



A XVII-a Conferință internațională – multidisciplinară  
„Profesorul Dorin Pavel – fondatorul hidroenergeticii românești”  
SEBEȘ, 2017

**CERCETAREA APLICATIVĂ A POSIBILITĂȚII ȘI  
OPORTUNITĂȚII DEZVOLTĂRII VLOGULUI ÎN  
DOMENIUL AUTOMOBILISTIC ȘI MECANIC CU SCOPUL  
OPTIMIZĂRII EXPLOATĂRII RESURSELOR  
ENERGETICE, FINANCIARE ȘI INTELLECTUALE**

Levente FURU, Doru-Laurean BĂLDEAN

**APPLIED RESEARCH OF THE POSSIBILITIES AND  
OPPORTUNITIES IN DEVELOPING THE VLOG IN  
AUTOMOTIVE AND MECHANICS FIELDS WITH THE TARGET  
OF OPTIMIZING THE EXPLOITATION OF ENERGETIC,  
FINANCIAL AND INTELLECTUAL RESOURCES**

Vlogging as a video blog is a more often adopted activity to communicate rapidly information through on-line environment and to reach people all over the world in order to connect them with the events and information. Today using the vlog channels and posted data on-line in video formats it may reduce number of experiments that repeat the same algorithm or procedure, thus saving some of the available resources and great amount of energy.

Using wisely the planetary resources, energy, intellectual property, financing and material may lead to prosperous development of humanity and individuals, in stability and proper environment. In this article it is shown the analytics of a developed vlog in the past few years, and its results on various criteria.

Keywords: activity, blog, dissemination, posting, vlog

Cuvinte cheie: activitate, blog, diseminare, publicare, vlog

## **1. Introducere**

În condițiile actuale ale creșterii susținute a activității de vlog (blogul sau locația virtuală din mediul online în care un utilizator postează sau publică fișiere cu date în format video) atât în țară, cât și peste hotare trebuie realizată o prezentare succintă a acestui tip de preocupări din perspectiva ingineriei și în special a aportului care poate fi adus domeniului automobilismului și mecanicii, care, altfel, ar putea fi uitate sau ignorate.

Activitatea de vlogger rezidă în a captura imagini și informații în fișiere video și a le publica în mediul virtual al internetului pe site-uri de profil, gen youtube s.a., sau pe site privat, administrat personal de către utilizator sau de către proprietarul însuși.

Importanța activității de vlogger se bazează pe stilul de viață al civilizației actuale (în strânsă dependență de internet) și pe psihologia umană în general (cristalizată în jurul imaginii video, care creează emoții, sentimente, convingeri, temeri și o oarecare apetență), dar și pe caracterul sintetic și total al modului de comunicare a informațiilor. Dat fiind modul accelerat al transferului de informații și date în zilele noastre, precum și dinamica discursului de comunicare pe paliere diferite (multi-layer communication), argumentarea, justificarea, motivarea, documentarea, învățarea s.a. atât în ce privește procesul de genază a unei concepții (imagini asupra existenței, asupra vieții, asupra unui proces sau fenomen) cât și în luarea deciziilor, controlul unor situații, influențarea sentimentelor, emoțiilor, inclusiv determinismul aproape absolut pe orice plan fenomenologic (manipulări de ordin politic, profesional, social, economic, în marketing etc.), se impune o analiză chiar și parțială a activității și rezultatelor vlogului, a preocupărilor vloggerului și a semnificației postărilor (publicațiilor în mediul online). Deși aspectele existențiale sunt caracterizate de un coeficient al diversității care are limită cu tendință la infinit, în cazul de față sunt analizate solicitările la limită finită, fiind prezentate rezultate cuantificate și analizate o serie de probleme delimitabile, aspecte care pot fi definite suficient de clar și totodată pot fi clasificate în categorii comune. În lucrarea de față se prezintă o serie de aspecte considerate semnificative ale activității de vlogger și câteva rezultate obținute în urma a cel puțin cinci ani de activitate în domeniu.

