

भारतीयों द्वारा संचालित। अवसर के लिए निर्मित।

विचार से प्रभाव तक

इसकी शुरुआत एक क्रिएटर और एक विचार (आइडिया) से होती है। लगभग दो दशकों से, YouTube भारतीय क्रिएटर्स को उनके विचारों को वीडियो, चैनल, दर्शकों के जुड़ाव और नए व्यवसायों में बदलने में मदद कर रहा है। रचनात्मकता का यह एक छोटा-सा कदम दूरगामी प्रभाव डाल सकता है—रोज़गार के अवसर पैदा करना, स्थानीय अर्थव्यवस्था को सहारा देना, लोगों को नए हुनर (कोशल) सीखने में मदद करना और हर उम्र के दर्शकों को उनकी पसंद की जानकारी और संस्कृति से जोड़ना। क्रिएटर्स और दर्शक मिलकर एक ऐसी चर्चा, अवसर और समुदाय का निर्माण करते हैं जो केवल इस प्लेटफ़ॉर्म तक सीमित नहीं रहते, बल्कि समाज में एक वास्तविक बदलाव लाते हैं।

₹18,000 करोड़ 960K+

YouTube के रचनात्मक पारिस्थितिकी तंत्र ने 2025 में भारत के जीडीपी में ₹180 अरब / ₹18,000 करोड़ से अधिक का योगदान दिया।*

YouTube के रचनात्मक पारिस्थितिकी तंत्र ने 2025 में भारत में 960,000 से अधिक पूर्णकालिक समकक्ष (FTE) नौकरियों का समर्थन किया।*



@WeAreYuva



निर्माता व्यवसाय और स्थानीय अवसर बनाते हैं।

भारत के सबसे मशहूर क्रिएटर्स न तो अकेले काम करते हैं और न ही वे सिर्फ बड़े शहरों से आते हैं। वे राइटर्स, एडिटर्स और कैमरा क्लिप के साथ अपनी प्रोडक्शन कंपनियाँ चलाते हैं। वे खुद शूटिंग का काम संभालते हैं, अपनी ब्रांड पहचान बनाते हैं और ऐसे व्यावसायिक अवसरों को खोलते हैं जो सिर्फ उनके चैनल तक ही सीमित नहीं रहते। इतना ही नहीं, छोटे शहरों, कस्बों और गाँवों के क्रिएटर्स भी पर्याप्त आय अर्जित कर रहे हैं। हर साल महत्वपूर्ण राजस्व जनरेट करने वाले क्रिएटर्स की संख्या लगातार बढ़ रही है। यहाँ तक कि क्षेत्रीय भाषाओं के चैनल्स भी अपने विशाल और वफ़ादार दर्शकों की बदौलत एक भरोसेमंद कमाई हासिल कर रहे हैं और इसे स्थानीय स्तर पर दोबारा निवेश भी कर रहे हैं।

“YouTube ने न सिर्फ मेरा अपना बिज़नेस खड़ा करने में मदद की, बल्कि अधिकारियों, मैनेजर्स और प्रोफेशनल्स की एक प्रतिभाशाली टीम के लिए रोज़गार के अवसर भी पैदा किए हैं।”

विनित मल्होत्रा
वीमोन

जहाँ भारतीय ज्ञान और सहायता पाते हैं

भारत गुणवत्तापूर्ण जानकारी और सहायता के लिए YouTube पर आता है। चाहे वह परीक्षा की तैयारी हो, खाना पकाने की तकनीकें हों, या पहली कोडिंग नौकरी हो, हर सवाल का जवाब सीखने वाले की भाषा में और उनकी शर्तों पर मिल सकता है। जब लोगों को तनाव, चिंता, या जीवन के अन्य बदलावों से निपटना होता है, तो चुनौतीपूर्ण क्षणों में भी यही स्तर की सहायता उपलब्ध रहती है। हर विषय पर ज्ञान पाने, नया सीखने और प्रगति करने के लिए भारतीय इसी प्लेटफ़ॉर्म से जुड़ते हैं।

93%

93% दर्शक रिपोर्ट करते हैं कि वे किसी विशेष रुचि पर जानकारी इकट्ठा करने और/या अपने ज्ञान का विस्तार करने के लिए YouTube का उपयोग करते हैं।*

73%

73% दर्शक कहते हैं कि YouTube सभी को सीखने और बढ़ने के समान अवसर प्रदान करता है।*



@SimpleGhar

स्थानीय कहानियाँ, वैश्विक दर्शक

राजस्थान का कोई लोकगायक हो, पूर्वोत्तर का बुनकर, या अपने पुश्तैनी पारिवारिक पकवानों को सहेजता कोई होम-कुक—आज हर कोई अपनी प्रतिभा, जुनून और ज़िंदगी के रंगों को अपनी अनूठी शैली व मातृभाषा में दुनिया के साथ साझा कर रहा है। इसके ज़रिए जहाँ स्थानीय समुदाय अपनी परंपराओं को जीवित रख रहे हैं, वहीं दुनिया भर के दर्शक ऐसी अनसुनी कहानियों का अनुभव कर पा रहे हैं जो उन तक कभी पहुँच ही नहीं पातीं। आज भारतीय संस्कृति का प्रसार प्रशंसकों (फैंस) के जुनून और जुड़ाव की रफ़्तार से पूरी दुनिया में हो रहा है।

