίνεται ακριβώς με τον ίδιο τρόπο που εισήχθη και το θέμα της ιστοσελίδας. Εγώ προσωπικά δεν χρησιμοποίησα κάποιο πρόσθετο στην ιστοσελίδα μου πέρα από τα ήδη εγκαταστημένα.

Τα πρόσθετα που προϋπήρχαν είναι το «Akismet», το οποίο δίνει τη δυνατότητα στο διαχειριστή να ελέγξει ποια είναι ανεπιθύμητα μηνύματα και ποια όχι για να λάβει τα μέτρα του και να προστατέψει την ιστοσελίδα του. Το άλλο πρόσθετο είναι το «Hello Dolly» που είναι δύο στίχοι τραγουδιού και συμβολίζουν την ελπίδα και τον ενθουσιασμό μιας ολόκληρης γενιάς. Παρόλο την ύπαρξη των δύο αυτών προσθέτων, εγώ δεν έχω ενεργοποιήσει κάποιο από αυτά διότι δεν μου ήταν απαραίτητα.



Εικόνα 31 - Εγκατεστημένα Πρόσθετα



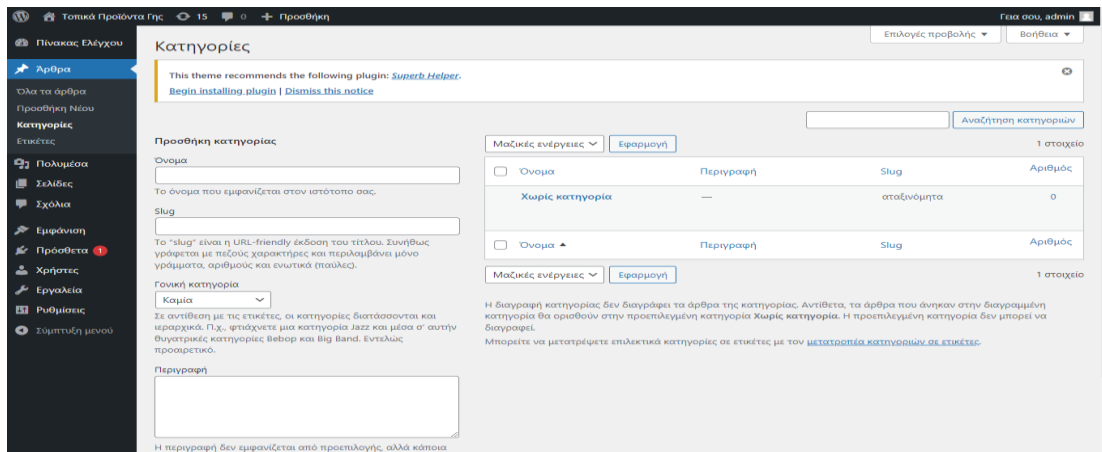
Εικόνα 32 - Αναζήτηση-Προσθήκη προσθέτων

8.6 Άρθρα (Posts)

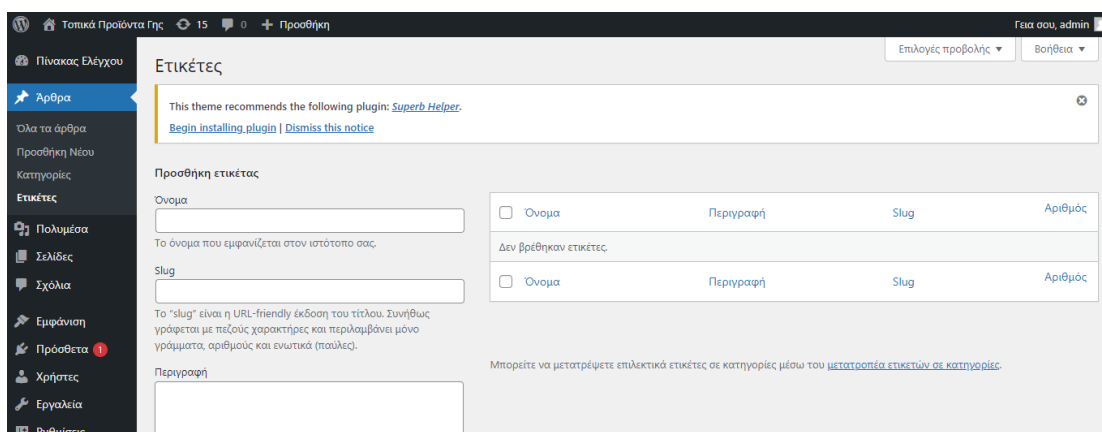
Τα άρθρα όπως και οι σελίδες αποτελούν τον κεντρικό πυρήνα δηλαδή το περιεχόμενο της ιστοσελίδας μας. Είναι οργανωμένα σε κατηγορίες, υποκατηγορίες και ετικέτες ή αλλιώς λέξεις-κλειδιά σύμφωνα με την ημερομηνία και το χρόνο δημοσίευσης αλλά και σύμφωνα με τον συντάκτη. Το πλεονέκτημα της κατηγοριοποίησης είναι η οργάνωση καθώς και η εύκολη αναζήτηση τους από τους επισκέπτες του ιστότοπου.

