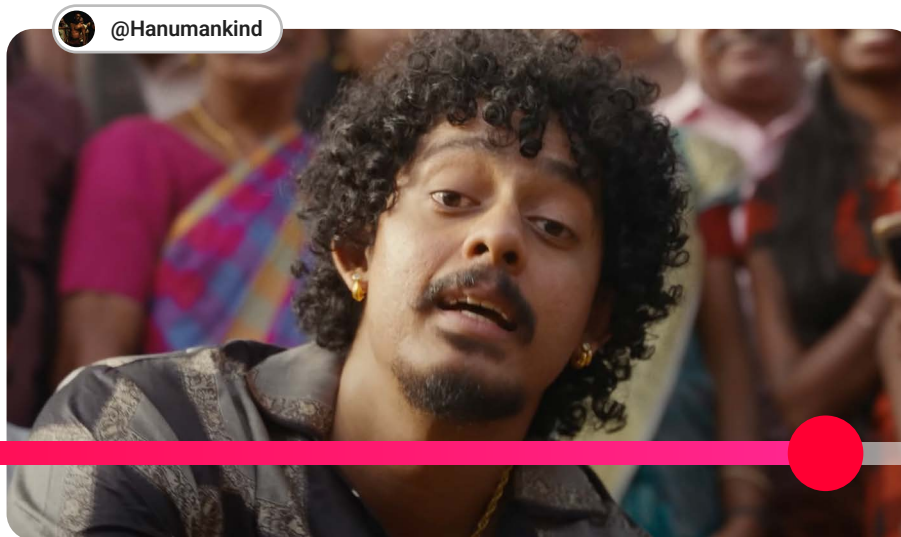
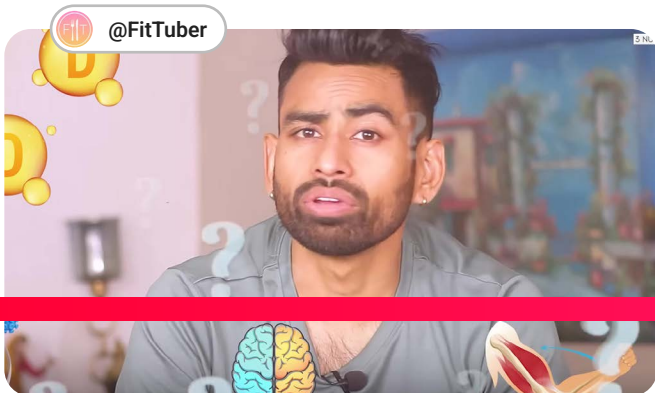


भारत की क्रिएटिविटी का केंद्र, दुनिया पर छाप छोड़ने का प्लैटफ़ॉर्म



देखें कि 2024 में YouTube से भारत
को क्या मिला



पेज 03	YouTube के सीइओ की चिट्ठी
पेज 04	भारत में YouTube का असर
पेज 06	सबका विकास
पेज 15	सबकी संस्कृति
पेज 26	सबके लिए ज्ञान



हमें गर्व है कि इस रिपोर्ट में शामिल ज़्यादातर रिसर्च के लिए हमने ऑक्सफ़र्ड इकनॉमिक्स के साथ पार्टनरशिप की है। रिसर्च के तरीके के बारे में ज़्यादा जानने के लिए, क्यूआर कोड स्कैन करें।

YouTube ने दो दशक में ही, कॉन्टेंट देखने और बनाने के तौर-तरीकों को पूरी तरह से बदल दिया है. फिर चाहे स्क्रिप्ट वाले शो हों, पॉडकास्ट, म्यूज़िक या लाइव गेम से जुड़ा कॉन्टेंट हो – लोग जो कुछ भी पसंद करते हैं वह सब YouTube पर मिलता है. यह सब हमारे क्रिएटर्स की वजह से मुमकिन हो पाया है.

Neal Mohan

हमने 2007 में YouTube Partner Program को लॉन्च किया था, जिसने मौजूदा क्रिएटर इकॉनमी की नींव रखी. उस समय 'क्रिएटर' शब्द चलन में भी नहीं था, लेकिन आज यह लाखों लोगों के लिए ड्रीम करियर बन चुका है.

YouTube पर दर्शकों और विज्ञापन देने वाले लोगों या कंपनियों की संख्या लगातार बढ़ रही है. ऐसे में, क्रिएटर्स के लिए पहले से काफी ज़्यादा मौके बने हैं. पिछले एक दशक में, YouTube से क्रिएटर्स को मिलने वाला कुल पेमेंट, हर साल बढ़ा है. साथ ही, पिछले तीन सालों में बढ़ोतरी की रफ़्तार तेज़ हुई है.

YouTube पर अब, क्रिएटर्स और कारोबारों के पास कमाई करने के इतने तरीके हैं जितने पहले कभी नहीं थे. साथ ही, हम यह देख रहे हैं कि वे इस कमाई को कॉन्टेंट, टीमों, और अपने काम करने के तरीकों को बेहतर बनाने में लगा रहे हैं.

तेज़ी से बढ़ते इस कारवां को देखते हुए और आने वाले दो दशक को ध्यान में रखकर, यह कहना गलत नहीं होगा कि क्रिएटर इकॉनमी की अभी बस शुरुआत हुई है. YouTube के इस शानदार सफ़र का हिस्सा रहे सभी लोगों का हम दिल से शुक्रिया अदा करते हैं. अब इंतज़ार है अगले 20 सालों की उस नई कहानी का जो हम सब साथ मिलकर लिखने वाले हैं.



नील मोहन
YouTube के सीइओ

YouTube भारत में रचनात्मक और आर्थिक विकास को बढ़ावा देता है

YouTube ने 2007 में एक ऐसा आइडिया अपनाया जो तब के हिसाब से काफ़ी क्रांतिकारी था, लेकिन आज यह सामान्य लगता है। आइडिया यह था: अगर क्रिएटर्स के कॉन्टेंट से होने वाली कमाई का एक अहम हिस्सा उनके साथ शेयर किया जाए, तो कैसा रहेगा?

YouTube ने विज्ञापनों से होने वाली कमाई का आधे से ज़्यादा हिस्सा सीधे क्रिएटर्स के साथ शेयर किया। इससे क्रिएटर्स को कमाई करने, कर्मचारी भर्ती करने, और कारोबार खड़ा करने का बढ़ावा मिला। इससे भारत की क्रिएटर इकनॉमी में नया जोश आया और नए ज़माने के स्टूडियो और क्रिएटर्स की अगुवाई वाले स्टार्टअप को बढ़ावा मिला।

YouTube, भारत में लोगों के लिए क्रिएटिविटी दिखाने के साथ ही, दुनिया पर असर डालने वाले अहम प्लेटफ़ॉर्म में से एक है। भारतीय कहानीकारों की जानदार कम्युनिटी, YouTube का इस्तेमाल करके दुनिया के लिए मनोरंजन, शिक्षा, और संस्कृति से जुड़ा बेहतरीन कॉन्टेंट बना रही है, जो काफ़ी हटकर है।

यह कम्युनिटी, भविष्य को ध्यान में रखकर कॉन्टेंट प्रोडक्शन के लिए दमदार एआइ टूल और कमाई के बेहतर विकल्प अपना रही है। इससे भारत के क्रिएटर्स के लिए दुनिया भर में काफ़ी मौके बन रहे हैं और दर्शकों की उम्मीदें भी बढ़ती जा रही हैं।

₹16 ह° क° जीडीपी

YouTube के क्रिएटिव ईकोसिस्टम ने 2024 में भारत के जीडीपी में ₹16,000 करोड़ से ज़्यादा का योगदान दिया.*

9.3 लाख नौकरियां

YouTube के क्रिएटिव ईकोसिस्टम से भारत में 9,30,000 से ज़्यादा फुल टाइम नौकरियों के मौके बने.*