15%+

भारत में चैनलों द्वारा निर्मित सामग्री पर व्यतीत होने वाले 15% से अधिक वॉच टाइम का स्रोत भारत के बाहर से है (अक्टूबर 2025 तक)**

75%

75% दर्शक कहते हैं कि YouTube उन्हें अपने स्थानीय इतिहास और संस्कृति से संबंधित सामग्री खोजने में मदद करता है।*

हर उम्र के लिए सुरक्षा उपाय

2015 से, YouTube बच्चों के हर उम्र और पड़ाव के अनुसार उनका अनुभव बेहतर बनाने के लिए समर्पित है। यहाँ छोटे बच्चों के लिए नई चीज़ें सीखने का सुरक्षित माहौल है, तो किशोरों को अपनी पसंद का कंटेंट तलाशने (एक्सप्लोर करने) की आज़ादी मिलती है—और 'फैमिली सेंटर' जैसे टूल्स से माता-पिता को सीधा नियंत्रण भी मिलता है। सोने का समय तय करने और ब्रेक लेने के रिमाइंडर्स से लेकर उम्र के अनुसार कंटेंट चुनने तक, हर परिवार अपने नियम खुद बना सकता है। विशेषज्ञों की मदद से तय नियम किशोरों को ज्ञानवर्धक और उपयुक्त वीडियो की ओर ले जाते हैं, वहीं कठिन दौर से गुज़र रहे युवाओं को सही और सहारा देने वाली आवाज़ें मिलती हैं। नई चीज़ें सीखने, समझने और आगे बढ़ने के लिए YouTube एक बेहतरीन मंच है।

74%

YouTube का उपयोग करने वाले 74% अभिभावक कहते हैं कि YouTube (या 13 वर्ष से कम उम्र के बच्चों के लिए YouTube Kids) उनके बच्चों द्वारा दुनिया की खोज में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।*

विशेषज्ञों द्वारा समर्थित

YouTube के कंटेंट गाइडलाइन्स, द क्वांटम हब (TQH) और सेव द चिल्ड्रन जैसे संगठनों के विशेषज्ञों के सहयोग से तैयार किए गए हैं।



@Talwiinder

“एक आर्टिस्ट के तौर पर मुझे हमेशा से पता था कि YouTube चैनल कितना अहम है। यह न केवल मेरे म्यूज़िक को दुनिया भर के लोगों तक पहुँचाता है, बल्कि मेरी कमाई का भी एक बड़ा जरिया है।”

तलविंदर सिंह सिद्धू
तलविंदर



भारतीय समुदायों द्वारा संचालित। अवसरों के लिए निर्मित।

जहाँ भारतीय संस्कृति दुनिया तक पहुँचती है

भारत में सिर्फ एक नहीं, बल्कि हजारों संस्कृतियाँ हैं। और आज पहले से कहीं ज़्यादा लोगों को अपनी बात रखने के लिए मंच और दर्शक मिल रहे हैं। राजस्थान का कोई लोकगायक हो, पूर्वोत्तर का बुनकर, या फिर अपने पारिवारिक व्यंजनों को सहेजता कोई होम-कुक—हर कोई अपनी प्रतिभा, जुनून और जीवनशैली को अपनी ही भाषा में दुनिया के सामने रख सकता है। समुदाय इस पहुँच का उपयोग अपनी परंपराओं को सहेजने और उन्हें आगे बढ़ाने के लिए कर रहे हैं, वहीं दूसरी ओर दर्शक ऐसी कहानियों से रूबरू हो रहे हैं, जिन्हें वे YouTube के बिना कभी अनुभव न कर पाते।

75% **160M+**

75% दर्शक कहते हैं कि YouTube उन्हें अपने स्थानीय इतिहास और संस्कृति से संबंधित सामग्री खोजने में मदद करता है।*

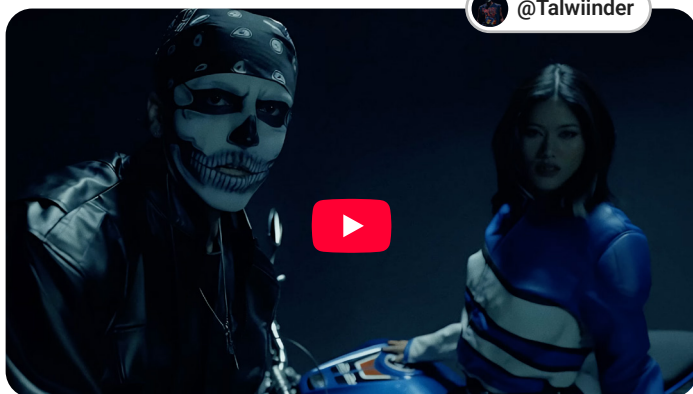
पिछले वर्ष में भारतीय चैनलों द्वारा 160 मिलियन से अधिक घंटे की सामग्री अपलोड की गई।*