Αρχικά θα ξεκινήσουμε με την δημιουργία κατηγοριών, υποκατηγοριών και ετικετών πριν τη διαμόρφωση των άρθρων. Στη συνέχεια, για να εισάγουμε ένα άρθρο θα μεταβούμε πάλι στον πίνακα ελέγχου στην αριστερή πλευρά εργαλείων και θα επιλέξουμε Άρθρα και μετά Προσθήκη Νέου. Με το που εισέλθουμε θα παρατηρήσουμε ότι μας ζητείται να ορίσουμε ένα τίτλο για το άρθρο μας και ακριβώς από κάτω να συντάξουμε το κείμενο που θέλουμε και με τη μορφοποίηση που επιθυμούμε να έχει. Επιπλέον, εκτός από την σύνταξη κειμένου μπορούμε να προσθέσουμε και εικόνες ή βίντεο και άλλα διάφορα πολυμέσα που μας παρέχονται ώστε να δώσουμε και μια ωραία εμφάνιση στο άρθρο. Αφού το διαμορφώσουμε, θα πάμε στη δεξιά στήλη και θα διαλέξουμε σε ποια κατηγορία και υποκατηγορία θα το εντάξουμε καθώς και παρακάτω την προσθήκη ετικέτας που θα βάλουμε. Αυτά θα υπάρχουν ήδη και θα εμφανίζονται στη δεξιά στήλη θα τις επιλέγουμε με ένα κλικ με

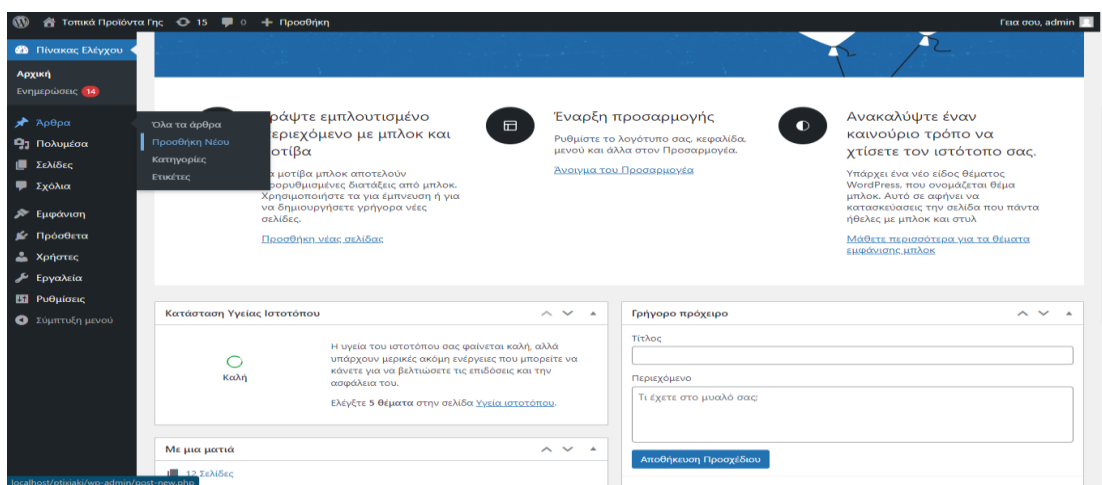
βάση το που θα θέλαμε να ενταχθεί το κάθε άρθρο. Καταληκτικά, με την ολοκλήρωση της παραπάνω διαδικασίας θα πατήσουμε στη δεξιά στήλη πάνω τη λέξη δημοσίευση για να αποθηκευτεί και να δημοσιευτεί το άρθρο.



