

## उपभोक्तावाद की संस्कृति

इस अध्याय के सभी महत्वपूर्ण प्रश्न – उत्तर सहित। पहले खुद हल करने की कोशिश करो, फिर उत्तर मिलाओ।

### अभ्यास प्रश्न-उत्तर (हर टॉपिक से)

#### » लेखक व विषय-भूमिका (श्यामाचरण दुबे और लेख का फोकस)

**प्रश्न 1 (आसान).** इस निबंध में लेखक किस सामाजिक वास्तविकता को सामने रखते हैं?

उत्तर – उपभोक्तावाद की संस्कृति के कारण समाज में आने वाली सच्ची वास्तविकताओं को।

**प्रश्न 2 (आसान).** इस लेख का फोकस गुणवत्ता पर है या विज्ञापन की चमक पर?

उत्तर – विज्ञापन की चमक-दमक पर, और गुणवत्ता की उपेक्षा पर।

**प्रश्न 3 (मध्यम).** लेखक क्यों कहते हैं कि दिखावे की संस्कृति फैलेगी तो सामाजिक अशांति और विषमता बढ़ेगी?

उत्तर – क्योंकि प्रतिष्ठा/दिखावे की प्रतिस्पर्धा में लोग वस्तुओं के पीछे भागते हैं, इससे वर्गों की दूरी और सामाजिक असहमतियाँ बढ़ सकती हैं।

**प्रश्न 4 (कठिन).** 'लेखक का सामाजिक-विश्लेषणात्मक महत्व' किस तरह समझ में आता है—एक उदाहरण देकर बताइए।

उत्तर – लेखक विज्ञापन को कारण मानकर बताते हैं कि उसका असर लोगों के व्यवहार/चरित्र में बदलाव और सामाजिक असमानता की ओर ले जाता है—जैसे विज्ञापन से गुणवत्ता की जगह ब्रांड/दिखावा प्राथमिक बनना।

#### » विज्ञापन की चमक और 'दिखावे की संस्कृति'

**प्रश्न 5 (आसान).** लेखक के अनुसार लोग विज्ञापन की चमक-दमक से किस पर ध्यान देने लगते हैं?

उत्तर – गुणवत्ता पर नहीं, वस्तुओं के आकर्षण/दिखावे पर ध्यान देने लगते हैं।

**प्रश्न 6 (आसान).** 'दिखावे की संस्कृति' किस वर्ग की प्रदर्शनपूर्ण शैली से शुरू होती है?

उत्तर – संपन्न और अभिजन (उच्च/अमीर) वर्ग की प्रदर्शनपूर्ण जीवन शैली से।

**प्रश्न 7 (मध्यम).** उपभोग-भोग को सुख मान लेने से 'दिखावे की संस्कृति' कैसे बढ़ती है?

उत्तर – जब सुख को लगातार खरीद-बारी और दिखावे से जोड़ा जाता है, तब लोग जरूरत से ज्यादा ब्रांड/विलासिता को महत्व देने लगते हैं—और दिखना लक्ष्य बन जाता है।

**प्रश्न 8 (कठिन).** लेखक के अनुसार दिखावे की संस्कृति के फैलने का सामाजिक परिणाम क्या होगा? कारण-परिणाम लिखिए।

उत्तर – कारण यह कि विज्ञापन चमक से गुणवत्ता की जगह दिखावा प्राथमिक बनाता है और संपन्न वर्ग की प्रदर्शनपूर्ण शैली सामान्य जन भी अपनाने लगता है। परिणाम यह कि समाज में विषमता और अशांति बढ़ती है, क्योंकि सभी की पहुंच समान नहीं होती और तुलना/असंतोष फैलता है।

#### » 'सुख' का अर्थ बदलना: उपभोग ही सुख बन जाना

**प्रश्न 9 (आसान).** उपभोक्तावाद की संस्कृति में 'सुख' का अर्थ किससे जोड़ा जा रहा है?

उत्तर – उपभोग-भोग यानी चीज़ें खरीदना/उपयोग करना सुख माना जाता है।

**प्रश्न 10 (आसान).** अगर कोई टूथपेस्ट लेने के बाद लगे कि तभी असली 'खुशी' है—तो यह किस बदलाव का उदाहरण है?

उत्तर – 'सुख' का अर्थ बदलना, उपभोग को सुख मान लेना।

**प्रश्न 11 (मध्यम).** लेखक क्यों कहता है कि उत्पाद लेते हुए आपका चरित्र/रवैया भी बदल रहा है?

उत्तर – क्योंकि माहौल धीरे-धीरे यह सोच बैठा देता है कि संतुष्टि और सुख बाहर की चीज़ों/ब्रांडों से मिलेगी, जिससे व्यक्ति की प्राथमिकताएँ जरूरत से हटकर उपभोग की तरफ जाती हैं।