@DaminiBhatla

भारत के सांस्कृतिक क्षण यहाँ घटित होते हैं।

यहीं पर भारत अपनी पसंदीदा चीज़ों का जश्न मनाने के लिए एकजुट होता है। चाहे कोई नया म्यूज़िक वीडियो हो, देर रात का कॉमेडी शो, तमिल में कुकिंग सीरीज़, या फिर क्रिकेट मैच के दौरान स्क्रीन पर दिखने वाला ज़बरदस्त रोमांच—यह सब यहीं देखने को मिलता है। दर्शक अपनी प्रतिक्रिया देते हैं और इन्हें बार-बार देखते हैं, जिससे कोई अद्वितीय सांस्कृतिक क्षण दिनों तक चलने वाली चर्चा में बदल जाता है। लंबे फ़ॉर्मेट वाले वीडियो, पॉडकास्ट और रिएक्शन के ज़रिए फ़ैंस को अपनी पसंदीदा चीज़ों से और गहराई से जुड़ने का मौका देते हैं, जो पारंपरिक टेलीविज़न प्रसारण खत्म होने के बहुत बाद तक जारी रहता है।



@Talwiinder

93%

93% दर्शकों ने पिछले वर्ष YouTube पर संगीत वीडियो, संगीत समारोह या पुरस्कार समारोह देखे होने की सूचना दी।*

78%

पॉडकास्ट सुनने वालों में से 78% कहते हैं कि वे वीडियो वाले पॉडकास्ट देखना पसंद करते हैं।*

दुनिया भारत को देख और सुन रही है।

जहाँ दामिनी भट्टला जैसी स्वतंत्र कलाकार हर महाद्वीप के श्रोताओं तक अपनी पहुँच बना सकती हैं, वहीं टी-सीरीज़ और सारेगामा जैसे म्यूज़िक लेबल पुराने और नए भारतीय संगीत को प्रवासी भारतीयों और नए श्रोताओं तक पहुँचाते हैं।

यहाँ तक कि क्षेत्रीय भाषाओं के क्रिएटर्स भी अपने राज्यों से दूर-दूर तक अपने प्रशंसक बना रहे हैं, और इन दर्शकों का एक बड़ा हिस्सा भारत के बाहर से आता है। आज भारतीय संस्कृति ग्लोबल फैंस के दम पर नई ऊँचाइयों को छू रही है।

15%+

भारत में चैनलों द्वारा निर्मित सामग्री पर व्यतीत होने वाले 15% से अधिक वॉच टाइम का स्रोत भारत के बाहर से है (अक्टूबर 2025 तक)**

81%

YouTube चैनल वाली 81% मीडिया कंपनियाँ कहती हैं कि YouTube उन्हें दुनिया भर में नए दर्शकों तक पहुँचने में मदद करता है।*

72%

YouTube पर मौजूद 72% संगीत कंपनियाँ कहती हैं कि YouTube क्रिएटर साझेदारी अगले पांच वर्षों में राजस्व वृद्धि का अवसर प्रदान करेगी।*



@antaranandy

@SanjuRathodSR



संजू राठौड़ ने अपने मराठी संगीत के सपने को अंतरराष्ट्रीय मंच पर पहुँचाया।

संजू राठौड़ के लिए संगीत कभी सिर्फ एक शौक नहीं था; यह एक आजीवन जुनून था और एक ऐसा सपना था जिसे वे चाहते थे कि लोग केवल सुनें ही नहीं, बल्कि देखें भी।

YouTube ने उनके इस विज़न को एक नया आयाम दिया, जिससे वे अपने गानों को वीडियो के रूप में रिलीज़ कर सके और अपने राज्य से कहीं दूर तक दर्शकों तक पहुँच बना सके। उनके करियर में निर्णायक मोड़ तब आया, जब उनका गाना “बाप्पा वाला गाना” 10 लाख (1 मिलियन) से ज़्यादा व्यूज़ पाने वाला पहला ट्रैक बना। इस सफलता ने संजू का यह विश्वास पक्का कर दिया कि लोग उनके संगीत से जुड़ रहे हैं। इसके बाद “गुलाबी साड़ी” और “शाकी” जैसे गाने आए, जो देश भर में लोगों की जुबान पर चढ़ गए और मराठी संगीत को दुनिया भर के श्रोताओं तक पहुँचाया।

YouTube के ज़रिए ही संजू उन प्रोड्यूसर्स, डायरेक्टर्स और म्यूज़िशियंस से जुड़े, जो आज उनके काम को निखार रहे हैं। इस टीम ने उन्हें शुरुआती दौर के एक शर्मीले कलाकार से मुंबई के बिलबोर्ड्स और फ़िल्मफ़ेयर के मंच तक पहुँचाने में मदद की। जल्द ही उनका नया एल्बम और ग्लोबल कोलेबोरेटिव प्रोजेक्ट्स आने वाले हैं, और इस पूरे सफ़र के अगले पड़ाव को तय करने में YouTube आज भी सबसे अहम भूमिका निभा रहा है।

6.8M

सब्स

3.4B

व्यूज़

“इमानदारी से कहूँ तो, YouTube के बिना मैं आज जहाँ हूँ, वहाँ नहीं होता। इसने मुझे अपना दर्शक वर्ग खोजने, अपना करियर बनाने और अपने संगीत को दुनिया भर के लोगों तक पहुँचाने में मदद की।।”