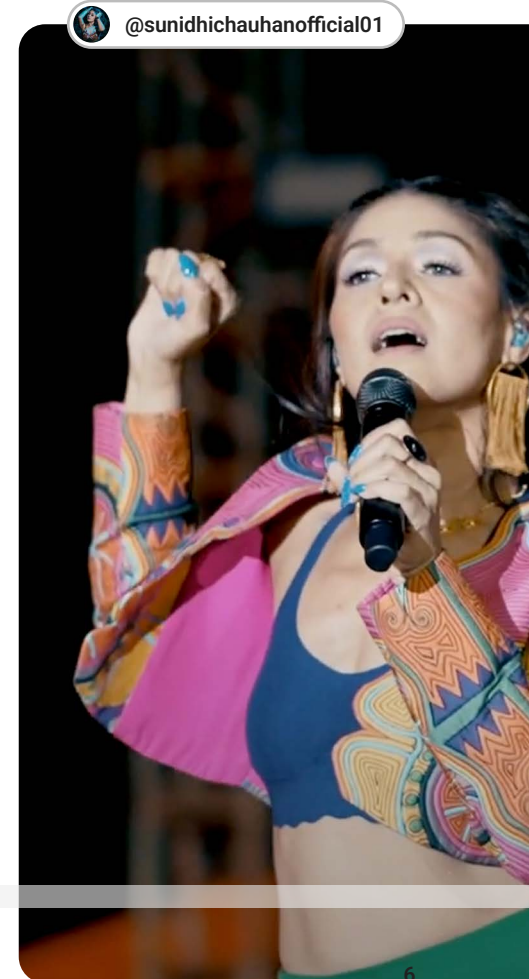
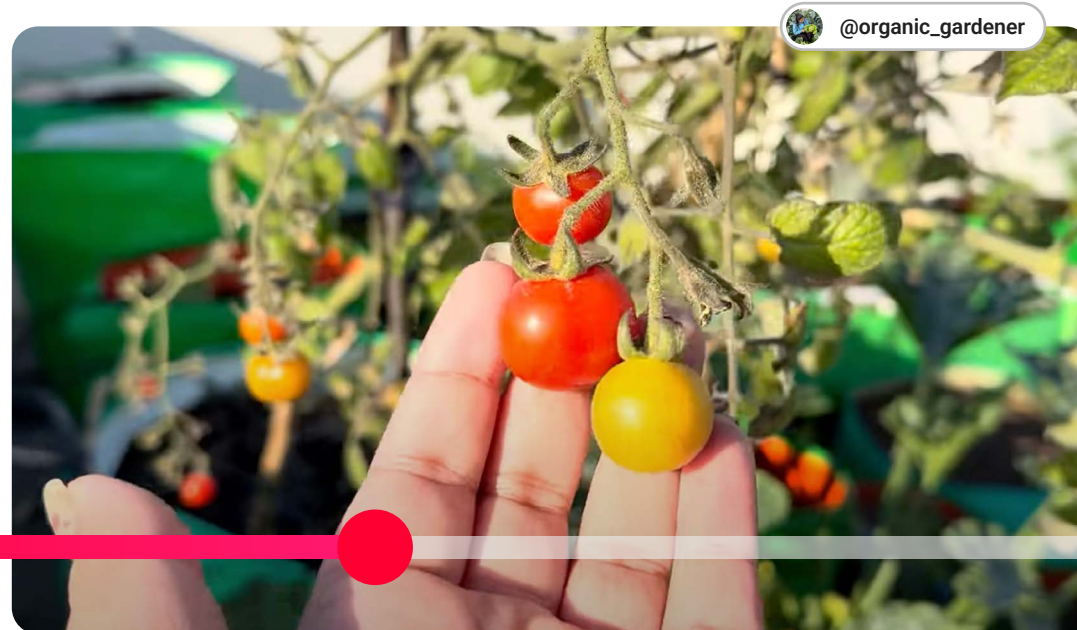


क्रिएटर्स को
कमाई में ज़्यादा
हिस्सा

ताकि वे दूसरों को ज़्यादा
ऑफ़र कर सकें

सबका विकास

YouTube पर क्रिएटर्स दर्शक ढूंढते हैं, करियर शुरू करते हैं, और कारोबार खड़े करते हैं



हम क्रिएटर्स के साथ रेवेन्यू कैसे शेयर करते हैं

हमारे रेवेन्यू-शेयरिंग मॉडल, YouTube Partner Program में क्रिएटर्स को रेवेन्यू का ज़्यादातर हिस्सा दिया जाता है। यह रेवेन्यू विज्ञापनों और YouTube Premium की सदस्यता से आता है।

विज्ञापन देने वाले लोग या कंपनियां, क्रिएटर्स के दर्शकों तक पहुंचने के लिए YouTube का इस्तेमाल करती हैं। इस तरह विज्ञापनों से मिलने वाले रेवेन्यू को YouTube, क्रिएटर्स के साथ शेयर करता है।

इससे क्रिएटर्स को ऑडियंस बनाने और करियर शुरू करने में मदद मिलती है। हालांकि, इससे उन्हें सिर्फ अपने लिए कमाई करने का मौका नहीं मिलता। वे नौकरियां भी पैदा करते हैं, लोगों की भर्ती करते हैं, टैलेंट को बढ़ावा देते हैं, और YouTube से बाहर भी कामकाज शुरू करके भारतीय अर्थव्यवस्था को मज़बूत बनाने में योगदान देते हैं।

₹21 ह° क°

YouTube ने जनवरी 2024 से पहले के तीन सालों में क्रिएटर्स, कलाकारों, और मीडिया कंपनियों को ₹21,000 करोड़ से ज़्यादा का पेमेंट किया.*



*YouTube का इंटरनल डेटा, दिसंबर 2024

**Google/YouTube समर्थन वेबसाइट

YouTube Partner Program से कमाइ*

हम क्रिएटर्स को विज्ञापनों के अलावा, नए विकल्पों से कमाइ के मौके उपलब्ध कराने के लिए सालों से काम कर रहे हैं। अब उनके पास रेवेन्यू शेयरिंग, फैन एंगेजमेंट वगैरह से कमाइ करने के कई तरीके हैं।

उदाहरण के लिए, सुपर चैट प्रशंसकों को क्रिएटर्स से जोड़ने की एक नई सुविधा है। इससे दर्शक, वीडियो की चैट स्ट्रीम के लिए हाइलाइट किए गए मैसेज खरीद सकते हैं। दूसरों से अलग दिखने वाले इन मैसेज से उन्हें पसंदीदा क्रिएटर्स का ध्यान खींचने में मदद मिलती है।

इस तरह के टूल, क्रिएटर्स की कमाइ बढ़ाते हैं और दर्शकों की कम्युनिटी बनाने में मदद करते हैं।



*YouTube Partner Program के बारे में ज़्यादा जानने के लिए स्कैन करें



भारत की क्रिएटर इकॉनमी को मज़बूत बनाना

क्रिएटिविटी को बढ़ावा देने पर, इनोवेशन और कमाई के मौके बनते हैं।

इसी सोच के साथ, भारत सरकार ने वर्ल्ड ऑडियो विजुअल एंड एंटरटेनमेंट समिट (वेक्स) 2025 इवेंट लॉन्च किया था। सूचना और प्रसारण मंत्रालय के इस इवेंट का मकसद, दुनिया को मीडिया और मनोरंजन जगत में भारत की रचनात्मक, सांस्कृतिक, और तकनीकी ताकत दिखाना था।

YouTube इस इवेंट में रणनीतिक रूप से अहम कई चर्चाओं में शामिल हुआ और हमने कई अहम एलान किए। इससे पता चलता है कि हम भारत सरकार के साथ मिलकर, तरक्की के मोर्चे पर काम करने को लेकर कितने गंभीर हैं। वेक्स का फोकस क्रिएटर्स पर था और यही हमारे मिशन का भी हिस्सा रहा है। इसको देखते हुए YouTube के लिए इस इवेंट में शामिल होना स्वाभाविक था।

हम वेक्स के विज़न को सपोर्ट कर रहे हैं, ताकि भारत की क्रिएटर इकॉनमी ये काम कर सके:

- YouTube Partner Program और कमाई के दूसरे तरीकों से रेवेन्यू हासिल कर सके
- हमारे इनोवेटिव एआई टूल के साथ कॉन्टेंट बनाने की प्रोसेस को सरल और तेज़ बना सके
- भारत की जीवंत सांस्कृतिक विविधता और ढेर सारी रचनात्मकता दिखा सके

YouTube, 17 सालों से भारत की क्रिएटर इकॉनमी की बुनियाद रहा है। इसी पर यहां की क्रिएटर इकॉनमी की शुरुआत हुई और यह फली-फूली। कमाई करने के मौके और कॉन्टेंट बनाने के टूल, क्रिएटर्स को क्रिएटिविटी दिखाने के ज़्यादा मौके दे रहे हैं। उन्हें दुनिया भर के दर्शकों से जुड़ने और लंबे समय तक चलने वाला कारोबार खड़ा करने के मौके दे रहे हैं। ये भारत की संस्कृति पर असर डालने के साथ-साथ, पूरे भारत में रचनात्मक और आर्थिक तरक्की को बढ़ावा दे रहे हैं।

*ऑक्सफ़र्ड इकॉनॉमिक्स की रिसर्च के मुताबिक

**YouTube के प्लेटफ़ॉर्म से इकट्ठा किया गया दिसंबर 2024 तक का डेटा



₹ 850 करोड़

हम 2025 में भारतीय क्रिएटर्स, कलाकारों, और मीडिया पार्टनर्स की तरक्की की रफ़्तार तेज़ करने के लिए, 10 करोड़ डॉलर (850 करोड़ रुपये) का निवेश करेंगे**

₹1 लाख

साल 2024 में 65,000 से ज़्यादा भारतीय चैनलों ने ₹1,00,000 से ज़्यादा की कमाई की.**

63%

YouTube से कमाई करने वाले 63% क्रिएटर्स का कहना है कि यह प्लेटफ़ॉर्म उनकी कमाई का मुख्य स्रोत है.*

