International Baccalaureate®
Baccalauréat International
Bachillerato Internacional

22132259

HINDI B – STANDARD LEVEL – PAPER 1
HINDI B – NIVEAU MOYEN – ÉPREUVE 1
HINDI B – NIVEL MEDIO – PRUEBA 1

Friday 10 May 2013 (afternoon)
Vendredi 10 mai 2013 (après-midi)
Viernes 10 de mayo de 2013 (tarde)

1 h 30 m

TEXT BOOKLET – INSTRUCTIONS TO CANDIDATES

- Do not open this booklet until instructed to do so.
- This booklet contains all of the texts required for paper 1.
- Answer the questions in the question and answer booklet provided.

LIVRET DE TEXTES – INSTRUCTIONS DESTINÉES AUX CANDIDATS

- N'ouvrez pas ce livret avant d'y être autorisé(e).
- Ce livret contient tous les textes nécessaires à l'épreuve 1.
- Répondez à toutes les questions dans le livret de questions et réponses fourni.

CUADERNO DE TEXTOS – INSTRUCCIONES PARA LOS ALUMNOS

- No abra este cuaderno hasta que se lo autoricen.
- Este cuaderno contiene todos los textos para la prueba 1.
- Conteste todas las preguntas en el cuaderno de preguntas y respuestas.

© International Baccalaureate Organization 2013

https://xtremepape.rs/

पाठांश क

“बच्चे बड़ों को भी बड़ा बनाते हैं”

“राइट एंड रीड” कार्यक्रम के तहत नन्हे बच्चों में छिपे लेखकों को खोजने का प्रयास किया और इन लेखकों को मांजने-निखारने का बीड़ा उठाया गीतकार व विज्ञापन गुरु **प्रसून जोशी** ने। मनीषा पाण्डेय से उनकी बातचीत के प्रमुख अंश:

इन बच्चों के साथ काम करने का अनुभव कैसा रहा?
“बहुत अच्छा” या “अद्भुत” जैसा शब्द शायद नाकाफी होगा मेरे अनुभव को बयां करने के लिए, बच्चों का साथ हमेशा बड़ो को भी थोड़ा और बड़ा करने वाला होता है। उनके साथ-साथ मैंने भी बहुत कुछ सीखा।

बच्चों की नज़र बड़ो से ज़्यादा सच्ची-सरल होती है?
बेशक, यह देखकर आश्चर्य भी होता है कि अक्सर बच्चे अपने निश्छल मन की आँखों से वह भी देख लेते हैं, जो दुनियावी परदों से ढकी हमारी आंखें नहीं देख पातीं।

कोई ऐसी कहानी, जो दिल को छू गयी?
एक छोटी बच्ची ने ट्रैफिक सिग्नल की बत्तियों और भीख मांगने वाली एक लड़की पर कहानी लिखी थी। कैसे लाल और हरी बत्तियों का मोटरकार के भीतर और बाहर बैठे व्यक्ति के लिए बिल्कुल अलग अर्थ होता है। हमारे लिए लाल का अर्थ है रुक जाना और किसी के लिए लाल बत्ती से ही ज़िन्दगी की शुरुआत होती है। हरा हमारे लिए गति है, लेकिन किसी के लिए रुक जाने का संकेत। उस बच्ची की कल्पना और एक यथार्थ को इस तरह देख पाने की उसकी नज़र ने मुझे भीतर तक छू लिया।

इस युग के बच्चों और आपके बचपन में क्या फर्क नज़र आता है?
इन बच्चों में आत्मविश्वास कमाल का है। इन्टरनेट ने उन्हें बड़ी दुनिया का प्रदर्शन दे दिया है। वे जानते हैं कि वे क्या चाहते हैं पर आज उन्हें हर तरह की रचनात्मकता विटामिन कैप्सूल की तरह खिलाई जा रही है। हमारा बचपन ज़्यादा सहज था। हमें मशीनों और मॉलों का नहीं, चीड़ देवदारों और पहाड़ों का सानिध्य मिला। आज़ाद कल्पना की उड़ानों का आकाश तब शायद ज़्यादा विस्तृत था।

इंडिया टुडे (2011)

https://xtremepape.rs/

पाठांश ख

नए साल के आर्थिक संकल्प, जो बनाए धनवान

कुछ नन्हे नन्हे संकल्प जो बेहतर वित्तिय प्रबंधन और बेहतर आर्थिक उन्नति के लिए कारगर हो सकते है. नए साल से इन पर अमल शुरू करते हुए धनवान बनने की ओर कदम बढ़ाते हैं...

