

# व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको अध्ययन

यमनाथ भट्टराई

परीक्षा क्रमाङ्क : ७२२८१२३

त्रि.वि. दर्ता नं : ९-२-२९-१०५१-२०१२

त्रिभुवन विश्वविद्यालय, शिक्षाशास्त्र सङ्काय, नेपाली भाषा शिक्षाअन्तर्गत  
स्नातकोत्तर तह चौथो सत्र नेपा.शि. ५४४ पाठ्यांशको  
प्रयोजनका लागि प्रस्तुत

शोधपत्र

नेपाली भाषा शिक्षा विभाग

त्रि.वि., कीर्तिपुर ।

२०७५ / २०१९

## प्रतिबद्धता पत्र

प्रस्तुत शोधपत्रभित्रका सामग्रीहरू नितान्त मौलिक हुन् । यसमा प्रयोग गरिएका सामग्रीहरू अन्यत्र कहींबाट साभार गरिएका छैनन् । प्रयोग गरिएका ठाउँमा आवश्यकताअनुसार स्रोत खुलाएर वाक्यांश तथा वाक्यहरू साभार गरिएको छ । यस शोधपत्रका अंश अन्य प्रयोजनका लागि उपयोग र प्रकाशनमा आएका छैनन् । अतः यो शोधपत्र नितान्त मौलिक भएको प्रतिबद्धता व्यक्त गर्दछु ।

.....

शोधार्थी

यमनाथ भट्टराई

मिति : २०७५/१२/१०

## शोधनिर्देशकको सिफारिसपत्र

त्रिभुवन विश्वविद्यालय, शिक्षाशास्त्र सङ्कायअन्तर्गत नेपाली भाषा शिक्षा विभाग स्नातकोत्तर तह चौथो सत्रका छात्र यमनाथ भट्टराईले नेपाली विषय विशिष्टीकरणको पाठ्यांश ५४४ को आवश्यकता पूर्तिका निम्ति 'व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको अध्ययन' शीर्षकको शोधपत्र मेरो निर्देशनमा रहेर तयार पार्नुभएको हो । निकै परिश्रमपूर्वक तयार पारिएको यो शोधकार्यबाट म पूर्णतः सन्तुष्ट छु र यसको आवश्यक मूल्याङ्कनका लागि सिफारिस गर्दछु ।

.....  
प्रा.डा. रामप्रसाद भट्टराई  
(शोधनिर्देशक)

शिक्षाशास्त्र सङ्काय  
नेपाली भाषा शिक्षा विभाग  
त्रि.वि., कीर्तिपुर

मिति : २०७६/०१/०२

April 15, 2019

## स्वीकृति पत्र

त्रिभुवन विश्वविद्यालय, शिक्षाशास्त्र सङ्काय, नेपाली भाषा शिक्षा विभागअन्तर्गत स्नातकोत्तर तह चौथो सत्रको नेपा.शि. ५४४ पाठ्यांशको आवश्यकता पूर्तिका लागि छात्र यमनाथ भट्टराईद्वारा 'व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको अध्ययन' शीर्षकमा तयार गरिएको यो शोधपत्र स्नातकोत्तर उपाधिका लागि उचित ठहरिएकाले स्वीकृति प्रदान गरिएको छ ।

### शोध मूल्याङ्कन समिति

१. प्रा.डा. रामप्रसाद भट्टराई (विभागीय प्रमुख/शोधनिर्देशक) .....
३. प्रा.डा. रामचन्द्र लंसाल (शोधविशेषज्ञ) .....

मिति : २०७६/१/२३

May 06, 2019

## कृतज्ञताज्ञापन

प्रस्तुत शोधपत्र मैले त्रिभुवन विश्वविद्यालय शिक्षाशास्त्र सङ्काय, नेपाली भाषा शिक्षाअन्तर्गत स्नातकोत्तर तह एम.एड. चौथो सत्रको नेपा.शि. ५४४ को प्रयोजनका लागि आदरणीय गुरु प्रा.डा. रामप्रसाद भट्टराईको कुशल निर्देशनमा तयार गरेको छु । अनेकौं व्यक्तिगत व्यस्तताका क्रममा पनि आफ्नो अमूल्य समय प्रदान गरेर शोधप्रस्ताव तयार पार्नेदेखि आजसम्म कुशल निर्देशन प्रदान गर्ने नेपाली शिक्षा विभागका प्रा.डा. रामप्रसाद भट्टराईज्यूप्रति आजन्म ऋणी छु ।