भारतीय कारोबारों को नए दर्शकों तक पहुंचने और अपने ब्रैंड को मज़बूत बनाने में मदद करना

जिस तरह से क्रिएटर्स को YouTube पर कारोबार खड़ा करने में कामयाबी मिलती है, उसी तरह छोटे और मझोले कारोबारों, मीडिया, और म्यूज़िक कंपनियों को इस प्लेटफॉर्म पर कॉन्टेंट बनाकर अपने ब्रैंड को नए ग्राहकों के बीच प्रमोट करने का मौका मिलता है।

छोटे और मझोले कारोबारों के कॉन्टेंट में ट्यूटोरियल, प्रॉडक्ट को इस्तेमाल करने का तरीका, उनके ब्रैंड के बारे में भरोसा पैदा करने वाली पर्दे के पीछे की कहानियां वगैरह शामिल होती हैं। मीडिया और म्यूज़िक कंपनियां, डिस्ट्रिब्यूशन के नए फ्रॉन्ट की मदद से दुनिया भर में अपनी पहुंच बढ़ाने और नई ऑडियंस खोजने के लिए YouTube का इस्तेमाल करती हैं। इसके अलावा, भारतीय कर्मचारियों को YouTube की मुफ्त ट्रेनिंग और स्किल को बेहतर बनाने वाले संसाधनों से सीखने को मिलता है।

YouTube कइ ऐसे दमदार टूल उपलब्ध करवाता है जिनसे कारोबारों के फूलने-फलने की रफ़्तार तेज़ हो जाती है। YouTube Partner Program के ज़रिए, उन्हें विज्ञापनों से मिलने वाला रेवेन्यू हासिल होता है। ज़रूरत के हिसाब से दिए जाने वाले सुझावों से, ब्रैंड जागरूकता बढ़ाने में मदद मिलती है।

YouTube Shopping से सीधी बिक्री का लक्ष्य हासिल होता है। इसके अलावा, उन्हें फ़ैन फंडिंग जैसी कइ तरह की सुविधाएं भी मिलती हैं।

इन टूल से खरीदारी का ज़्यादा अच्छा अनुभव दिलाने, ज़्यादा ऑडियंस पाने, कारोबार में निवेश बढ़ाने के साथ ही, बिक्री से जुड़ी ऐसी पाइपलाइन मिलती है जो कहीं और उपलब्ध नहीं।

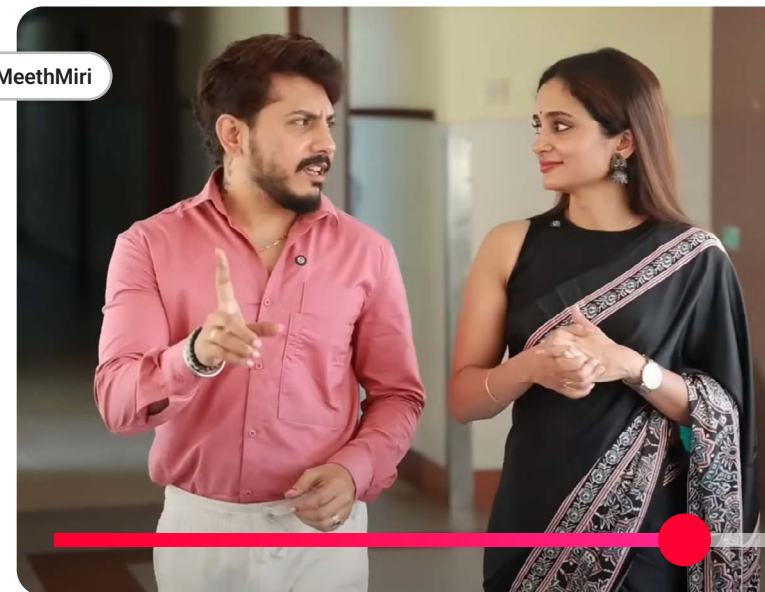
70%

YouTube चैनल चलाने वाले 70% छोटे और मझोले कारोबार मानते हैं कि उन्हें आमदनी बढ़ाने में YouTube से मदद मिली है.*

92%

YouTube चैनल चलाने वाली 92% म्यूज़िक कंपनियां मानती हैं कि YouTube उनकी आमदनी का एक अहम ज़रिया है.*

@MeethMiri







CrazyXYZ ने विज्ञान के लिए अपना प्यार बनाए रखते हुए करियर को नई दिशा दी

आइआईटी रुड़की से पढ़े अमित शर्मा का चैनल Crazy XYZ, इस बात का एक शानदार उदाहरण है कि कैसे YouTube की मदद से जिज्ञासा और क्रिएटिविटी को एक फूलते-फलते कारोबार में बदला जा सकता है. कॉलेज की पढ़ाई के दौरान शौक-शौक में एक प्रयोग के तौर पर शुरू किया गया Crazy XYZ, धीरे-धीरे भारत में साइंस और इंजीनियरिंग के विषयों से जुड़ा सबसे ज्यादा देखा जाने वाला चैनल बन गया. यहां हैरान कर देने वाले प्रयोग, एक से बढ़कर एक क्रिएटिव चुनौतियां, और शिक्षा देने वाले वीडियो पोस्ट किए जाते हैं.

2016 में एक साधारण से रिपेयर वीडियो के साथ शुरुआत करने वाले अमित ने जल्द ही ओरिजनल कॉन्टेंट की अहमियत को समझ लिया. इनका वायरल वीडियो, "Bike Vs Road Roller" इनकी ज़िंदगी में एक अहम मोड़ साबित हुआ. इस वीडियो को 3.4 करोड़ व्यू मिले थे. इससे इन्हें यह समझने में मदद मिली कि लोग बड़े पैमाने पर किए जाने वाले प्रयोगों को पसंद कर रहे हैं और YouTube के सुझाव देने वाले सिस्टम से इनका कॉन्टेंट लोगों तक पहुंच रहा है. Crazy XYZ के वीडियो अब लाखों दर्शकों तक पहुंच रहे हैं. लोग इनके वीडियो तक, होमपेज पर दिए गए सुझावों और ट्रेंडिंग Shorts वीडियो के ज़रिए पहुंचते हैं.

3.39 करोड़
सदस्य

YouTube से अमित को इतना भरोसा मिला कि इन्होंने मोटी तनखाह वाली नौकरी को ना कहा और उसके बजाय एक सदाबहार कारोबार चुना. एक ऐसा कारोबार जो इनके ज्ञान, दिलचस्पी, और कुछ नया कर दिखाने की भावना की नींव पर खड़ा है. इनकी कमाई का 90% से ज्यादा हिस्सा YouTube पर इनकी मौजूदगी से आता है, जिसमें ब्रैंड स्पॉन्सरशिप और AdSense मुख्य ज़रिया हैं. इसकी बदौलत इन्होंने 30 लोगों की एक टीम बनाई है, 61,000 वर्ग फीट का स्टूडियो खड़ा किया है, और Crazino के साइंस किट जैसे शिक्षा के मकसद से बनाए गए प्रॉडक्ट लॉन्च किए हैं.

कारोबार के अलावा, अमित को ग्रामीण समुदायों को शिक्षित करने, छात्र-छात्राओं को प्रेरित करने, और ज़िंदगी बचाने वाले जागरूकता अभियान बनाने में भी YouTube से मदद मिलती है. इतना ही नहीं, इस प्लेटफॉर्म ने इन्हें निजी तौर पर भी बदला है. एक शर्मिले छात्र से अब ये आत्मविश्वास से भरे लीडर और कम्युनिकेटर बन गए हैं. Crazy XYZ के लिए YouTube, इनोवेशन, आज़ादी, और असरदार बदलाव लाने वाला अहम ज़रिया रहा है.

10.1 अरब
व्यू

प्रस्तावना

भारत में असर

सबका विकास

सबकी संस्कृति

सबके लिए ज्ञान



"YouTube ने मुझे निजी और पेशेवर तौर पर काफ़ी बदला है, जिसकी मैंने शुरूआत में कल्पना भी नहीं की थी... समय के साथ, मैं कैमरे के सामने सहज होता गया, मैंने मुश्किल आइडिया को साफ़-साफ़ समझाना सीख लिया, और लाखों लोगों के साथ अपने प्रयोगों को शेयर करने का आत्मविश्वास बढ़ा पाया."

अमित शर्मा
Crazy XYZ

@CrazyXYZ





श्रीमणि त्रिपाठी एक नए नज़रिए से लोगों को टेक्नोलॉजी की दुनिया दिखा रही हैं और लाखों-करोड़ों लोगों को प्रेरणा दे रही हैं

डिजिटल मार्केटिंग और स्क्रिप्ट लेखन से आगे, टेक्नोलॉजी पर आधारित YouTube कॉन्टेंट बनाने तक का श्रीमणि त्रिपाठी का सफ़र इस बात का सबूत है कि यह प्लेटफ़ॉर्म कैसे किसी शौक को एक फूलते-फलते करियर में बदल सकता है. श्रीमणि ने महिलाओं के नज़रिए से बनाए जाने वाले टेक्नोलॉजी आधारित कॉन्टेंट की कमी को देखते हुए, आसान और सलीके की स्क्रिप्ट वाले वीडियो के साथ अपना चैनल लॉन्च किया और देखते ही देखते अच्छी-खासी ऑडियंस जुटा ली. टेक स्पेस में इनकी मौजूदगी शुरुआत में लोगों को रास नहीं आइ, लेकिन ये डटी रहीं. आखिरकार, इनकी मेहनत रंग लाइ. कुछ महीनों की कड़ी मेहनत और करीब 30 वीडियो के बाद, इन पर ऑडियंस का भरोसा बढ़ने लगा - क्रिएटर के रूप में खुद पर भरोसा भी.

