

Revision Test Paper (2020-21)
Test – 1
Class – XII
Sub – Hindi

पूर्णांक : 30
(10)

प्रश्न-1 निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर संक्षेप में दीजिए :

1. समाचार-लेखन के छह ककार क्या हैं?
2. पत्रकारीय लेखन किसे कहते हैं?
3. समाचार के 'इंद्रो' और 'बॉडी' से आप क्या समझते हैं?
4. समाचार लेखन के छह ककारों के नाम लिखिए।
5. वॉचडॉग पत्रकारिता क्या है?
6. हिन्दी में प्रकाशित किन्हीं चार दैनिक समाचार-पत्रों के नाम लिखिए।
7. समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड शैली क्या है?
8. खोजपरक पत्रकारिता किसे कहते हैं?
9. पेज थ्री पत्रकारिता क्या है?
10. स्वतंत्र या फी-लांसर पत्रकार किसे कहा जाता है?

प्रश्न-2 फीचर की दो विशेषताएँ बताइए।

(1)

प्रश्न-3 समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड शैली का अभिप्राय स्पष्ट करते हुए उल्टा पिरामिड शैली में समाचार लेखन की प्रक्रिया पर प्रकाश डालिए।

(3)

प्रश्न-4 निम्नलिखित में से किसी एक विषय पर फीचर लिखिए—

(3)

1. त्योहारों के नाम पर अपव्यय
2. एकल परिवारों में बुजुर्गों की स्थिति
3. जंक फूड की समस्या

प्रश्न-5 निम्नलिखित में से किसी एक विषय पर आलेख लिखिए—

(3)

1. समय का महत्व
2. युवाओं में बढ़ती नशे की प्रवृत्ति
3. गहराता जल संकट

प्रश्न—6 दिय गए अप्रत्याशित विषयों में से किसी एक विषय पर रचनात्मक लेखन किजिए— (5)

1. महानगरों में असुरक्षित नारी
2. बारिश बिन छतरी
3. स्वच्छता आज की अनिवार्य आवश्यकता है।

प्रश्न—7 निम्नलिखित गद्यांश को ध्यानपूर्वक पढ़कर पूछे गये प्रश्नों के उत्तर दीजिए : (5)

जब समाचार-पत्रों में सर्वसाधारण के लिए कोई सूचना प्रकाशित की जाती है तो उसको विज्ञापन कहते हैं। यह सूचना नौकरियों से सम्बन्धित हो सकती है, खाली मकान को किराये पर उठाने के सम्बन्ध में हो सकती है या किसी औषधि के प्रचार से सम्बन्धित हो सकती है। कुछ लोग विज्ञापन के आलोचक हैं। वे इसे निरर्थक मानते हैं। उनका मानना है कि यदि कोई वस्तु यथार्थ रूप में अच्छी है तो वह बिना किसी विज्ञापन के ही लोगों के बीच लोकप्रिय हो जाएगी, जबकि खराब वस्तुएँ विज्ञापन की सहायता पाकर भी भंडाफोड़ होने पर बहुत दिनों तक टिक नहीं पाएँगी परन्तु लोगों की यह सोच गलत है।

आज के युग में मानव का प्रचार-प्रसार का दायरा व्यापक हो चुका है। अतः विज्ञापनों का होना अनिवार्य हो जाता है। किसी अच्छी वस्तु की वास्तविकता से परिचय पाना आज के विशाल संसार में विज्ञापन के बिना नितान्त असंभव है। विज्ञापन ही वह शक्तिशाली माध्यम है जो हमारी जरूरत की वस्तुएँ प्रस्तुत करता है, उनकी माँग बढ़ाता है और अंततः हम उन्हें जुटाने चल पड़ते हैं। यदि कोई व्यक्ति या कम्पनी किसी वस्तु का निर्माण करती है तो उसे 'उत्पादक' कहा जाता है। उन वस्तुओं और सेवाओं को खरीदने वाला उपभोक्ता कहलाता है। इन दोनों को जोड़ने का कार्य विज्ञापन करता है। वह उत्पादक को उपभोक्ता के सम्पर्क में लाता है तथा माँग और पूर्ति में संतुलन स्थापित करने का प्रयत्न करता है।

पुराने ज़माने में किसी वस्तु की अच्छाई का विज्ञापन मौखिक तरीके से होता था। काबुल का मेवा, कश्मीर की ज़री का काम, दक्षिण भारत के मसाले आदि वस्तुओं की प्रसिद्धि मौखिक रूप से होती थी। उस समय आवश्यकता भी कम होती थी तथा लोग किसी वस्तु के अभाव की तीव्रता का अनुभव नहीं करते थे। आज समय तेज़ी का है। संचार-क्रांति ने जिन्दगी को स्पीड दे दी है। मनुष्य की आवश्यकताएँ बढ़ती जा रही हैं। इसीलिए विज्ञापन मानव-जीवन की अनिवार्यता बन गया है।

प्रश्न :-

- (क) विज्ञापन किसे कहते हैं? वह मानव जीवन का अनिवार्य अंग क्यों माना जाता है?
- (ख) 'उत्पादक' किसे कहते हैं? उत्पादक-उपभोक्ता सम्बन्धों को विज्ञापन कैसे प्रभावित करता है?
- (ग) किसी विज्ञापन का उद्देश्य क्या होता है? जीवन में इसकी उपयोगिता पर प्रकाश डालिए।
- (घ) विज्ञापन के आलोचकों के विज्ञापन के सन्दर्भ में क्या विचार हैं?
- (ङ) आज की भाग-दौड़ की जिन्दगी में विज्ञापन का महत्व उदाहरण देकर समझाइए।