



सक्षम  
हरियाणा

म्हारा हरियाणा , सक्षम हरियाणा



**CREATIVE AND CRITICAL THINKING  
REFERENCE & PRACTICE  
MATERIAL**

**Hindi, Class-9**

(उपभोक्तावाद की संस्कृति व सांवले सपनों की याद आधारित)



**TESTING AND ASSESSMENT WING  
STATE COUNCIL OF EDUCATIONAL  
RESEARCH & TRAINING  
GURUGRAM (HARYANA)**

## प्रतिमान - 1 ( उपभोक्तावाद की संस्कृति पाठ आधारित गद्यांश )

आज के इस बाजारवादी युग में मनुष्य की आलोचनात्मक दृष्टि एरोप्लेन मोड में चली गई है। जब हम बाजार जाते हैं तो जरूरत की चीजों के साथ-साथ कई बिना जरूरत की चीजें भी खरीद लाते हैं। विज्ञापनों से प्रभावित होकर भी हम अनावश्यक चीजें खरीद लेते हैं। बाजार की चकाचौंध तथा विज्ञापनों से हम प्रभावित हुए बिना नहीं रह सकते। इन्हीं के कारण हम उपभोक्तावादी होते जा रहे हैं। इस संस्कृति ने परंपराओं, आस्थाओं, नैतिकता आदि का अवमूल्यन किया है तथा हम पश्चिम के सांस्कृतिक उपनिवेश बन रहे हैं। इस संस्कृति के परिणामस्वरूप नैतिकता, मर्यादा, मनुष्यता पर संकट के बादल मंडराने लगे हैं।

टेलीविजन में बड़े-बड़े फ़िल्मी नायक-नायिकाएँ क्रिकेट के खिलाड़ी तथा देश के विभिन्न क्षेत्रों के नामी व्यक्ति विभिन्न प्रकार के उत्पादों का विज्ञापन करते हैं। विज्ञापनों के माध्यमों से ही इनकी आय में वृद्धि होती है तथा कंपनी भी करोड़ों का मुनाफ़ा कमाती है, परंतु गरीब एवं मध्यवर्गीय जनता इनके जाल में फँसकर अनावश्यक चीजें अपने घरों में ले आती है। यह संस्कृति मनुष्य को विकृतियों की ओर उन्मुख कर रही है।

उपर्युक्त गद्यांश के आधार पर निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए –

प्रश्न 1. बाजारवाद ने मनुष्य की आलोचनात्मक दृष्टि को एरोप्लेन मोड पर कैसे पहुँचा दिया ?

प्रश्न 2. एक मध्यवर्गीय व्यक्ति प्रति सप्ताह विज्ञापनों से प्रभावित होकर 300 रुपयों की चीजें खरीदता है। इसमें से 100 रुपयों की चीजों का तो वह सही इस्तेमाल करता है, परन्तु शेष सभी रुपये अनावश्यक ही खर्च होते हैं तो बताइए कि पाँच साल में वह कितने रुपयों की अनावश्यक चीजें खरीदेगा ?

प्रश्न 3. उपभोक्तावाद की संस्कृति मनुष्य को विकृतियों की ओर कैसे उन्मुख कर रही है ?

प्रश्न 4. आज मनुष्य उपभोक्तावादी संस्कृति को ही वास्तविक सुख समझ बैठा है। वास्तविक सुख भारतीय संस्कृति को अपनाने में है, जिसका मूल आधार है--

(क) महँगी चीजों का इस्तेमाल करना (ख) सादा जीवन, उच्च विचार

(ग) विज्ञापनों को देखकर चीजें खरीदना (घ) इनमें से कोई नहीं

प्रश्न 5. हम पश्चिम के सांस्कृतिक उपनिवेश कैसे बन रहे हैं ?