**प्रश्न 12 (कठिन).** एक छात्र के उदाहरण में बताओ—जरूरत बनाम स्टेटस कब अलग नहीं रह पाता और 'सुख' उपभोग बन जाता है?

उत्तर – जब छात्र कहने लगे कि जो चीज़ काम चलाती है वह नहीं, बल्कि 'महँगी/बड़ी' ब्रांड ही असली संतुष्टि देती है—तब जरूरत और स्टेटस अलग नहीं रह जाते और खुशी खरीद से तय होने लगती है।

### » उत्पादों की सूची से 'जीवन शैली' तक का फैलाव

**प्रश्न 13 (आसान).** किस स्थिति में खरीदारी सिर्फ उपयोग नहीं रहकर 'जीवन शैली' बनने लगती है?

उत्तर – जब विज्ञापन/बाजार जरूरत से आगे पसंद और प्रतिष्ठा की भाषा जोड़कर रूटीन और पहचान तय करने लगे।

**प्रश्न 14 (आसान).** लेखक के अनुसार नए-नए उत्पाद जुड़ते रहने से क्या बढ़ता है?

उत्तर – खर्च/आकांक्षा।

**प्रश्न 15 (मध्यम).** टूथपेस्ट से शुरू होकर माउथवाश/साबुन तक फैलाव कैसे होता है? एक कारण लिखिए।

उत्तर – विज्ञापन हर वस्तु को 'सौंदर्य/प्रतिष्ठा' से जोड़ देता है, इसलिए एक चीज़ के साथ अगली जरूरी लगने लगती है।

**प्रश्न 16 (कठिन).** 'घड़ी पहले समय दिखाती थी'—और 'हैसियत जताने के लिए घड़ी' का फर्क समझाइए। यह फर्क जीवन शैली के फैलाव से कैसे जुड़ता है?

उत्तर – पहले घड़ी की जरूरत समय बताने की थी, पर जब घड़ी का मूल्य प्रतिष्ठा/हैसियत बन जाता है, तब लोग केवल समय देखने के लिए नहीं बल्कि अपने तौर-तरीके/पहचान दिखाने के लिए खरीदते हैं। यहीं से उत्पाद से जीवन शैली तक फैलाव शुरू होता है।

### » उपभोक्ता जीवन से प्रतिष्ठा, वर्ग-प्रतिस्पर्धा और सामाजिक असर

**प्रश्न 17 (आसान).** लेखक के अनुसार प्रतिष्ठा के कौन-कौन से रूप हो सकते हैं?

उत्तर – प्रतिष्ठा के कई रूप होते हैं, और वह हास्यास्पद भी हो सकती है।

**प्रश्न 18 (आसान).** जब लोग विज्ञापन के पीछे भागते हैं तो समाज में दूरी कैसे बढ़ती है?

उत्तर – क्योंकि हैसियत दिखाने के लिए लोग वस्तुओं पर ज्यादा निर्भर होने लगते हैं, जिससे असमानता/दूरी बढ़ती है।

**प्रश्न 19 (मध्यम).** वर्ग-प्रतिस्पर्धा का मतलब क्या है—उपभोक्तावाद के संदर्भ में?

उत्तर – अमीर/विशिष्ट वर्ग का प्रदर्शन देखकर बाकी वर्ग भी 'मैं भी उसी स्तर का' दिखने के लिए अधिक खर्च करके प्रतिस्पर्धा करने लगते हैं।

**प्रश्न 20 (कठिन).** लेखक के अनुसार दिखावे की संस्कृति फैलने पर सामाजिक असर क्या होता है, और क्यों?

उत्तर – सामाजिक अशांति और विषमता बढ़ती है, क्योंकि प्रतिष्ठा वस्तुओं के प्रदर्शन से जुड़ जाती है और लोग चरित्र/जरूरत से हटकर दिखावे व प्रतिस्पर्धा में फँसने लगते हैं।

### » भारत में उपभोक्तावाद का विकास: सामंती तत्वों का रूपांतरण और सांस्कृतिक क्षरण

**प्रश्न 21 (आसान).** लेखक के अनुसार सामंती संस्कृति का 'मुहावरा' कैसे बदला?

उत्तर – सामंत बदल गए, और सामंती संस्कृति का रूप/मुहावरा भी बदल गया—वही सोच अब उपभोक्तावाद से जुड़कर दिखने लगी।

**प्रश्न 22 (आसान).** 'अनुकरण की संस्कृति' से लेखक क्या कहना चाहता है?

उत्तर – अपनी समझ से चुनने की बजाय पश्चिम/दूसरों को देखकर वैसा ही अपनाना।

**प्रश्न 23 (मध्यम).** उपभोक्तावाद किस तरह सांस्कृतिक क्षरण (परंपरा/आस्था के कमजोर पड़ने) से जुड़ता है?

उत्तर – विज्ञापन और फैशन की भाषा 'पुराना बनाम आधुनिक' का भ्रम फैलाकर परंपराओं का अवमूल्यन करता है और आस्थाओं का क्षरण करता है।

**प्रश्न 24 (कठिन).** लेखक के तर्क को जोड़कर लिखिए: सामंती तत्वों का रूपांतरण उपभोक्तावाद समाज में परिणाम-ऐसा क्रम कैसे बनता है?