‘व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको अध्ययन’ शीर्षक स्वीकृत गरी शोधपत्र तयार गर्ने अवसर प्रदान गर्नुहुने विभागीय प्रमुख प्रा.डा. रामप्रसाद भट्टराई ज्यूप्रति म कृतज्ञता ज्ञापन गर्दछु । साथसाथै आवश्यक परेका बेला सल्लाह र सुझाव दिई सहयोग गर्नुहुने यस नेपाली भाषा शिक्षा विभागका सम्पूर्ण गुरुहरूप्रति म कृतज्ञता ज्ञापन गर्न चाहन्छु ।

उचाइ प्राप्तिका लागि अष्टयारोमा नडराउन र जीवनमा आइपर्ने जस्तोसुकै दुःख र कष्टमा पनि उच्च मनोबलका साथ जुध्न सक्नुपर्छ भनेर सधैं प्रेरणा र हौसला दिई मलाई यहाँसम्म ल्याइ पुऱ्याउनुहुने मेरा आदरणीय बुवा टिकाराम भट्टराई र आमा देबकी भट्टराईप्रति म आजीवन ऋणी छु । आफू अष्टयारो परिस्थितिमा रहेर भए पनि मलाई निरन्तर पढाइमा ऊर्जाशील बनाइरहने र हौसला प्रदान गरिरहनु हुने मेरा सपरिवार र आफन्तजनप्रति म कृतज्ञ छु ।

प्रस्तुत शोधपत्र तयार गर्ने क्रममा आवश्यक सामग्री सङ्कलन गर्न र यस अध्ययनलाई पूर्णता दिन सहयोग गर्नुहुने दाइ भेषराज भट्टराई, ईन्द्रप्रसाद भट्टराई र भाइ महेन्द्र भट्टराईलाई अन्तरहृदयदेखि धन्यवाद व्यक्त गर्दछु । साथै प्रस्तुत शोधपत्र तयार गर्न हृदयदेखि नै निश्चार्थ सहयोग पुऱ्याउनुहुने मेरा सहृदयी सहपाठी मित्रहरूप्रति कृतज्ञता व्यक्त गर्दछु । त्यसैगरी मलाई उच्च शिक्षा हासिल गराउन निःस्वार्थ र निरन्तर सल्लाह सुझाव र सहयोग गर्नुहुने दाइहरू भेषराज भट्टराई, अर्जुन वास्तोला, विजय खतिवडा, सुरेश भट्टराई, ठमिन्द्र खतिवडा, सुरेश लुइटेल्, विमान राई, मामा हरिचन्द्र खतिवडा, भाइ तारानाथ भट्टराई र सेषराज आचार्यप्रति अत्यन्तै आभारी छु । त्यसैगरी कम्प्युटरसम्बन्धी काम गरी शोधपत्र तयार गर्न महत्त्वपूर्ण सहयोगी भूमिका निभाउने ‘जी’ कम्प्युटर सेन्टर, कीर्तिपुरप्रति विशेष धन्यवाद अर्पण गर्दछु ।

अन्त्यमा प्रस्तुत शोधपत्रको आवश्यक मूल्याङ्कनका लागि नेपाली भाषा शिक्षा विभागसमक्ष पेस गर्दछु ।