- डॉ. महेंद्र सिंह, बी० आर० पी० हिन्दी, बौन्दकलां ब्लाक

## प्रतिमान - 2 ( उपभोक्तावाद की संस्कृति आधारित)



मुझे बड़ा आश्चर्य हुआ, जब मेरे 12 साल के बेटे ने मुझसे कहा कि मां क्या कर रही हो, मुलतानी क्यों लगा रही हो? मुझे तो डब शैंपू लगाना है, देखा नहीं टीवी में उसके कितने सुंदर बाल थे, मुझे वही चाहिए और नाश्ते में पारले जी के बिस्कुट नहीं, ब्रिटानिया के चाहिए। मैं असमंजस में थी। इन विज्ञापनों का प्रभाव बड़ों ही नहीं, छोटों पर भी उतना ही होता है। बाल मन में भी वही आकर्षण है, जो बड़ों में है - सुंदर चीजों की ओर आकर्षित होना। बेटे का यह कहना, आपने सैमसंग का फोन लिया, एपल का इससे अच्छा है। इस छोटे से बच्चे को कैसे समझाऊं कि फोन का इस्तेमाल जरूरत के कार्यों के लिए है, दिखावे के लिए नहीं। हम सब वस्तुओं की गुणवत्ता देखे बिना उन्हें खरीदते हैं। उपभोक्तावाद की संस्कृति का प्रभाव हर मनुष्य पर पड़ रहा है। हर कोई सुविधापूर्ण जीवन जीना चाहता है। मगर हम इस दिखावेपूर्ण संस्कृति में अपने अस्तित्व को खोते जा रहे हैं। हम सब वे सारी सुविधाएं पाना चाहते हैं। उनके लिए बहुत पैसा चाहिए, अगर मन नियंत्रण में नहीं हुआ तो उन्हें पाने के लिए लोग अपराध की तरफ बढ़ते हैं। जिससे समाज के अंदर अशांति का माहौल उत्पन्न हो जाता है। उत्पादों की अलग-अलग कंपनियां अपना लाभ कमाने के लिए आकर्षक विज्ञापन प्रस्तुत करती हैं, जिनसे लोग उनकी तरफ खिंचे चले जाते हैं। आधुनिकता के इस दौर में हमें लोगों के बहकावे, लुभावने विज्ञापनों से खुद को बचाना होगा, नहीं तो आने वाला समय हमारे लिए चुनौतीपूर्ण होगा। अपनी संस्कृति को हमें बचाना होगा, साथ ही वस्तुओं की गुणवत्ता को परखकर उन्हें खरीदना होगा ताकि हम आधुनिकता को भी अपना पाएं व अपना अस्तित्व भी बचा पाएं।

उपर्युक्त गद्यांश के आधार पर निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए -

प्रश्न -1 आधुनिक जीवन शैली और विज्ञापनों ने मनुष्य जीवन को प्रभावित किया है, कैसे?

प्रश्न- 2 समाज में अपनी प्रतिष्ठा को उच्च दिखाने के लिए लोग महंगे सामानों को खरीदते हैं। आप इस बात से कहां तक सहमत हैं ? दो पंक्तियों में उत्तर दीजिए

प्रश्न -3 पुराने समय में दांतों की चमक व सुरक्षा के लिए दातुन का इस्तेमाल किया जाता था और आज तरह-तरह के टूथ पेस्ट आए हैं। इन दोनों में से आपकी नजर में कौन-सा बेहतर है और क्यों ?

प्रश्न -4 यदि शैंपू को बनाने के लिए जिंक , कार्बोनेट और ग्लिसरीन का उपयोग 3 : 2 : 1 में हो तो 300 ml की एक शैंपू की बोतल में कितने ml जिंक होगा ?

प्रश्न - 5 किसी वस्तु की लागत बढ़ाई जा सकती है-

- ( क ) उत्पादन बढ़ाकर ( ख ) उत्पादन कम करके  
( ग ) उत्पादन बंद करके ( घ ) उत्पादन पर छूट करके