उत्तर – पहले प्रतिष्ठा/सामंती सोच भारत में मौजूद रहती है। समय में सामंत बदलते हैं तो संस्कृति का मुहावरा बदल जाता है। उपभोक्तावाद इसी प्रतिष्ठा की सोच से जुड़कर खरीद को 'स्टेटस' बनाता है। फिर लोग अनुकरण करने लगते हैं, परंपराएँ व आस्थाएँ कमजोर पड़ती हैं, संसाधनों का अपव्यय और वर्गों की दूरी बढ़ती है, जिससे सामाजिक तनाव/अशांति बढ़ती है।

» **भविष्य की चिंता: संसाधन-अपव्यय, वर्ग-दूरी, नैतिक मानदंडों का ढीलापन**

**प्रश्न 25 (आसान).** लेखक के अनुसार संसाधनों का घोर अपव्यय किस बात का संकेत देता है?

उत्तर – जरूरत से ज्यादा खर्च और 'खरीदो-खपत करो' वाली आदत से जीवन-गुणवत्ता न सुधरना।

**प्रश्न 26 (आसान).** लेखक 'वर्गों की दूरी' बढ़ने से किस तरह की स्थिति की बात करता है?

उत्तर – आक्रोश और अशांति।

**प्रश्न 27 (मध्यम).** 'नैतिक मानदंड ढीले पड़ रहे हैं' का आशय उदाहरण सहित क्या होगा?

उत्तर – जो सीमाएँ/मर्यादाएँ थीं वे कमजोर पड़ जाना-जैसे परमार्थ की जगह स्वार्थ का हावी होना।

**प्रश्न 28 (कठिन).** लेखक के अनुसार लक्ष्य-भ्रम कैसे बनता है, और इसका विकास पर क्या असर पड़ता है?

उत्तर – उपभोग से मिलने वाली तात्कालिक तुष्टि को असली विकास समझ लेना-इससे विकास के विराट उद्देश्य पीछे हटते हैं और झूठे तात्कालिक लक्ष्यों का पीछा होता है।

» **क्रिया-विशेषण की पहचान और उपयोग**

**प्रश्न 29 (आसान).** वाक्य: 'वह धीरे-धीरे बोलता है।' यहाँ 'धीरे-धीरे' बताता है-कैसे?

उत्तर – हाँ, 'धीरे-धीरे' बताता है कि वह कैसे बोलता है-धीरे।

**प्रश्न 30 (आसान).** वाक्य: 'आजकल बच्चे ज्यादा पढ़ाई कर रहे हैं।' 'आजकल' क्या बताता है?

उत्तर – 'आजकल' कब बता रहा है।

**प्रश्न 31 (मध्यम).** 'यहाँ खेलो मत' में 'यहाँ' किस प्रकार का शब्द है और क्या बताता है?

उत्तर – यह क्रिया-विशेषण है; 'कहाँ' बताता है कि खेलना मना है।

**प्रश्न 32 (कठिन).** दो वाक्य बनाइए जिनमें 'लगातार' और 'उधर' क्रिया-विशेषण के रूप में आएँ। (ध्यान: कैसे/कहाँ स्पष्ट हो)

उत्तर – 1) वह लगातार प्रयास कर रहा है। (लगातार = कैसे/निरंतर)

2) उधर दुकान है, वहीं से सामान ले लो। (उधर = कहाँ)

» **विशेषण और क्रिया-विशेषण में भेद**

**प्रश्न 33 (आसान).** वाक्य: "पेड़ पर लगे पके आम देखकर बच्चों के मुँह में पानी आ गया।" 'पके' किस प्रकार का शब्द है?

उत्तर – विशेषण

**प्रश्न 34 (आसान).** वाक्य: "आजकल बाजार भरा पड़ा है।" 'आजकल' किस प्रकार का शब्द है?

उत्तर – क्रिया-विशेषण

**प्रश्न 35 (मध्यम).** वाक्य: "रसोईघर से आती हलकी खुशबू से मुझे शोरों की भूख लग आई।" 'हलकी' विशेषण है या क्रिया-विशेषण?

उत्तर – विशेषण

**प्रश्न 36 (कठिन).** वाक्य: "उतना ही खाओ जितनी भूख है।" 'उतना' और 'जितनी' को विशेषण मानेंगे या क्रिया-विशेषण? कारण लिखो (एक पंक्ति में)।

उत्तर – क्रिया-विशेषण; क्योंकि ये 'खाओ' क्रिया की मात्रा (कितना) बताने के लिए हैं।

## » रचना और अभिव्यक्ति: विचार-प्रस्तुति व संवाद-लेखन

प्रश्न 37 (आसान). संवाद में 'कारण' किस हिस्से में आता है?

