

22072307

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

Monday 7 May 2007 (morning)
Lundi 7 mai 2007 (matin)
Lunes 7 de mayo de 2007 (mañana)

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.

पाठांश (क) :

क्रिकेट विश्लेषक हर्ष की बातचीत क्रिकेट के जाने-माने खिलाड़ी सचिन तेदुलकर के साथ।

हर्ष - आपकी क्या प्रतिक्रिया होती है जब आप ऐसी बातें सुनते हैं जैसे कि मैथ्यू हैडन ने कहा कि भारत में तेदुलकर भगवान की तरह हैं और लोग मानते हैं कि आपके हाथ में भाग्य की लकीर चमकती है।

तेदुलकर - मुझे लगता है कि यह उनका अच्छापन है कि वह इस तरह मेरी तारीफ़ करते हैं। मैं सिर्फ़ इतना कहना चाहता हूँ कि जिस तरह मेरा समय बीता है उससे मैं बहुत खुश हूँ। आप जानते हैं कि लोगों का सहयोग और हौसला मुझे हमेशा मिला है। लेकिन मैं यह भी मानता हूँ कि कोई भी भगवान नहीं बन सकता है या भगवान के बराबर है। मैंने क्रिकेट खेला और इसका मज़ा लिया है। मैंने देश के लिए कुछ किया मुझे इसके लिए खुशी महसूस होती है।

हर्ष - आप यह भी मानते हैं कि भगवान का आशीर्वाद आपके साथ रहा है?

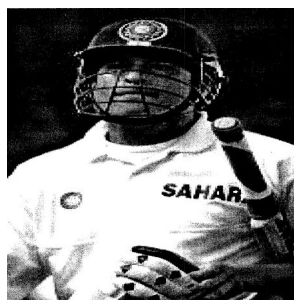
तेदुलकर - ज़रूर इसके बिना यह सबकुछ असंभव था। साथ ही परिवार का सहयोग और परिवार के सदस्यों द्वारा सही दिशा निर्देश मिलना। इसके बिना यह करना मुश्किल था।

हर्ष - तो आप अपने को भगवान नहीं मानते। आप भी दूसरे लोगों की तरह एक इंसान हैं?

तेदुलकर - जी हाँ, मैं एक सामान्य आदमी हूँ जो क्रिकेट खेलता है और आप जानते हैं कि लोग मुझे क्रिकेट खेलते हुए देखते हैं और इसका मज़ा लेते हैं। बस मेरी यही पहचान है।

हर्ष - जब लोग आपकी प्रशंसा करते हैं तो - जैसे कि मैथ्यू हैडन ने आपकी प्रशंसा - क्या इससे आप पर ज़िम्मेदारियों का दबाव बढ़ जाता है

तेदुलकर - इससे मेरे ऊपर दबाव नहीं बढ़ता क्योंकि मुझे अपनी निजी अपेक्षाओं के स्तर तक पहुँचना होता है। लोगों की अपेक्षाएं ज़रूरत से थोड़ी ज़्यादा होती हैं जिनका कोई अंत नहीं होता। अगर आज मैं 150 रन बनाता हूँ तो कल वह उम्मीद करते हैं कि मैं 200 रन बनाऊँ और परसों 250 रन। इसलिए अगर मैं थोड़ा यथार्थ से काम लूँ और अपनी अपेक्षाओं के अनुसार खेलूँ तो मैं एक बेहतर प्रदर्शन कर सकता हूँ। यही मैं हमेशा करने की कोशिश करता हूँ।



पाठांश (ख)

राजसी आतिथ्य का मज़ा भारतीय रेल पर

पुराने ज़माने के महाराजाओं के समान मज़ा लिजिए और राजस्थान के राजसी जीवन की झलक प्राप्त कीजिए। पधारिए और ऐश्वर्यपूर्ण आतिथ्य और वीरता से रंगी इस भूमि को रेलगाड़ी पर महसूस कीजिए।

पैलेस-ऑन-वील्स में घूमना एक वास्तविक राजसी आनन्द है - एक अद्वितीय अनुभव। समकालीन राजा व महाराजाओं के शाही बैठकों से सुसज्जित यह रेल उनके राजसी ठाठ-बाठ को बखूबी दर्शाती है। यह 7 रातों व 8 दिनों का सफर यात्रियों को दिल्ली से, जयपुर, चित्तौड़गढ़, उदयपुर, जैसलमेर, जोधपुर, भरतपुर, आगरा व पुनः दिल्ली तक ले जाता है।

एक समान पोशाके धारण किए हुए कुशल अनुचर सदा आपकी आवश्यकता की पूर्ति के लिए उपलब्ध रहते हैं तथा रेल की सम्पूर्ण यात्रा में आपके साथ महाराजाओं सा व्यवहार किया जाता है। रहने की सुविधा दो व चार कमरों वाले कक्ष के रूप में उपलब्ध कराई जाती है। प्रत्येक कक्ष में दो शौच-स्थल, गर्म व ठंडे पानी की व्यवस्था है तथा हर कक्ष सज्जा सामग्री से सुसज्जित है। दो भोजन-यानों में भारतीय व कानटीनेनटल भोजन परोसा जाता है तथा पर्यटकों का अभिनन्दन करने के लिए रेल में एक पुस्तकालय व मधुशाला भी है।

पैलेस-ऑन-वील्स अतीत से बांधने वाली एक रोमानी कड़ी है तथा पर्यटकों के लिए एक सप्ताह में राजसी अनुभव करने का इससे अच्छा कोई साधन नहीं है।