क्रिएटर के तौर पर इनके सफ़र में एक बड़ा मोड़ तब आया जब इन्होंने "आसान मनोरंजन" की रणनीति अपनाई. इन्होंने टेक एजुकेशन को दिलचस्प स्टोरीटेलिंग के साथ मिलाकर दुनिया के सामने पेश किया.

1.28 करोड़

सदस्य

4.4 अरब

व्यू

YouTube Shorts और सर्च ऑप्टिमाइज़ेशन का इस्तेमाल करने पर, इनका चैनल तेज़ी से बढ़ा और फुल-टाइम कमाई का ज़रिया बन गया. ब्रैंड डील इनकी कमाई का मुख्य ज़रिया बने, जबकि बाकी कमाई AdSense और अफ़िलिएट मार्केटिंग से मिलने लगी.

YouTube से श्रीमणि को कमाई करने के साथ-साथ, लीडरशिप स्किल हासिल करने, टीम बनाने, और कॉन्टेंट बनाना आसान करने वाले एआई टूल खोजने में मदद मिली. इसके अलावा, इन्हें YouTube के सालाना Brandcast जैसे इवेंट से, ब्रैंड के साथ सीधे तौर पर जुड़ने में भी मदद मिली. इनके प्लान में कड़ एजुकेशनल कोर्स लॉन्च करना और कड़ भाषाओं में टेक्नोलॉजी आधारित कॉन्टेंट (बच्चों का चैनल लॉन्च करना) बनाना शामिल है. श्रीमणि YouTube को एक ऐसा प्लेटफ़ॉर्म मानती हैं जहां लोग दुनिया के सामने अपनी बात रख सकते हैं और बड़े सपने देख सकते हैं.

@shreemanitripathi

प्रस्तावना

भारत में असर

सबका विकास

सबकी संस्कृति

सबके लिए ज्ञान

"YouTube मेरे सफ़र में सबसे बड़ा सपोर्टर और चीयरलीडर रहा है. मेरे पास जो कुछ है, YouTube से मिले मौकों की वजह से है."

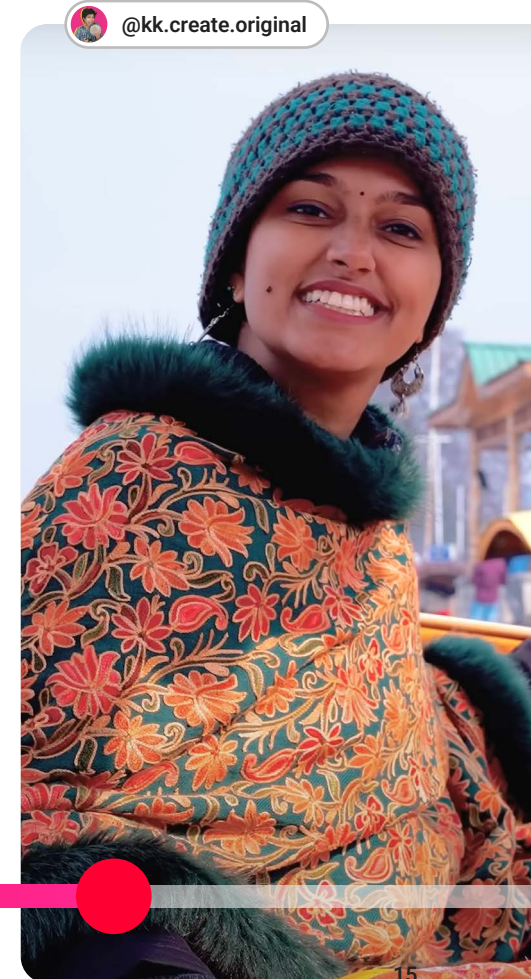
श्रीमणि त्रिपाठी



“जब मैंने क्रिएटर के तौर पर अपना सफ़र शुरू किया, तब मुझे YouTube से कमाइ करने के बारे में कुछ भी पता नहीं था. *Trakin Tech* ने जैसे ही रफ़्तार पकड़ी, ब्रैंड ने हमसे संपर्क करना शुरू किया और जल्दी ही डील का तांता लग गया. सिर्फ़ दो साल में, हम न सिर्फ़ फ़ायदे में आ गए थे, बल्कि काम फैलाने के लिए पैसे लगाने लगे थे, अपनी टीम बढ़ाने लगे थे, और नए चैनल लॉन्च करने लगे थे.”

सबकी संस्कृति

क्रिएटर्स YouTube के ज़रिए सबके सामने
अपनी बातें रखते हैं और भारत की जीवंत
संस्कृति पूरी दुनिया को दिखाते हैं



भारतीय संगीत को दुनिया के साथ शेयर करना

@anuvjain

प्रस्तावना

भारत में असर

सबका विकास

सबकी संस्कृति

सबके लिए ज्ञान

YouTube स्थानीय म्यूज़िक लेबल को सपोर्ट करता है। यह भारत के तरह-तरह के संगीत कलाकारों को अनूठा संगीत शेयर करने का प्लेटफ़ॉर्म देता है। यहां भारतीय संगीत की बेहतरीन संस्कृति और कॉन्टेंट को दुनिया के सामने आने और अपनी पहचान बनाने का मौका मिलता है।

हम संगीत कलाकारों के लिए नई रिलीज़ लॉन्च करना और उनका प्रमोशन करना आसान बनाते हैं। वे शानदार वीडियो और लाइव परफ़ॉर्मेंस से लेकर, मस्ती भरे डीजे सेट और कवर तक, सब कुछ दिखा सकते हैं। संगीत कलाकार, अब दूसरे कलाकारों के साथ बेहतर तरीके से कनेक्ट कर सकते हैं और मिलकर मज़ेदार तरीके से काम सकते हैं।

उपयोगकर्ता अब अपनी पसंद की नई चीज़ों को खोज और शेयर कर सकते हैं। स्थानीय म्यूज़िक लेबल को टैलेंट पहचानने और डेवलप करने के नए तरीके मिलते हैं। इनमें कॉपीराइट से जुड़ी व्यवस्था की मज़बूत बुनियाद की काफ़ी मदद मिलती है।

YouTube हर तरह के संगीत कलाकारों को उनके चैनलों से कमाई करने के ज़्यादा तरीके उपलब्ध कराने की कोशिश करता है। साथ ही, यह उन्हें भारतीय संगीत और संस्कृति को दुनिया भर में ले जाने और इस क्षेत्र में करियर बनाने के ज़्यादा मौके देता है।

73%

YouTube चैनल चलाने वाली 73% म्यूज़िक कंपनियां मानती हैं कि YouTube नए और विविधता वाले टैलेंट की खोज के लिए एक अहम प्लेटफ़ॉर्म है.*

