

- Challenges in Managing Public Library Services Aimed at Ensuring the Well-being of Society in the Context of Emergency Situations. In: *Social Welfare: Interdisciplinary Approach*. 2024, vol. 14, pp. 115-133. eISSN 2424-3876. DOI: <https://doi.org/10.15388/SW.2024.14.8>
18. TAIWO, Akinyele Samuel, IDUNNU, Fasogbon Olufunke. Impact of Strategic Planning on Organizational Performance and Survival. In: *Research Journal of Business Management*. 2007, vol. 1, no 1, pp. 62-71. eISSN 2152-0437. DOI: <https://doi.org/10.3923/rjbm.2007.62.71>
19. TBAISHAT, D. Jordanian Public Libraries in Relation to Achieving SDGs: Shoman Library in Action. In: *Public Library Quarterly*. 2020, vol. 40, nr. 2, pp. 125-143. eISSN 1541-1540. DOI: <https://doi.org/10.1080/01616846.2020.1738836>

CZU: [339.138:02]:027.52(478-25)=135.1

## MASCOTA: UN SIMBOL MAI PRIETENOS AL BIBLIOTECII MUNICIPALE „B.P. HASDEU”

*Dr. Mariana HARJEVSCHI,  
director general, Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”*

**Rezumat:** În era transformărilor digitale, bibliotecile publice încearcă să-și adapteze instrumentele de comunicare în scopul de a rămâne relevante și atractive pentru comunitate. În acest context, *Strategia de comunicare instituțională a Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” (2023-2027)* presupune o inițiativă inovatoare: crearea unei mascote care să devină un simbol mai prietenos al instituției noastre, aplicat în cadrul diverselor acțiuni dedicate publicului. Ideea din spatele acestei inițiative a fost de a personaliza relația bibliotecii cu utilizatorii săi, aducând creativitate, dar și empatie în comunicarea cu publicul. Printr-un design original și o poveste bine conturată, mascota Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” (BM) a fost inspirată din semnul grafic al mărcii BM, fiind inițial reprezentată sub formă de costum.

*Cuvinte-cheie:* mascotă, bibliotecă publică, marketing de bibliotecă.

### Introducere

În ultimii ani, conceptul de *mascotă* în biblioteci a câștigat o popularitate tot mai mare, având un impact semnificativ asupra modului în care aceste instituții interacționează cu publicul. Într-o epocă în care tehnologia se face prezentă tot mai mult în mediul cultural, bibliotecile sunt nevoite să-și regândească strategiile de



atrageră a publicului și să ofere experiențe interactive și atractive. Astfel, o mascotă, de obicei un personaj captivant și ușor recunoscut, are rolul de a crea o conexiune mai umană între bibliotecă și utilizatori (în special, în rândul copiilor sau tinerilor).

Mascotele, numite deseori și *personaje de marcă* sau, în engleză, *spokescharacters* (traducându-se în limba română prin *personaje ambasador*, *personaje reprezentative* sau *personaje simbol*, în funcție de context), au devenit instrumente puternice de marketing [1] în mediul vădit concurențial. Inițial, o mascotă era reprezentată de o

persoană, un animal sau un obiect, folosit ca *purtător de cuvânt* al unei organizații sau al unui produs. Astăzi, acestea sunt adesea animate și adaptate pentru clipuri video televizate sau utilizate în mediul online.

Nu orice afacere are nevoie de o mascotă, dar pentru o companie, mascota poate deveni un element al succesului. Unele instituții utilizează mascota inspirată din logoul lor, altele includ mascota într-o altă formă, dar cu elemente fie simplificate, fie adaptate, păstrând culoarea specifică mărcii. Cu siguranță, mascotele nu sunt pentru orice afacere. Cel mai des, mascotele sunt utilizate în domenii precum sănătate sau asigurări, în domeniul financiar, start-up-uri în sfera IT, servicii digitale și multe altele. Mascotele, de



obicei, sunt create în diferite ipostaze și situații, purtând diferite ținute și variate accesorii.