- नीलम वत्स , प्रवक्ता, रा. क. व. मा. वि. भैंसवाल कलां, गोहाना सोनीपत

### प्रतिमान - 3 ( उपभोक्तावाद की संस्कृति आधारित)

उपभोक्तावाद एक ऐसी आर्थिक प्रक्रिया है, जिसका सीधा प्रभाव समाज पर पड़ता है। उद्योगपति अपने निजी लाभ के लिए जो वस्तुएं बाजार में बेचते हैं, उसके प्रति ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए उनके मन में कृत्रिम इच्छाओं को जागृत करते हैं। ग्राहक को महसूस होता है कि इस वस्तु के बिना तो उसका काम चल ही नहीं सकता। यहीं से अपव्ययपूर्ण उपभोग की शुरुआत हो जाती है। विकसित देशों में विश्व की एक चौथाई आबादी निवास करती है, किंतु विश्व के कुल संसाधनों का तीन चौथाई उपभोग इन्हीं के द्वारा किया जाता है। उदाहरण के लिए अमेरिका की जनसंख्या विश्व की कुल आबादी का 5% होते हुए भी विश्व के कुल पेट्रोलियम उत्पादों का 20% व्यय अमेरिकी उपभोक्ता द्वारा किया जाता है। सभी विकसित और विकासशील देशों की स्थिति अमेरिका जैसी ही है। पश्चिमी संस्कृति की चकाचौंध में भारत सहित दुनिया के अन्य विकासशील देश आ चुके हैं। इस सोच को विकसित करने में विज्ञापनों की अहम भूमिका रही है कि माल बनाते रहो, ग्राहक तो मिल ही जाएंगे। जहां ग्राहक तैयार नहीं हैं, वहां विज्ञापनों द्वारा आकर्षण पैदा करके ग्राहक तैयार किए जाते हैं। अधिकाधिक औद्योगिक उत्पादन की होड़ में सरकारों व बैंकों का समर्थन भी मिल रहा है। निरंतर अनावश्यक खरीदारी से उपभोक्ता के पर्स, बैंक खाता खाली होने के बाद आर्थिक संकट का शिकार हो रहे हैं।

उपर्युक्त गद्यांश के आधार पर निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए –

प्रश्न 1. उपभोक्तावाद कैसी प्रक्रिया मानी गई है?

क. राजनीतिक ख. सामाजिक ग. आर्थिक घ. धार्मिक

प्रश्न 2. उपभोक्ता कौन माना जाता है?

क. विज्ञापन करने वाला ख. वस्तु खरीदने वाला

ग. वस्तु पैदा करने वाला घ. वस्तुएं बेचने वाला

प्रश्न 3. यदि 60 प्रतिशत लोग विज्ञापन से प्रभावित होकर वस्तु खरीदते हैं तो किसी शहर की कुल 40000 जनसंख्या में से कितने लोग विज्ञापन से प्रभावित होकर सामन खरीदते हैं ?

प्रश्न 4. पांच सदस्यों वाला एक परिवार रोजाना 24 रुपये प्रति व्यक्ति अपने भोजन पर खर्च करता है तो उस परिवार का सालाना भोजन खर्च कितना होगा?

प्रश्न 5. भारत सहित अन्य विकासशील देशों में अपव्यय की संस्कृति क्यों बढ़ रही है?

प्रश्न 6. " दिख जोता है, वो ही बिकता है" लिखिए टिप्पणी पर"?

-ओमप्रकाश , प्रवक्ता, रा. क.व. मा. वि. मिट्टी सुरेरां, ऐलनाबाद, सिरसा

## प्रतिमान - 4 ( उपभोक्तावाद की संस्कृति आधारित)

आधुनिक युग में बाजार विलासिता की चीजों से भरा पड़ा है। हमें लुभाने के लिए दैनिक जीवन में काम आने वाली वस्तुओं के तरह-तरह के विज्ञापन दिए जा रहे हैं। टूथपेस्ट से लेकर बड़ी से बड़ी चीजों तक के प्रचार- प्रसार के लिए तरह-तरह के विज्ञापन टेलीविजन और समाचार-पत्रों के जरिए हम तक पहुंचते हैं। विज्ञापनों के माध्यम से हल्की गुणवत्ता वाली वस्तुओं को भी इस तरह बढ़ा-चढ़ाकर दिखाया जाता है कि हमें जरूरत न हो तो भी हम उस वस्तु को खरीदने के लिए लालायित हो जाते हैं। चाहे खाद्य सामग्री हो या सौंदर्य प्रसाधन, सामग्री रसोईघर में काम आने वाली वस्तुएं हों , कोई बड़ा वाहन खरीदना हो या घर की सजावट के लिए कोई शोपीस खरीदना हो , हर वस्तु की बिक्री के लिए तरह - तरह के विज्ञापन आ रहे हैं। विज्ञापनों के कारण हम इनके प्रति आकृष्ट होकर आवश्यकता से अधिक वस्तुएं खरीद लेते हैं। दैनिक जीवन में दिखावा अधिक हो गया है और हकीकत कम। सामाजिक मूल्य समाप्त होते जा रहे हैं। गांधी जी ने इस बारे में सही कहा था कि उपभोक्तावादी संस्कृति हमारी भारतीय संस्कृति के लिए बहुत बड़ा खतरा है।