चैकों का स्वतः भुगतान

सम्भव हो तो प्रति माह के सामान्य भुगतान जैसे फोन-बिजली के बिल, क्रेडिट कार्ड के बिल, वगैरे स्वतः हो जाए इस तरह की व्यवस्था करते हुए कोई बैंक खाता खोले तथा माह के शुरू में ही कुछ राशि यानी आमदनी का 10–15 % इस खाते में डाल दें। इस तरह भूल से भुगतान तिथि के निकल जाने से होने वाला आर्थिक-दंड बचाया जा सकता है।

क्रेडिट कार्ड का पूर्ण भुगतान

क्रेडिट कार्ड का कर्ज व्यक्ति के वित्तिय संतुलन का सबसे बड़ा शत्रु है। हर माह इस तरह के कर्ज का पूर्ण भुगतान किया जाना चाहिए। अगर क्रेडिट कार्ड का कर्ज है तो पहले इसे निपटाने की योजना पर कार्य करें।

आवश्यकता व अभिलाषा में अंतर

अगर आप जरूरत व चाहत में अंतर करना सीख गए तो आपकी वित्तिय स्थिति सुन्दर आकार ले सकती है। अगर अंतर करना मुश्किल जान पड़ता है तो कभी भी हड़बड़ी में आवेग-वश खर्च न करें।

तय करें वित्तिय लक्ष्य

लक्ष्य तक पहुँचने के लिए उसका पहले से तय होना जरूरी है। वित्तिय लक्ष्य तय कर उन्हें प्राप्त करने की योजना बनाएं। केवल यह पर्याप्त नहीं इस पर अमल करना आवश्यक है।

खर्च हो कमाई से कम

अपने खर्च पर नजर रखें, इसे कभी भी आमदनी से अधिक नहीं होना चाहिए, जरूरत पड़ने पर खर्चों में कटौती करें और अगर खर्च इसके लायक न हो तो आमदानी बढ़ाने के उपाय भी करें। बचत ज़रूर करें क्योंकि यह आगे चल निवेश की जा सकती है। आप एक कोष भी सुनिश्चित करें जो आपात स्थिति से निपटने में सहायक हो।

दान करें

जो लोग अच्छे कार्यों के लिए दान करते हैं उन्हे ऐसा करते हुए आत्म संतोष प्राप्त होता है। अतः इसकी आदत डालें।

तरकश ब्यूरो विशेष (2011)

https://xtremepape.rs/

पाठांश ग

करिश्माई गमले

रसोई के कचरे से कंपोस्ट खाद बनाने का अनूठा प्रयोग पर्यावरण के लिए एक लोकप्रिय उपक्रम बन रहा है। टेराकोटा के सुन्दर रंगबिरंगे गमले जो नफीस बगीचों में रखे जा सकते हैं, रसोई आदि से निकलने वाले जैविक कचरे के लिए तैयार किए गए है। बंगलुरू में सफल प्रयासों की मिसाल अन्य महानगरों ने भी अपनाई। यह कचरा जो शहर में कचरे के लिए निर्धारित स्थान लैंडफिल पर फैंक दिया जाता है, अब इन गमलों के माध्यम से कंपोस्ट में बदला जा सकता है। इसके प्रचार में कार्यरत पूनम बीर कस्तूरी बताती हैं "हमने 4000 किलो जैविक कचरे को लैंडफिल में फेंके जाने से बचाया है। लेकिन यह समुद्र की एक बूंद बराबर ही है।"

अधिकतर घरों में रोज़ आधा किलो से लेकर 2 किलो तक जैविक कचरा निकलता है। बंगलुरू जैसे शहर रोज़ करीब 3000 टन कचरा तैयार करते हैं। पर्यावरण के प्रति जागरूक यह कार्यकर्ता विशेषज्ञों की सहायता से लोगों को कंपोस्ट तैयार करने के बारे में बताते हैं। रसोई से निकलने वाले कचरे को हर दिन सूखे पत्तों या अख़बारों से ढक कर गमले में रखा जाता है और तीन महीने से भी कम समय में यह सब कंपोस्ट खाद में बदल जाता है। इस खाद से आमदनी भी की जा सकती है क्योंकि इसे यही कार्यकर्ता खरीद भी लेते हैं। माना जाता है कि कंपोस्ट सबसे बेहतर खाद है जिसमें मिट्टी को दूषित करने वाला रसायन नहीं होता।