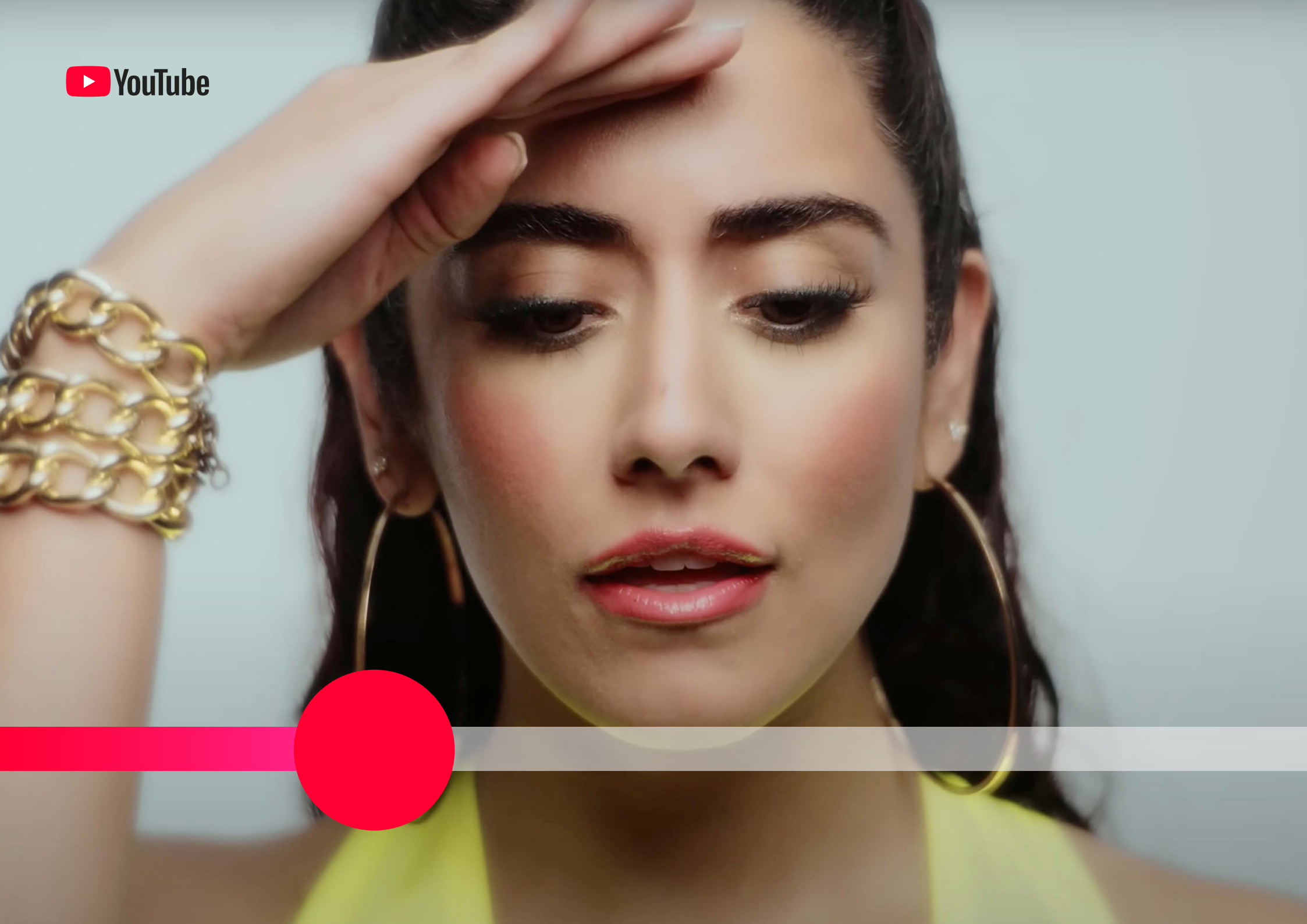
81%

YouTube चैनल चलाने वाली 81% म्यूज़िक कंपनियों का मानना है कि YouTube नए कलाकारों और/या संगीत के लिए अहम लॉन्च पैड है.*

82%

YouTube चैनल चलाने वाली 82% म्यूज़िक कंपनियां मानती हैं कि YouTube दुनिया भर में नए ऑडियंस तक पहुंचने में मदद करता है.*





“YouTube ने मुझे लोगों के बीच दिखने और कमाई करने से कहीं ज़्यादा, एक चेहरा और एक आवाज़ बनने के साथ ही, ग्लोबल ऑडियंस से सीधे जुड़ने का मौका दिया, जो परंपरागत म्यूज़िक इंडस्ट्री नहीं दे सकती थी. इससे मुझे अपनी ताकत पहचाने, अपने मकसद को मज़बूत बनाने, अपनी जड़ों से जुड़ने, और अपने संगीत को पसंद करने वाली एक सच्ची कम्यूनिटी बनाने में मदद मिली.”

जोनिता गांधी
jonitamusic

Hanumankind ने अपने म्यूज़िक करियर को ग्लोबल प्लैटफ़ॉर्म पर नई ऊंचाई तक पहुंचाया

YouTube भारतीय रैपर, गायक, और गीतकार Hanumankind के संगीत के शौक को फुल-टाइम क्रिएटिव करियर बनाने में काफ़ी मददगार रहा। Hanumankind ने 2018 में चैनल लॉन्च करने से पहले, म्यूज़िक इंडस्ट्री के बाहर कड़ तरह के काम किए थे। इन्हें YouTube के रूप में एक ऐसा प्लैटफ़ॉर्म नज़र आया, जहां स्वतंत्र कलाकार अपने जैसी सोच वाली ग्लोबल ऑडियंस हासिल कर सकते हैं।

शुरुआत में, ये YouTube पर म्यूज़िक शेयर करके यह देखा करते थे कि लोगों को “क्या पसंद आ रहा है।” जुलाई 2024 में “Big Dawgs” म्यूज़िक वीडियो की रिलीज़ के साथ इनके करियर में नाटकीय तरीके से एक अहम मोड़ आया। उस म्यूज़िक वीडियो ने एक कलाकार के तौर पर इनकी सोच को दुनिया के सामने पेश किया।

27 लाख
सदस्य

उससे यह भी साबित हुआ कि YouTube महज एक कॉन्टेंट डिस्ट्रीब्यूशन टूल नहीं, क्रिएटिविटी का लॉन्चपैड भी है।

Hanumankind अपनी कला से जुड़े हर पहलू को बेहतर बनाने का क्रेडिट YouTube को देते हैं: विज़ुअल स्टोरीटेलिंग और साज-सज्जा से लेकर, प्रोडक्शन और अपने प्रमोशन तक। समय के साथ, इनके हुनर में निखार आया है और कॉन्टेंट बेहतर हुआ है। ये अब अपनी रणनीति के हिसाब से, बारीक और छाप छोड़ने वाला कॉन्टेंट बनाने लगे हैं।

YouTube ने व्यू बढ़ाने से कहीं ज़्यादा, फ़ैस के साथ सच्चा जुड़ाव बनाने में इनकी मदद की है। इसने इन्हें दुनिया को अपनी शख्सियत से रूबरू कराने और लोकल स्टोरी को ग्लोबल स्टेज पर बताने का मौका दिया है। YouTube ने इस उभरते कलाकार को ऐसा दमदार क्रिएटिव स्पेस दिया है जहां ये अपनी असली आवाज़ ढूंढ सकें और लंबा करियर बना सकें।

52.27 करोड़
व्यू



प्रस्तावना

भारत में असर

सबका विकास

सबकी संस्कृति

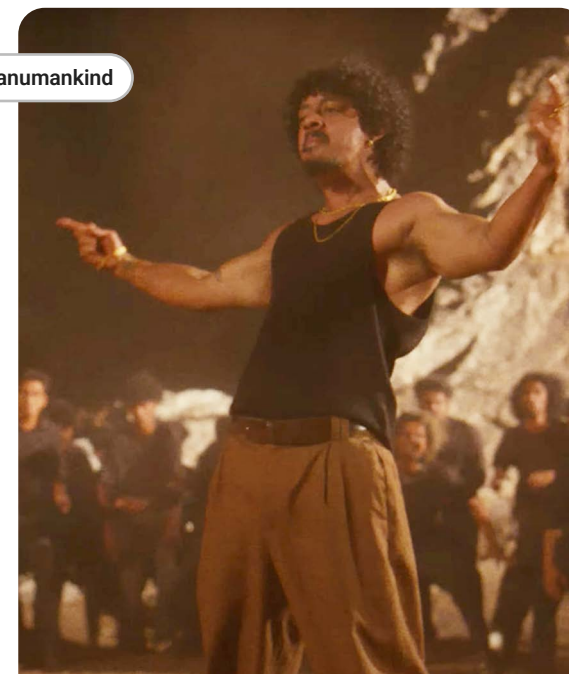
सबके लिए ज्ञान

“YouTube ने मुझे ग्लोबल ऑडियंस तक पहुंचने का रास्ता दिया। इसके बिना यह मुमकिन नहीं होता।”

सूरज चेरूकट
Hanumankind



@Hanumankind





मीडिया इंडस्ट्री की फूलने-फलने में मदद करना

YouTube का असर संगीत से कहीं आगे तक फैला हुआ है और यह भारतीय ब्रॉडकास्टर और व्यापक मीडिया उद्योग के लिए एक मुख्य पार्टनर के रूप में काम कर रहा है।

YouTube, पारंपरिक मीडिया कंपनियों और निजी तौर पर कॉन्टेंट बनाने वाले क्रिएटर्स, दोनों को नए डिस्ट्रिब्यूशन फॉर्मेट के ज़रिए अपनी पहुंच बढ़ाने और पूरी दुनिया की ऑडियंस से जुड़ने में मदद करता है। इससे ज़्यादा से ज़्यादा उपयोगकर्ताओं को ज़रूरी और भरोसेमंद जानकारी का बेहतर एक्सेस मिलता है। साथ ही, क्रिएटर्स को अहम इवेंट की बेहतर कवरेज पर काम करने और अपने काम में इनोवेशन लाने के लिए कमाई करने में मदद मिलती है।

कॉन्टेंट बनाने और डिस्ट्रिब्यूट करने के तरीकों में बदलाव लाने के लिए, YouTube क्रिएटर्स के साथ पार्टनरशिप करके पूरे मीडिया इकोसिस्टम के लिए मौके बना रहा है।



प्रस्तावना

भारत में असर

सबका विकास

सबकी संस्कृति

सबके लिए ज्ञान

72%

YouTube चैनल वाली 72% मीडिया कंपनियां मानती हैं कि YouTube से उन्हें अहम पलों, जैसे ब्रेकिंग न्यूज़ या संकट के दौरान अपना कॉन्टेंट लोगों तक पहुंचाने में मदद मिलती है.*