उत्तर – विद्यार्थी/पात्र के जवाब में—'क्यों' की वजह के रूप में।

प्रश्न 38 (आसान). विचार-प्रस्तुति में पक्ष/विपक्ष लिखते समय सबसे ज़रूरी क्या जोड़ना चाहिए?

उत्तर – वजह (क्यों) और कम-से-कम एक उदाहरण।

प्रश्न 39 (मध्यम). उपभोक्ता संस्कृति के पक्ष में एक कारण और एक उदाहरण लिखो।

उत्तर – कारण: वस्तुओं की जानकारी व विकल्प बढ़ते हैं। उदाहरण: टीवी विज्ञापन से कोई नया उत्पाद/सेवा के बारे में पता चलता है, और जरूरत होने पर चयन किया जा सकता है।

प्रश्न 40 (कठिन). 'क्या उपभोक्ता संस्कृति सामंती संस्कृति का ही विकसित रूप है?'—इस पर 4 पंक्तियों का संवाद लिखो (अध्यापक-विद्यार्थी), जिसमें एक सवाल और एक निष्कर्ष हो।

उत्तर – अध्यापक: क्या आप मानते हैं कि उपभोक्ता संस्कृति, सामंती संस्कृति का ही विकसित रूप है?

विद्यार्थी: सर, कुछ मामलों में दिखावा/आदत जैसी बातें मिलती हैं, पर उपभोक्ता संस्कृति में चुनाव की स्वतंत्रता भी दिखती है।

अध्यापक: तो अंतर क्या है—क्या सिर्फ समानता है?

विद्यार्थी: निष्कर्ष: समानता दिखावे में हो सकती है, लेकिन सामंती संस्कृति में नियम/परंपरा का दबाव ज्यादा था, जबकि आज बाजार में विकल्प और जागरूकता संभव है।

## » शब्द-संपदा: मुख्य अर्थ समझकर प्रयोग

प्रश्न 41 (आसान). वाक्य पूरा करो: 'विज्ञापन लगातार \_\_\_\_ करता रहता है।' (प्रचारित/सूचित में से सही शब्द चुनो)

उत्तर – प्रचारित/सूचित

प्रश्न 42 (आसान). 'जिसका अंत न हो' का मतलब क्या है?

उत्तर – जिसकी सीमा खत्म ही न हो; न खत्म होने वाली

प्रश्न 43 (मध्यम). निम्न अर्थ/विशेष प्रकार के शब्द कब सावधानी से इस्तेमाल करने चाहिए?

उत्तर – जब शब्द का अर्थ कम दर्ज/किसी खास तरह का हो; अर्थ समझकर ही, ताकि मतलब उल्टा न हो।

प्रश्न 44 (कठिन). संवाद में 'मूल्य गिरा देना' और 'दिखावा बढ़ाने वाली सामग्री' में फर्क 1-2 पंक्तियों में लिखो।

उत्तर – 'मूल्य गिरा देना' कीमत कम करने की रणनीति बताता है, जबकि 'दिखावा बढ़ाने वाली सामग्री' ऐसी चीज़ बताता है जिसे लोग दिखने/प्रभाव छोड़ने के लिए जरूरत से ज्यादा लेते हैं।

## हल किए हुए उदाहरण (step-by-step)

उदाहरण 1. श्यामाचरण दुबे की विषय-भूमिका के आधार पर बताइए कि इस निबंध का 'फोकस' खरीदारी से आगे किन बातों पर है?

- › उपभोक्तावाद की संस्कृति का मतलब जीवन-शैली और सोच से समझना
- › लेखक के अनुसार विज्ञापन की चमक-दमक के पीछे भागना (गुणवत्ता की जगह दिखावा)
- › संपन्न वर्ग की प्रदर्शनपूर्ण जीवनशैली का सामान्य जन पर असर (ललचाई निगाहें)
- › इसी असर के कारण सामाजिक परिणामों की चिंता (अशांति व विषमता)

उत्तर – इस निबंध का फोकस सिर्फ खरीदारी नहीं, बल्कि उपभोक्तावाद के कारण लोगों की सोच, मूल्य और व्यवहार में बदलाव है—विज्ञापन से दिखावे को बढ़ावा, सामान्य जन का उसी तरफ झुकाव, और आगे चलकर सामाजिक अशांति व विषमता जैसी समस्याएँ।