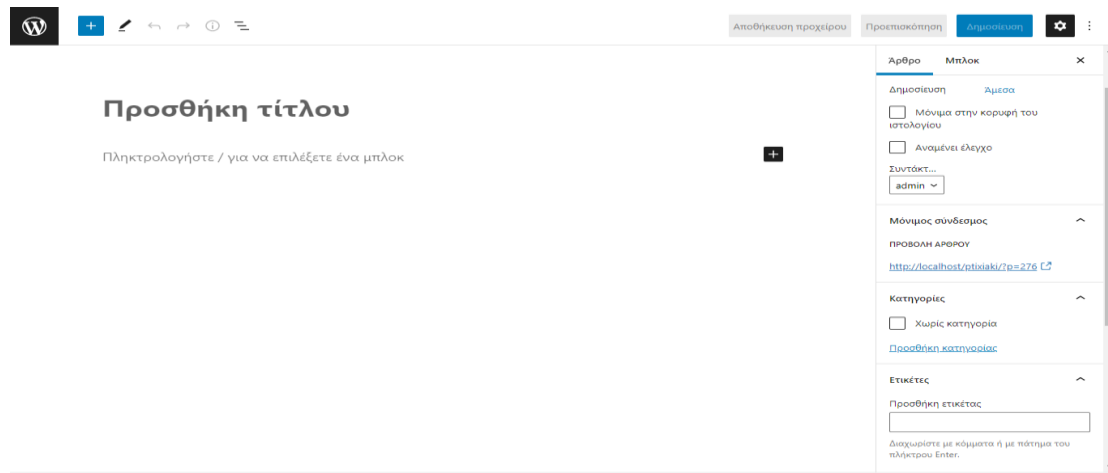
Εικόνα 33 - Εισαγωγή νέας κατηγορίας



Εικόνα 34 - Εισαγωγή νέας ετικέτας



Εικόνα 35 - Προσθήκη νέου άρθρου



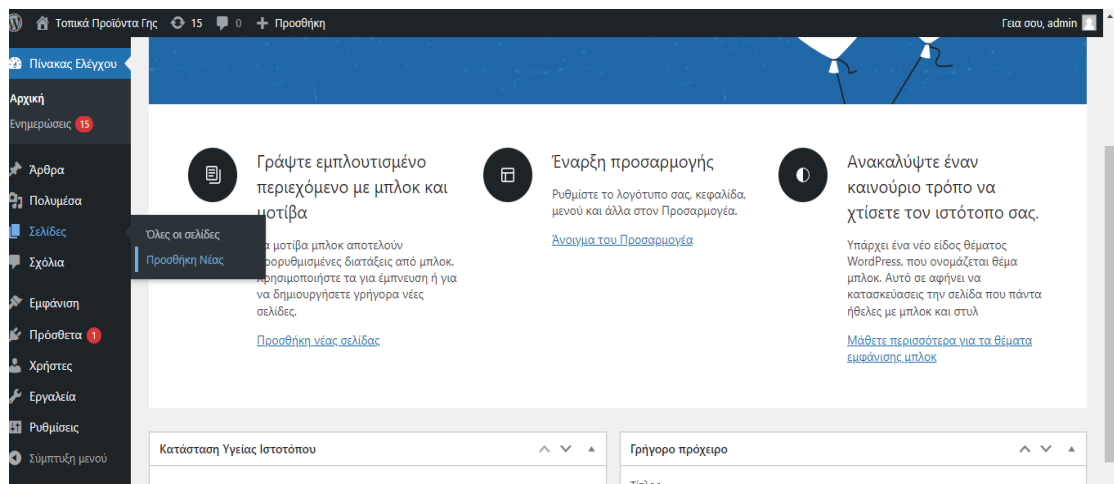
Εικόνα 36 - Διαμόρφωση άρθρου

Ύστερα, μπορούμε να μεταφερθούμε στην αριστερή γραμμή εργαλείων και πατώντας Άρθρα και έπειτα Όλα τα άρθρα, βλέπουμε εμείς ως διαχειριστές, συνολικά τι έχουμε δημιουργήσει.

8.7 Σελίδες (Pages)

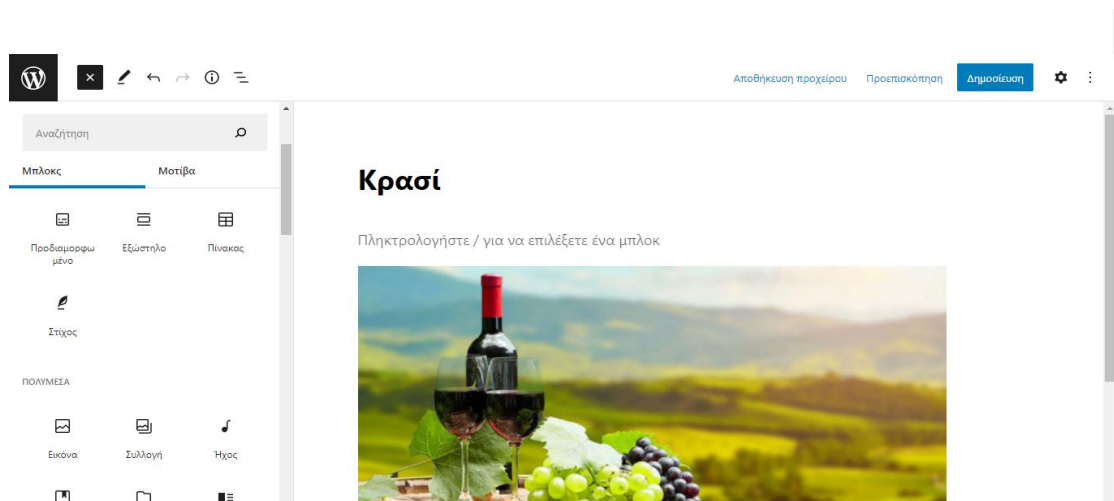
Οι σελίδες γενικά είναι οργανωμένες και στατικές και το διαπιστώνουμε αυτό διότι μας δίνεται η ευκαιρία να δημιουργήσουμε μια σελίδα και μετά να ορίσουμε μια άλλη σελίδα ως γονική της. Η διαδικασία είναι ακριβώς η ίδια με αυτή της δημιουργίας ενός άρθρου. Επιπρόσθετα, σε μια σελίδα δεν εμφανίζεται η ημερομηνία δημοσίευσης και ο συντάκτης.