संजू राठौड़



निर्माताओं और साझेदारों द्वारा संचालित। अवसर के लिए निर्मित।

जहाँ भारतीय रचनाकार विचारों को आजीविका में बदलते हैं

पूरे भारत में लोग एक विचार, एक कौशल या एक शिल्प को अपनी आजीविका का साधन बना रहे हैं। कोची में एक कुक, इंदौर में एक बिल्डर, शिलांग में एक संगीतकार – प्रत्येक अपनी आवाज़ पाता है और कुछ स्थायी बनाता है।

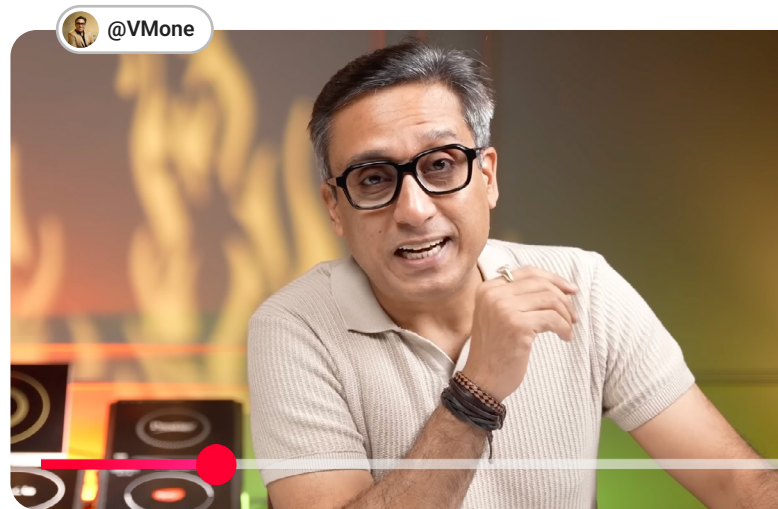
YouTube रचनाकारों को अपने दर्शक बढ़ाने और राजस्व अर्जित करने के लिए प्लेटफ़ॉर्म प्रदान करता है। उस आय से, रचनाकार टीमें नियुक्त कर सकते हैं और अपने व्यावसायिक संचालन का विस्तार कर सकते हैं। जो एकल चैनल के रूप में शुरू होता है, वह एक फलता-फूलता व्यवसाय बन जाता है, जो सहयोगियों, आपूर्तिकर्ताओं और उनके आसपास के पूरे समुदाय के लिए नौकरियाँ और अवसर पैदा करता है।

₹18,000 करोड़

YouTube के रचनात्मक पारिस्थितिकी तंत्र ने 2025 में भारत के जीडीपी में ₹180 अरब / ₹18,000 करोड़ से अधिक का योगदान दिया।*

960K+

YouTube के रचनात्मक पारिस्थितिकी तंत्र ने 2025 में भारत में 960,000 से अधिक पूर्णकालिक समकक्ष (FTE) नौकरियों का समर्थन किया।*



एकल चैनलों से लेकर पूर्ण स्टूडियो तक

भारत के कई सबसे प्रसिद्ध रचनाकार अब अकेले काम नहीं करते। वे लेखकों, संपादकों और कू के साथ प्रोडक्शन कंपनियाँ चलाते हैं, अपनी शूटिंग खुद कमीशन करते हैं, और ऐसी बौद्धिक संपदा (आईपी) का निर्माण करते हैं जो एक ही चैनल से कहीं आगे तक जाती है। उनके साथ-साथ ऐसे छोटे रचनाकार और चैनल भी हैं जो अपनी पहली दर्शक संख्या तलाश रहे हैं, और रचनात्मक व वित्तीय स्वतंत्रता की चाह से प्रेरित होकर आगे बढ़ रहे हैं। मिलकर, वे रोज़मर्रा की रचनात्मकता को वास्तविक रोज़गार के एक पारिस्थितिकी तंत्र में बदल देते हैं।



18K+ 93%

18K से अधिक चैनलों के
1M से अधिक सब्सक्राइबर हैं**

93% रचनाकार जो कहते हैं कि उनका मीडिया और मनोरंजन करियर है, उन्होंने वह करियर YouTube पर शुरू किया।*

स्थानीय अर्थव्यवस्थाओं में रचनाकारों की सफलता की लहरें

फलीभूत चैनल अर्थव्यवस्था की कई परतों को लाभ पहुँचाते हैं। रचनाकार संपादकों और कैमरा ऑपरेटरों को भुगतान करते हैं, स्टूडियो स्थान का किराया देते हैं, कुशल पेशेवरों को नियुक्त करते हैं, और स्थानीय आपूर्तिकर्ताओं से खरीदारी करते हैं। परिणामस्वरूप, जयपुर, लखनऊ और कोची जैसे शहरों में छोटे रचनात्मक क्लस्टर उभर आए हैं, जो स्थानीय पेशेवरों की बड़ी संख्या को मूल्यवान प्रशिक्षण और अनुभव प्रदान कर रहे हैं। इसके अलावा, छोटे और मध्यम व्यवसाय इस रचनात्मक पारिस्थितिकी तंत्र का उपयोग नए ग्राहकों तक पहुँचने और अपने संचालन को बढ़ाने के लिए करते हैं – यह साबित करते हुए कि जब एक रचनाकार बढ़ता है, तो उसका पूरा समुदाय उसके साथ बढ़ता है।

300K+ **73%**

YouTube से कमाई करने वाले क्रिएटर्स ने पिछले साल 300K से अधिक प्रशिक्षुओं का समर्थन किया।*