**उदाहरण 2. लेखक के अनुसार 'दिखावे की संस्कृति' कैसे बनती है? कारण और परिणाम सहित 5-6 वाक्यों में लिखिए।**

- › विज्ञापन की चमक का असर बताओ: लोग गुणवत्ता पर नहीं, आकर्षण पर ध्यान देते हैं
- › किसकी शैली फैलती है: संपन्न/अभिजन वर्ग की प्रदर्शनपूर्ण जीवन शैली को लोग अपनाने लगते हैं
- › सामान्य जन की मानसिकता: ललचाई निगाहें, 'मुझे भी वही चाहिए' वाली चाह
- › सुख की परिभाषा बदलना: 'उपभोग-भोग' ही सुख मान लेना
- › परिणाम लिखना: दिखावा फैलते ही सामाजिक अशांति और विषमता बढ़ना

**उत्तर –** लेखक के अनुसार विज्ञापन की चमक-दमक लोगों को गुणवत्ता देखने के बजाय वस्तुओं के पीछे भागने पर मजबूर करती है। संपन्न और अभिजन वर्ग की प्रदर्शनपूर्ण जीवन शैली को सामान्य लोग ललचाई निगाहों से देखते हैं और उसे अपनाने की इच्छा करने लगते हैं। धीरे-धीरे सुख का अर्थ उपभोग से जोड़ दिया जाता है—उपभोग-भोग ही सुख मान लिया जाता है। इस तरह 'दिखावे की संस्कृति' फैलती है और उसके कारण समाज में वर्गों की दूरी बढ़ती है, सामाजिक अशांति और विषमता में वृद्धि होती है।

**उदाहरण 3. मान लीजिए एक छात्र के पास परीक्षा के लिए जरूरी पेन और किताबें हैं, लेकिन विज्ञापन देखकर वह कहता है: "सुख तो उसी 'प्रीमियम' पेन से आएगा। जो सच में सुखी होना है, उसे वही लेना चाहिए।" अब इस स्थिति में 'सुख' का अर्थ कैसे बदल रहा है, और इसका असर क्या होगा?**

- › पहले जरूरत पहचानो: पेन जरूरी है, काम हो जाता है।
- › अब अर्थ बदल रहा है: छात्र सुख को पेन के इस्तेमाल/गुण से नहीं, सिर्फ 'प्रीमियम' ब्रांड से जोड़ रहा है।
- › उपभोग-भोग सुख बन गया: खरीदना/ब्रांड चुनना ही खुशी का मापदंड बन गया।
- › असर: वह आगे भी जरूरत के बजाय स्टेटस के लिए खरीदने लगेगा, और सोचने का तरीका बदल जाएगा।

**उत्तर –** यहाँ 'सुख' का अर्थ बदलकर उपभोग-भोग और ब्रांड-खरीद से जुड़ रहा है—यानी खुशी अब जरूरत पूरी करने से नहीं, "महँगी/बड़ी" चीज़ पाने से मानी जा रही है। इसका असर यह होगा कि छात्र आगे भी स्टेटस के लिए अनावश्यक खरीद करने लगेगा और उसके जीवन-रवैये में बदलाव आएगा।

**उदाहरण 4. एक छात्र कहता है, "मुझे बस अच्छा टूथपेस्ट चाहिए।" लेखक की बात के अनुसार समझाइए कि यह कैसे 'जीवन शैली' तक फैलाव बन सकता है।**

- › शुरुआत में जरूरत होती है—दाँत साफ रखना, बदबू न हो।
- › विज्ञापन/बाजार 'सिर्फ टूथपेस्ट' की जगह 'मनचाही छवि' वाली भाषा जोड़ देता है—जैसे सौंदर्य/स्टाइल/प्रतिष्ठा।
- › फिर लगातार नए-नए दावे आते हैं: साथ में माउथवाश, फेसवॉश/साबुन, परफ्यूम आदि की मांग बढ़ती है।
- › अब खरीदारी एक-एक वस्तु तक सीमित नहीं रहती—एक 'रूटीन' बनता है: कब क्या इस्तेमाल करना है, किस तरह दिखना है।

› यानी उत्पादों की सूची से आगे जाकर वह छात्र की पसंद, पहचान और दिनचर्या—तीनों को प्रभावित करती है; इसी को 'जीवन शैली' तक फैलाव कहते हैं।

**उत्तर –** टूथपेस्ट जैसी एक जरूरत से शुरू होकर, विज्ञापन प्रतिष्ठा/पसंद की भाषा जोड़ता है; फिर साथ में कई नए उत्पादों की मांग बढ़ती जाती है और अंत में एक ब्रांड-आधारित रूटीन/पहचान बन जाती है—इसी फैलाव को 'उत्पादों की सूची से जीवन शैली तक' कहते हैं।