Αρχικά, θα πάμε στη γραμμή εργαλείων του πίνακα ελέγχου και πιο συγκεκριμένα θα επιλέξουμε τις σελίδες και προσθήκη νέας και θα ξεκινήσουμε να διαμορφώνουμε την σελίδα, όπως τον τίτλο και το περιεχόμενο που θα θέλαμε να έχει. Κατά τη σύνταξη κειμένου χρησιμοποιούμε και διάφορα πολυμέσα που μας αρέσουν και αφού κάνουμε κλικ και στις απαραίτητες επιλογές που βρίσκονται στη δεξιά στήλη, θα έχουμε τελειώσει τη δημιουργία της σελίδας μας.

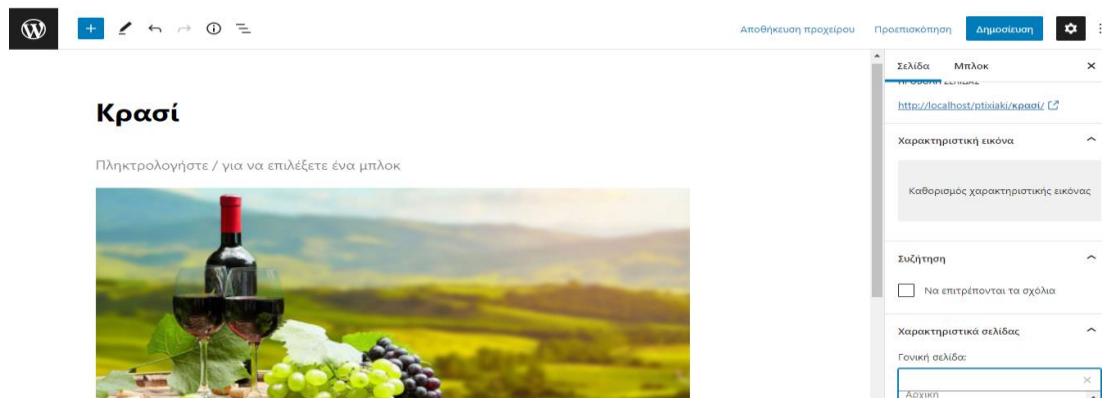


Εικόνα 37 - Προσθήκη νέας σελίδας

Στην επόμενη εικόνα θα δούμε ένα παράδειγμα διαμόρφωσης μιας σελίδας που δημιουργήσα με το όνομα Κρασί και πρόσθεσα εικόνα και κείμενο.