## **2. Metodologia și materialul cercetării**

Abordarea cercetării din punct de vedere metodologic se bazează pe parcurgerea etapelor:

1. înființarea unui canal specializat pentru activitatea de vlog (pe youtube);
2. configurarea canalului înființat;
3. înregistrarea, publicarea și evaluarea fișierelor video pe vlog;
4. monetizarea publicațiilor de pe vlog;
5. colectarea, centralizarea și post-procesarea datelor analitice privitoare la evoluția fișierelor publicate pe vlog.

Materialele necesare pentru constituirea unui vlog și desfășurarea activității de vloger constau în aparatura și aplicațiile de înregistrare și procesare a fișierelor video, respectiv conexiunea internet pentru accesul la spațiul on-line, precum și un site sau o locație internet compatibilă sau dedicată activității de vlog.

### **3. Cercetarea aplicativă și sinteza informațiilor analitice**

Cercetarea aplicativă pentru determinarea aspectelor analitice referitoare la evoluția vlogului și a unor fișiere publicate prezintă o serie de înregistrări de date și grafice de variație a diferiților parametri caracteristici.

Datele generale de raportare sunt 27382442 minute de vizualizare a tuturor fișierelor publicate de-a lungul timpului pe vlogul studiat, 17493859 vizualizări individuale distincte (ceea ce înseamnă tot atâtea intrări și selecții de redare din partea vizitatorilor și abonaților la fișierele de date publicate în mediul on-line), 23114 minute de vizualizare în mai recenta aplicație Youtube Red (care le permite utilizatorilor și abonaților acestora să vizioneze conținutul fără adăugiri de reclame și chiar off-line), 12655 de vizualizări pe Youtube Red, în baza cărora s-a determinat durata medie de vizualizare a unui fișier de date și conținut video publicat de 114 secunde.

Pentru îmbunătățirea oricăror performanțe în ceea ce privește activitatea și publicațiile vlogului trebuie înțeles și potențat timpul mediu de vizualizare prin crearea și postarea/publicarea de conținut videografic de interes și de calitate, astfel încât să servească unor grupuri cât mai extinse de populație și să aibă capacități de penetrare în diferite câmpuri culturale și de diferite etnii, pentru a crește cererea.

În figura 1 este reprezentată grafic evoluția surselor de trafic on-line pe vlogul creat și studiat pe o perioadă de aproximativ 10 ani de la înființarea acestuia, din care ultimii 5 ani au aportul semnificativ la activitatea de bază.

Variația numărului de comentarii și observații pe marginea conținutului publicat pe vlog este redată în figura 2, în care se poate

observa o evoluție pe alocuri marcată prin salturi și fenomene sinusoidale uneori. Pe locurile 5 și 7 sunt fișiere cu tematică auto.

