

20 Απριλίου 2023

## Τα πιο παλιά παιχνιδάδικα της Καλαμάτας - Αναδρομή στις περασμένες δεκαετίες, η «εισβολή» της τεχνολογίας στον κλάδο

[Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός / Κοινωνιολογικά \(κοινωνική πρόνοια & οικογενειακά θέματα\)](#)



Αποπνέοντας αέρα μιας άλλης εποχής, στο κέντρο της Καλαμάτας βρίσκονται εδώ και δεκαετίες τα πιο παλιά παιχνιδάδικα της πόλης.



Καταστήματα που έχουν “μεγαλώσει” γενιές μικρών και εφήβων, πριν την κυριαρχία της τεχνολογίας, σε εποχές όπου το παιχνίδι ήταν η βασική διέξοδος των παιδιών για να περάσουν όμορφες στιγμές.

Τα χρόνια πέρασαν, οι μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων παιχνιδιών βρίσκονται πλέον σε όλες τις μεγάλες πόλεις, ωστόσο τα παραδοσιακά παιχνιδάδικα της Καλαμάτας, προσαρμοσμένα στις απαιτήσεις της εποχής, είναι ακόμα εδώ και προσφέρουν μια πολύ καλή επιλογή για χαρά και διασκέδαση στα παιδιά.

Εχοντας πλέον την ονομασία “Events Deco Toys” η γνωστή στους πιο παλιούς “Παιχνιδούπολη” αποτελεί σήμα κατατεθέν στην οδό Αιγύτου, καθώς από το 1958 προσφέρει παιχνίδια για όλες τις ηλικίες.



Κούκλες, στρατιωτάκια, μουσικά κουτιά, κατασκευές, επιτραπέζια, puzzles, μουσικά όργανα, βρεφικά παιχνίδια, διακοσμητικά για παιδικά δωμάτια, λούτρινα, αυτοκινητάκια, παιχνίδια ρόλων και εποχικά είδη είναι μεταξύ άλλων αυτά που θα βρει κανείς στο συγκεκριμένο χώρο, οι υπεύθυνοι του οποίου έχουν διατηρήσει την παλιά πινακίδα της “Παιχνιδούπολης” για να θυμούνται όπως μας μετέφεραν οι παλιοί και να μαθαίνουν οι νέοι.

Η Παρασκευή Χριστοπούλου, υπεύθυνη της επιχείρησης σήμερα αποτελεί την τρίτη γενιά ιδιοκτητών του μαγαζιού, έχοντας ζήσει τις καλές εποχές του παιχνιδιού, με το γιό της να “τρέχει” τα τελευταία χρόνια παράλληλα και το κομμάτι της διοργάνωσης εκδηλώσεων.



## ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΗΚΑΝ ΤΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ

Σύμφωνα με την κα Παρασκευή, την πιο απλή εποχή που είχαν την τιμητική τους οι ρόδες με το μαστουνάκι και τα φορτηγά ή οι κούκλες, τα παιχνίδια που μπορούσε να βρει κανείς ήταν οριακά 50, κάτι που σήμερα έχει αλλάξει ραγδαία, καθώς αυτά έχουν πολλαπλασιαστεί με το... 1000, ως προς τον αριθμό που φτάνουν στα ράφια, με αποτέλεσμα η διαφήμιση και η εξέλιξη της βιομηχανίας του παιχνιδιού να οδηγούν το αγοραστικό κοινό να χάνει το νόημα ενός δώρου, και πολλές φορές εν τέλει να μην επιλέγει το ιδανικό, εφόσον κατακλύζεται από τόσες συσκευασίες. «Παράλληλα, με τόσες επιλογές οι γονείς ή οι συγγενείς μπαίνουν στη διαδικασία να αγοράσουν παραπάνω παιχνίδια από όσα συνηθίζεται, μιας και από το ένα που μπορεί να έπαιρναν στο παιδί τώρα προμηθεύονται ακόμα και πέντε, με αποτέλεσμα να προκύπτει κορεσμός από τους μικρούς, βλέποντας τόσα μπροστά τους» σημείωσε στην "Ε", τονίζοντας πως στο κατάστημα υπάρχουν και πιο κλασικά παιχνίδια αλλά όχι τόσα όπως παλιότερα, δεδομένου πως τα ρετρό έχουν καταργηθεί. «Ως επί το πλείστον έχουν επικρατήσει τα πιο σύγχρονα. Οι ρόδες για παράδειγμα είναι διαχρονικές, όπως και τα τηλεκατευθυνόμενα αλλά και οι φιγούρες δράσης όπως τα playmobil» πρόσθεσε, ανατρέχοντας στο παλιό

ποδοσφαιράκι με τα ελατήρια όπου παλιά είχε μεγάλη ζήτηση, έχοντας περάσει πλέον σε δεύτερη μοίρα λόγω της τεχνολογίας.

## ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΜΙΑ ΟΘΟΝΗ

Αναμφίβολα, τα τελευταία 20 χρόνια το σκηνικό του παιχνιδιού δεν θυμίζει σε τίποτα αυτό των παλαιότερων δεκαετιών, μιας και η τεχνολογία έχει παίξει το ρόλο της ώστε τα παιδιά ακόμα και από μικρή ηλικία να μην τα προτιμούν, μαγνητίζοντας τα -καλώς ή κακώς- μια οθόνη. «Από την εποχή που κυκλοφόρησε το πρώτο Playstation μέχρι σήμερα όπου έχουν κυριαρχήσει τα τάμπλετ και τα κινητά, το ηλεκτρονικό παιχνίδι και η θέαση ενός βίντεο στο YouTube φαίνεται πως έχουν επηρεάσει κατά πολύ το επάγγελμα μας, με τις απόψεις να δίστανται για το πιο από τα δύο είδη βοηθάει πραγματικά στην ανάπτυξη του εγκεφάλου και ενδεχομένως της προσωπικότητας ενός παιδιού» πρόσθεσε, συμπληρώνοντας πως όσα χρόνια και αν περάσουν, έστω τα πρώτα χρόνια ενός παιδιού συνδυάζονται με κάποια παιχνίδια, καθώς οι συγγενείς συμβολικά τα προσφέρουν ως δώρο.

## Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΕΚΡΙΝΕ ΤΗ ΖΗΤΗΣΗ

Πριν την επικράτηση του διαδικτύου στα παιδιά, η τηλεόραση και κατ' επέκταση τα παιδικά προγράμματα ήταν αυτά που έκριναν σε μεγάλο βαθμό τη ζήτηση στα παιχνίδια, ιδίως τη δεκαετία του 80' και του 90' αλλά και μετέπειτα σε κάποιες περιπτώσεις, εν μέσω κινηματογραφικών παραγωγών. «Όταν βγήκε η κούκλα της Frozen έγινε πανζουρλισμός πωλήσεων, όπως και με τη Πέππα το γουρουνάκι, κρατώντας αυτό το ενδιαφέρον συγκεκριμένο διάστημα. Παλιότερα δε, τα παιδιά ήθελαν μανιωδώς παιχνίδια σχετικά με τους Power Rangers, παίρνοντας στη συνέχεια θέση στα ράφια λόγω αντίστοιχου ενδιαφέροντος τα Χελωνοιντζάκια, τα Pokemon ή τα Transformers» πληροφόρησε, εκτιμώντας πως παιχνίδια στο μέλλον θα πωλούνται μέχρι την ηλικία των 6 ετών από εκεί που έπαιρναν μέχρι τα 12.

Από πλευράς ανατιμήσεων και πως αυτές επηρέασαν τα παιχνίδια, η Παρασκευή Χριστοπούλου διευκρίνισε πως από το ξεκίνημα της πανδημίας με αποκορύφωμα τον πόλεμο στην Ουκρανία, οι τιμές σε κάποια ανέβηκαν ένα 10% φτάνοντας σε ορισμένες περιπτώσεις ακόμα και το 50%. Ακόμα σημείωσε, πως το κόστος των δώρων σε δημόσιους υπαλλήλους και συνταξιούχους τα τελευταία χρόνια επηρέασε τις αγορές ως προς την τιμή αλλά όχι ως προς τις συσκευασίες. «Από εκεί που κάποιοι παππούδες φερειπείν έπαιρναν το παιχνίδι των 50 ευρώ αναγκάστηκαν να πάρουν αυτό των 30 μιας και στην Ελλάδα οι επισκέψεις στις γιορτές και όχι μόνο συνδυάζονται με το ανάλογο δώρο, ανεξαρτήτως

κατάστασης. Πριν την κρίση με τον κορονοϊό η κατάσταση έδειχνε να ομαλοποιείται στο πλαίσιο αυτό, επιλέγοντας εκ νέου πιο ακριβά παιχνίδια, ωστόσο η τωρινή κατάσταση μας επέστρεψε σε ρυθμούς του 2010» υπογράμμισε, λέγοντας πως και οι πολυεθνικές αλυσίδες έχουν παίξει το ρόλο τους στη κίνηση των μικρότερων καταστημάτων.

## ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΜΑΝΕΣΙΩΤΗ

Οντας από τα πιο ιστορικά καταστήματα της Καλαμάτας, η οικογένεια “Μανεσιώτη” μπήκε στο χώρο του εμπορίου το 1911, πουλώνοντας από κλωστές και λευκά είδη, μέχρι σοκολάτες και παιχνίδια. Στη συνέχεια οι κατηγορίες χωρίστηκαν από την επόμενη γενιά σε περισσότερα μαγαζιά, με αποτέλεσμα η επωνυμία “Μανεσιώτης” να ξεκινήσει αποκλειστικά ως παιχνιδάδικο το 1978, έχοντας σταθερή παρουσία έως σήμερα και τον τίτλο ενός εκ των πιο παλιών καταστημάτων στην πόλη πάνω σε αυτό το είδος.



Ο σημερινός ιδιοκτήτης του καταστήματος στην κεντρική πλατεία Γιώργος Μανεσιώτης, μιλώντας στην “Ε” και για τα δύο μαγαζιά της Καλαμάτας (το δεύτερο εδρεύει στην 23ης Μαρτίου), παρατήρησε αρχικά πως έχει μειωθεί ο

μέσος όρος ηλικίας των παιδιών που ασχολούνται με παιχνίδια, έχοντας πέσει από τα 13 μόλις στα 8. «Μετά την Πέμπτη Δημοτικού, τα παιδιά δεν ασχολούνται με Playmobil, αμαξάκια, κουζινικά κ.α., τείνοντας περισσότερο σε ηλεκτρονικά παιχνίδια ή συλλογές με φιγούρες» ανέφερε.

#### «ΤΟ ΠΑΛΙΟ ΠΑΙΧΝΙΔΙ ΕΧΕΙ ΑΝΑΝΕΩΘΕΙ»

Σχετικά με το αν υπάρχουν παλιά παιχνίδια στα ράφια όπως τα γνωρίζουν οι παλιότερες γενιές, ο ίδιος διευκρίνισε πως το παλιό παιχνίδι ουσιαστικά έχει ανανεωθεί. «Στην κούκλα για παράδειγμα έχει αλλάξει η μορφή, το όνομα ή το σχέδιο της, ανάλογα με το πως διαφημίζονται» σημείωσε, τονίζοντας πως και ορισμένα από τα παιχνίδια που βρίσκονταν παλιά στη μόδα επανέρχονται εκ νέου, όπως φερειπείν τα Τζί Αι Τζο, τα Pokemon ή τα Χελωνοιτζάκια.

«Πρόκειται για εμπορική κίνηση, ώστε και οι γονείς να τα θυμούνται και τα παιδιά να τα μαθαίνουν, μέσα από μια ανακύκλωση» εκτίμησε, σημειώνοντας πως τις παλιότερες δεκαετίες που δεν υπήρχαν πολυεθνικές η κερδοφορία στα παιχνιδάδικα ήταν σαφώς καλύτερη.

«Πλέον από τις εταιρείες προτείνεται ενδεικτική τιμή, οπότε λόγω του ανταγωνισμού δύσκολα κάποιος θα μπει στη διαδικασία να το πουλήσει ακριβότερα» πρόσθεσε, παρατηρώντας πως ο κόσμος δεν τείνει πλέον σε πολύ ακριβά παιχνίδια λόγω της ακρίβειας που έχει να αντιμετωπίσει ευρύτερα. «Στο κομμάτι του παιχνιδιού οι ανατιμήσεις δεν έχουν ξεπεράσει το 10%, αλλά παρ' όλα αυτά ο κόσμος δείχνει να ψωνίζει πιο οικονομικά παιχνίδια, κάτι που είδαμε να συμβαίνει και τα περασμένα Χριστούγεννα» συνέχισε. Ανατρέχοντας στα παλιότερα χρόνια και στα παιχνίδια που είχαν ιδιαίτερη ζήτηση, σχολίασε πως τα Playmobil, η κούκλα Bibi - Βο αλλά και τα πιγκουινάκια ξεπουλούσαν συνεχώς, καθώς τότε ξεκίνησε η διαφήμιση να εστιάζει στο είδος αυτό, επηρεάζοντας ανάλογα το αγοραστικό κοινό.



## ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΙΣ ΦΙΓΟΥΡΕΣ

Ακόμα, ο Γιώργος Μανεισιώτης αναφέρθηκε στις εφαρμογές των κινητών και τα παιχνίδια που μαγνητίζουν ακόμα και μαθητές της Α' Δημοτικού, ζητώντας κατ' επέκταση από τα καταστήματα με είδη παιχνιδιών τις αντίστοιχες φιγούρες των ηρώων, περισσότερο για διακοσμητικό ρόλο. «Προσωπικά θεωρώ λάθος από τόσο μικρές ηλικίες τα παιδιά να είναι συνεχώς μπροστά από μια οθόνη, χάνοντας την κινητικότητα μέσα από μια συνεχή αδράνεια η οποία δεν συνάδει με το παιδί και το παιχνίδι» κατέληξε.

**Πηγή:** [eleftheriaonline.gr](http://eleftheriaonline.gr)