उपर्युक्त गद्यांश के आधार पर निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए –

प्रश्न 1 . टीवी और अखबारों में विज्ञापनों के जरिए वस्तुओं का कैसा वर्णन किया जाता है?

प्रश्न 2 .टीवी पर आने वाले 5 विज्ञापनों के बारे में बताइए |

प्रश्न 3 शरीर को स्वस्थ रखने के लिए संतुलित आहार की क्या भूमिका है | 30 शब्दों में लिखिए

प्रश्न 4 . मेरे दादाजी प्रति दिन डाबर च्यवनप्राश खाते हैं। डाबर च्यवनप्राश का एक डिब्बा 250 रुपये में आता है। उनके एक मित्र एक अन्य आयुर्वेदिक कंपनी का च्यवनप्राश खाते हैं। जो 300 रुपये की कीमत पर मिलता है बताइए दादा जी कितने प्रतिशत अधिक राशि खर्च करते हैं?

प्रश्न 5 . रोहन प्रतिदिन जिम जाता है वह प्रतिदिन 6 केले ,50 ग्राम बादाम और 2 लीटर दूध सुबह नाश्ते के समय लेता है। यदि केले 60 रुपये प्रति दर्जन, बादाम 800 रुपये प्रति किलोग्राम तथा दूध 60 रुपये प्रतिलीटर के हिसाब से खरीदा जाता है तो बताइए रोहन प्रतिदिन नाश्ते पर कुल कितना खर्च करता है?

- समता यादव , प्रवक्ता, राजकीय उच्च विद्यालय , लाला , जाटूसाना , रेवाड़ी

## प्रतिमान - 5 ( उपभोक्तावाद की संस्कृति आधारित)

समय परिवर्तनशील है तथा इसकी गति प्रतिदिन तेज होती जा रही है। कुशाग्रबुद्धि जन अपने लाभ के लिए नवीन से नवीन विचार लाकर अपना लाभ सुनिश्चित कर रहे हैं। उनके लिए ग्राहक का लाभ-हानि कोई मायने नहीं रखता। यह भी देखने को मिलता है कि मालिक अपनी वस्तु की बिक्री के लिए झूठ भी बोल सकता है तथा अधिकतम लाभ के लिए वस्तु के गुणों में कटौती भी कर देता है। विज्ञापन के बल पर प्रसिद्धि पाकर उपभोक्ता की पूंजी पर डाका डाल रहे हैं। उत्पाद की लागत से सैकड़ों गुणा उसकी कीमत निर्धारित करते हैं तथा फिर उस पर भारी छूट देकर खरीददार को भ्रमित करते हैं। समाज में ये वस्तुएं हमारे लिए प्रतिष्ठा का प्रश्न बन रही हैं, जो इन पूंजीपतियों की एक दूरदर्शी सोच का परिणाम है। देखने में ग्राहक को लगता है कि बाजार में उस को बहुत बड़ा मुनाफा हो रहा है, लेकिन वास्तव में वह ठगा जा रहा है। अब समय आ गया है, वास्तविकता को पहचानने का और अपने घरेलू और स्वदेशी स्थानीय उत्पादों को अपनाने का, जिससे हमारे स्थानीय लोगों को रोजगार भी मिलेगा तथा हम अपने धन को बर्बाद होने से बचाएंगे।

उपर्युक्त गद्यांश के आधार पर निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए –

प्रश्न 1 गद्यांश में किस बात की ओर संकेत किया जा रहा है?

प्रश्न 2 क्या आप भी ऐसा अनुभव करते हैं, जैसा लेखक कर रहा है?