यमनाथ भट्टराई

शोधार्थी

## शोधसार

प्रस्तुत शोधकार्य भोजपुर जिल्लाका निजी क्षेत्रका व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको अध्ययनसँग सम्बन्धित रहेको छ । यस शोधकार्यको मुख्य उद्देश्य व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषिक प्रयोगको अध्ययन गर्नु, व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको वर्णविन्यासगत, शब्दभण्डारगत र अर्थगत अध्ययन गर्नु रहेको छ । प्रस्तुत अध्ययनका लागि भोजपुर जिल्लाका निजी क्षेत्रका व्यापारिक विज्ञापनहरूलाई जनसङ्ख्याका रूपमा लिइएको छ । भोजपुर जिल्लाका सम्पूर्ण निजी क्षेत्रका व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको अध्ययन गर्न समय तथा अध्ययनका दृष्टिले कठिन र असम्भव हुने भएकाले भोजपुर जिल्लाका मुख्य गरी तीन बजार क्षेत्रका पचास वटा व्यापारिक विज्ञापनलाई नमुनाको रूपमा छनोट गरी त्यसमा प्रयुक्त भाषाको अध्ययन गरिएको छ । उल्लिखित क्षेत्रका विज्ञापनलाई नै नमुनाको रूपमा छनोट गर्नुको तात्पर्य भोजपुर जिल्लाका अन्य बजार क्षेत्रभन्दा भोजपुर सदरमुकाम बजार क्षेत्र, षडानन्द नगरपालिका बजार क्षेत्रमा सेवाग्राहीहरू अर्थात् उपभोक्ताहरू बढी आकर्षित हुने र सर्वसाधारण जनताहरूले सम्बन्धित क्षेत्रबाट आफ्नो आधारभूत सामग्रीहरूको खरिद गर्ने भएकाले र कुदाक काउले बजार क्षेत्र स्थानीय बजार भएकाले यी क्षेत्रमा प्रयोग गरिएका व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको अवस्था के कस्तो रहेको छ भनी उक्त क्षेत्रमा भएका व्यापारिक विज्ञापनहरूलाई नमुनाको रूपमा छनोट गरिएको छ । प्रस्तुत अध्ययन मूलतः क्षेत्रीय अर्थात् स्थलगत अध्ययन र वर्णनात्मक अध्ययन विधिद्वारा सम्पन्न गरिएको छ । प्रस्तुत अध्ययनमा प्राथमिक सामग्री र द्वितीयक सामग्रीको प्रयोग गरी तथ्याङ्क सङ्कलन गरिएको छ ।

प्राथमिक सामग्रीका रूपमा क्षेत्रीय तथा स्थलगत अध्ययन विधि अपनाई मुख्य रूपमा क्यामराको मद्दतद्वारा भोजपुर जिल्लाका मुख्य तीन बजार क्षेत्रमा प्रयोग गरिएका पचास वटा व्यापारिक विज्ञापनका तस्वीरलाई आधार बनाई ती विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको अध्ययन गरिएको छ । साथै यस अध्ययनको द्वितीयक सामग्रीको रूपमा पुस्तकालयीय अध्ययन विधि अवलम्बन गरी व्यापारिक विज्ञापनसम्बन्धी, भाषिक संरचनासम्बन्धी, वर्णविन्याससम्बन्धी लेखिएका विभिन्न पुस्तकहरू, लेख, रचना, पत्रपत्रिका, शब्दकोश र पूर्व शोधपत्रको उपयोग गरिएको छ । भोजपुर जिल्लाका निजी क्षेत्रका व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको अध्ययन गर्ने उद्देश्यले गरिएको यस अध्ययनमा विभिन्न खोज र अध्ययन अनुसन्धानका क्रममा प्राप्त भएको तथ्य, परिणामका आधारमा निष्कर्ष निकालिएको छ ।