Experiențele internaționale oferă un model pentru înțelegerea impactului și eficienței mascotelor în biblioteci. De exemplu, în Statele Unite, multe biblioteci au adoptat mascote pentru a atrage tinerii și familiile. Un exemplu notabil este Leul, o mascotă care a fost utilizată la Biblioteca Publică din New York pentru a atrage atenția asupra programelor destinate copiilor. E de remarcat că în fața edificiului bibliotecii scările sunt flancate de două statui care reprezintă niște lei. În Japonia, țară cunoscută pentru dragostea față de personaje adorabile (de exemplu, Hello Kitty, Pikachu), mascotele au un rol foarte important în promovarea și popularizarea bibliotecilor. Instituțiile din diverse regiuni utilizează personaje care sunt adesea inspirate din cultura pop japoneză sau din tradițiile locale. De asemenea, în multe țări europene, cum ar fi Finlanda, bibliotecile au integrat mascote, precum roboți (de exemplu, Tatu, Patu and Veera), în campaniile lor de promovare a lecturii și în organizarea activităților de împrumut de carte.

### Tipuri de mascote

Crearea unei mascote pentru bibliotecă presupune nu doar o alegere inspirată a personajului, ci și un proces detaliat de design care să reflecte identitatea echipei, valorile sale și să răspundă nevoilor publicului [2]. De aceea, primul pas în dezvoltarea unei mascote este identificarea tipului de design de personaje care se potrivește cel mai bine obiectivelor instituționale și specificului său. Există mai multe tipuri de design de personaje, fiecare cu particularitățile sale în raport cu publicul său. Fiecare tip necesită un designer cu un set de abilități specifice, capabil să aducă ideea la viață într-un mod atractiv și relevant.

În literatura de specialitate, care reflectă mai mult aplicabilitatea mascotei în diverse instituții sau corporații, sunt recomandate câteva dintre tipurile de design de personaje ce pot fi luate în considerare, deși nu se limitează la acestea:

#### *Designul animat sau stilizat*

Acest tip de design se bazează pe forme simple, culori vii și trăsături exagerate, ceea ce face ca personajul să fie imediat recunoscut și ușor de abordat. Mascotele cu un design de acest fel sunt adesea folosite pentru a atrage un public tânăr, deoarece ele sunt prietenoase și vesele. Mascotele sunt construite astfel încât să



fie ușor de recunoscut și să evoce o stare de bine sau de veselie. De asemenea, acest tip de design poate crea o legătură rapidă cu utilizatorii, prin amuzament și simpatie.

Drept exemplu poate servi cunoscutul Mickey Mouse creat de Walt Disney. Mickey are un stil simplu, cu urechi mari și un corp rotund, ușor de recunoscut. Mickey a evoluat de-a lungul decadelor, dar păstrează un stil animat accesibil pentru toate vârstele.

*Designul antropomorf sau obiectual*

Aceste forme de mascote sunt o modalitate excelentă de a da viață unui brand sau unui concept printr-o reprezentare amuzantă și atractivă. Mascotele de acest fel sunt adesea create pentru a oferi o identitate distinctivă unui obiect sau produs, făcându-l mai ușor de recunoscut și de asociat cu o anumită personalitate. Una dintre cele mai comune tehnici utilizate pentru mascotele-obiecte este antropomorfizarea, care înseamnă atribuirea de trăsături și comportamente umane unui obiect. Aceasta implică dotarea acestuia cu trăsături umane, cum ar fi ochi, gură, mâini sau picioare.

Un exemplu elocvent sunt mascotele M&M's care reprezintă personaje foarte cunoscute, fiecare având trăsături și personalități distincte, care au evoluat de-a lungul timpului. Aceste mascote sunt, de fapt, bomboanele M&M's stilizate, animate, cu caracteristici umane, fiecare dintre ele reprezentând o culoare diferită de bomboane.

