MINISTÈRE
DE L'EUROPE
ET DES AFFAIRES
ÉTRANGÈRES
Liberté
Égalité
Fraternité

DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES
———
SOUS-DIRECTION DE L'ATTRACTIVITÉ ET DES RECRUTEMENTS
———
Bureau des concours et examens professionnels

Concours externe, concours interne et troisième concours pour l'accès à l'emploi de secrétaire des affaires étrangères (cadre d'Orient) au titre de l'année 2026

Épreuve écrite d'admissibilité n°4

Mercredi 26 novembre 2025

Hindi

Section Asie méridionale et Extrême-Orient

Durée totale de l'épreuve : 3 heures - Coefficient : 3
Toute note inférieure à 10 sur 20 est éliminatoire.
Dictionnaire autorisé

Réponses courtes, dans la langue choisie au moment de l'inscription, à des questions à partir d'un dossier composé dans cette même langue permettant d'apprécier les connaissances linguistiques et l'aptitude à formuler des réponses complexes sur les sujets d'actualité en lien avec la section choisie.

Ce dossier comporte 5 pages (page de garde, sujet et sommaire non compris)

Sommaire

Document 1 1
Document 2 2
Document 3 3
Document 4 4

Questions

Question 1 (8 points) :

भारत में युवाओं में बेरोज़गारी की समस्या के मुख्य कारण क्या हैं?

Question 2 (7 points) :

सत्ता परिवर्तन में सोशल मीडिया का क्या महत्व है?

Question 3 (5 points) :

क्या सोशल मीडिया पर कानूनी नियंत्रण करना आवश्यक है?

Document 1

भारत में शिक्षित युवाओं के बेरोजगार होने की संभावना अधिक, हैरान करने वाली है आईएलओ की ये रिपोर्ट

अमर उजाला | 29 मार्च 2024

अंतर्राष्ट्रीय श्रम संगठन ने भारत के श्रम बाजार पर एक रिपोर्ट पेश की है। ये रिपोर्ट काफी हैरान करने वाली है। इसमें बताया गया है कि अधिक पढ़े-लिखे भारतीय युवा ज्यादा बेरोजगार हैं।

अंतर्राष्ट्रीय श्रम संगठन (ILO) के अनुसार, भारत में बिना स्कूली शिक्षा वाले युवाओं की तुलना में उच्च शिक्षित युवाओं के बेरोजगार होने की संभावना अधिक है। भारत के श्रम बाजार पर आईएलओ की एक नई रिपोर्ट के अनुसार, 2022 में स्नातकों के लिए बेरोजगारी दर 29.1% थी, जो पढ़ या लिख नहीं सकने वाले लोगों की 3.4% से लगभग नौ गुना अधिक है। माध्यमिक या उच्च शिक्षा प्राप्त युवाओं के लिए बेरोजगारी दर 18.4% थी, जोकि छह गुना अधिक थी।

ब्लूमबर्ग की रिपोर्ट के अनुसार, आईएलओ ने कहा, "भारत में बेरोजगारी मुख्य रूप से युवाओं, विशेषकर माध्यमिक स्तर या उससे अधिक शिक्षा प्राप्त युवाओं के बीच एक समस्या थी और समय के साथ यह बढ़ती गई।" आईएलओ ने कहा, "भारत में युवा बेरोजगारी दर अब वैश्विक स्तर से अधिक है।"

आंकड़े बताते हैं कि लेबर फोर्स का कौशल बाजार में पैदा होने वाली नौकरियों से मेल नहीं खाता है। इसको लेकर भारतीय रिजर्व बैंक के पूर्व गवर्नर रघुराम राजन जैसे जाने-माने अर्थशास्त्री ने भी पहले चेतावनी दी थी। उनका चेतावनी में रेखांकित किया गया था कि भारत की खराब स्कूली शिक्षा समय के साथ इसकी आर्थिक संभावनाओं में बाधा बनेगी।

