

مشاهداتك ستنمو أسرع من يوم الاثنين.
وأداؤك لن يتغير.

تعريف «المشاهدة» على YouTube يتغير في 24 أغسطس

YouTube redefines the view on August 24

ABDULRAHMAN ALDAWOOD

عبدالرحمن الداوود

المشاهدة تحتسب من أول لحظة تشغيل، دون حد أدنى لمدة المشاهدة.

24 أغسطس

تاريخ سريان القاعدة الجديدة على كل أنواع المحتوى: الفيديو الطويل والمقاطع القصيرة والبث المباشر

المصدر: إعلان YouTube الرسمي، مركز المساعدة، 17 أغسطس 2026

قبل هذا التاريخ كانت المنصة تستخدم أنظمة احتساب مختلفة بين الصيغ.

القاعدة ليست جديدة تماما.

المقاطع القصيرة تعمل بهذا الاحتساب منذ 31 مارس 2025.

العداد العام ارتفع يومها، وسلوك الجمهور لم يتغير. وما يحدث يوم الاثنين هو تعميم القاعدة نفسها على الفيديو الطويل والبث المباشر.

المصدر: إعلان YouTube، مارس 2025

المنصة لم تخف الغرض.

بنص الإعلان: التحديث يسهل على صناع المحتوى إظهار قيمتهم أمام الشركاء والرعاة.

أي أن الرقم الذي سيكبر هو الرقم الذي يعرض عليك في ملفات الرعاية.

المصدر: إعلان YouTube الرسمي، مركز المساعدة، 17 أغسطس 2026

من يوم الاثنين توجد نسختان من «المشاهدة»:

العداد العام

يحتسب من أول لحظة تشغيل، وسيكبر أسرع. هذا هو الرقم الذي يظهر تحت الفيديو ويعرض في عروض الرعاية.

المشاهدات المتفاعلة (Engaged views)

المعيار القديم نفسه، بقي داخل YouTube Analytics في الوضع المتقدم. وعليه ما زالت تحسب أرباح صناع المحتوى وأهلية تحقيق الدخل.

المنصة نفسها تدفع بالرقم الثاني، وتعرض للسوق الرقم الأول.

المصدر: إعلان YouTube الرسمي، مركز المساعدة، 17 أغسطس 2026

إذا كانت المنصة لا تدفع بهذا الرقم، فلا تشترت أنت به.

تقارير سبتمبر لن تقارن بتقارير يوليو.

أي مقارنة تعبر تاريخ 24 أغسطس تقارن تعريفين مختلفين للمشاهدة، ولم يعلن عن إعادة احتساب الأرقام السابقة.

وكل مؤشر مشتق من المشاهدات، مثل تكلفة المشاهدة في عروض الرعاية، ستتغير قيمته دون أي تغير في الأداء.

المصدر: إعلان YouTube الرسمي، مركز المساعدة، 17 أغسطس 2026

ثلاث خطوات تنجز هذا الأسبوع:

١ خذ نسخة من أرقام قنواتك الحالية واحفظها خط أساس قبل يوم الاثنين.

٢ ضع علامة عند 24 أغسطس في كل تقرير دوري يعرض مشاهدات القناة.

٣ حول قراراتك الداخلية إلى المشاهدات المتفاعلة وساعات المشاهدة، لا العداد العام.

أرخص إجراء يحميك من استنتاج خاطئ في نهاية الربع.

عروض الرعاية بعد 24 أغسطس ستحمل أرقاما أكبر للمحتوى نفسه.

رأيي أن الأسعار في سوق الرعايات ستتحرك للأعلى خلال أشهر، لأن الأرقام المعروضة ستكبر بينما انتباه الجمهور الفعلي في مكانه.

القرار المتاح لك اليوم: اجعل «المشاهدات المتفاعلة» أساس التقييم والتفاوض في كل عرض رعاية بعد هذا التاريخ.

كيف ستتعاملون مع الانقطاع في سلاسلكم الزمنية؟

إعادة بناء المؤشرات على المشاهدات المتفاعلة، أم الاكتفاء بعلامة عند تاريخ التحديث؟

عبدالرحمن الداوود

التسويق وبناء العلامات

linkedin.com/in/aaldawood