

“يوتيوب” يثير جدلاً بتحديث سياسات تحقيق الأرباح

23 يوليو، 2025



أحدثت منصة يوتيوب جدلاً واسعاً وقلقاً بالغاً بين صناع المحتوى بعد تحديث مفاجئ لسياساتها المتعلقة بتحقيق الأرباح، مما دفع البعض للاعتقاد بأن التعديلات قد تهدد مصادر دخلهم، خاصة مع انتشار تفسيرات مثيرة للذعر عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

أعلنت يوتيوب، في 15 يوليو 2025، عن تحديث بسيط لسياسة “المحتوى المعاد استخدامه”، والتي ستعرف الآن باسم “المحتوى غير الأصيل”. وتهدف المنصة من هذا التغيير إلى توضيح المعايير التي تحدد ما إذا كان المحتوى مؤهلاً لتحقيق الدخل أم لا، وتعزيز الشفافية والحد من انتشار المواد المنتجة بشكل مفرط أو المتكررة التي لا تقدم قيمة أصلية.

مخاوف صناع المحتوى وتأكيدات الخبراء على الرغم من التطمينات الرسمية، اجتاحت حالة من القلق مجتمع صناع المحتوى، وخاصة أولئك الذين يعتمدون على إعادة استخدام مقاطع الفيديو أو إنتاج محتوى باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

في تصريحات صحفية، أشار خبراء إلى أن هذه السياسات ليست جديدة من

حيث المضمون، وإنما جاءت لتوضيح النقاط الرمادية. فلطالما شددت يوتيوب على أهمية الأصالة والابتكار في المحتوى المؤهل للربح.

من جهته، قال طلحة لبيب، خبير التسويق الرقمي ومدير عدد من قنوات يوتيوب: "لقد أثرت ضجة أكبر مما يستحق التحديث، لأن هذا النوع من المحتوى لم يكن مؤهلاً لتحقيق الدخل من الأساس. يوتيوب يشجع دائماً على الأصالة، ولا يرحب بالمحتوى المكرر أو المضلل".

أما أنوشا آصف، المختصة في التسويق الرقمي، فأوضحت أن التحديث قد يؤثر بشكل مباشر على القنوات التي تستخدم مقاطع من منشئي محتوى آخرين، بما في ذلك "الريلز" أو "الـ Shorts". وأشارت إلى أنه حتى القنوات الأصلية قد تواجه مشكلات إذا ما بدا محتواها مفرط الإنتاج أو مكرراً، مما قد يؤدي في بعض الحالات إلى إنذار أو حتى إغلاق القناة مؤقتاً، ويهدد مكانة القناة في خوارزميات المنصة.

الذكاء الاصطناعي والتحديات المستقبلية

تفاقم الجدل مع انتشار مخاوف من أن يوتيوب سيتخذ خطوات صارمة ضد المحتوى المُنْتج عبر الذكاء الاصطناعي، خاصة ما يُعرف بـ "سلوب (Slop) الذكاء الاصطناعي" أو الفيديوهات المتشابهة جداً، التي تُنتج جماعياً وتُكرر بتقنيات آلية. ومع ذلك، أوضح خبراء أن الذكاء الاصطناعي لا يزال مسموحاً به، شريطة أن يكون استخدامه واضحاً وألا يتسبب في التضليل أو إنتاج محتوى زائف مثل "الديب فيك".

في المقابل، يرى بعض صناع المحتوى أن هذه الخطوة تمثل عائقاً إضافياً في بيئة تنافسية بالفعل. وقال الخبير التقني شاهر مالك: "بالنسبة للمستهلك، هذه القيود قد تكون مفيدة.. لكن بالنسبة للمُنتج هي تحدٍ كبير، سيضطر الكثيرون إلى البحث عن طرق جديدة لتجاوز القيود، مما يُدخل المنصة في لعبة كره وكره مستمرة مع صانعي المحتوى".