चीन में, 16-24 आयु वर्ग के युवाओं की बेरोजगारी दर वर्ष के पहले दो महीनों में बढ़कर 15.3% हो गई, जो शहरी आबादी की 5.3% दर से लगभग तीन गुना अधिक है।

जबकि 15-29 आयु वर्ग के युवा बेरोजगार भारतीयों की हिस्सेदारी 2000 में 88.6% से घटकर 2022 में 82.9% हो गई, जबकि शिक्षित युवाओं की हिस्सेदारी इस अवधि में 54.2% से बढ़कर 65.7% हो गई, जैसा कि आईएलओ के आंकड़े बताते हैं।

आंकड़े बताते हैं कि शिक्षित बेरोजगार युवाओं में महिलाओं की हिस्सेदारी 76.7% है, जबकि पुरुषों की संख्या 62.2% है। ग्रामीण क्षेत्रों की तुलना में शहरी क्षेत्रों में बेरोजगारी भी अधिक थी। ILO ने कहा कि भारत में महिला श्रम बल भागीदारी दर दुनिया में सबसे कम, लगभग 25% है।

रिपोर्ट में कहा गया है, "इससे पता चलता है कि भारत में बेरोजगारी की समस्या युवाओं, विशेषकर शहरी क्षेत्रों के शिक्षित लोगों के बीच तेजी से केंद्रित हो गई है।"

शोधकर्ताओं ने यह भी पाया कि 2000 से 2019 तक युवाओं के रोजगार और अल्परोजगार में वृद्धि देखी गई, लेकिन कोविड-19 महामारी के वर्षों के दौरान इसमें गिरावट आई। आईएलओ ने कहा कि डिजिटल प्लेटफॉर्म ने कर्मचारियों और स्व-रोजगार व्यक्तियों के बीच अंतर को धुंधला कर दिया है, जिससे श्रमिकों की भलाई और कामकाजी परिस्थितियों के लिए नई चुनौतियां पैदा हो रही हैं।

रिपोर्ट में तथाकथित गिग नौकरियों, या खाद्य वितरण ड्राइवरों जैसे अस्थायी और कम भुगतान वाले रोजगार में वृद्धि के बारे में भी आगाह किया गया है।

Document 2

AI के असर से TCS, Google, Wipro, Microsoft में बड़े पैमाने पर छंटनी, 70 हजार से ज्यादा नौकरियां गईं

Asianet News | 29 अक्टूबर 2025

आज दुनिया की सबसे बड़ी टेक और IT कंपनियों में AI के बढ़ते दबाव के कारण कर्मचारियों की छंटनी की खबरें लगातार सामने आ रही हैं। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) अब सिर्फ टेक्नोलॉजी का हिस्सा नहीं बल्कि कंपनियों के काम करने का नया तरीका बन गया है। इसके चलते कई कंपनियां अब कर्मचारियों की संख्या घटाकर खर्च कम करने और काम की गति बढ़ाने पर ध्यान दे रही हैं। भारत और विदेशों में TCS, Wipro, HCL Tech, Google, Microsoft, Salesforce, Accenture जैसी बड़ी कंपनियों ने लाखों कर्मचारियों की नौकरी पर सवाल खड़ा कर दिया है। आंकड़ों के अनुसार इस फाइनेंशियल ईयर में अबतक 70 हजार से ज्यादा नौकरियां कम की गई हैं।

भारत की सबसे बड़ी IT कंपनी TCS ने 2025-26 फाइनेंशियल ईयर में करीब 12,000 कर्मचारियों को निकालने का फैसला किया है। यह कुल ग्लोबल वर्कफोर्स का लगभग 2% है। कंपनी का मकसद AI के तेजी से बढ़ते इस्तेमाल के बीच अपने कामकाज में सुधार करना और स्ट्रक्चरल बदलाव लाना है। साथ ही, अप्रैल-जून 2025 की तिमाही में कर्मचारियों के कंपनी छोड़ने की दर 13.8% रही, जो पिछले साल से थोड़ी ज्यादा है।