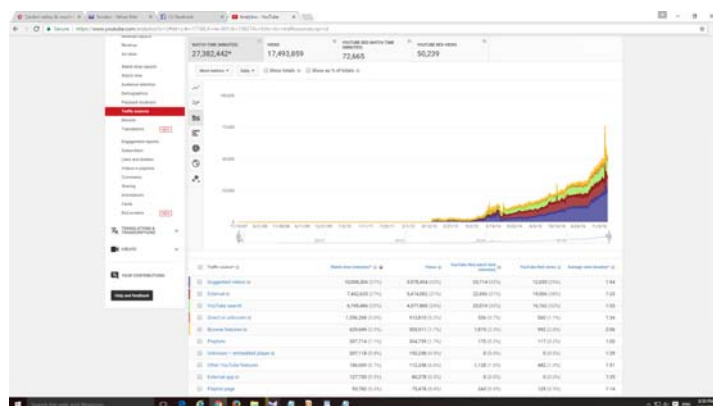


Fig. 1

Evoluția resurselor de trafic pe vlog în ultimii circa 10 ani

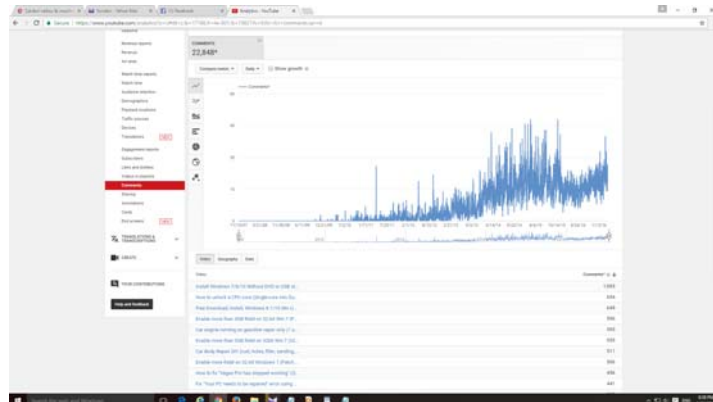


Fig. 2

Analiza înregistrărilor de comentarii pe vlog în ultimii circa 10 ani

Aprecierile/deprecierile (manifestate prin acționarea butonului de „Like” și „Dislike”) sunt reprezentate printr-o variație grafică în figura 3, care evidențiază o creștere susținută a acestui tip de interes și a „votului electronic” pe marginea fișierelor publicate în mediul on-line care stârnesc interesul/satisfacția sau dezinteresul/insatisfacția vizitatorilor.

În figura 4 sunt reprezentate datele legate de vizualizarea conținutului publicat în funcție de tipul mijloacelor de redare utilizate de către vizitatorii și utilizatorii fișierelor cu informații și date videografice.

Utilizatorii și videofili (iubitori/consumatori de conținut grafic în format video) au posibilitatea să-și creeze liste de redare personalizate

a publicațiilor on-line de acest gen pe care să le vizioneze în mod repetat, iar aceste date sunt furnizate în figura 5 cu privire la vlogul studiat în cazul de față.

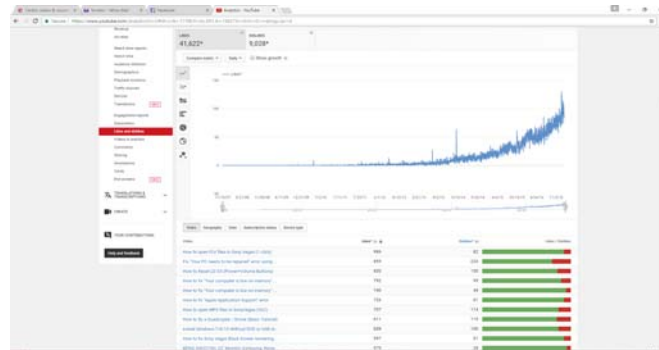


Fig. 3 Analiza aprecierilor pozitive și negative pe vlog în ultimii circa 10 ani

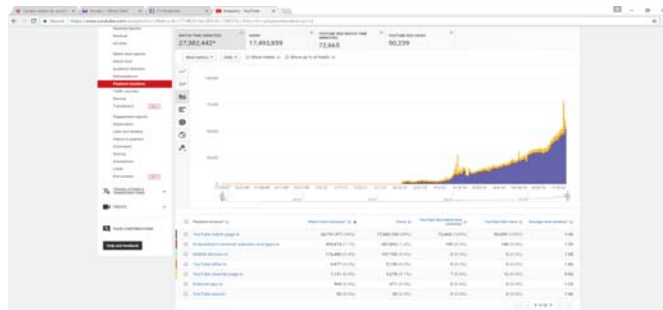


Fig. 4 Evaluarea mijloacelor de redare a conținutului de pe vlog în ultimii 10 ani