प्रश्न 3 क्या हमें विज्ञापन के आधार पर ही कोई वस्तु खरीदनी चाहिए ?

प्रश्न 4 एक साबुन निर्माता कंपनी अपनी साबुन के अंकित छपे हुए मूल्य पर 20 प्रतिशत की छूट देती हो तो 800 रुपये अंकित मूल्य की साबुन कितने में मिलेगी?

प्रश्न 5 यदि एक टीवी बनाने की लागत 2000 रुपये हो तथा कंपनी उसको 3000 रुपये में बेचने पर कितने प्रतिशत लाभ कमाएगी?

- मामला राम, प्रवक्ता, हिन्दी रा0वरि0मा0वि0 सौगल, कैथल



## प्रतिमान – 7 ( सांवाले सपनों की याद आधारित)

प्रायः हर व्यक्ति पक्षियों से आनंद प्राप्त करता है, उनके सुन्दर रंग-रूप व उनकी सजीव गति से, उनकी तिरती उड़ान व उनके मधुर गायन से। यही कारण है कि घर से बाहर के प्रयोजनों में पक्षी अवलोकन का अलग स्थान है। बड़ी बात यह है कि इससे न केवल वे, जो इनका वैज्ञानिक अध्ययन करते हैं, वरन् वे भी जो पक्षियों की विशेष जानकारी नहीं रखते आनन्दित व लाभान्वित हो सकते हैं। प्रबुद्धजन अपने अर्जित ज्ञान को वैज्ञानिकों के साथ बाँट सकते हैं, जो पक्षियों के व्यवहार पर आधारित हो। मानव व्यवहार का अभिन्न अंग है- सुन्दर और अनूठी वस्तु की सराहना करना, ऐसा सर्वत्र पाया जाता है। शिक्षित व्यक्ति को चाहिए कि वह उस अनूठे दृश्य या पक्षी के सौन्दर्य या उसके व्यवहार को अपनी कलम से शब्द-चित्र में कैद कर दें। सालिम अली प्रसिद्ध पक्षी वैज्ञानी के ये विचार हमें सोचने के लिए मजबूर करते हैं कि यदि हम अपने जीवन में आए हुए आनंद के पलों को कलमबद्ध करें तो अन्य असंख्य लोग उसको पढ़कर भी आनंद विभोर हो सकते हैं। हमें चाहिए, हम प्रकृति के मनोरम दृश्यों को देखें, जंगल, जंगली-जीव, पक्षी, कीट, आदि का बेशक सामान्य रूप से अवलोकन करें लेकिन उसके बारे में दूसरों को अवश्य बताएं। जो भी घटना व्यक्ति, स्थान, जीव-जन्तु आपके मन को द्रवित कर दे, छू ले उसके बारे में अपने विचार लिखकर उसे अमरता प्रदान करें।

उपर्युक्त गद्यांश के आधार पर निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए –

प्रश्न-1 लेखक किसके विचारों को प्रस्तुत कर रहा है ?

प्रश्न-2. दिल को छू लेने वाली अपनी किसी घटना को 30-40 शब्दों में लिखें ?

प्रश्न-3 सालिम अली कौन थे ?

क- वैज्ञानिक ख- मैकनिक ग-प्रकृतिवादी घ- पक्षी वैज्ञानी

प्रश्न-4. यदि एक चिड़िया घर में 90 पक्षी है तथा प्रतिदिन एक पक्षी को 125 ग्राम अनाज दिया जाता है तो एक महीने के लिए कितना अनाज चाहिए ?

प्रश्न-5. कबूतरों का एक समूह 13 कि०मी० प्रति घण्टे की गति से 5 घण्टे 30 मिनट में कितनी दूरी तय करेगा ?