ग्लोबल सर्च इंजन दिग्गज Google ने अपने डिजाइन विभाग से 100 कर्मचारियों को निकाल दिया। कंपनी का कहना है कि AI प्रोजेक्ट्स और इंफ्रास्ट्रक्चर पर ध्यान बढ़ाने के लिए यह कदम जरूरी था।

Wipro ने आधिकारिक रूप से घोषणा नहीं की, लेकिन रिपोर्ट्स के मुताबिक कंपनी ने 24,516 नौकरियों को कम किया। वहीं, HCL Tech ने 2024 में डिवेस्टमेंट और रियलाइनमेंट के चलते लगभग 8,000 कर्मचारियों की छंटनी की।

AI के तेजी से बढ़ते प्रभाव और अमेरिका में H-1B वीजा फीस में बढ़ोतरी के प्रस्ताव ने IT सेक्टर पर ग्लोबल दबाव बढ़ा दिया है। कंपनियां अब AI का इस्तेमाल करके खर्च कम करना और काम की क्षमता बढ़ाना चाहती हैं। इसका सीधा असर कर्मचारियों की नौकरी की सुरक्षा पर पड़ रहा है। कुल मिलाकर, टेक सेक्टर में अब AI केवल सुविधा नहीं बल्कि कर्मचारियों की संख्या और काम करने की प्रक्रिया को पूरी तरह बदलने वाला फैक्टर बन गया है।

टेक कंपनियों में काम करने वाले लोगों की मुश्किलें खत्म होने का नाम ही नहीं ले रही, आए दिन कोई न कंपनी बड़े पैमाने पर छंटनी की घोषणा कर रही है. 2025 में अब तक Amazon, Microsoft, Google और Intel जैसी कई बड़ी कंपनियां हजारों लोगों को बाहर का रास्ता दिखा चुकी हैं.

Document 3

सत्ता बदलती सोशल मीडिया !

https://www.newsnationtv.com/

नेपाल में बेरोजगारी, महंगाई, सोशल मीडिया बैन, भाई-भतीजावाद और भ्रष्टाचार के चलते राजनीतिक नुमाइंदों के खिलाफ बुरे हालात दिखे! बीते सालों में हुए कई बड़े घोटालों से जनता का भरोसा टूट गया!

नेपाल की ही तर्ज पर फ्रांस में करीब एक लाख प्रदर्शनकारी सड़कों पर उतरे. प्रदर्शन की बड़ी वजह मुल्क में राजनितिक अस्थिरता और बेहाल जनता. बजट में कटौती के बाद मैक्रों के इस्तीफे की मांग के साथ प्रदर्शनकारियों को सड़क पर उतरना पड़ा. मैक्रों भले दिसंबर 2027 तक अपना कार्यकाल पूरा करने का दम भर रहे हों लेकिन उन्हीं के देश में एक साल में 4 प्रधानमंत्रियों को पद छोड़ना पड़ा है. जानकार भले फ्रांस की तुलना नेपाल से करना बेमानी बता रहे हों लेकिन इसमें कोई शक नहीं कि फ्रांस में जनता का गुस्सा पनप रहा है.