नमुनाको रूपमा छनोट भएका ५० वटा व्यापारिक विज्ञापनमा कुनै न कुनै रूपमा भाषिक त्रुटि रहेको पाइयो । नमुना छनोटमा रहेका ५० वटा व्यापारिक विज्ञापनमा अधिकांश विज्ञापन उपयुक्त ठाउँमा राखिएको र केही विज्ञापनहरू अनुपयुक्त ठाउँमा प्रयोग गरेको, विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषामा सबैभन्दा बढी वर्णविन्याससम्बन्धी त्रुटि रहेको, य र ए सम्बन्धी र अजन्त र हलन्त सम्बन्धी कुनै पनि विज्ञापनमा त्रुटिरूप नरहेको, प्रस्तुत अध्ययनमा वर्णविन्यासअन्तर्गत सबैभन्दा बढी दीर्घ सम्बन्धी र 'ब' वर्णको प्रयोगसम्बन्धी त्रुटि रहेको, वर्णविन्यासअन्तर्गत ह्रस्वसम्बन्धी १५ वटा त्रुटि, दीर्घ सम्बन्धी २०, 'ब' वर्णको प्रयोगसम्बन्धी १७, 'व' वर्णको प्रयोगसम्बन्धी १, पदयोगसम्बन्धी २२, र पदवियोगसम्बन्धी ३ वटा त्रुटि रहेको, त्यसैगरी श, ष, स सम्बन्धी प्रयोगमा 'ष' सम्बन्धी त्रुटिरूप नरहेको, श सम्बन्धी १ र स सम्बन्धी ६ वटा त्रुटिरूप भएको पाइयो । त्यसैगरी पञ्चम वर्णसम्बन्धी प्रयोगमा 'ड' सम्बन्धी त्रुटिरूप बढी रहेको, शिरविन्दु र चन्द्रविन्दु सम्बन्धी ६ वटा त्रुटिरूप रहेको, व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषामा एकै किसिमका त्रुटिहरू पटक पटक दोहोर्याइएको, ह्रस्वदीर्घको प्रयोगसम्बन्धी सबैभन्दा बढी दोहोरिएको त्रुटिरूप 'मूल्य र बिक्री' रहेको, त्यसैगरी शब्दभण्डारगत अध्ययनअन्तर्गत शब्दस्रोतका आधारमा गरिएको वर्गीकरणमा व्युत्पन्न शब्दभन्दा मूल शब्दको बढी प्रयोग भएको, मूल शब्दको प्रयोग १६५, व्युत्पन्न शब्दको प्रयोग ११५ रहेको, व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषा छोटो, छरितो आकर्षक र गहकिलो हुने भएकाले विज्ञापनमा कम शब्दको प्रयोग हुने गरेको, विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको स्रोतका आधारमा गरिएको वर्गीकरणमा सबैभन्दा बढी 'तत्सम' र 'आगन्तुक' शब्दको प्रयोग भएको, १७१ वटा आगन्तुक शब्द, १३५ वटा तत्सम शब्द र ६८ वटा तद्भव शब्दको प्रयोग भएको, शब्दभण्डारगत त्रुटिको अध्ययनअन्तर्गत १५ वटा शब्दभण्डारगत त्रुटि भएको, उच्चारणगत र भाषिकागत प्रयोगको कारणले गर्दा शब्दभण्डारगत त्रुटि हुने गरेको, त्यसैगरी नमुना छनोटमा रहेका ५० वटा व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त अर्थगत त्रुटिको अध्ययन विश्लेषणमा १२ वटा व्यापारिक विज्ञापनमा अर्थगत त्रुटि रहेको, शब्दगत बेमेल र वाक्यगत बेमेलले गर्दा अर्थगत त्रुटि हुने गरेको, अर्थगत त्रुटिमा एउटै अर्थ दिने शब्दहरू पुनरावृत्ति भएको र अर्थ सन्निधान नमिलाउँदा अर्थगत त्रुटि हुने गरेको साथै जे जस्तो उच्चारण गरिन्छ, त्यस्तै लिपिमा प्रयोग गरिने कारणले गर्दा अर्थगत रूपमा त्रुटि भएको जस्ता निष्कर्षहरू प्रस्तुत अध्ययनको व्याख्या विश्लेषणबाट निकालिएको छ ।

## सङ्क्षिप्त रूप

क्र.सं.	:	क्रम सङ्ख्या
त्रि.वि.	:	त्रिभुवन विश्वविद्यालय
नेपा.शि.	:	नेपाली शिक्षा
प्रा.डा.	:	प्राध्यापक डाक्टर
वि.सं.	:	विक्रम सम्बत्
दर्ता नं.	:	दर्ता नम्बर
पृ.सं.	:	पृष्ठ सङ्ख्या
प्रा.लि.	:	प्राइभेट लिमिटेड