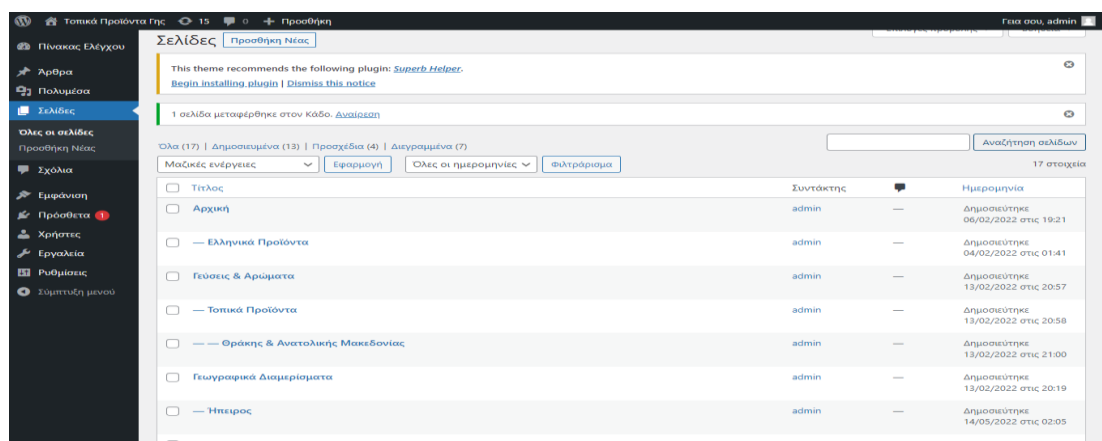


Εικόνα 38 - Διαμόρφωση σελίδας



Εικόνα 39 - Απαραίτητες ρυθμίσεις της σελίδας στη δεξιά στήλη

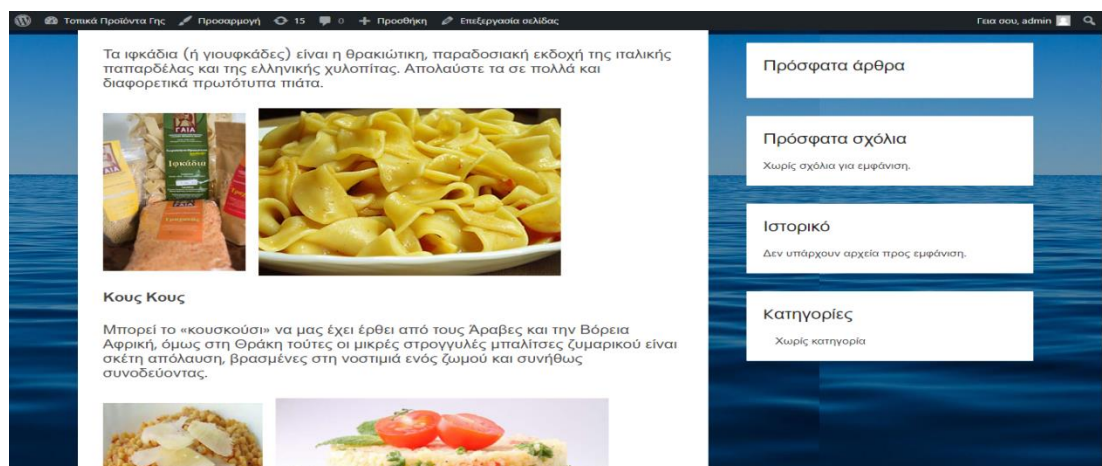
Αφού δημιουργήσουμε τις σελίδες που θα θέλαμε να έχει ο ιστότοπος, μπορούμε να μετακινηθούμε στον πίνακα ελέγχου στην αριστερή γραμμή εργαλείων και να πάμε στις σελίδες και μετά θα επιλέξουμε όλες οι σελίδες. Εκεί, μας εμφανίζει όλες τις σελίδες που κάναμε και αν σύρουμε το βελάκι κοντά στο όνομα μας δείχνει από κάτω ότι μπορούμε να κάνουμε επεξεργασία, ταχυεπεξεργασία, διαγραφή ή προβολή της κάθε σελίδας.



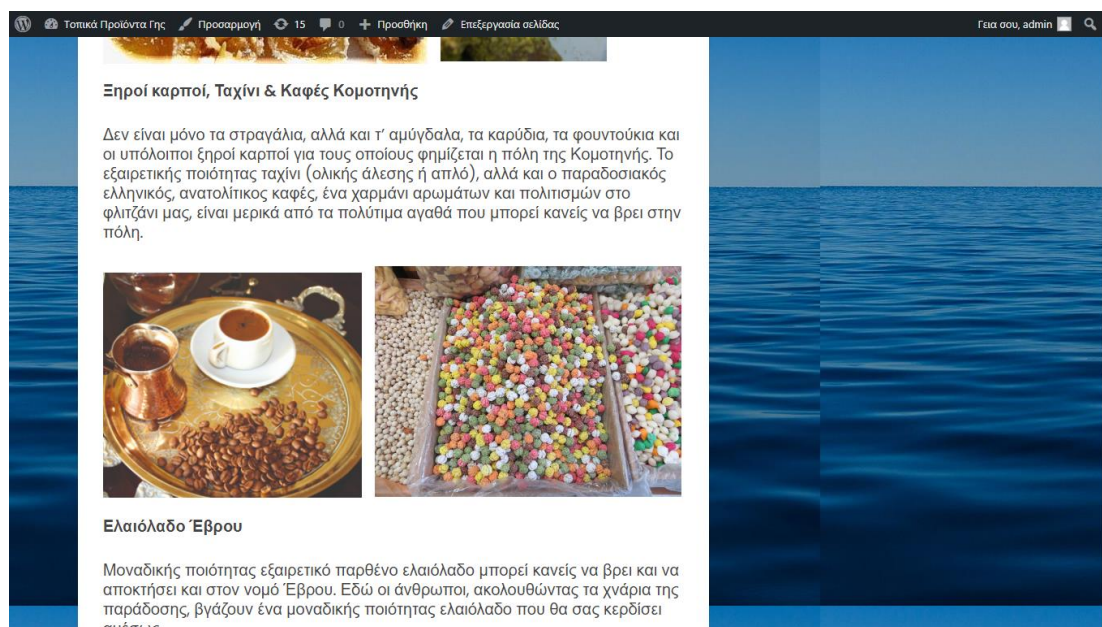
Εικόνα 40 - Εμφάνιση όλων των σελίδων

Στο μπροστινό μέρος της ιστοσελίδας μας που βλέπει ο διαχειριστής και ο κάθε επισκέπτης της, στην οριζόντια γραμμή μενού βρίσκονται ανά κατηγορίες όλες οι σελίδες και τα υπο-στοιχεία τους δηλαδή άλλες υπο-σελίδες. Για παράδειγμα, στην τρίτη κατηγορία του μενού γεύσεις και αρώματα υπάρχει το υπο-στοιχείο τοπικά προϊόντα και μέσα σε αυτό υπάρχουν άλλα υπο-στοιχεία που είναι ξεχωριστά μεταξύ τους, τα γεωγραφικά διαμερίσματα ανά όλη την Ελλάδα. Παρακάτω θα δούμε μια