**उदाहरण 5. एक मोहल्ले में दो परिवार हैं। पहले परिवार के पास अच्छी घड़ी, नया फोन और महँगा म्यूजिक सिस्टम है। बाद में दूसरा परिवार भी "इसी जैसा" दिखने के लिए कर्ज लेकर सामान खरीदता है। समय के साथ उनकी लड़ाई बढ़ जाती है, रिश्तों में खिंचाव आता है और पंचायत/समाज में विवाद हो जाते हैं। बताओ यह स्थिति उपभोक्तावाद के किस असर को दिखाती है—प्रतिष्ठा, वर्ग-प्रतिस्पर्धा और सामाजिक असर?**

- › पहचानो प्रतिष्ठा कहाँ से आ रही है: परिवार 'घड़ी/फोन/सिस्टम' से हैसियत दिखा रहे हैं।
- › वर्ग-प्रतिस्पर्धा समझो: दूसरे परिवार का खरीदना 'जरूरत' से नहीं बल्कि 'मैं भी वैसा' दिखने की प्रतिस्पर्धा से है।
- › सामाजिक असर जोड़ो: कर्ज, तनाव, विवाद—ये समाज में अशांति और विषमता जैसा परिणाम दिखाते हैं।

**उत्तर –** यह स्थिति दिखाती है कि उपभोक्ता जीवन में प्रतिष्ठा वस्तुओं/ब्रांडों से जुड़ जाती है; फिर वर्ग-प्रतिस्पर्धा शुरू होती है; और अंत में सामाजिक असर के रूप में रिश्तों में दूरी, तनाव और अशांति/विषमता जैसी स्थितियाँ बढ़ती हैं।

**उदाहरण 6.** लेखक के अनुसार 'उपभोक्तावादी संस्कृति' हमारे समाज के लिए चुनौती क्यों है? 5 बिंदुओं में कारण लिखिए।

- › कारण 1: उपभोक्तावाद सामंती प्रतिष्ठा-मानसिकता से जुड़कर दिखावे को बढ़ाता है।
- › कारण 2: परंपराओं का अवमूल्यन और आस्थाओं का क्षरण होता है।
- › कारण 3: पश्चिमी सांस्कृतिक उपनिवेश जैसी स्थिति बनती है, लोग अनुकरण करने लगते हैं।
- › कारण 4: झूठे आधुनिक प्रतिमान अपनाए जाते हैं; व्यक्ति अपना मूल्य खोता है।
- › कारण 5: संसाधनों का अपव्यय, वर्गों की दूरी और सामाजिक सरोकारों में कमी—ये सामाजिक तनाव बढ़ाते हैं।

**उत्तर –** लेखक के अनुसार उपभोक्तावादी संस्कृति हमारे समाज के लिए चुनौती है क्योंकि यह पुरानी प्रतिष्ठा-मानसिकता से जुड़कर दिखावे की प्रतिस्पर्धा बढ़ाती है, परंपराओं का अवमूल्यन और आस्थाओं का क्षरण करती है, पश्चिमी सांस्कृतिक उपनिवेश और अनुकरण की संस्कृति फैलाती है, झूठे आधुनिक प्रतिमान अपनाकर व्यक्ति की मर्यादा/मूल्य कमजोर करती है, तथा संसाधनों का अपव्यय, वर्गों की दूरी और सामाजिक सरोकारों में कमी के कारण सामाजिक तनाव व अशांति बढ़ाती है।

**उदाहरण 7.** लेखक के अनुसार उपभोक्तावादी संस्कृति से भविष्य में चिंता किन तीन मुख्य रूपों में उभरती है? संक्षेप में 3 कारण लिखिए और हर कारण के साथ एक लाइन में असर भी बताइए।

- › संसाधन-अपव्यय वाले कारण को पहचानो: सीमित संसाधन और 'जरूरत से ज्यादा खर्च'।
- › वर्ग-दूरी वाले कारण को पहचानो: समाज में दूरी बढ़ना और सामाजिक सरोकार घटने से आक्रोश बढ़ना।
- › नैतिक मानदंड ढीलापन वाले कारण को पहचानो: मर्यादाएँ टूटना, स्वार्थ परमार्थ पर हावी होना।

**उत्तर –** तीन मुख्य रूप हैं—(1) संसाधन-अपव्यय: सीमित संसाधनों का घोर अपव्यय होता है और जीवन-गुणवत्ता सिर्फ उपभोग से नहीं सुधरती। (2) वर्ग-दूरी: वर्गों की दूरी बढ़ती है, सामाजिक सरोकार कम होते हैं, जिससे आक्रोश और अशांति फैलती है। (3) नैतिक मानदंड ढीलापन: मर्यादाएँ टूटती हैं, नैतिक मानदंड ढीले पड़ते हैं और व्यक्ति-केंद्रित स्वार्थ परमार्थ पर हावी होता है।