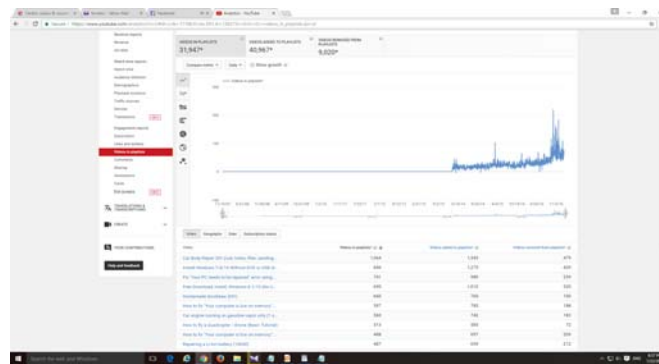


Fig. 5 Analiza prezenței conținutului video în liste de redare

Intervalul ultimilor 4+5 ani de zile, în care conținutul video a fost îmbunătățit și sporit într-o oarecare măsură, iar activitatea de promovare a crescut, arată grafic în figura 6 evoluția vizualizărilor.

Intervalul ultimilor 4+5 ani de zile, în care conținutul video a fost îmbunătățit și sporit într-o oarecare măsură, iar activitatea de promovare a crescut, arată grafic în figura 6 evoluția vizualizărilor.

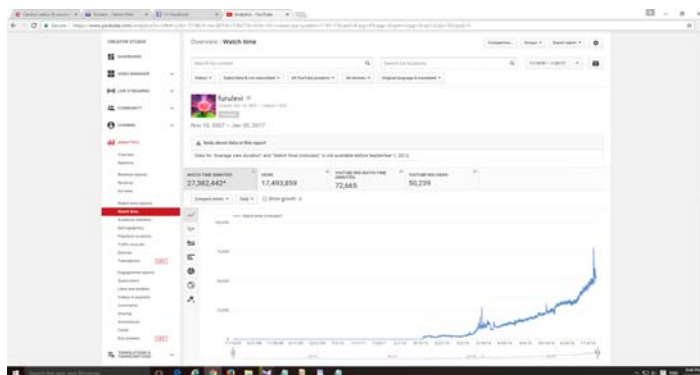


Fig. 6.

Variația  
timpului de  
redare a  
conținutului  
vlogului în  
ultimul  
deceniu

Distribuția/diseminarea (cunoscută în engleză ca sharing) crește de obicei odată cu satisfacerea cerințelor de informare sau de divertisment ale celor care vizionează conținutul, aspect raportat în figura 7 prin evoluția grafică a acestui parametru.

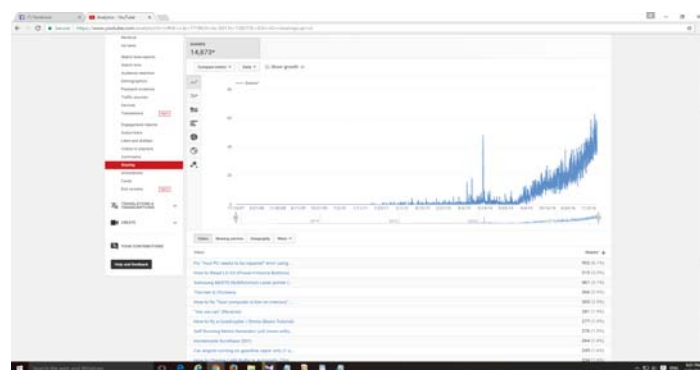


Fig. 7

Evoluția  
procesului  
de  
diseminare  
a  
conținutului  
vlogului de  
către terți

Interesul în vizionare și pentru diseminare diferă în funcție de cultură și de vârsta celor care vizionează conținutul, deoarece acest aspect este raportat la interesele fiecărui grup sau la mentalitatea și comportamentul specific, ceea ce poate fi analizat în figura 8.

Variația numărului de abonați ai canalului de vlog este prezentată în figura 9, în care sunt evidențiate numărul cererilor de abonare la canal și dezabonările, aspecte care exprimă într-un fel sau altul de asemenea, interesul și satisfacția vizitatorilor și a utilizatorilor mediului virtual.