## पारिभाषिक शब्दसूची

- विज्ञापन : बिक्रीयोग्य मालहरूको प्रचारप्रसारका लागि रडियो, अखबार आदिबाट दिइने जानकारी
- व्यापारिक : किनबेच गर्न सकिने व्यापारसम्बन्धी
- पोस्टर : सर्वसाधारणको जानकारीको लागि नारा, माग आदि ठूलठूला अक्षरमा लेखी आवश्यकता अनुसार चित्रसमेत बनाइ भित्तामा टाँसिने पत्र, एक प्रकारको विज्ञापनपत्र, भित्ते प्रचार पत्र
- वर्णविन्यास : वर्णहरूको उपयुक्त रखाइक्रम, व्याकरणिक नियमअनुसार वर्णहरूको प्रयोग,
- अर्थगत त्रुटि : भाषिक अर्थमा पर्ने नकारात्मक प्रभाव
- शब्दभण्डार : भाषिक शब्दहरूको सङ्ग्रह, शब्द ढुकुटी
- सञ्चार : कुनै वस्तु एक ठाउँबाट अर्को ठाउँमा लैजाने वा पठाउने काम
- ग्राहक : मूल्य तिरेर कुनै वस्तु किन्ने व्यक्ति
- सुपथ : चाहिने मात्र लिइएको लागत अनुसारको मूल्य
- त्रुटि : गल्ती, कमिकमजोरी
- सम्पादन : कुनै पत्रपत्रिका वा ग्रन्थका विषयहरूको विषयक्रम, पाठ आदि ठीक सित मिलाई आवश्यक परिवर्तन गर्नु ।

## विषयसूची

	पृष्ठ
<b>अध्याय एक : शोधपरिचय</b>	<b>१-५</b>
१.१ अध्ययनको पृष्ठभूमि	१
१.२ समस्याकथन	२
१.३ अध्ययनको उद्देश्य	३
१.४ अध्ययनको औचित्य	३
१.५ अध्ययनको सीमाङ्कन	४
१.६ अध्ययनको रूपरेखा	५
<b>अध्याय दुई : पूर्वकार्यको समीक्षा र सैद्धान्तिक अवधारणा</b>	<b>६-२८</b>
२.१ पूर्वकार्यको समीक्षा	६
२.१.१ सम्बद्ध पुस्तकको पुनरावलोकन	७
२.१.२ सम्बद्ध शोधपत्रको पुनरावलोकन	९
२.१.३ पूर्व अध्ययनको महत्त्व	१४
२.२ सैद्धान्तिक अवधारणा	१५
२.२.१ भाषाको परिचय	१५
२.२.२ विज्ञापनको परिचय	१६
२.२.३ विज्ञापनको इतिहास	१७
२.२.४ नेपालमा विज्ञापनको इतिहास	१८
२.२.५ विज्ञापनको उद्देश्य	२०
२.२.६ विज्ञापनका विशेषताहरू	२१
२.२.७ विज्ञापनका प्रकार	२१
२.२.८ विज्ञापनका कार्यहरू	२२
२.२.९ बाह्य विज्ञापन र यसका सबल/दुर्बल पक्षहरू	२२
२.२.१० समाजमा बालबालिकाको व्यवहार र विज्ञापनबिच सम्बन्ध	२३
२.२.११ नेपाली विज्ञापन क्षेत्रका भाषिक समस्याहरू	२३
२.२.१२ नेपालमा विज्ञापन र प्रयुक्त भाषालाई प्रभावकारी बनाउने उपाय	२५
२.२.१३ विज्ञापनमा नेपाली भाषा	२६