पाठांश (ग)



दुग्धक्रांति का पानीदार प्रणेता

- जितने जिद्दी उतने ही विनम्र। पर हठी कतई नहीं। वे जो भी हैं, लाजवाब हैं। अमेरिका से मैकेनिकल इंजीनियरिंग की शिक्षा प्राप्त करने के बाद वे एटम बम बनाना चाहते थे। लेकिन उन्हें तो दुनिया को बर्बाद करने वाले विध्वंसक हथियार नहीं देने थे। उन्होंने
- 5 गरीबों किसानों को जोड़ा। उनके दुख दर्द को समझा। अपनी सरकारी नौकरी छोड़कर भारत में श्वेत क्रांति को जन्म दिया। डा. वी. कुरियन ने दुनिया के डेयरी नक्शे में भारत को विशिष्ट पहचान दिलाई। उन्हें देश में सहकारिता आंदोलन का जनक भी कह सकते हैं। कुरियन का जन्म 26 नवंबर 1921 को केरल के कोजीकोड में हुआ था। उन्होंने दुनिया में अब तक का सबसे बड़ा डेयरी विकास कार्यक्रम चलाया। उन्होंने 1940
- 10 में लोयोला कॉलेज, मद्रास विश्वविद्यालय से बीई मैकेनिकल में डिग्री हासिल की। और फिर उन्होंने जमशेदपुर स्थित टाटा स्टील तकनीकी संस्थान में प्रवेश किया। यहाँ से पास होकर वे सरकारी फेलोशिप पर अमेरिका चले गए। वहाँ उन्होंने मिशिगन विश्वविद्यालय से मैकेनिकल इंजीनियरिंग में विशेष योग्यता के साथ मास्टर ऑफ साइंस में डिग्री प्राप्त की।
- 15 1949 में वे जब भारत वापस आए, तो उनकी नियुक्ति आणंद स्थित एक सरकारी डेयरी इंजीनियर के पद पर हुई। इसी समय खेड़ा डिस्ट्रिक्ट कोऑपरेटिव मिल्क प्रोड्यूसर्स यूनियन लिमिटेड नामक एक सहकारी डेरी ने काम शुरू किया। इस वक्त तक कुरियन अपने सरकारी काम से ऊब चुके थे। उन्होंने डेयरी के चेयरमैन त्रिभुवनदास पटेल की सहायता से एक प्रोसेसिंग प्लांट शुरू किया। यहीं से अमूल की शुरुआत हुई। अमूल ने
- 20 1965 में सफलता के झंडे गाड़े। अमूल की सफलता से प्रभावित होकर उस समय के देश के प्रधानमंत्री लाल बहादुर शास्त्री ने नेशनल बोर्ड के चेयरमैन के लिए उनका नाम प्रस्तुत किया। उन्हें अब तक कई देशी-विदेशी पुरस्कार मिल चुके हैं। इनमें प्रमुख हैं – मैग्सेसे अवार्ड, पद्मश्री, पद्मविभूषण आदि।

पाठांश (घ)

किशोरों पर विज्ञापन के बुरे प्रभाव

भले ही बच्चे वोट नहीं डाल सकते लेकिन बाज़ार और विज्ञापन की होड़ से वह अलग नहीं हैं। सुबह नाश्ते में कैलोग खाने से लेकर स्पाइडर मैन के पजामें पहनकर सोने वाले बच्चे इस होड़ में शामिल हैं। साथ ही पीने के लिए कोक या पेप्सी से लेकर चिप्स के ब्रांड, डिज़ाइनर कपड़े पहने टी.वी. और फिल्मी हस्तियां बच्चों की सोच पर लगातार प्रभाव जमाने की कोशिश करते हैं। बच्चों पर केन्द्रीत विज्ञापन पहले भी बनते थे लेकिन अब यह कहीं ज़्यादा सटीक और सूझबूझ के साथ बनाए जा रहे हैं। यही सूझबूझ और सटीकता बच्चों में बढ़ते आत्म विश्वास के रूप में भी देखी जा सकती है। आज के बच्चे अपनी ज़रूरतों को व्यक्त करने में हिचकिचाते नहीं और यह शायद उपभोक्ता संस्कृति का ही परिणाम है।

इस बात के सबूत पहले से कहीं ज़्यादा सामने आए हैं कि बढ़ती उपभोक्ता संस्कृति का परिवार और बच्चों पर बुरा असर पड़ रहा है। कुछ विज्ञापन ऐसी तस्वीर पेश करते हैं जिसके द्वारा नबालिग बच्चों में भौतिक खुशी, सैक्स और हिंसा के प्रति असुरक्षा की भावना भड़काई जाए। भौतिक खुशी को पाने की लालसा में बच्चों में पैसा कमाने के महत्व को कम उम्र से ही देखा जा सकता है। आज के बच्चे अपनी ज़रूरतों को बखूबी पहचानते हैं। अपनी ज़रूरतों को पूरा करने के लिए वह कम उम्र में उद्यमी बनना चाहते हैं। दूसरे कुछ विज्ञापन रंगबिरंगे कार्टून चरित्रों की मदद से एक नया मायावी जगत पेश करते हैं। ऐसी ही हज़ारों तस्वीरें और उनकी आवाज़ें लगातार बच्चों के कानों और दिलोदिमाग पर गूंजती रहती हैं। इनका बुरा असर बच्चों और माता पिता के बीच के संबंधों पर पड़ता है। इसका असर परिवार के भावनात्मक रिश्तों पर भी पड़ता है।