εικόνα από το πρώτο γεωγραφικό διαμέρισμα που δημιουργήσαμε τη Θράκη και την Ανατολική Μακεδονία και εντάξαμε μέσα ορισμένα από τα κυριότερα τοπικά προϊόντα που διαθέτουν. Με την ίδια λογική είναι δημιουργημένες και οι υπόλοιπες σελίδες, παρουσιάζονται δηλαδή τα κυριότερα τοπικά προϊόντα που παράγονται στους νομούς των εκάστοτε γεωγραφικών διαμερισμάτων. Η παρουσίαση των τοπικών προϊόντων γίνεται με τις αντίστοιχες εικόνες των προϊόντων και λίγα λόγια για το καθένα.



Εικόνα 41 - Περιεχόμενο υπο-σελίδας με τα τοπικά προϊόντα του γεωγραφικού διαμερίσματος Θράκης και Α. Μακεδονίας



Εικόνα 42- Συνέχεια της υπο-σελίδας με τα τοπικά προϊόντα Θράκης και Α. Μακεδονίας

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Εν κατακλείδι, η γαστρονομία είναι ένα κομμάτι του τουρισμού με αφετηρία τον πολιτιστικό τουρισμό. Όσον αφορά τον πολιτιστικό τουρισμό, αποτελεί τον θεμελιώδη τομέα του παγκόσμιου τουρισμού. Η γαστρονομία περιλαμβάνεται στον πολιτιστικό τουρισμό, αφού μέσα από το φαγητό ο άνθρωπος έρχεται έμμεσα και άμεσα σε επαφή με τον κάθε τόπο και την ιστορία του. Τα προϊόντα της Ελλάδας είναι άφθονα και στενά συνδεδεμένα με τον τόπο μας, ο οποίος διαφέρει από άλλους στον κόσμο. Αποκαλύπτουν τη γαστρονομική ιδιομορφία που είναι συγχρόνως ταυτότητα και κληρονομιά.

Ο γαστρονομικός τουρισμός συνδέεται με την τοπική κουζίνα του κάθε τόπου που επισκεπτόμαστε και συμπεριλαμβάνει και τον οινικό τουρισμό. Στη χώρα μας το κρασί είναι το πιο συνηθισμένο ποτό και αυτό αποδίδεται στη έντονη και ευχάριστη γεύση του αλλά και στον απίστευτο συνδυασμό του με ένα μεγάλο φάσμα εδεσμάτων. Ο γαστρονομικός τουρισμός είναι δυνατόν να αναπτυχθεί περισσότερο αν γίνει ανάλογη και πετυχημένη προώθηση της ελληνικής παραδοσιακής κουζίνας.

Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι για την υλοποίηση της ιστοσελίδας μας μέσω του Wordpress (σύστημα διαχείρισης περιεχομένου ανοιχτού κώδικα) δεν χρειάστηκαν εξειδικευμένες ή προγραμματιστικές γνώσεις. Ο καθένας δηλαδή μπορεί να χρησιμοποιήσει το συγκεκριμένο λογισμικό καθώς είναι εύκολο στην εκμάθησή του.

Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1 - Εγκατάσταση του XAMPP	21
Εικόνα 2 - Εμφάνιση προειδοποιητικού μηνύματος.....	21
Εικόνα 3 - Οθόνη Καλωσορίσματος XAMPP	22
Εικόνα 4 - Επιλογή στοιχείων προς εγκατάσταση.....	22
Εικόνα 5 - Επιλογή φακέλου εγκατάστασης	23
Εικόνα 6 - Αυτοματοποίηση της εγκατάστασης του Wordpress.....	24
Εικόνα 7 - Ολοκλήρωση της εγκατάστασης του XAMPP	24
Εικόνα 8 - Control Panel του XAMPP	25
Εικόνα 9 - Windows Security Alert.....	25
Εικόνα 10 - Απενεργοποίηση των υπηρεσιών	26
Εικόνα 11 - Εγκατάσταση του Wordpress.....	27
Εικόνα 12 - Αποσυμπίεση του φακέλου	28
Εικόνα 13 - Διαδοχική σειρά των φακέλων.....	28
Εικόνα 14 - Η δομή του αποσυμπιεσμένου φακέλου	29
Εικόνα 15 - Τοπικός εξυπηρετητής localhost της ιστοσελίδας	29
Εικόνα 16 - Έναρξη εγκατάστασης του Wordpress	30
Εικόνα 17 - Κεντρική σελίδα phpMyAdmin	30
Εικόνα 18 - Δημιουργία νέας βάσης δεδομένων	31
Εικόνα 19 - Επιτυχής ολοκλήρωση βάσης δεδομένων	32
Εικόνα 20 - Συμπλήρωση στοιχείων βάσης δεδομένων στο Wordpress	33
Εικόνα 21 - Συμπλήρωση απαραίτητων στοιχείων στο Wordpress	34
Εικόνα 22 - Επιτυχής ολοκλήρωση για σύνδεση.....	35
Εικόνα 23 - Σύνδεση στην ιστοσελίδα	35
Εικόνα 24 - Πίνακας Ελέγχου Wordpress	36
Εικόνα 25 - Επιλογή θέματος	37
Εικόνα 26 - Προσθήκη νέου θέματος εμφάνισης	38
Εικόνα 27 - Ενεργοποίηση Θέματος.....	38
Εικόνα 28 - Εργαλεία προσαρμογής του θέματος	39
Εικόνα 29 - Κεντρικό μενού στο πίσω μέρος.....	40
Εικόνα 30 - Κεντρικό μενού στο μπροστινό μέρος	40
Εικόνα 31 - Εγκατεστημένα Πρόσθετα	41
Εικόνα 32 - Αναζήτηση-Προσθήκη προσθέτων	42

