

ميزة ذكاء اصطناعي جديدة في «يوتيوب».. قد تضر منشئي المحتوى

29 أبريل، 2025



أعلنت شركة غوغل البدء باختبار ميزة ذكاء اصطناعي جديدة في منصة يوتيوب، تهدف إلى تقديم ملخصات مرئية لمقاطع الفيديو، وذلك على غرار ميزة "AI Overviews" التي ظهرت حديثًا في نتائج بحث غوغل.

وتعتمد الميزة الجديدة، التي تُختبر حاليًا لدى عدد محدود من مشتركى "يوتيوب بريميوم" في الولايات المتحدة، على روبوت الذكاء الاصطناعي "Gemini" من غوغل؛ لتقديم أجزاء مختارة من مقاطع الفيديو تتناسب مع استفسارات البحث، خاصةً عند البحث عن مراجعات المنتجات أو الأنشطة والأماكن السياحية.

وأوضحت الشركة في منشور عبر منتدى مجتمع يوتيوب أن الميزة الجديدة تستخدم الذكاء الاصطناعي لتحديد أكثر الأجزاء فائدة في مقاطع الفيديو التي ترتبط بنتائج البحث، مثل البحث عن أفضل سماعات عزل ضوضاء، أو أبرز المتاحف في مدينة سان فرانسيسكو.

ملخص فيديوهات يوتيوب

وذكرت غوغل في منشور لها: "ستستخدم هذه الميزة الجديدة الذكاء الاصطناعي لتسليط الضوء على مقاطع الفيديو الأكثر فائدة لطلب بحثك، مما يوفر طريقة أخرى لاكتشاف المحتوى عند البحث على يوتيوب، بالإضافة إلى اكتشاف المواضيع والمعلومات المتعلقة بطلب بحثك".

وأضافت الشركة أن نتائج بحث الذكاء الاصطناعي على يوتيوب ستركز على عمليات البحث عن التسوق والسفر.

وستعمل هذه الميزة تمامًا مثل ميزة "AI Overviews" من غوغل للبحث، وهي أداة واجهت الكثير من الصعوبات خلال عامها الأول. وأطلقت غوغل هذه الميزة لمستخدمي الولايات المتحدة في مايو/ أيار 2024، ثم عالميًا في أكتوبر/ تشرين الأول، لتواجه نتائج مشكوكًا فيها، وهلوسات، وأخطاء، وميمات، وإجابات مُضللة.

ولم تكشف غوغل حتى الآن عن المدة الزمنية لهذا الاختبار التجريبي أو عن نواياها بشأن تعميم الميزة للمستخدمين مستقبلاً.

مخاوف لمنشئ المحتوى

وتثير الميزة الجديدة بعض التساؤلات حول نموذج إيرادات منشئي المحتوى على يوتيوب، وكيف تؤثر مقاطع الفيديو المُولدة بالذكاء الاصطناعي على دخلهم.

ومن أبرز المخاوف المتعلقة باستعراضات الذكاء الاصطناعي في البحث هو أن ملخص غوغل نفسه يجذب الزيارات التي كانت ستذهب إلى المنشورات المعروضة في نتائج البحث.

وستجمع غوغل تعليقات الأعضاء المميزين على هذه الاستعراضات، والذين يمكنهم التصويت بـ "موافق" أو "رفض" على مقاطع الفيديو المُولدة بالذكاء الاصطناعي.