YouTube चैनल वाले 73% लघु और मध्यम आकार के व्यवसाय (SMBs) कहते हैं कि उनकी YouTube उपस्थिति ने उन्हें प्लेटफॉर्म से परे अपना व्यवसाय बढ़ाने में मदद की (जैसे कि स्थानीय भौतिक दुकानों का विस्तार, ब्रांड सौदे, या अतिरिक्त ऑनलाइन स्टोर)।*

वास्तविक विकास, महानगरों से लेकर गांवों तक

यह सफलता कभी केवल महानगरों की कहानी नहीं रही। छोटे शहरों, कस्बों और गाँवों के क्रिएटर्स भी अब बेहतरीन कमाई कर रहे हैं, और हर साल महत्वपूर्ण आय अर्जित करने वालों की संख्या तेज़ी से बढ़ रहा है। विशेष रूप से क्षेत्रीय भाषाओं के चैनल्स अपनी विशाल दर्शक संख्या के बल पर स्थायी और निरंतर राजस्व उत्पन्न कर रहे हैं। यह इकोसिस्टम उन लोगों के लिए भी रोज़गार और आय का एक सशक्त माध्यम बन रहा है, जो मुख्यधारा की औपचारिक अर्थव्यवस्था से दूर थे। साथ ही, यह देश के हर हिस्से के क्रिएटर्स को भाषा और भूगोल की पुरानी बाधाओं से मुक्त कर रहा है।

+30%

6 अंकों या उससे अधिक की आय (भारतीय रुपये में) कमाने वाले YouTube चैनलों की संख्या साल-दर-साल 30% से अधिक बढ़ी है।**

73%

YouTube से कमाई करने वाले 73% क्रिएटर कहते हैं कि YouTube उनकी आय का मुख्य स्रोत है।*



सिंपलघर ने ईमानदार प्रोडक्ट रिव्यू को सात भाषाओं में पूर्णकालिक करियर का ज़रिया बना दिया

जब SimpleGhar के निर्माताओं ने देखा कि भारतीय ऑनलाइन खरीदारी के निर्णय कैसे लेते हैं, तो उन्हें एहसास हुआ कि खरीदार उन चीज़ों पर खर्च करना पसंद करते हैं जो सिर्फ एक छवि और विवरण से कहीं ज़्यादा हों।

तो 2022 के अंत में, इस समस्या को ठीक करने में मदद करने के लिए SimpleGhar को लॉन्च किया गया – उत्पादों को खरीदना और उनका परीक्षण करना, ईमानदार समीक्षाएं देना, और परिणाम साझा करना। YouTube ने इस विचार को बढ़ने के लिए जगह दी। क्षेत्रीय-भाषा के वीडियो और शॉर्ट्स को दर्शक मिले और उन्होंने तेज़ी से विश्वास बनाना शुरू कर दिया। और जब YouTube Shopping ने खरीदारी खोज यात्रा को सरल बना दिया, तो यह चैनल एक वास्तविक व्यवसाय में बदल गया।

जो शुरुआत घरेलू स्टूडियो में एक कैमरे से तेलुगु में हुई थी, वह अब छह भाषाओं (और आने वाली अन्य भाषाओं) में फैल चुकी है, और इसमें 35 संपादकों, शोधकर्ताओं, वीडियोग्राफ़रों और एंकरों की एक टीम काम करती है। कई लोगों ने बिना किसी कंटेंट निर्माण अनुभव के शुरुआत से अपना करियर गढ़ा है। उपकरणों में लगातार निवेश और स्थानीय उत्पाद परीक्षण के साथ, यह टीम दिखा रही है कि कैसे एक अच्छा, उपयोगी विचार भारत में कहीं भी टिकाऊ आजीविका का साधन बन सकता है।

6.6M

सब्स

11.8B

व्यूज़

“YouTube ने हमें एक वास्तविक उद्देश्य पर आधारित कंपनी बनाने के लिए प्लेटफॉर्म, वितरण, मुद्रीकरण के उपकरण, और दर्शकों के साथ संबंध दिए।”

अनुषा मारोजू
सिंपलघर



भारतीय कौशल से प्रेरित। अवसर के लिए निर्मित।

जहाँ भारतीय सीखते और बढ़ते हैं

भारत में, सीखना सिर्फ कक्षा तक सीमित नहीं है। कोई भी व्यक्ति, जिसके पास कोई सवाल हो, अपनी भाषा में और अपनी गति के अनुकूल उस सवाल का जवाब देने वाला कोई विशेषज्ञ ढूँढ सकता है। हर उम्र के दर्शक YouTube पर अपनी रुचियों का पीछा करने, व्यावहारिक कौशल सीखने, या बस दुनिया को थोड़ा बेहतर समझने के लिए आते हैं। कई लोग ऐसा ही करने वाले दूसरों को ढूँढते हैं और उनसे जुड़ते हैं। कोई भी कुछ भी सीखने की कोशिश कर रहा हो, YouTube का दरवाज़ा हमेशा खुला है।

93%

93% दर्शक रिपोर्ट करते हैं कि वे किसी विशेष रुचि पर जानकारी इकट्ठा करने और/या अपने ज्ञान का विस्तार करने के लिए YouTube का उपयोग करते हैं।*