74%

YouTube चैनल चलाने वाली 74% मीडिया कंपनियां मानती हैं कि YouTube उन्हें दुनिया भर में नए दर्शकों तक पहुंचाने में मदद करता है.*



अनीता बोकपल्ली ने अपने लिए एक नया करियर बनाया, अब लाखों लोगों को ज़िंदगी का मकसद ढूंढने में मदद कर रही हैं

अनीता बोकपल्ली YouTube पर करियर बनाने से पहले, एक ऐसे ऑफ़शोर ऑयल रिग पर काम करती थीं जहां इनके अलावा सिर्फ़ एक महिलाकर्मि थी. इन्होंने ऑयल रिग से इस प्लैटफ़ॉर्म तक का जो सफ़र तय किया वह सुनने में अजीब लगता है. अनीता YouTube पर ऐसे वीडियो बनाती हैं जिनसे लोगों को सजगता का अनुभव करने, अपने अंदर की ताकत को पहचानने, और खुशनुमा ज़िंदगी बिताने में मदद मिलती है. Lilly Singh और MostlySane जैसे क्रिएटर्स इनकी प्रेरणा रहे हैं. इन्होंने इस भरोसे के साथ 2017 में अपना चैनल लॉन्च किया कि ये एक दिन YouTube पर फ़ुल-टाइम करियर बना सकती हैं. शुरुआत में इन्हें काफ़ी चुनौतियों का सामना करना पड़ा. फिर इनके एक ऑर्थेंटिक वीडियो ने ऑडियंस का ध्यान अपनी तरफ़ खींचा. उसमें इन्होंने अपना 4.00 बजे का मॉर्निंग रूटीन शेयर किया था. इन्हें असली कामयाबी 2021 में मिली, जब इन्होंने 30 दिनों तक रोज़ 108 सूर्य नमस्कार के अपने सफ़र का वीडियो पोस्ट किया. इससे एक महीने में इनके सदस्यों की संख्या 3,000 से बढ़कर 64,000 हो गई.

आजकल, अनीता योग, खान-पान को लेकर सजगता, और लाइफ़स्टाइल में पूरी तरह बदलाव लाने जैसे विषयों पर वीडियो बनाती हैं. खास तौर पर रोज़ाना के खान-पान और स्वास्थ्य के लिए योग जैसे विषयों पर बनाए गए इनके वीडियो, मुख्य रूप से Shorts और होमपेज के सुझावों में दिखते हैं. इनका करियर पूरी तरह से YouTube पर आधारित है. इन्हें AdSense, स्पॉन्सरशिप, और योग की ऑनलाइन क्लास से कमाई होती है.

कमाई करने के अलावा, अनीता ने चैनल से कमाई करने साथ ही, एक ऐसी कम्युनिटी बनाई है जो इनसे करीब से जुड़ी है. इनकी कम्युनिटी के सदस्य अपनी असल ज़िंदगी में पूरी तरह से बदलाव लाने के साथ ही, इनके कारोबार को बढ़ावा भी देते हैं. अनीता स्वास्थ्य से जुड़ी समस्याएं हल करने में दर्शकों की मदद करती हैं. ये ऑडियंस के सहयोग से Art of Living प्रोग्राम चलाती हैं. इस तरह, ये लोगों की ज़िंदगी में असर डालने वाले प्लेटफ़ॉर्म की तरह YouTube का इस्तेमाल करती हैं. इनके पास YouTube के अलावा, करियर का कोई दूसरा प्लान नहीं है. अनीता कहती हैं कि उन्हें YouTube से काम करने की आज़ादी और ज़िंदगी का मकसद मिला है.



@AnitaBokepalli




“मैंने कॉन्टेंट बनाने के सफ़र में, स्क्रिप्ट लिखने, कैमरा सेट करने, खुद को शूट करने, एडिट करने का तरीका वगैरह, सब कुछ YouTube से सीखा है... मेरे कहने का मतलब यह है कि मैंने YouTube को इस्तेमाल करने का तरीका, YouTube से ही सीखा है.”

अनीता बोकपल्ली

7.13 लाख
सदस्य

26.86 करोड़
व्यू





“YouTube पर अपने हिसाब से काम करने की आज़ादी ने मेरी ज़िंदगी बदल दी. इससे मुझे खुद पर भरोसा हुआ और लोगों ने भी मेरे काम की सराहना की. ऑथेंटिक स्टाइल ने खुद में अपने भरोसे को मज़बूत बनाया है. हालांकि, मुझे असली खुशी, दुनिया भर के दर्शकों के साथ दिल से जुड़ने से मिली है.”



स्थानीय संस्कृति और सकारात्मक संवाद को बढ़ावा देना

YouTube, भारतीय संस्कृति को दुनिया भर में अपनी क्षेत्रीय विविधता दिखाने का एक प्लेटफॉर्म देता है। इसके साथ ही, यह लोगों को अपनी बात रखने और दूसरों से जुड़ने का मौका भी देता है।

भारतीय क्रिएटर्स अपनी अनूठी कहानियां शेयर करके दूरियों को कम कर सकते हैं। म्यूज़िक, डांस, और भाषा से लेकर शिल्प, खान-पान, फैशन वगैरह में, गर्व का अनुभव कराने वाले काम कर सकते हैं। यह क्रिएटर्स को स्थानीय संस्कृति को संरक्षित करने और उसे बढ़ावा देने में मदद करता है। साथ ही, यह दर्शकों को अपनी सांस्कृतिक समझ को गहरा करने और कम्युनिटी से ज़्यादा जुड़ाव महसूस करने का मौका देता है।



71%

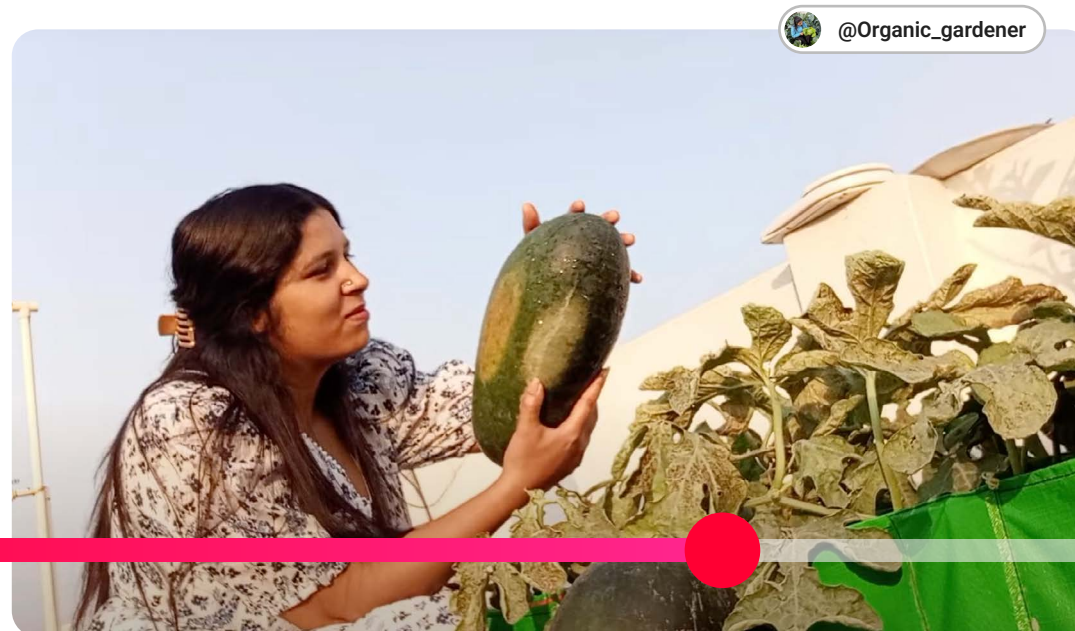
71% उपयोगकर्ताओं का मानना है कि YouTube उनके स्थानीय इतिहास और संस्कृति को संरक्षित करने में भूमिका निभाता है.*

72%

72% उपयोगकर्ताओं का कहना है कि उन्हें YouTube के सुझावों से, अलग-अलग बैकग्राउंड और सोच वाले क्रिएटर्स को खोजने में मदद मिलती है.*

सभी को जानकारी का ऐक्सेस

भारतीयों को YouTube पर अच्छी क्वालिटी की
जानकारी और भरोसेमंद इनसाइट मिलती हैं



भारतीयों को भरोसेमंद जानकारी तक पहुंच देकर उनकी मदद करना

YouTube को इस तरह से डिज़ाइन किया गया है कि वह अच्छी क्वालिटी के समाचार और मीडिया कॉन्टेंट के डिस्ट्रिब्यूशन में मदद कर सके और सभी भारतीय भरोसेमंद और काम की जानकारी पा सकें।