*Designul super-erou sau persoană*

Aceste mascote îmbină trăsături de super-eroi cu o funcționalitate practică, având un impact mare asupra marketingului și a imaginii



brandului. Un exemplu este Mr. Clean utilizat ca simbol al puterii de curățare și al eficienței, iar designul său reflectă aceste calități într-un mod stilizat. Designul său simplu, dar puternic, cu un corp muscular și o față calmă și încrezătoare, reflectă caracterul său de „super-erou” al curățeniei. Mr. Clean este un exemplu de mascote care reînvie ideea de super-erou într-un context complet diferit, aducând o valoare adăugată brandului prin legătura simbolică cu randamentul și curățenia.

#### *Designul cultural sau tradițional*

Mascotele cu astfel de design sunt create pentru a reflecta și celebra tradițiile, obiceiurile și simbolurile specifice unei culturi sau comunități. Aceste mascote sunt adesea folosite pentru a promova un anumit brand sau eveniment, dar și pentru a educa și a încuraja aprecierea față de diversitatea culturală. Designul acestora poate include elemente simbolice, culori și forme inspirate din arte tradiționale, istorie sau folclor, având rolul de a transmite un mesaj puternic despre identitatea culturală și valorile unui anumit grup. Aceste mascote sunt ideale și pentru bibliotecile care doresc să îmbine cultura locală cu educația, să promoveze tradițiile și să creeze un sentiment de mândrie națională sau regională. Designerii care se specializează în acest tip de design trebuie să cunoască cultura și istoria locală, pentru a crea personaje autentice și respectuoase. De exemplu, Blogging Wizard instruieste oamenii în ceea ce privește bloggingul și marketingul digital, așa că au reprezentat blogul lor ca o carte și au creat o poziție a personajului care citește cartea. Mascota are trăsături de vrăjitor sau magician, dar într-un stil modern.

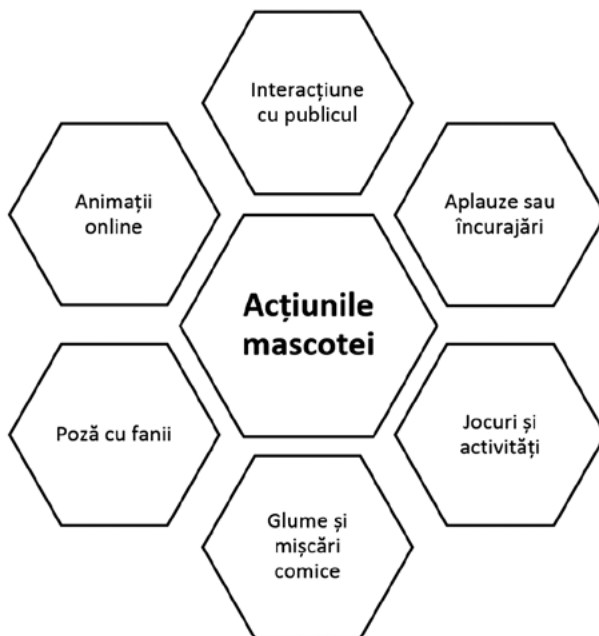


#### **Mascota: trăsături de personalitate, poziții, acțiuni**

O mascotă are un rol semnificativ în crearea unei imagini de brand [3], iar trăsăturile de personalitate, pozițiile și acțiunile acesteia sunt esențiale pentru a transmite mesajul dorit și a crea o legătură emoțională cu publicul-țintă. Aceste trăsături sunt determinate de rolul mascotei și de contextul în care aceasta este utilizată. Iată câteva exemple de trăsături de personalitate, poziții și acțiuni care pot fi asociate cu o mascotă, utilizate în cele 4 tipuri menționate mai sus:

Tabelul 1. *Trăsături de personalitate*

Nr.	Caracteristici	Detalii
1	<i>Prietenos și amabil</i>	O mascotă trebuie să fie percepută ca fiind accesibilă și prietenoasă, astfel încât să atragă atenția publicului și să creeze o legătură pozitivă.
2	<i>Energic</i>	Majoritatea mascotelor sunt dinamice, pline de energie și veselie, aducând un zâmbet pe fața celor care le întâlnesc.
3	<i>Încrezător</i>	O mascotă adesea emană încredere, fiind un simbol al forței sau al succesului.
4	<i>Curajos</i>	Dacă mascota reprezintă o echipă sau o cauză, este posibil să aibă trăsătura curajului, simbolizând perseverența în fața provocărilor.
5	<i>Ludic</i>	Mascotele pot fi jucăușe și capabile să se implice în activități amuzante pentru a atrage atenția publicului, în special a copiilor.
6	<i>Optimist</i>	Cu o atitudine pozitivă, mascota poate reprezenta speranța, succesul și gândirea pozitivă.

Tabelul 2. *Acțiunile mascotei*

O mascotă este mai mult decât o simplă figură. Este un personaj plin de personalitate, energie și vitalitate, care pot face o

legătură cu publicul și pot transmite mesaje importante prin comportamentele sale.

### Experiența bibliotecilor

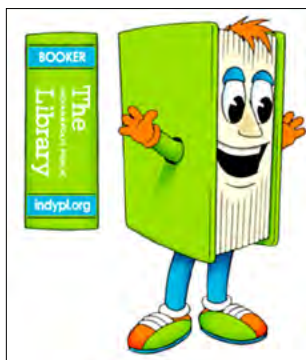
Introducerea unei mascote în bibliotecă s-a dovedit a fi o inițiativă creativă și eficientă pentru consolidarea relației dintre instituție și comunitate. Dincolo de un simplu simbol grafic, mascota devine o punte de legătură între bibliotecă și utilizatorii săi, având un impact semnificativ asupra modului în care instituția este percepută și integrată în viața de zi cu zi.

Experiențele multor biblioteci arată că o mascotă bine concepută crește atractivitatea instituției, mai ales pentru copii și tineri, care sunt mai receptivi la personaje simpatice și prietenoase. De asemenea, o mascotă poate consolida identitatea vizuală și mesajele de comunicare ale echipei, fiind integrată în campanii promoționale, evenimente și materiale educativ-culturale. Totodată, aceasta stimulează participarea comunității prin organizarea de activități interactive, cum ar fi întâlniri cu mascota, concursuri sau povestiri tematice.

Un exemplu remarcabil este Biblioteca Publică din Chicago unde mascota, care este reprezentată de bufniță, este o prezență indispensabilă în toate activitățile, de la campanii de promovare a lecturii până la ateliere creative. Bufnița, care combină elemente culturale locale cu trăsături prietenoase, a transformat percepția bibliotecii drept una mai accesibilă și mai atractivă. Dovezile privind beneficiile mascotei de brand antropomorf și cu referire la cele mai bune practici pentru design și pentru utilizarea acestora sunt extrase din literatura de marketing și cea de psihologie, fiind apoi ilustrate în studii de caz. Toate acestea servesc la îmbunătățirea brandului organizațional, la angajarea emoțională, construirea încrederii, reducerea barierelor de acces la servicii și ghidarea utilizatorilor din perspectiva unui student perpetuu care necesită formare continuă.



Mascotele nu doar că atrag atenția, ci devin și o voce autentică a bibliotecii, transformând-o dintr-un așezământ formal într-un spațiu prietenos și plin de viață. Experiențele pozitive din alte biblioteci demonstrează că un astfel de personaj poate face diferența,



oferind un mod inovator de a conecta generațiile și de a promova lectura. Crearea unei mascote oferă, de asemenea, oportunitatea implicării comunității. Prin concursuri de design sau prin alegerea numelui și poveștii acesteia, utilizatorii devin co-creatori ai identității mărcii, întărindu-și sentimentul de apartenență și participare.