**उदाहरण 8.** दिए शब्दों 'धीरे-धीरे', 'आजकल', 'यहाँ', 'कम' का प्रयोग करके वाक्य बनाइए—ताकि हर बार स्पष्ट हो कि ये शब्द क्रिया-विशेषण हैं।

- › पहले एक क्रिया चुनो, जैसे 'बदलना/बदल रहा है', 'होना', 'पहुँचना', 'खर्च होना'।
- › अब सवाल करो: 'कैसे?' 'कब?' 'कहाँ?' 'कितना?'
- › 'धीरे-धीरे' को 'कैसे' से जोड़कर वाक्य बनाओ।
- › 'आजकल' को 'कब' से जोड़कर वाक्य बनाओ।
- › 'यहाँ' को 'कहाँ' से जोड़कर वाक्य बनाओ।
- › 'कम' को 'कितना' से जोड़कर वाक्य बनाओ।

**उत्तर –** 1) धीरे-धीरे सब कुछ बदल रहा है।

2) आजकल मौसम बहुत बदल रहा है।

3) यहाँ बहुत शोर हो रहा है।

4) इस महीने हमारा खर्च कम हो गया है।

**उदाहरण 9.** नीचे के वाक्य में रेखांकित शब्दों में से बताइए—कौन सा विशेषण है और कौन सा क्रिया-विशेषण: "कल रात से निरंतर बारिश हो रही है।" (शब्द: कल, रात, निरंतर)

- › क्रिया पकड़ो: 'हो रही है'। अब देखो 'बारिश' के बारे में कौन-सा शब्द क्रिया की विशेषता बता रहा है।
- › 'कल रात से' बारिश कब से हो रही है—यह समय बताता है, इसलिए 'कल रात से' क्रिया-विशेषण के रूप में आएगा।
- › 'निरंतर' बताता है कि बारिश कैसे हो रही है—निरंतर। इसलिए 'निरंतर' क्रिया-विशेषण है।
- › 'रात' अपने आप में समय का हिस्सा है; यहाँ समय-सीमा 'कल रात से' के रूप में क्रिया से जुड़ी है, मुख्य पहचान समय-समूह/समय-सूचक के तौर पर होगी। इसलिए अलग विशेषण नहीं माना जाएगा।

**उत्तर –** क्रिया-विशेषण: 'कल रात से', 'निरंतर'। विशेषण: इस वाक्य में नहीं।

उदाहरण 10. 'दूरदर्शन पर दिखाए जाने वाले विज्ञापनों का बच्चों पर बढ़ता प्रभाव' विषय पर अध्यापक और विद्यार्थी के बीच बातचीत को संवाद शैली में लिखिए। (पक्ष-विपक्ष का संतुलन रखते हुए 10-12 पंक्तियाँ; शुरुआत, कारण, सवाल/निष्कर्ष शामिल हों।)

- › पात्र तय करो: अध्यापक और विद्यार्थी।
- › शुरुआत के लिए अध्यापक एक प्रश्न/उत्तेजक बात लिखे।
- › विद्यार्थी अपने अनुभव या तर्क के साथ 'क्यों' बताए।
- › अध्यापक विपक्ष/संतुलन के रूप में दूसरा सवाल पूछे।
- › विद्यार्थी बताये कि क्या यह नुकसान हमेशा होता है या कुछ फायदे भी हो सकते हैं—पर सीमा के साथ।
- › अंत में निष्कर्ष: समझदारी से देखना/जरूरत पहचानना।

उत्तर – अध्यापक: बच्चों, दूरदर्शन पर जो विज्ञापन आते हैं, वे बच्चों पर बढ़ता असर कैसे डालते हैं?

विद्यार्थी: सर, कई बार विज्ञापन देखकर मन में तुरंत चाहत पैदा हो जाती है, फिर घर में ज़िद बढ़ जाती है।

अध्यापक: अच्छा—क्या हर बार ऐसा ही होता है? क्या विज्ञापन की कोई खासियत भी हो सकती है?

विद्यार्थी: सही बात है सर, कुछ विज्ञापन नई चीज़ की जानकारी देते हैं, जैसे दवा या शिक्षा से जुड़े उत्पाद।

अध्यापक: लेकिन समस्या कहाँ बनती है?

विद्यार्थी: सर, जब सिर्फ दिखावे और चमक-दमक से जरूरत तय करने लगते हैं, तब हम सोच-समझकर खरीद नहीं करते।

अध्यापक: यानी जरूरत और इच्छा में फर्क नहीं रहता?

विद्यार्थी: हाँ सर, और बहुत बार बड़े लोग भी तुरंत 'ले लो' बोल देते हैं।

अध्यापक: तो हमें क्या करना चाहिए—निष्कर्ष क्या होगा?