उपयोगकर्ता, हमारे प्लैटफ़ॉर्म पर मौजूद भरोसेमंद और तरह-तरह से योगदान देने वाले लोगों को अहमियत देते हैं। इनके कॉन्टेंट में समाचार अपडेट से लेकर, किसी विषय के बारे में ज़्यादा जानकारी वाले पॉडकास्ट और एतिहासिक विश्लेषण शामिल हो सकते हैं। YouTube अपने सभी उपयोगकर्ताओं के भरोसे की अहमियत को समझता है। हम उपयोगकर्ताओं तक भरोसेमंद कॉन्टेंट पहुंचाने और गलत सूचना को रोकने के लिए काम करते हैं, ताकि पूरे भारत में लोगों तक अहम विषयों के बारे में सही सूचना पहुंचे।



@kk.create.original

73%

73% उपयोगकर्ताओं ने माना कि उन्हें YouTube से अहम पलों, जैसे ब्रेकिंग न्यूज़ या संकट के दौरान, समय पर और/या भरोसेमंद जानकारी पाने में मदद मिली.*

82%

50% उपयोगकर्ताओं ने YouTube पर समाचार खोजे। उनमें से 82% ने कहा कि उन्हें YouTube पर भरोसेमंद सोर्स से खबरें मिलती हैं.*

भारत के लोग सीखने और आगे बढ़ने के लिए YouTube का इस्तेमाल करते हैं

YouTube, भारतीयों को अच्छी क्वालिटी की जानकारी खोजने और उसका सही इस्तेमाल करने में मदद के लिए, एक ऐसा प्लैटफॉर्म उपलब्ध करवाता है जिसका एक्सेस सभी के पास है।

उपयोगकर्ताओं को हमारे प्लैटफॉर्म पर, विशेषज्ञ क्रिएटर्स के बनाए पाठ्यक्रम, जानकारी, कोड काम करने के तरीके बताने वाली गाइड, और ट्यूटोरियल को अपनी ज़रूरतों के हिसाब से एक्सेस करने की सुविधा मिलती है। इससे उन्हें अपनी तकनीकी और पेशेवर स्किल बढ़ाने और अपनी शर्तों पर, कहीं से भी अपने शौक और दिलचस्पी की चीज़ें खोजने में मदद मिलती है।

YouTube सभी भारतीयों को सीखने, आगे बढ़ने, और दुनिया के साथ अपनी सबसे अच्छी चीज़ें शेयर करने में मदद देता है।

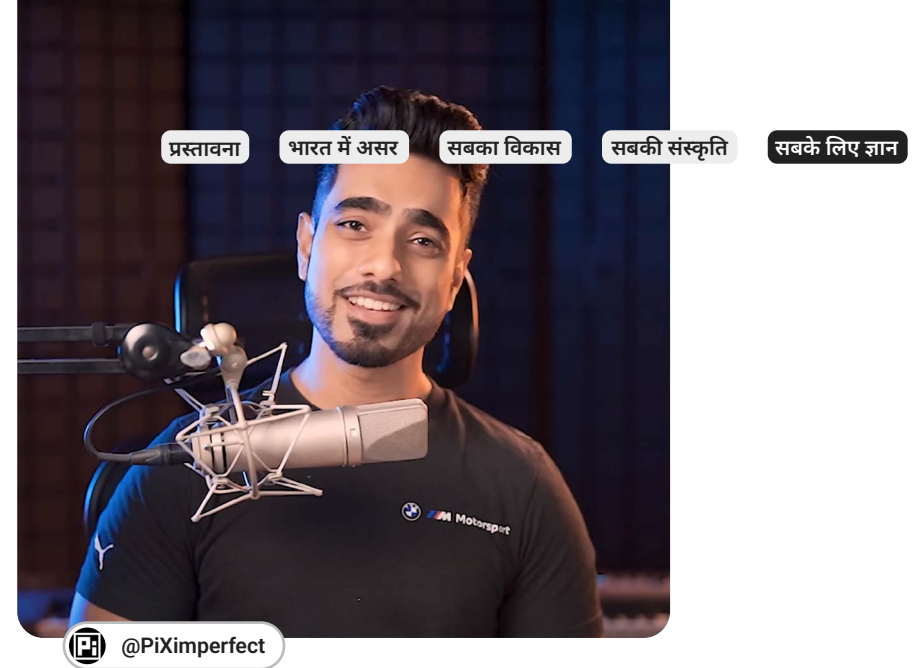
70%

70% उपयोगकर्ताओं का मानना है कि YouTube सभी को सीखने और आगे बढ़ने के समान मौके देता है.*

73%

73% उपयोगकर्ताओं का कहना है कि वे अपनी जानकारी बढ़ाने के लिए, अक्सर YouTube का इस्तेमाल करते हैं.*

*ऑक्सफ़र्ड इकनॉमिक्स की रिसर्च के मुताबिक



98%

98% उपयोगकर्ताओं का कहना है कि वे जानकारी और ज्ञान जुटाने के लिए, YouTube का इस्तेमाल करते हैं.*

शिक्षक सिखाने के अतिरिक्त संसाधन के तौर पर YouTube का इस्तेमाल करते हैं

YouTube और YouTube Kids, शिक्षा से जुड़े बेहतर कॉन्टेंट के लिए पसंदीदा प्लेटफ़ॉर्म हैं।

चाहे केमिस्ट्री हो या कोडिंग, हमारे संसाधन पारंपरिक तौर-तरीकों और कॉन्टेंट के अलावा, सिखाने के अतिरिक्त तरीके उपलब्ध कराते हैं। सभी उम्र के छात्र-छात्राओं के साथ-साथ, शिक्षकों को दुनिया के बेहतरीन क्रिएटर्स के अच्छी क्वालिटी के वीडियो का एक्सेसस मिलता है।

नए तरीके इजाद करने वाले क्रिएटर, शिक्षकों (और माता-पिता/अभिभावकों) को सीखने-सिखाने का दायरा बढ़ाने में मदद करते हैं। साथ ही, वे हर लेसन को बेहतर तरीके से समझने में मदद करते हैं।

91%

YouTube का इस्तेमाल करने वाले 91% शिक्षक मानते हैं कि YouTube, छात्र-छात्राओं की दिलचस्पी बढ़ाने में मदद करता है.*

93%

YouTube का इस्तेमाल करने वाले 93% शिक्षकों का मानना है कि YouTube छात्र-छात्राओं को क्लास के बाहर भी सीखना जारी रखने में मदद करता है.*

97%

YouTube का इस्तेमाल करने वाले 97% शिक्षक मानते हैं कि उन्होंने अपने लेसन और/या असाइनमेंट में YouTube कॉन्टेंट का इस्तेमाल किया है.*



परिवार YouTube को बच्चों के सीखने और खोजने का एक सोर्स मानते हैं

YouTube और YouTube Kids, भारतीय माता-पिता/अभिभावकों को उनके बच्चों के लिए ऑनलाइन खोज करने और सीखने का एक भरोसेमंद मंच देते हैं।

यह भरोसा, माता-पिता के आसान कंट्रोल और क्वालिटी से जुड़े उन सिद्धांतों से मिलता है जो क्रिएटर्स को प्रोडक्शन प्रोसेस में मदद करते हैं।

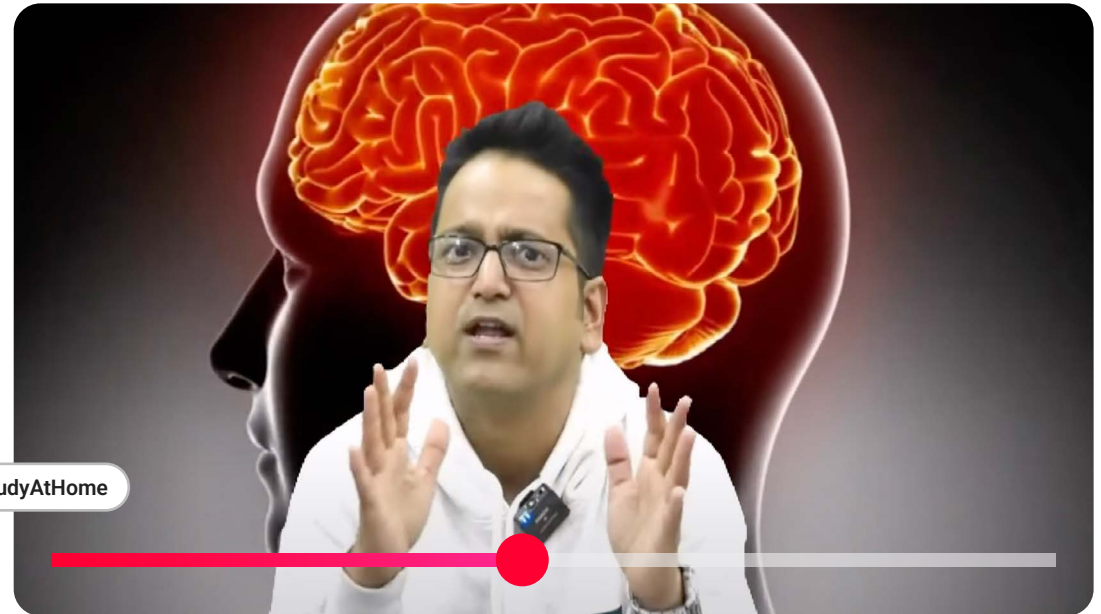
परिवार YouTube और YouTube Kids को क्लास से बाहर भी सीखने को बढ़ावा देने वाले काम के संसाधन मानते हैं। हमने भरोसेमंद सोर्स से मिलने वाले काम के कॉन्टेंट का ऐसा इकोसिस्टम बनाया है, जो पारंपरिक तरीके से पढ़ाई के पूरक के तौर पर डिज़ाइन किया गया है।