इस प्रयोग की सबसे अच्छी बात यह है कि इसे कोई भी कर सकता है। इसे स्कूलों में भी हल्के-फुल्के खेलों या सचित्र पुस्तकों के ज़रिये प्रचारित किया जा रहा है। पुनर्शोधन और कंपोस्ट बनाने जैसी गतिविधियां भारत में अभी शुरुआती चरण में हैं परन्तु इस कार्य में संलग्न पर्यावरणविदों का मानना है कि इन्हें बहुत आसान बनाना होगा, इतना आसान जैसे बल्ब जलाने के लिए स्विच दबाना। इस क्षेत्र में सफलता मिलने से उल्लेखनीय बदलाव लाया जा सकता है। तब तक के लिए एक छोटा कदम भी इस पृथ्वी को बचाने में मददगार साबित होगा।

इंडिया टुडे (2010)

https://xtremepape.rs/

पाठांश घ

बदल रही है विज्ञापन की दुनिया

विज्ञापन की पूरी दुनिया बदल रही है। जिस तरह आज हमारे देश में विज्ञापन हो रहा है, वे तरीके भी खत्म हो रहे हैं। इंटरनेट ने बड़ी महत्वपूर्ण जगह बना ली है। विज्ञापन कंपनियां अब उपभोक्ताओं को लक्ष्य बनाने के लिए अखबारों और टीवी प्रोग्राम में विज्ञापन देने जैसे परंपरागत तरीकों को छोड़ रही हैं। उपभोक्ता अखबार पढ़ने से लेकर टीवी कार्यक्रम तक देखने का काम इंटरनेट पर कर रहे हैं। वे अपनी सुविधानुसार कार्यक्रम देखते हैं। ऐसे में विज्ञापन कंपनियों के लिए उपभोक्ता को अपने उत्पाद के बारे में बताने के लिए नए-नए तरीकों को चुनना पड़ रहा है। कभी वे इंटरनेट का सहारा ले रही हैं, तो कभी फेसबुक के जरिए लोगों को लक्ष्य बनाती हैं।

आज का उपभोक्ता बड़ा जागरूक हो गया है। उत्पाद को लेने से पहले इंटरनेट पर देखता है कि दूसरे लोगों ने उसकी क्या खूबियां और खामियां गिनाई हैं। प्रयोगकर्ता खरीदकर अपना अनुभव नेट पर डालते हैं ताकि दूसरे लोग जान सकें। जाहिर है, एक आम प्रयोगकर्ता द्वारा की गई इस समीक्षा में उत्पाद की खूबियां भी होती हैं और कमियां भी। आज कंपनियों की चिंता यह नहीं कि उनका संदेश कैसा है और कितना रचनात्मक है। परन्तु इस बात की है कि उपभोक्ता तक पहुंचने के लिए सही साधन का इस्तेमाल कैसे हो।

उपभोक्ता अब कंपनी की छवि को भी देखना चाहते हैं। यही वजह है कि कंपनियां तेजी से अपनी छवि सुधार रही हैं। वे उपभोक्ताओं को यह संदेश देना चाहती हैं कि वे समाज के लिए भी काम करती हैं। आजकल ज्यादातर भारतीय कंपनियां पर्यावरण को लेकर कुछ न कुछ करने की बात करती हैं। कोई कंपनी हाइब्रिड कारों की बात करती है तो कोई कहती है कि वह शिक्षा के क्षेत्र में समाज-सेवा कर रही है। कुल मिलाकर कंपनियों को अब अपनी छवि का भी विज्ञापन करना पड़ रहा है।

भारतीय आज भी साथ-साथ बैठकर टीवी प्रोग्राम देखते हैं जिससे उन्हें अभी भी आसानी से टीवी के जरिए लक्ष्य बनाया जा सकता है। हिंदुस्तान में तो सभी चीजें साथ-साथ चलेंगी। टीवी, अखबारों के जरिए भी विज्ञापन होंगे और इंटरनेट के जरिए भी।

नवभारत टाइम्स, (2012)

https://xtremepape.rs/