Εικόνα 33 - Εισαγωγή νέας κατηγορίας	43
Εικόνα 34 - Εισαγωγή νέας ετικέτας	43
Εικόνα 35 - Προσθήκη νέου άρθρου	43
Εικόνα 36 - Διαμόρφωση άρθρου.....	44
Εικόνα 37 - Προσθήκη νέας σελίδας	45
Εικόνα 38 - Διαμόρφωση σελίδας	45
Εικόνα 39 - Απαραίτητες ρυθμίσεις της σελίδας στη δεξιά στήλη	46
Εικόνα 40 - Εμφάνιση όλων των σελίδων	46
Εικόνα 41 - Περιεχόμενο υπο-σελίδας με τα τοπικά προϊόντα του γεωγραφικού διαμερίσματος Θράκης και Α. Μακεδονίας	47
Εικόνα 42- Συνέχεια της υπο-σελίδας με τα τοπικά προϊόντα Θράκης και Α. Μακεδονίας.....	47

Βιβλιογραφία

- Aitken, R. C. A., 2011. The four Rs of place branding. *Journal of Marketing Management*, 27(9-10). p. 913–933.
- Barron, B., 2020. *Ανάκτηση από whoishostingthis:https://digital.com/best-web-hosting/wordpress/statistics/*. [Ηλεκτρονικό].
- Barthes, R., 2012. Towards a Psychosociology of Contemporary Consumption Food. In: Counihan, C. & Van Esterik, P. (eds) *Food and Culture.A reader*. New York: Routledge.
- Boniface, P., 1995. *Managing Quality Cultural Tourism*. London and New York: Routledge. . Στο: s.l.:s.n.
- Brillat-Savarin, J., 2008. "Η γαστρονομία ως καλή τέχνη", Εκδόσεις:Στοχαστής.. Στο: s.l.:s.n.
- Carlsen, J., 2004. A Review of Global Wine Tourism Research. *Journal of Wine Research*. pp. 15(1): 5-13. .
- Chang, R. K. J. M. A., 2011. Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: when East meets West. *Tourism Management*, 32. pp. 307-316.
- Dalby, A., 2018. *Σειρήνεια Δείπνα: Ιστορία της διατροφής και της γαστρονομίας στην Ελλάδα*, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, μτφ. Πατρικίου, Ε., Ηράκλειο.. Στο: s.l.:s.n.
- Falassi, A., 1987. "Time out of time: Essays on the festival", Albuquerque: University of New Mexico Press, to Getz, D., 2005, *Event Management & Event Tourism*, 2nd ed., Cognizant Communication Corporation, New York.. Στο: s.l.:s.n.
- Fields, K., 2002. Demand for gastronomy product: motivational factors. In Hjalager, A.Richards, G. (eds.), *Tourism andGastronomy*. London:Routledge. pp. 37-50.
- Getz, D., 2000. *Explore Wine Tourism: Management, Development and Destinations*.New York: Cognizant Development Corporation.. Στο: s.l.:s.n.
- Hashimoto, A. T. D., 2006. Selling Canadian Culinary Tourism: Branding the Global and the Regional Product. *Tourism Geographies*, 8(1). pp. 31-55.

Hashimoto, T. &., 2002. There is a growing body of literature in the area of wine tourism..

Henderson, J., 2004. Food as a Tourism Resource: A view from Singapore. *Tourism Recreation Research* , σσ. Vol.29, No.3. Στο: s.l.:s.n., pp. pp. 69-74.

Kim, Y. -. E. A. & S. C., 2009. Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*. Στο: s.l.:s.n., p. 28(3):423–431.

Kinsta, 2020. *Ανάκτηση από kinsta:https://kinsta.com/knowledgebase/what-is-wordpress/*. [Ηλεκτρονικό].

Kivela, J. C. J., 2006. Tourism & gastronomy: Gastronomy's influence on how tourist experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30. pp. 354-377.