**-दीपक राविश, प्रवक्ता, रा.उ.वि.नन्दकरण माजरा, कैथल**

## प्रतिमान – 8 ( उपभोक्तावाद की संस्कृति आधारित)

विज्ञापन सपने बेचता है! सपनों का संबंध अभाव से होता है! अभाव के लिए भाव का होना आवश्यक है ! हम यह भी जानते हैं कि मीडिया विज्ञापन से चलता है और विज्ञापन की प्रकृति में छल होता है ! विज्ञापन आशाओं, आकांक्षाओं, कपोल-कल्पित और ख्यालों को बेचता है ! जब हम शैंपू का विज्ञापन देखते हैं तो उसके साथ काले और घने बालों की उम्मीद खरीदते हैं ! विज्ञापन हमारे सोचने समझने की शक्ति को कुंद कर देता है ! विज्ञापन के कारण ही हमारे सामान में धीरे-धीरे भावबोध लुप्त होता जा रहा है! हम स्वयं केंद्रित होते जा रहे हैं! उदाहरणस्वरूप शहरी परिवेश में लोग अपने पड़ोसी से बात करने को तरसते हैं ! गांव में स्थिति थोड़ी ठीक है लेकिन कब तक, यह कहा नहीं जा सकता ! कुल मिलाकर विज्ञापन ने हमारी संवेदनाओं को खोखला कर दिया है ! विज्ञापन मनुष्य का दोहन कर रहा है ! सच तो यह है कि विज्ञापन प्रायः सीमाहीन बढ़ा-चढ़ाकर पूर्णतया असत्य , अशालीन, नग्न आपत्तिजनक संवादों व तस्वीरों से भरे हुए होते हैं। इसमें एक सुई से लेकर कार तक विज्ञापन शामिल होते हैं। इसका परिणाम होता है कि उपभोक्ता अपनी सूझबूझ खोकर अनावश्यक चीजों को खरीद डालता है। कई बार वह विज्ञापन देखकर प्रतिष्ठासूचक उत्पादों को समाज में रुतबा दिखाने के लिए भी खरीदता है। इस से ईर्ष्यालु प्रवृत्ति का जन्म होता है। अनावश्यक धन-मान की हानि होती है। मनुष्य को विज्ञापन की दुनिया से हटकर अपनी आवश्यकताओं को ध्यान में रखना चाहिए। विज्ञापन बनाने वालों को भी सामाजिक मर्यादा का ध्यान रखना चाहिए।

उपर्युक्त गद्यांश के आधार पर निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए –

- 1 विज्ञापन देखकर हम वस्तुओं को खरीदने के लिए उतावले हो जाते हैं ,क्यों ? 20-30 शब्दों में लिखिए ।
- 2 गांव व शहर की जीवन शैली में क्या अंतर है ?कोई दो अंतर लिखिए
- 3 सर्वप्रथम विज्ञापन कहां सुनने को मिलते हैं ?  
क. टीवी ख. इंटरनेट ग. रेडियो घ. मीडिया
- 4 एक कंपनी कोई चीज 40 रु में तैयार करती है और वही चीज उपभोक्ता तक पहुंचते-पहुंचते 100 की हो जाती है |वस्तु के मूल्य में कितने % वृद्धि हुई ?

5 किसी मनुष्य ने एक पुरानी कार 300000 की खरीदी। उसने उसे बेचने के लिए 5000 रु विज्ञापन पर खर्च किए और 10% का लाभ पाकर कार को बेच दिया। बताओ उसने कार बेचकर कितने रुपए लाभ कमाया ?

- डॉ सुरेन्द्र कुमार प्रवक्ता राजकीय वरिष्ठ माध्यमिक विद्यालय कोसली, नाहड़ (रेवाड़ी)

## प्रतिमान – 9 ( उपभोक्तावाद की संस्कृति आधारित)

The advertisement is enclosed in a rounded rectangular border. At the top, three cloud-shaped callouts contain the word 'खुशखबरी' (Good News). The central text reads 'आपके नन्हें-मुन्नों के लिए' (For your little ones) followed by 'मोनू स्कूल बैग्स' (Mounu School Bags). To the left, a circular callout says 'मज़बूत आकर्षक टिकाऊ सुंदर' (Strong, attractive, durable, beautiful) and 'मन लुभाती डिजाइन मन को भाते रंग' (Designs that please the heart, colors that please the mind). Below this, a cloud-shaped callout says 'वाटर प्रूफ बैग्स' (Waterproof bags). To the right, another cloud-shaped callout says '10% की छूट' (10% discount). At the bottom, a line of text says 'हर बच्चे को पसंद-मोनू स्कूल बैग्स' (Every child likes Mounu School Bags). On the right side, there are five illustrations of different school bags: a black and white bag, a bag with a cartoon character, a bag with a teddy bear, a grey bag, and a dark bag.