विद्यार्थी: मेरा निष्कर्ष है कि विज्ञापन देखकर जरूर जानकारी लें, पर निर्णय लेने से पहले जरूरत पूछें और परिवार से सलाह करें।

उदाहरण 11. संवाद-लेखन में उपभोक्ता संस्कृति पर विचार रखते हुए नीचे दिए शब्दों में से दो का प्रयोग करते हुए 4 पंक्तियों का संवाद लिखिए: (i) प्रचारित/सूचित (ii) दिखावा बढ़ाने वाली सामग्री

› शब्दों का मुख्य अर्थ तय करो: 'प्रचारित/सूचित' = लोगों तक बात पहुँचाना/बताना; 'दिखावा बढ़ाने वाली सामग्री' = जो सिर्फ काम के लिए नहीं, दिखावे के लिए खरीदी जाए।

- › संवाद में भूमिका तय करो: एक विद्यार्थी सवाल करे, दूसरा कारण बताए।
- › दोनों शब्दों को उसी अर्थ में वाक्य में फिट करो, ताकि तर्क स्पष्ट रहे।
- › अंत में बातचीत आगे बढ़ाने के लिए दूसरा सवाल या संतुलित बात जोड़ो।

उत्तर – विद्यार्थी: टी.वी. पर विज्ञापन सिर्फ बेचने के लिए नहीं, क्या वो हमें 'प्रचारित/सूचित' भी करते हैं कि ये सामान लेना जरूरी है?

शिक्षक: हाँ, कई बार विज्ञापन लगातार संदेश देते हैं—इसीलिए लोग प्रभावित होते हैं।

विद्यार्थी: और क्या कुछ चीज़ें 'दिखावा बढ़ाने वाली सामग्री' की तरह बन जाती हैं—जहाँ असली जरूरत से ज्यादा दिखना अहम हो जाता है?

शिक्षक: बिल्कुल, फिर तो सवाल यही है—क्या हमारी खरीद असल जरूरत पर है या दिखावे पर?

### बोर्ड परीक्षा के लिए खास

- प्रश्न आए तो 'फोकस' शब्द लिखकर कारण-परिणाम (विज्ञापन, दिखावा, अशांति/विषमता) जरूर बताना।
- उत्तर लिखते समय 'कारण-परिणाम' जरूर लिखो: चमक/दिखावा सोच बदलती है अशांति-विषमता बढ़ती है।
- उदाहरण लिखते समय 'जरूरत' और 'स्टेटस' का फर्क जरूर दिखाओ।
- 2-3 उदाहरण (साबुन/घड़ी/म्यूजिक सिस्टम) देकर 'जरूरत से प्रतिष्ठा' लिखें।
- उत्तर लिखते समय 'प्रतिष्ठा-वस्तुकरण' वर्ग-प्रतिस्पर्धा अशांति-विषमता' क्रम जरूर लिखो।

- 'क्यों' लिखते समय कारण-श्रृंखला: सामंती तत्व अनुकरण परंपरा/आस्था क्षरण सामाजिक तनाव।
- उत्तर लिखते समय 3 बिंदु जरूर: संसाधन-अपव्यय, वर्ग-दूरी, नैतिक मानदंडों का ढीलापन।
- पाठ-आधारित प्रश्नों में क्रिया-विशेषण छाँटते समय पहले 'कैसे/कब/कहाँ/कितना' पूछो।
- वाक्य-विश्लेषण के प्रश्नों में क्रिया पकड़कर सवाल पूछो, वही निर्णायक होता है।
- NCERT संवाद-लेखन में 'कारण + सवाल/नष्टिकर्ष' डालना सीधे अंक दिलाता है।
- संवाद/उत्तर में पाठ के प्रमुख शब्दों का अर्थ-समझकर प्रयोग जरूर करो—यह अंक बढ़ाता है।

### एक नज़र में रिवीज़न

- › - फोकस: विज्ञापनदिखावाव्यवहार/समाज पर असर
- › चमक गुणवत्ता छोड़ो; दिखावा सुख = उपभोग; परिणाम: असंतोष/विषमता
- › - सुख = उपभोग (ब्रांड खरीद से खुशी)
- › एक खरीद कई उत्पाद रूटीन/पहचान बनना
- › - प्रतिष्ठा = वस्तु-प्रदर्शन; प्रतिस्पर्धा = हैसियत-दौड़; असर = अशांति-विषमता
- › सामंत बदलें, प्रतिष्ठा की सोच बदली; उपभोक्तावाद से अनुकरण व क्षरण बढ़ा।
- › 3D: अपव्यय, दूरी, नैतिक ढील।
- › - क्रिया के आगे सवाल: कैसे-कब-कहाँ-कितना?
- › - क्रियाकैसे-कब-कहाँ-कितना = क्रिया-विशेषण
- › - मंत्र: शुरुआत-कारण-सवाल; पक्ष/विपक्ष + उदाहरण
- › पहले अर्थ, फिर वाक्य: मुख्य मतलब पकड़ो।