Kyriakaki, A. Z. S. & T. N., 2016. Gastronomy, tourist experience and location. The case of the 'Greek Breakfast'. *Tourismos*, 11(3). pp. 227-261.

López-Guzmán, T. & S.-C. S., 2011, September 29. Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economics & Finance*, pp. ID:1923-7529-2012-01-63-10..

McIntosh, R. G. C., 1986. *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*, 5th ed. John Wiley & Sons, New York..

netcraft, 2020. *Ανάκτηση από netcraft:https://news.netcraft.com/archives/category/web-server-survey/*. [Ηλεκτρονικό].

Novelli, M., 2005. *Niche tourism, Contemporary issues, trends and cases*, Butterworth-Heinemann..

Okumus, B. O. F. & M. B., 2007. Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism management*, 28(1). Στο: s.l.:s.n., pp. 253-261.

Plummer, e. a., 2005. Interest tourism ranges from high interest or gourmet tourism or winery and the tourism activities are nearly all food related..

- Ritchie, J. G. G., 2003. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. Oxon: CABI Publishing. Στο: s.l.:s.n.
- Sadílek, T., 2020. Utilization of Food Quality Labels Included in the European Union Quality Schemes. *International Journal on Food System Dynamics*, 11(1). pp. 72-83.
- Smith, S. L. & X. H., 2008. Culinary tourism supply chains: A preliminary examination. *Journal of travel research*.. pp. 46(3), 289-299.
- Sormaz, U. A. H. G. E. & A. S., 2016. Gastronomy in Tourism. *Procedia Economis and Finance* 39. Στο: s.l.:s.n., pp. pp. 725-730.
- Timothy, D. J., 2016. Introduction: Heritage cuisines, food ways, and culinary traditions. In D. J, Timothy (Eds.), *Heritage cuisines: Traditions, identities, and tourism* Oxon: Routledge. Στο: s.l.:s.n., pp. pp. 1-24.
- Trihas, N. K. A. & Z. S., 9-11/10/2015. Local cuisine and agricultural products as a means of enhancing tourists' gastronomic experiences in Greece. 1st International Conference on Experiential Tourism. Santorini..
- Van Westering, J., 1999. Heritage and gastronomy: the pursuits of the 'new tourist'. *International Journal of Heritage Studies*, Vol 5 (No 2). p. 75-81.
- Williams, J., 1997. We never eat like this at home: food on holiday. In Caplan, P.(Eds), *Food, Health and Identity*, London: Routledge.. pp. pp.151-171.
- Wolf, E., 2002. *Culinary tourism: A tasty economic proposition*. Portland: Oregon:International Culinary travel Association..
- Zelinsky, W., 1985. The Roving Palate: North America's Ethnic Restaurant Cuisines. *Geoforum*, 16(1). Στο: s.l.:s.n., pp. pp. 51-72.
- Καλδής, Π., 2008. Οινοτουρισμός, διαχείριση τοπικού περιβάλλοντος και αειφορία, [σημειώσεις διαλέξεων], Κέντρο Περιβαλλοντικής εκπαίδευσης Νάουσας.. Στο: s.l.:s.n.
- Κοκκινάκης, Δ., 2003. Αναφορές στην μαστίχα της Χίου μέσα από τις ελληνικές και ευρωπαϊκές φαρμακοποιίες του πρώτου μισού του 19ου αιώνα: 1800-1850. Χίος: Έκδοση Ιδιωτική.. Στο: s.l.:s.n.

Κονσόλα, Ν., 2006. Πολιτιστική ανάπτυξη και πολιτική. Αθήνα: ΠΑΠΑΖΗΣΗΣ..
Στο: s.l.:s.n., p. σ. 240.

Μοίρα Π., Μ. Δ., 2014. Η γαστρονομία ως μορφή πολιτισμικού τουρισμού. Η περίπτωση της Ελλάδας. *E – Journal of science & Technology*. pp. σ.81-105.

Μοίρα, Π. & Π. Σ., 2011. Πολιτιστικός-Βιομηχανικός Τουρισμός, εκδ. Ανοικτή Βιβλιοθήκη.. Στο: s.l.:s.n.

Μπαμπινιώτης, Γ., 2002. *Λεξικό της νέας ελληνικής γλώσσας*. Αθήνα.. s.l.:s.n.

Πιστολάς, Χ., 2011. Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών με έμφαση στους Γαστρονομικούς Προορισμούς. PhD thesis. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων.. Στο: s.l.:s.n.

ΣΕΤΕ, 2009. Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού. Αθήνα.. Στο: s.l.:s.n.

Τροβά, Ε. & Σ. Π., 2003. Προστασία αρχαιοτήτων και της πολιτιστικής κληρονομιάς: Ο Ν. 3028/2002. Αθήνα: Σάκκουλα.. Στο: s.l.:s.n., p. σ. 471.

Τσάρτας, Π., 1996. Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. Αθήνα: Εξάντας. Στο: s.l.:s.n.