प्र.1. दिए गये विज्ञापन के अनुसार यदि एक बैग की कीमत 250 रुपये है तो छूट के पश्चात आपको वह बैग कितने रुपये का मिलेगा ?

क. 220 रुपये

ख. 250 रुपये

ग. 225 रुपये

घ. 275 रुपये

प्र0. 2 'मोनू स्कूल बैग्स' कौन से बैग बेचता है?

क. बच्चों के ख. महिलाओं के

ग. क. और ख. दोनों घ. कोई नहीं

प्र0. 3 दिए गये विज्ञापन के अनुसार बताइए कि 'मोनू स्कूल बैग्स' की कौन-कौन सी विशेषताएँ हैं?कोई पांच विशेषताएँ लिखिए।

प्र0. 4 यदि आपने उपर्युक्त दुकान से पांच बैग 4500 रुपये के खरीदे, तो आपको कुल कितने रुपये की छूट मिली?

प्र0. 5 क्या विज्ञापनों की सारी बातें सच होती हैं? अनुमान के आधार पर बताइये।

-गीता सिंधू, राजकीय वरिष्ठ माध्यमिक विद्यालय भंभेवा, बेरी, झज्जर ।

**प्रतिमान – 10 (विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस आधारित)**



प्रश्न 1 उपभोक्ता से आप क्या समझते हैं?

प्रश्न 2 उपभोक्ता शब्द का उपसर्ग बताइए ।

प्रश्न 3 'जागो ग्राहक जागो ' का क्या अर्थ है ?

प्रश्न 4 आपके अनुसार किन कारणों की वजह से ग्राहक को जगाने की आवश्यकता पड़ी?

प्रश्न 5 एक शिविर में 500 सैनिक के लिए 27 दिन का राशन उपलब्ध था 3 दिन बाद 300 सैनिक और आ गए तो बताओ खाद्य सामग्री कितने दिन चलेगी?

- सरिता ,बी0 आर0 पी0 हिन्दी, ब्लॉक बेरी, झज्जर

**उत्तरमाला :**

प्रतिमान -1

उत्तर-1 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-2 12000 रूपए

उत्तर-3 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-4 सादा जीवन उच्च विचार

उत्तर-5 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

प्रतिमान -2

उत्तर-1 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-2 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-3 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-4 150 ml जिंक

उत्तर-5 उत्पादन कम करके

प्रतिमान -3

उत्तर-1 आर्थिक

उत्तर-2 वस्तु खरीदने वाला

उत्तर-3 24000

उत्तर-4 43800 रूपए

उत्तर-5 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे ।

उत्तर-6 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

प्रतिमान -4

उत्तर-1 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे ।

उत्तर-2 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे ।

उत्तर-3 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे ।

उत्तर-4 20 प्रतिशत

उत्तर-5 190 रूपए

प्रतिमान -5

उत्तर-1 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-2 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-3 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे ।

उत्तर-4 640 रूपए

उत्तर-5 50 प्रतिशत

प्रतिमान -6

उत्तर-1 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे ।

उत्तर-2 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-3 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-4 08 दिन

उत्तर-5 50 गेंदे

प्रतिमान -7

उत्तर-1 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे ।

उत्तर-2 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे ।

उत्तर-3 पक्षी विज्ञानी

उत्तर-4 337.5 कि.ग्रा.

उत्तर-5 71.5 कि.मी.

प्रतिमान -8

उत्तर-1 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-2 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे ।

उत्तर-3 रेडियो

उत्तर-4 150 प्रतिशत

उत्तर-5 30500 रूपए

प्रतिमान -9

उत्तर-1 225 रु

उत्तर-2 बच्चों के

उत्तर-3 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-4 500 रूपए

उत्तर-5 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे ।

प्रतिमान -10

उत्तर-1 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-2 उप

उत्तर-3 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-4 छात्र स्व-विवेक से उत्तर देंगे।

उत्तर-5 15 दिन