În figura 10 sunt redată o serie de informații generale și de sinteză privitoare la contul și canalul youtube destinat activității de vlog.

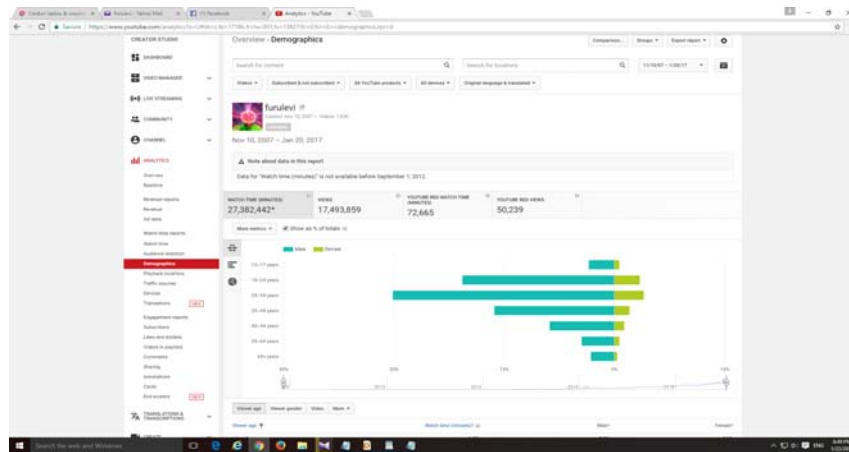


Fig. 8 Distribuția pe categorii de vârstă a redării conținutului vlogului

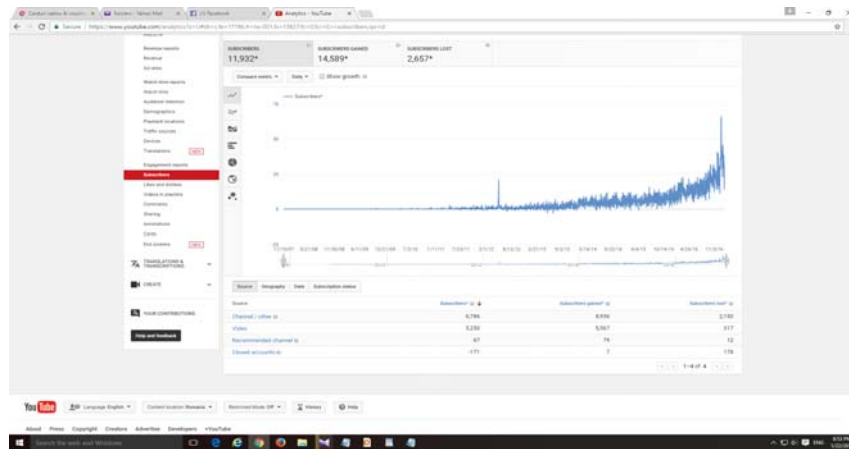


Fig. 9 Evoluția în timp a numărului de abonați ai vlogului creat și administrat

#### 4. Concluzii

Cercetarea aplicativă dezvoltată și rezultatele prezentate cu privire la activitatea de vlogger și prestațiile în cadrul canalului de vlog analizat în ceea ce privește publicarea fișierelor format video cu date pe diferite tematici, precum și evidențierea efectului sau participăției conținutului din domeniul automobilistic în cadrul statisticilor prezentate a permis formularea următoarelor concluzii:

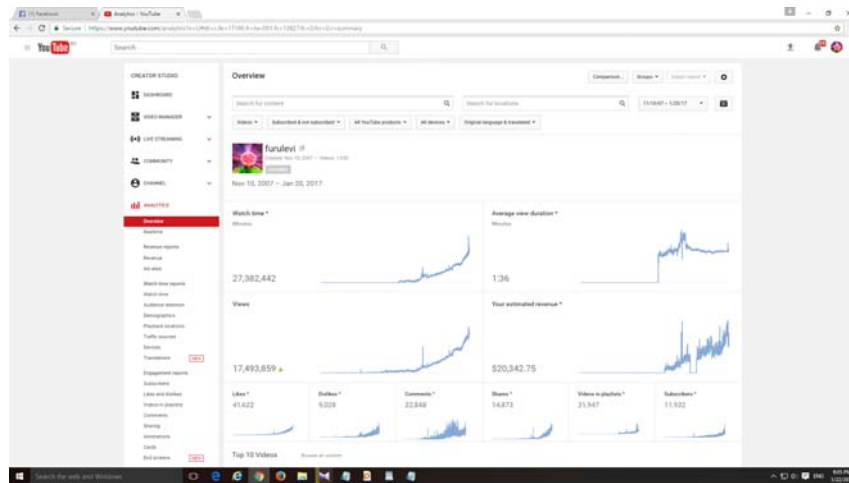


Fig. 10 Evoluția în timp a numărului de abonați ai vlogului creat și administrat

- activitățile de blog și vlog au devenit comune și atractive în special în ultimele două decenii;

- deși fiecare dintre noi a fost și este măcar vizitator ocazional de vlog, chiar fără să conștientizeze întreaga amploare a situației consumatorului de vlog și de blog, încă în rândul populației extinse nu sunt nici pe departe înțelese aceste activități și nici nu este scrisă ori prezentată undeva suficient de detaliat și de clar această preocupare a multor internauți, nicidecum să fie analizat impactul și influența asupra unor domenii particulare cum este cel al mecanicii sau al automobilismului, iar aceste rezultate de analiză și studiu să fie făcute și publice;

- deși pentru vlogul studiat în articolul de față sau contorizat peste 27 de milioane de minute (peste 45 de mii de ore, mai mult de 19 mii de zile sau peste 52 de ani) timp de vizualizare a conținutului video publicat în mediul on-line, pe YouTube, încă nu s-a realizat o distincție clară și fără echivoc a aportului de audiență a fișierelor din domeniul mecanic, hidraulic, automobilistic la totalul de performanță;

- media de vizionare a conținutului se regăsește la 1 minut și 36 de secunde, ceea ce înseamnă că cel mai bun randament se poate realiza pe fișiere care au conținutul sintetizat și informațiile organizate într-un astfel de format încât să poată fi incluse în această durată;

- dintre cele 17493859 de vizualizări ale conținutului vlogului o bună parte se datorează fișierelor cu tematică din sfera calculatoarelor



și automaticii, în special cele dedicate rezolvării unor probleme legate de soft și instalare sau (pre)configurare de sisteme și aplicații de operare sau programe;

- s-au exprimat peste 41 de mii de „like-uri” și ceva peste 9 mii de „dis-like-uri”, precum și peste 22 de mii de comentarii, ceea ce arată un interes atât din partea celor care vizionează sau sunt abonați la canalul vloggerului pentru conținutul postărilor sau publicațiilor oferite pe vlog, cât și interesul administratorului acestuia pentru observațiile și opiniile celor care consumă sau vizionează conținutul publicat în vederea ajustării calității și tematicii tratate, filmate și publicate în mediul on-line;

- redistribuirea și diseminarea de peste 14 mii de ori de către terți (abonați sau nu ai canalului de vlog) exprimă interesul celor care au acționat pe această cale de a populariza în cercurile sau grupurile celor apropiați lor informația sau conținutul fișierelor publicate pe vlog și vizionate de către ei la un moment dat;

- numărul mare de fișiere video introduse în liste de redare ale unor utilizatori și/sau consumatori de conținuturi video arată că aceștia apelează în formă continuată la informația respectivă, ceea ce justifică importanța și utilitatea datelor publicate;

- numărul de aproape 12 mii de abonați înregistrați de-a lungul timpului pe canalul de vlog arată interesul crescut, pentru conținutul publicat și pentru tematicile studiate sau înregistrate de către vlogger, al celor care au vizitat mediul virtual de publicare și stocare a fișierelor de date în format video;