48% आबादी सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर एक्टिव

फ्रांस से लेकर नेपाल में युवाओं की नाराजगी जाहिर करने में एक बात कॉमन है - सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स. नेपाल की 55% आबादी इंटरनेट का इस्तेमाल करती है. 48% आबादी सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर एक्टिव है. ये आंकड़े उस देश के हैं जिसकी 65% आबादी 35 साल सेे कम है. इसी युवा आबादी या कहिये Gen-Z ने नेपाल सरकार का दम तोड़ दिया. वैसे नेपाल में तख्तापलट या फ्रांस में सड़कों पर नाराजगी कोई पहला मामला नहीं है, जिसके पीछे सोशल मीडिया ने अहम् भूमिका निभाई हो. पिछले 15 साल में कई देशों में सोशल मीडिया में ऐसा बगावती सुर उठा कि सरकारें जनता के सामने नतमस्तक हो गई. बड़ी बड़ी तानाशाही सरकारें सोशल मीडिया के आवेग में बह गई. जुलाई 2022 में श्रीलंका में सोशल मीडिया की ताकत दिखी थी. आर्थिक तंगी समेत कई मुद्दों को लेकर तत्कालीन राष्ट्रपति गोटाबाया राजपक्षे के खिलाफ बड़ा प्रोटेस्ट हुआ. प्रदर्शन करने वाले लोग संसद भवन और राष्ट्रपति हाउस में घुस गए. राजपक्षे को देश छोड़कर भागना पड़ा. पिछले साल यानी 2024 में बांग्ला देश के तख्तापलट में भी सोशल मीडिया ने बड़ी भूमिका निभाई थी. बांग्लादेश में भ्रष्टाचार, मानवाधिकार उल्लंघन और आरक्षण नीति पर छात्रों के हिंसक प्रदर्शन में हुई पुलिस फायरिंग में 300 से ज्यादा लोगों की मौत हुई. नतीजा न सिर्फ शेख हसीना की सरकार गिरी बल्कि उन्हें मुल्क छोड़कर भागना पड़ा. उस छात्र आंदोलन को 'दूसरा स्वतंत्रता संग्राम तक कहा गया.

सोशल मीडिया पर छाई वो क्रांति जिसने भूचाल ला दिया

वैसे करीब 15 साल पहले सोशल मीडिया ने सबसे पहले सत्ता के खिलाफ अपनी ताकत का एहसास करवाया था, जिसे 'अरब स्प्रिंग' कहा जाता है. सोशल मीडिया पर छाई वो क्रांति जिसने भूचाल ला दिया था. अरब स्प्रिंग की शुरुआत ट्यूनीशिया से हुई थी. धीरे धीरे अरब वर्ल्ड के कई देशों को अपनी जद में ले लिया. ट्यूनीशिया से उठी विद्रोह की आग में मिस्र, जॉर्डन, लीबिया और सीरिया झुलसे. कई तानाशाही सरकारों का अंत हुआ तो कुछ ने विद्रोह को कुचलकर अपना साम्राज्य बचा लिया. 2011 में ट्यूनीशिया में अल अबिदीन बेन अली का 23 साल का शासन खत्म हो गया. 2011 में ही मिस्र में होस्नी मुबारक सत्ता से बेदखल हुए. लीबिया में मुअम्मर अली गद्दाफी की हत्या हो गयी. 2012 में यमन से अली अब्दुल्ला सालेह सत्ता से बेदखल कर दिए गए. बीतते वक़्त के साथ 2010 के मुकाबले आज सोशल मीडिया ज्यादा ताकवतर है. पहले श्रीलंका, फिर बांग्ला देश और अब नेपाल हाल के सालों में इसके ताजा उदाहरण हैं.

दुनिया में 550 करोड़ लोग इंटरनेट का इस्तेमाल करते हैं

आज पूरी दुनिया की आबादी का करीब 68% यानी करीब 550 करोड़ लोग इंटरनेट का इस्तेमाल करते हैं, जिनमें 525 करोड़ लोग सोशल मीडिया का इस्तेमाल करते हैं यानी पूरी दुनिया की आबादी का करीब 64 फीसदी. दुनिया में 15 से 24 साल के तो 80% लोग इंटरनेट इस्तेमाल करते हैं. 2024 की एक रिपोर्ट ने बताया कि दुनिया की 65% महिलाएं इंटरनेट इस्तेमाल करती हैं तो वहीं दुनिया के 70% पुरूष इंटरनेट का इस्तेमाल करते हैं. जाहिर है सोशल मीडिया की ही बदौलत पूरी दुनिया आपस में जुड़ चुकी है. कनेक्टिविटी का दायरा बड़ा है तो कारोबार का फैलाव भी. द बिजनेस रिसर्च कंपनी की रिपोर्ट के मुताबिक सोशल मीडिया का मार्केट साइज 2024 में बढ़कर 185 अरब डॉलर से ज्यादा का हो चुका है. इसके 2029 तक बढ़कर 341.7 बिलियन डॉलर होने की उम्मीद है. जाहिर है अरब स्प्रिंग से लेकर नेपाल तक सत्ता बदलने की तस्वीरें साबित करती हैं कि मौजूदा वक़्त में सोशल मीडिया जनता के हाथों में एक बड़ी ताकत है. अगला नंबर किसी भी मुल्क या हुक्मरान का हो सकता है.