75%

YouTube का इस्तेमाल करने वाले 75% माता-पिता/अभिभावक (13 से 18 साल के किशोरों के) मानते हैं कि YouTube उनके बच्चों को एक कम्युनिटी का हिस्सा होने का एहसास देता है जो उन्हें कहीं और खोजने में मुश्किल होती है.*

76%

YouTube का इस्तेमाल करने वाले 76% माता-पिता/अभिभावक मानते हैं कि YouTube (या YouTube Kids), पढ़ाई में रह जाने वाली किसी भी तरह की कमी को पूरा करने में मदद करता है। इससे उनके बच्चों को अच्छी क्वालिटी की जानकारी मिलती है.*



@StudyAtHome

76%

YouTube का इस्तेमाल करने वाले 76% माता-पिता/अभिभावक मानते हैं कि YouTube (या YouTube Kids), उनके बच्चों को दुनिया के बारे में समझने में काफ़ी मदद करता है.*

Fit Tuber चैनल भारतीयों को सेहत के बारे में आसानी से अपनाई जा सकने वाली और काम की सलाह देता है

Fit Tuber चैनल को सेंट्रल एक्साइज इंस्पेक्टर और आइटी इंजीनियर रह चुके विवेक मित्तल ने शुरू किया है। यह भारत में सेहत से जुड़े कॉन्टेंट वाले सबसे भरोसेमंद चैनलों में शामिल हो चुका है। यह काफी हद तक, YouTube की पहुंच और हर किसी के पास इस प्लैटफॉर्म के एक्सेस की वजह से मुमकिन हो पाया है। आम दर्शकों के लिए फिटनेस और तंदुरुस्ती से जुड़ा कॉन्टेंट मौजूद न होने से निराश विवेक ने 2016 में Fit Tuber लॉन्च किया था। इसका मकसद, भारतीय परंपराओं में बसी ऐसी स्वास्थ्य सलाह को लोगों के साथ शेयर करना था जो आसानी से अपनाई जा सके। शुरूआत से ही, इन्होंने ऐसे रिसर्च आधारित और काम के वीडियो बनाए जिनसे इनके माता-पिता और दोस्तों को मदद मिले, ताकि वे छोटे-छोटे और आसान बदलाव करके अपनी ज़िंदगी बेहतर बना सकें।

चैनल को तब और लोकप्रियता मिली जब विवेक ने फिटनेस पर ट्रेंडिंग विषयों के बजाय, ऐसा कॉन्टेंट बनाना पसंद किया जो ओरिजनल हो और लोगों के लिए अहम हो। जैसे कि रोज़मर्रा के इस्तेमाल में आने वाले प्रॉडक्ट और कुदरती नुस्खों की समीक्षाएं।

यह ओरिजनैलिटी लोगों को काफी पसंद आई और बाकी काम सुझाव देने वाले YouTube के सिस्टम ने चैनल की पहुंच बढ़ाकर कर दिया। आज विवेक का चैनल एक फुल-टाइम करियर के तौर पर जम गया है और घर बैठकर काम करने वाले सात साथियों की टीम के लिए कमाई का ज़रिया बन गया है।

Fit Tuber को YouTube से होने वाली पूरी कमाई, मुख्य तौर पर AdSense और स्पॉन्सरशिप से हासिल होती है। इससे इन्हें अपने वीडियो, बिना किसी शुल्क के उपलब्ध कराने की सुविधा मिलती है। YouTube से विवेक को कमाई का ज़रिया तो मिला है ही, इन्हें पेशेवर तौर पर आगे बढ़ने, लाखों लोगों से जुड़ने, और उनकी सेहत में बड़ा बदलाव लाने में भी मदद मिली है। स्थानीय तौर पर पौधे लगाने से लेकर दुनिया भर में दर्शकों की जीवनशैली में बदलाव लाने तक का Fit Tuber का सफर यह दिखाता है कि YouTube कैसे एक सामान्य आइडिया को बड़ा असर डालने, लोगों को शिक्षित करने, और किसी मकसद को पूरा करने में मददगार प्लैटफॉर्म बन जाता है।



“आपका मकसद बस काम की चीज़ें शेयर करना होना चाहिए. मैं वैसा कॉन्टेंट बनाना चाहता हूँ जो मैं खुद देखना चाहता हूँ.”

विवेक मित्तल
Fit Tuber

81 लाख
सदस्य

1.03 अरब
व्यू





Labour Law Advisor लाखों-करोड़ों लोगों में वित्तीय जागरूकता और भरोसा ला रहा है

 @LabourLawAdvisor

Labour Law Advisor को ऋषभ जैन और मनदीप गिल ने एक प्रयोग के तौर पर शुरू किया था। इसका मकसद, भारत के लोगों के लिए लेबर लॉ, पर्सनल फ़ाइनेंस, और टैक्स जैसे मुश्किल विषयों को समझना आसान बनाना था। ऋषभ को कानूनी मामलों की जानकारी थी, जबकि मनदीप को वीडियो बनाने में महारत थी। इनकी जोड़ी ने 2017 में अपने कुछ शुरुआती वीडियो पोस्ट किए। इन्हें जल्दी ही यह एहसास हो गया कि ये एक खास तरह के कॉन्टेंट की कमी को पूरा कर रहे हैं। ये कर्मचारियों को रोज़गार के साथ मिलने वाले फ़ायदों, जैसे कि इपीएफ़, इएसआइ, और ग्रेच्युटी के बारे में बता रहे थे।

सालों की कोशिश और गलतियों से सीखने के बाद, इन्हें असली कामयाबी एक निजी अनुभव पर बनाए वीडियो से मिली। इसमें मनदीप ने अपने परिवार को बेची गई एक गलत बीमा पॉलिसी के बारे में बताया था। यह और ऐसे ही कई अन्य वीडियो उन दर्शकों को बहुत पसंद आए जिन्हें मुख्यधारा के संस्थानों से वित्तीय जानकारी सही तरीके से नहीं मिल पा रही थी। इनके वीडियो को ज़बरदस्त रिस्पॉन्स मिला। दर्शकों ने बीमा पॉलिसी में फंसे पैसे वापस पाने, पॉलिसी के मकड़जाल को समझने, और उनसे जुड़े समझदारी भरे आर्थिक फैसले लेने में मदद करने के लिए इनकी सराहना की।

Labour Law Advisor ने आज अपने चैनल के साथ एक फूलता-फलता कारोबारी इकोसिस्टम बना लिया है। इसके पास एक कामयाब स्टेशनरी ब्रैंड (Jagruk Journal) है और यह एक ऑनलाइन कोर्स चला रहा है। यह दूसरे ब्रैंड के साथ मिलकर काम भी कर रहा है। YouTube के प्लेटफ़ॉर्म और दर्शकों ने इनके फ़ाउंडर की आवाज़ को लाखों-करोड़ों लोगों तक पहुंचाया। दोनों के लिए फुल-टाइम करियर के दरवाज़े खोले और इन्हें इतना कामयाब बनाया कि आज इनकी 30 से ज़्यादा लोगों की टीम है।

ये दोनों खुद को कॉन्टेंट क्रिएटर से ज़्यादा, शिक्षक और कार्यकर्ता मानते हैं। ये YouTube का इस्तेमाल सिर्फ़ जानकारी देने के लिए नहीं, बल्कि ज़िंदगी बदल देने वाले वित्तीय ज्ञान की रोशनी फैला कर, भारत के लोगों को मज़बूत बना रहे हैं।

“हमें क्रिएटर की असली आर्थिक ताकत और ज़िम्मेदारी का अहसास हुआ। ग्राहक बनाने के लिए, ब्रैंड करोड़ों खर्च करते हैं। हम यही काम, दर्शकों के भरोसे के साथ नैतिक तरीके से कर सकते हैं।”

मनदीप गिल
Labour Law Advisor

53.1 लाख
सदस्य

1.86 अरब
व्यू

“मैंने वीएफ़एक्स और कॉन्टेंट प्रोडक्शन से जुड़ी जितनी टेक्निकल चीज़ें सीखीं, उनमें से आधी मुझे YouTube पर मिली हैं. कुछ भी सीखने के लिए, इससे बेहतर कोई और जगह नहीं है.”

राघव अनिल कुमार
Shutter Authority

YouTube

5230

717

257 9 68

8

35

5230