Un alt exemplu de utilizare a mascotei este cel de la Biblioteca Publică din Indianapolis care intenționa să își anime activitățile sale.

Bibliotecarii doreau ca în mascota instituției să fie reflectat elementul cărții; la fel, ideea transformării unei cărți mici în una mare. Instituția avea o mascotă sub forma unei cărți, numită Booker, de aproximativ 20 de ani – aceasta a fost refăcută și duplicată de câteva ori în această perioadă de timp. Booker a fost întotdeauna o mascotă populară. Designerii au conceput-o așa încât mascota să fie transportabilă și să sugereze o carte modernă, cu un design complet nou. Originalul Booker era realizat din culorile primare: roșu, galben și albastru. În final, designerii au optat pentru verde primăvărat, aqua și portocaliu. Bookerul este astăzi o carte „vie”! „Bookerul are niște pantofi foarte șic și o coafură frumoasă!”, spun bibliotecarii și utilizatorii.

### Experiența Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” din Chișinău

*Strategia de comunicare instituțională a Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” (2023-2027)* [5] a propus o inițiativă inovatoare în

2022: crearea unei mascote care să devină un simbol mai prietenos al instituției noastre, aplicat în cadrul diverselor acțiuni dedicate publicului. Un produs nou, Mascota instituțională a fost lansată chiar de Ziua Națională a Lecturii [4], la Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”, unde s-a citit împreună cu cei mici din cartea lui Iulian Filip, alături de autor.

Mascota instituțională reprezintă o carte, care aduce plus valoare în recunoașterea identității instituției, oferindu-i caracter și personalitate organizațională. Totodată, aceasta este creată și cu scopul de a face o conexiune fizică și



emoțională pozitivă și prietenoasă cu utilizatorii.

Astăzi, mascota este un obiect masiv, dar cu o interfață zâmbitoare, realizată în gama cromatică reprezentativă pentru Biblioteca Municipală, care te face să zâmbești împreună cu ea și să-ți faci un selfie.



Această idee se aliniază misiunii de a atrage noi categorii de utilizatori, în special tineri și copii, pentru care o mascotă carismatică poate deveni un element de identificare și un ambasador al lecturii. Prin prezența sa la evenimente, în materialele promoționale sau chiar în spațiile virtuale ale bibliotecii, mascota va aduce un plus de dinamism și unicitate comunicării noastre.

Lansarea acestei inițiative marchează un pas important în implementarea Strategiei de comunicare și în transformarea bibliotecii într-un punct central al comunității, unde tradiția și modernitatea se îmbină armonios.

### Referințe bibliografice

1. BOKUNIEWICZ, Audrey. Library Clue: Bringing Fun Back to the Library. In: *ILA Reporter*. 2023, vol. 41, no. 4, pp. 20-23.
2. BUTLER, Julianna M. et al. Addressing Social Dilemmas with Mascots, Information, and Graphics. In: *Economic Inquiry*. 2020, vol. 58, no. 1, pp. 150-168. EBSCOhost: <https://doi.org/10.1111/ecin.12783>
3. BENNETT, David E., Paula THOMPSON. Use of Anthropomorphic Brand Mascots for Student Motivation and Engagement: A Promotional Case Study With Pablo the Penguin at the University of Portsmouth Library. In: *New Review of Academic Librarianship*. 2016, vol. 22, nr. 2/3, pp. 225-237. EBSCOhost: <https://doi.org/10.1080/13614533.2016.1162179>
4. *Raport de activitate 2023 / Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”*. Responsabil de ediție: dr. Mariana Harjevschi ; membrii echipei: Elena Butucel, Natalia Cauliuc, Ana Chioresco [et al.]. Chișinău: S.n., 2023. 350 p. Online. Disponibil: <https://hapes.hasdeu.md/handle/123456789/496> [accesat 22.03.2025].
5. *Strategia de comunicare instituțională (2023-2027)*. Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”. Elaborat de Constantin MARIN. Coordonator Elena BUTUCEL. Chișinău, 2024. 48 p.