Document 4

सर्वोच्च न्यायालय द्वारा सोशल मीडिया को विनियमित करने का आह्वान

https://www.drishtiias.com/hindi/

कमज़ोर समूहों की सुरक्षा: अनियमित प्लेटफॉर्म अपमानजनक सामग्री, साइबर बुल्लिंग, ट्रोलिंग और शोषण को बढ़ावा देते हैं, खासकर महिलाओं, बच्चों, वरिष्ठ नागरिकों, अल्पसंख्यकों और विकलांग व्यक्तियों के लिये।

गलत सूचना और अभद्र भाषा पर अंकुश लगाना: फर्जी खबरों, डीपफेक, घृणा अभियानों और अतिवादी प्रचार का तेज़ी से प्रसार सामाजिक सद्भाव, लोकतांत्रिक संवाद और राष्ट्रीय सुरक्षा को कमज़ोर करता है।

प्रभावी विनियमन से दुष्प्रचार पारिस्थितिकी तंत्र पर अंकुश लगाया जा सकता है तथा सार्वजनिक व्यवस्था को बनाए रखा जा सकता है।

मानसिक स्वास्थ्य और नैतिक मूल्यों की सुरक्षा: अंतहीन स्क्रॉलिंग, छूट जाने का डर (FOMO) और चुनिंदा पहचान जैसी विशेषताएँ युवाओं में नशे की लत, चिंता और अवसाद को बढ़ावा देती हैं।

विनियमन डिजिटल कल्याण, ज़िम्मेदार डिज़ाइन और नैतिक संचार मानकों को बढ़ावा दे सकते हैं।

प्रभावशालियों की जवाबदेही सुनिश्चित करना: इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग के बढ़ते चलन के साथ, उपयोगकर्त्ता अक्सर अप्रकटित पेड प्रमोशन्स और अवैध उत्पादों (जैसे, बेटिंग ऐप्स) के कारण वित्तीय जोखिमों में फंस जाते हैं। विनियमन पारदर्शिता, खुलासा मानदंडों और उपभोक्ता संरक्षण को सुनिश्चित करता है।

डेटा गोपनीयता एवं सुरक्षा: सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स बड़े पैमाने पर उपयोगकर्त्ताओं का डेटा एकत्रित करते हैं, अक्सर उनकी सूचित सहमति के बिना। इससे गोपनीयता का उल्लंघन, निगरानी और लाभ या राजनीतिक प्रभाव के लिये दुरुपयोग होता है। इनका विनियमन, अनुच्छेद 21 के तहत प्रदत्त गोपनीयता के संवैधानिक अधिकार की रक्षा के लिये आवश्यक है।

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता और ज़िम्मेदारी में संतुलन: अनुच्छेद 19(1)(a) मुक्त अभिव्यक्ति की गारंटी प्रदान करता है, लेकिन यह अनुच्छेद 19(2) के तहत युक्तिसंगत प्रतिबंधों (लोक व्यवस्था, नैतिकता, शिष्टता, राज्य की सुरक्षा) के अधीन है। विनियमन वैध मुक्त अभिव्यक्ति और हानिकारक/अपमानजनक सामग्री के बीच संतुलन बनाने में मदद करता है।

भारत में सोशल मीडिया को विनियमित करने में प्रमुख चुनौतियाँ क्या हैं?