- activitatea de vlogger și canalul de vlog poate folosit pentru popularizarea și diseminarea unor aspecte tehnice și științifice în masă astfel încât să ajungă la cât mai mulți utilizatori și consumatori fără costuri exagerat de mari și fără eforturi speciale;

- dat fiind faptul că aspectele privitoare la domeniul automobilistic sunt în bună măsură foarte atractive pentru o parte a populației (în special a celor tineri) atât ca aptitudine tehnică și inginerească, dar și ca manifestare artistică și de design, activitatea de vlog care definește și reprezintă astfel de aspecte într-un mod inteligibil și sintetic are de obicei succes și poate aduce beneficii atât industriei de profil și celor care activează în acest sector, cât și societății în general;

- dacă datele conținute în fișierele publicate sunt autentice și procesul de înregistrare a lor în format video este realizat de către vloggerul care le și publică (cu sau fără prelucrare prealabilă), fără a copia conținutul altora deja publicat, în final produsul postat on-line beneficiază de drepturi de autor și proprietate intelectuală, aducând inclusiv beneficii financiare administratorului sau proprietarului respectiv;

- utilizarea rațională a resurselor energetice, intelectuale, materiale și financiare, este în beneficiul umanității, asigurând progresul și evoluția sustenabilă pe termen mediu și lung;
- deși în ultimi ani au fost realizate mai multe vloguri care se concentrează pe domeniul automobilistic și al mecanicii din sfera automobilelor, demonstrând diferite aspecte legate de procedurile de reparație și recondiționare a unor elemente, subansambluri ale grupului moto-propulsor sau a altor sisteme ale automobilului, totuși materialul postat nu acoperă decât o prea mică porțiune a realității și a întregului domeniu;
- nu există în momentul de față suficiente date despre aspectele din domeniul automobilistic și relația cu activitatea de vlog;
- datele obținute încurajează ideea continuării cercetării aplicative privitoare la activitatea de vlog și la preocupările utilizatorului mediului on-line ca și vlogger.

## BIBLIOGRAFIE

- [1] Pinsky, H., *What youtube red means for creators*, 26 oct. 2015, <http://fullscreenmedia.co/2015/10/26/what-youtube-red-means-for-creators/>, 2017.02.25.
- [2] Marieke van de Rakt, *Blog or vlog?*, <https://yoast.com/blog-or-vlog/>, 2017.02.26.
- [3] \* \* \* *Automotive Electrical System Basics* – EricTheCarGuy, Încărcat pe 24 mai 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=hAjM9Gk63M4>, 2017.02.26.
- [4] \* \* \* *Basic Automotive Maintenance* (Part 1), Car and Driver Magazine, <https://www.youtube.com/watch?v=nFtbf4prm78>, 2017.02.26.
- [5] \* \* \* *Bosch Automotive Piezo Diesel Injectors*, BoschAutoPartsUK, <https://www.youtube.com/watch?v=uZnOcvuKmPU>, 2017.02.26.
- [6] \* \* \* *How to Be a Vlogger*, <http://www.wikihow.com/Be-a-Vlogger>, 2017.02.26.
- [7] \* \* \* Mercedes Benz Industrie 4.0 - Digitalisation of the Automotive Industry, Car TV, Publicat pe 24 nov. 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=ZYPpTWtQTFY>, 2017.
- [8] \* \* \* Video blog, From Wikipedia, the free encyclopedia, [https://en.wikipedia.org/wiki/Video\\_blog](https://en.wikipedia.org/wiki/Video_blog), 2017.02.26.
- [4] Bejan, M., *În lumea unităților de măsură*, ediția a doua revăzută și adăugită, Editura Academiei Române, București 2005 și Editura AGIR, București, 2005.

Levente FURU

Doru-Laurean BĂLDEAN

Departamentul de Autovehicule Rutiere și Transporturi,  
Facultatea de Mecanică, Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca  
e-mail: doru.baldean@auto.utcluj.ro; 0752083337