73%

73% दर्शक कहते हैं कि YouTube सभी को सीखने और बढ़ने के समान अवसर प्रदान करता है।*



@KhabarLahariyaDigital



@ISHNews

जहाँ शिक्षार्थी उत्तर और समुदाय दोनों पाते हैं

परीक्षाओं की तैयारी कर रहे लाखों भारतीय छात्रों के लिए, प्रतिभाशाली शिक्षक बस एक टैप दूर हैं, चाहे वे कहीं भी रहें – और यही विशेषज्ञ समर्थन जीवन के चुनौतीपूर्ण क्षणों में भी उसी स्तर पर उपलब्ध रहता है। तनाव या चिंता का सामना करते समय, छात्र समझ और मार्गदर्शन के लिए डॉक्टरों, रचनाकारों और समुदायों के एक नेटवर्क की ओर रुख कर सकते हैं। लगभग हर विषय के लिए एक समुदाय है जो एक साथ सीखता, साझा करता और बढ़ता है।

89%

YouTube का उपयोग करने वाले 89% शिक्षकों का कहना है कि YouTube छात्रों को ऐसी शैक्षिक सामग्री तक पहुँच प्रदान करता है जो उन्हें अन्यथा नहीं मिल पाती।*

78%

YouTube पर मानसिक स्वास्थ्य विषयों की खोज करने वाले 78% दर्शक कहते हैं कि यह प्लेटफ़ॉर्म समर्थन के लिए एक ऐसा स्थान है जहाँ वे जा सकते हैं।*

विश्वसनीय आवाज़ें एक गहरा और व्यापक दृष्टिकोण प्रदान करती हैं।

YouTube पर सीखने के लिए उच्च-गुणवत्ता वाले रचनाकारों की विविधता लगातार बढ़ रही है। आज तक और प्रसार भारती जैसी मीडिया कंपनियाँ स्वतंत्र शिक्षकों, पेशेवरों, टिप्पणीकारों और विषय विशेषज्ञों के साथ मिलकर काम कर रही हैं- जहाँ हर कोई विषयों पर अपना अनूठा दृष्टिकोण जोड़ता है। जब कोई बड़ी खबर आती है, तो लोग कई विश्वसनीय आवाज़ों के माध्यम से पूरी तस्वीर समझ सकते हैं। विज्ञान, वित्त या कानून जैसे जटिल विषय जब कोई रचनाकार उन्हें सरल तरीके से समझाता है तो उन्हें समझना कहीं आसान हो जाता है।

79%

YouTube पर समाचार खोजने वाले 79% दर्शक कहते हैं कि यह मंच वर्तमान घटनाओं की जानकारी का उच्च-गुणवत्ता वाला स्रोत है।*

88%

YouTube का उपयोग करने वाले 88% शिक्षकों का कहना है कि YouTube वीडियो जटिल मुद्दों को इस तरह समझाने में मदद करते हैं कि छात्र उन्हें समझ सकें।*

काम, जीवन और विकास के लिए कौशल

YouTube पर कई सीखने के संसाधन व्यावहारिक दृष्टिकोण वाले होते हैं। एक दुकानदार बुनियादी लेखांकन सीखता है, एक गृहिणी नई रेसिपी में महारत हासिल करती/करता है, एक स्नातक पहली नौकरी की मांग के अनुसार AI कौशल विकसित करता है। अन्य लोग खगोल विज्ञान से लेकर शास्त्रीय संगीत तक, अपनी रुचि के विषयों को तब तक गहराई से समझते हैं जब तक कि वे उन्हें पूरी तरह से जान न लें। वही जगह जो एक त्वरित 'कैसे करें' प्रश्न का उत्तर देती है, समय के साथ शुरुआती लोगों को वास्तव में कुशल प्रेक्टिशनर में बदल सकती है।

82%

82% दर्शक कहते हैं कि उन्होंने YouTube के माध्यम से किसी विशेष चुनौती पर अपने ज्ञान का वित्ता कर लिया है।*



ISH @ISHNews



खबर लहरिया ने ग्रामीण भारत की एक भरोसेमंद आवाज़ के तौर पर अपनी जगह बनाई

सह-स्थापक कविता देवी ने 'खबर लहरिया' की स्थापना महिलाओं के नेतृत्व वाली मीडिया उद्यमिता का एक नया मॉडल पेश करने के लिए की, जिससे हाशिए पर पड़े समुदायों की महिलाओं को स्थानीय पत्रकारिता का नेतृत्व करने और टिकाऊ करियर बनाने के लिए एक मंच मिला। YouTube इस दृष्टिकोण को विस्तार देने के लिए एक सशक्त माध्यम बना, जिसने ग्रामीण समुदायों तक सीधे पहुँचने का रास्ता बनाया।

ज़मीनी स्तर पर सक्रिय रूप से रिपोर्टिंग करने वाली महिलाओं ने स्थानीय समाचारों की कथा को नया आयाम दिया और दर्शकों को अपनी कहानियाँ, तस्वीरें और सुझाव साझा करके जुड़ने के लिए प्रोत्साहित किया। आज, यह पहल एक जीवंत पारिस्थितिकी तंत्र बन गई है। एक छोटे संपादन और प्रकाशन डेस्क के समर्थन से, लगभग पंद्रह महिला रिपोर्टरों की एक समर्पित फ़िल्ड टीम दैनिक संचालन को चलाती है। इसका व्यापक प्रभाव इस बात में निहित है कि उन्होंने दूसरों के लिए कैसे नए अवसर बनाये हैं: खबर लहरिया के न्यूज़रूम में प्रशिक्षित महिलाएँ अब अपने स्वयं के स्वतंत्र चैनल और दर्शक वर्ग का निर्माण कर रही हैं, और सार्वजनिक व डिजिटल स्थानों में आत्मविश्वास से अपनी जगह बना रही हैं।