नियामक क्षमता पर दबाव: ऑनलाइन सामग्री की अत्यधिक मात्रा के कारण निरंतर निगरानी करना कठिन हो जाता है। इसके साथ ही उपयोगकर्त्ताओं की गुमनामी उन्हें घृणा फैलाने वाले भाषण, फेक न्यूज़ और हानिकारक सामग्री साझा करने के लिये और अधिक साहसी बना देती है, जिससे नियामक क्षमता पर दबाव पड़ता है।

पारदर्शिता और जवाबदेही की कमी: सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की निर्णय लेने की प्रक्रिया में पारदर्शिता नहीं होती तथा सामग्री की निगरानी से जुड़ी नीतियों में जवाबदेही का अभाव होता है। स्वतंत्र निगरानी के न होने से इनकी अपारदर्शी कार्यप्रणाली एवं मनमानी फैसलों को लेकर गंभीर चिंताएँ उत्पन्न होती हैं।

हानिकारक सामग्री की परिभाषा: हानिकारक सामग्री को परिभाषित करना एक जटिल प्रक्रिया है, क्योंकि सामाजिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक दृष्टिकोणों में अंतर के कारण आम सहमति बनाना कठिन हो जाता है। यह अस्पष्टता वैध अभिव्यक्ति तथा प्रतिबंधित भाषण के बीच एक 'ग्रे ज़ोन' (अनिश्चित क्षेत्र) उत्पन्न करती है।

स्वतंत्र अभिव्यक्ति बनाम सेंसरशिप: किसी भी प्रकार का नियमन प्रयास सेंसरशिप या अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर अंकुश के रूप में देखा जा सकता है, विशेष रूप से तब जब मानदंड स्पष्ट, वस्तुनिष्ठ और अनुपातिक न हों।

सीमा पार क्षेत्राधिकार संबंधी मुद्दे: हानिकारक सामग्री का एक बड़ा हिस्सा भारत के क्षेत्राधिकार के बाहर से आता है, जिससे घरेलू कानून के तहत प्रवर्तन और विनियमन कठिन हो जाता है।

राजनीतिक निष्पक्षता संबंधी चिंताएँ: सामग्री की निगरानी से जुड़े निर्णयों पर अक्सर राजनीतिक पक्षपात के आरोप लगते हैं, जिससे प्लेटफॉर्म की निष्पक्षता पर सवाल उठते हैं और नियामक तंत्र में जनता का विश्वास कमज़ोर पड़ता है।

भारत में सोशल मीडिया की विश्वसनीयता और उपयोगिता में सुधार हेतु क्या उपाय किये जा सकते हैं?

मज़बूत कानूनी-नीति ढाँचा: IT अधिनियम, 2000 को डिजिटल इंडिया एक्ट के माध्यम से अद्यतन किया जाए, ताकि प्लेटफॉर्म की जवाबदेही, डेटा सुरक्षा और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता सुनिश्चित की जा सके। इसके साथ ही किसी भी अतिरेक से बचने के लिये न्यायिक निगरानी का प्रावधान भी आवश्यक है।

एल्गोरिदमिक पारदर्शिता और जवाबदेही: एल्गोरिदम की ऑडिटिंग, पारदर्शिता रिपोर्ट तथा स्वतंत्र निरीक्षण निकायों को अनिवार्य किया जाए। तटस्थता और शीघ्र समाधान सुनिश्चित करने के लिये AI-आधारित मॉडरेशन टूल्स के उपयोग को भी प्रोत्साहित किया जाना चाहिये।

प्रौद्योगिकीय और संस्थागत क्षमता: साइबर फॉरेंसिक लैब्स का विस्तार किया जाए, एजेंसियों की क्षमताओं को सशक्त बनाया जाए तथा गोपनीयता व एन्क्रिप्शन मानकों की रक्षा करते हुए AI-सक्षम निगरानी प्रणालियों का एकीकरण किया जाए।

डिजिटल साक्षरता और नैतिक उपयोग: राष्ट्रव्यापी डिजिटल साक्षरता अभियान चलाए जाएँ, जिनका उद्देश्य गलत सूचना, डीपफेक तथा साइबरबुलिंग के खिलाफ जागरूकता फैलाना हो। साथ ही ज़िम्मेदार ऑनलाइन व्यवहार को बढ़ावा दिया जाए एवं ऐसे नैतिक डिज़ाइन प्रथाओं को अपनाया जाए जो उपयोगकर्त्ता के कल्याण को प्राथमिकता दें।