615K

सब्स

193M

व्यूज

“जब हम YouTube पर आए, तो लोगों ने पहली बार अपने गाँव देखे, और उन्हें गर्व हुआ कि उनके गाँव की खबरें देखी जा रही थी।”

कविता देवी
खबर लहरिया



सुरक्षा के लिए डिज़ाइन किया गया। परिवारों के लिए बनाया गया।

हर उम्र के लिए सही मंच

पाँच, दस और पंद्रह साल की उम्र में हर बच्चा ज़िंदगी के एक अलग मोड़ पर होता है। इसलिए, हर बच्चे को सुरक्षित रूप से अपने अनूठे YouTube अनुभव का आनंद लेने में सक्षम होना चाहिए। 2015 से ही, हमारी प्राथमिकता हर उम्र के अनुकूल अनुभव तैयार करने की रही है: छोटे बच्चों के लिए बिना किसी झिझक के नए वीडियो एक्सप्लोर करने की जगह, किशोरों को थोड़ी और स्वतंत्रता, और माता-पिता के लिए उनकी गतिविधियों से आसानी से जुड़े रहने के स्पष्ट विकल्प। इसका नतीजा एक ऐसा प्लेटफॉर्म है जो बच्चों की बढ़ती ज़रूरतों के साथ खुद ढलता है, ताकि पूरा परिवार मिलकर उम्र के हिसाब से सही सामग्री की खोज कर सके।

74%

YouTube का उपयोग करने वाले 74% अभिभावक कहते हैं कि YouTube (या 13 वर्ष से कम उम्र के बच्चों के लिए YouTube Kids) उनके बच्चों द्वारा दुनिया की खोज में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।*



Bedtime starts at

11 : 00 PM

Cancel OK

स्क्रीन टाइम को प्रबंधित करने में मदद के लिए सोने से पहले की रिमाइंडर और अन्य सुविधाएँ।

Choose a content setting for Arya on YouTube Kids

All settings give you an option to choose specific content that Arya can watch



Preschool

Ages 4 and under



Younger

Ages 5-8



YouTube के पर्यवेक्षित अनुभव माता-पिता को बड़े बच्चों और किशोरों के लिए अनुकूलित सामग्री सेटिंग्स चुनने की अनुमति देते हैं।

आयु-उपयुक्तता पर आधारित

YouTube Kids ऐप और पर्यवेक्षित खातों के माध्यम से, माता-पिता अंतर्निहित सुरक्षा उपायों के साथ अपने बच्चों के लिए अनुभव को अनुकूलित कर सकते हैं। जैसे-जैसे बच्चे किशोर बनते हैं और अधिक स्वतंत्रता की मांग करते हैं, किशोर खातों में स्वतः अपनी सुरक्षा व्यवस्था होती है और माता-पिता के पास जुड़े रहने का विकल्प होता है। इससे यह सुनिश्चित होता है कि बच्चों को YouTube को अन्वेषण करने के लिए एक अधिक नियंत्रित वातावरण मिले। परिवारों द्वारा मिलकर निर्धारित शर्तों के अनुसार, हर चरण में बच्चों को थोड़ी और स्वतंत्रता मिलती जाती है।

92%

सर्वेक्षण में भाग लेने वाले 92% अभिभावकों, जिनके 10-17 वर्ष के बच्चे हैं और जिनोंने YouTube के नगिरानी वाले खाते के टूल का उपयोग किया है, उन्होंने कहा कि वे इस बात से सहमत हैं कि उनके बच्चे द्वारा उनके नगिरानी वाले YouTube खाते पर देखा गया कंटेंट उनकी उम्र के हिसाब से उपयुक्त है।**



*ऑक्सफ़ोर्ड इकॉनॉमिक्स के अनुसार

**इप्सोस द्वारा भारत में अगस्त 2025 में किए गए एक सर्वेक्षण के अनुसार

ऐसे टूल्स, जो परिवारों को निर्णय लेने का अधिकार देते हैं

हर बच्चा अलग होता है और कोई भी दो परिवार एक जैसे नियम नहीं चाहते। 'फैमिली सेंटर' (Family Center) के जरिए YouTube बच्चों की ऑनलाइन गतिविधियों और स्क्रीन-टाइम की बागडोर सीधा माता-पिता के हाथों में सौंपता है। सुपरवाइज्ड अकाउंट्स वाले बच्चों के अभिभावक सोने का समय (bedtime) तय करने और ब्रेक लेने के लिए अपनी पसंद के मुताबिक रिमाइंडर सेट कर सकते हैं। इसके अलावा, Shorts देखने की सीमा और ऐप के कुल इस्तेमाल पर टाइमर लगाकर स्क्रीन-टाइम को संतुलित रखा जा सकता है। YouTube हर परिवार को ऐसे टूल्स देने के लिए प्रतिबद्ध है, जिससे वे अपने बच्चों के लिए तकनीक के सही और सुरक्षित इस्तेमाल का दायरा खुद तय कर सकें।



शॉर्ट्स फीड सीमा

माता-पिता बच्चों के लिए 'शॉर्ट्स' स्क्रीन करने की दिनकी सीमा तय कर सकते हैं, और चाहें तो इसे 'जीरो मिनट' पर सेट करके फीड को पूरी तरह बंद भी कर सकते हैं—यह इस इंडस्ट्री में अपनी तरह का पहला फीचर है।



सोने का समय और ब्रेक लेने की रिमाइंडर

सुपरवाइज्ड अकाउंट्स वाले माता-पिता अपनी पसंद के अनुसार 'सोने के समय' और 'ब्रेक लेने' के रिमाइंडर सेट कर सकते हैं। वैसे तो किशोरों की सुरक्षा के लिए ये फीचर्स पहले से लागू रहते हैं, लेकिन माता-पिता अपने परिवार की जरूरतों के अनुकूल इन सेटिंग्स में बदलाव कर सकते हैं।

किशोरों के लिए प्रेरणादायक और गुणवत्तापूर्ण कंटेंट

सुरक्षा तो बस एक शुरुआत है। 'द क्वांटम हब' (TQH) और 'सेव द चिल्ड्रन' के विशेषज्ञों के साथ मिलकर, YouTube गुणवत्ता से जुड़े ऐसे नियम लागू करता है जो यह तय करते हैं कि किशोरों को किस तरह का कंटेंट रिकमेंड (सुझाया) किया जाए। इसका मकसद उन्हें ज्ञानवर्धक और उपयुक्त वीडियो की तरफ ले जाना है, साथ ही 18 साल से कम उम्र के यूजर्स तक अडल्ट (वयस्क) कंटेंट की पहुँच को रोकना है।

सुरक्षा के साथ-साथ उनके मानसिक स्वास्थ्य (wellbeing) का भी पूरा ध्यान रखा जाता है। जब युवा संवेदनशील या कठिन विषयों पर मदद तलाशते हैं, तो उन्हें विश्वसनीय और उनका मार्गदर्शन करने वाले वीडियो मिलते हैं। हमारा मकसद एक ऐसा सुरक्षित माहौल तैयार करना है, जो आने वाली पीढ़ी के युवाओं और लीडर्स को सही जानकारी देने के साथ-साथ प्रेरित भी करे।

78%

YouTube पर मानसिक स्वास्थ्य वषियों की खोज करने वाले 78% दर्शक कहते हैं कि यह प्लेटफॉर्म समर्थन के लिए एक ऐसा स्थान है जहाँ वे जा सकते हैं।*

*ऑक्सफोर्ड इकॉनॉमिक्स के अनुसार



वीआरयूवा ने एक ऐसा माहौल बनाया जहाँ युवाओं की बात सुनी जाती है।

निखिल तनेजा ने 2019 में 'यूवा' (Yuvaa) की स्थापना एक स्पष्ट सोच के साथ की थी—मानसिक स्वास्थ्य से लेकर अकेलेपन तक, युवाओं की असली चिंताएँ अब तक अनसुनी ही थीं, और इस दिशा में कुछ करने का वक्त आ गया था। यूथ मीडिया में सालों तक काम करने के बाद, वे एक ऐसा चैनल बनाना चाहते थे जो इन मुद्दों को ईमानदारी से सुने और उनसे जुड़े।

यह बड़ी सफलता उन्हें YouTube पर मिली। मानसिक स्वास्थ्य को लेकर माता-पिता के लिए बनाई गई उनकी एक शुरुआती शॉर्ट फ़िल्म को 10 लाख (1 मिलियन) से ज्यादा व्यूज़ मिले। महामारी के कठिन दौर में 'यूवा' एक ऐसा जरिया बना, जहाँ अकेलेपन से जुड़ा रही एक पूरी पीढ़ी को यह अहसास हुआ कि कोई उन्हें समझ रहा है। पॉजिटिव मस्क्युलिनिटी पर आधारित उनके शो, 'बी ए मैन' (Be A Man) ने युवा पुरुषों को अपनी भावनाओं पर खुलकर बात करने का एक सुरक्षित मंच दिया, जिसे देश भर से लाखों दर्शकों का प्यार और संदेश मिले।

आज, 'यूवा' लाखों युवाओं तक पहुँचता है, छात्रों के साथ लाइव टाउन हॉल आयोजित करता है, और इस काम को आगे बढ़ाने के लिए मुंबई में एक नया स्टूडियो तैयार कर रहा है—ताकि कठिन विषयों और परिस्थितियों के बीच अपनी राह तलाश रही इस पीढ़ी को एक विश्वसनीय और सहारा देने वाली आवाज़ मिल सके।

499K

सब्स

352.8M

व्यूज़

“हम एक उद्देश्य-संचालित संगठन हैं और YouTube ने हमें यह विश्वास दिलाया कि हमारा यह उद्देश्य देश भर के युवाओं और माता-पिता के दिलों तक पहुँचता है”

निखिल टंडन
वीआरयूवा



2025 में भारत में YouTube के प्रभाव के बारे में अधिक जानने के लिए, QR कोड स्कैन करें।