<b>अध्याय तीन : अध्ययन विधि र प्रक्रिया</b>	<b>२९-३०</b>
३.१ जनसङ्ख्या र नमुना छनोट	२९
३.१.१ जनसङ्ख्या	२९
३.१.२ नमुना छनोट	२९
३.२ तथ्याङ्क सङ्कलनका स्रोतहरू	२९
३.२.१ प्राथमिक सामग्री	३०
३.२.२ द्वितीयक सामग्री	३०
३.३ तथ्याङ्क सङ्कलन पद्धति	३०
३.४ तथ्याङ्क विश्लेषण र मूल्याङ्कन पद्धति	३०
<b>अध्याय चार : व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको वर्णविन्यासगत अध्ययन</b>	<b>३१-४४</b>
४.१ ह्रस्वदीर्घसम्बन्धी प्रयोग	३१
४.२ 'ब' र 'व' सम्बन्धी प्रयोग	३३
४.३ पदयोग र पदवियोगसम्बन्धी प्रयोग	३६
४.४ श, ष, स सम्बन्धी प्रयोग	३८
४.५ य र ए सम्बन्धी प्रयोग	३९
४.६ पञ्चम वर्णहरूको प्रयोग (ड, ज, ण, न, म)	४०
४.७ अजन्त र हलन्तसम्बन्धी प्रयोग	४२
४.८ शिरविन्दु र चन्द्रविन्दुको प्रयोग	४२
<b>अध्याय पाँच : व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको शब्दभण्डारगत विश्लेषण</b>	<b>४५-५१</b>
५.१ शब्दभण्डार	४५
५.१.१ संरचनाका आधारमा शब्दभण्डार	४६
५.१.२ स्रोतका आधारमा शब्दभण्डार	४७
५.१.३ शब्दभण्डारगत त्रुटि	४९
<b>अध्याय छ : व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त भाषाको अर्थगत अध्ययन</b>	<b>५२-५६</b>
<b>अध्याय सात : सारांश, निष्कर्ष र उपयोगिता</b>	<b>५७-६२</b>
७.१ सारांश	५७
७.२ निष्कर्ष	५८
७.३ उपयोगिता	६१
७.३.१ नीतिगत तह	६१
७.३.२ प्रयोगगत तह	६२
<b>सन्दर्भग्रन्थ सूची</b>	<b>६३-६४</b>
<b>परिशिष्ट</b>	
<b>व्यक्तिवृत्त</b>	

## तालिका सूची

	पृष्ठ
१. व्यापारिक विज्ञापनमा ह्रस्व र दीर्घसम्बन्धी त्रुटि	३२
२. व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त 'ब' र 'व' सम्बन्धी त्रुटि	३४
३. व्यापारिक विज्ञापनमा प्रयुक्त पदयोग-पदवियोगसम्बन्धी त्रुटि	३६
४. 'श' र 'स' सम्बन्धी प्रयोग	३९
५. पञ्चम वर्णहरूको प्रयोग (ड, ञ, ण, न, म)	४०
६. शिरविन्दु र चन्द्रविन्दुको प्रयोग	४३
७. शब्दभण्डारगत त्रुटि	५०

## परिशिष्ट

### अनुसन्धानात्मक प्रश्न

१. नेपालमा व्यापारिक विज्ञापनको अवस्था के कस्तो छ ?
२. नेपाली समाजमा विज्ञापनको के कस्तो प्रभाव रहेको छ ?
३. राज्यले विज्ञापनसम्बन्धी के कस्तो नीतिनियम निर्धारण गरेको छ ?
४. विज्ञापनमा भाषिक व्यवस्था सम्बन्धी नीति के छ ?
५. विज्ञापनमा कस्तो भाषिक प्रयोग उपयुक्त हुन्छ ?
६. विज्ञापनमा भाषिक प्रयोगलाई प्रभावकारी बनाउनलाई के गर्न सकिन्छ ?
७. विज्ञापनले बालबालिकाहरूमाथि के कस्तो प्रभाव पारेको छ ?
८. व्यापारिक विज्ञापनमा कस्तो भाषा प्रयोग गर्नु उपयुक्त हुन्छ ?
९. विज्ञापन क्षेत्रमा देखिन सक्ने भाषिक कमीकमजोरीका कारणहरू के के हुन सक्छन् ?
१०. विज्ञापनमा भाषिक प्रयोगसम्बन्धी रहेका समस्याहरूलाई समाधान गर्ने के कस्ता उपायहरू अपनाउन सकिएला ?
११. नेपालमा प्रयोग गरिने विज्ञापनमा वाक्यगठन र यसको अर्थगत आशय कस्तो पाइन्छ ?

## व्यक्तिवृत्त

नाम : यमनाथ भट्टराई  
जन्ममिति : २०५०/१२/२८  
ठेगाना : कुदाक काउले-६, भोजपुर  
बुवाको नाम : टीकाराम भट्टराई  
आमाको नाम : देबकी भट्टराई  
नागरिक : नेपाली  
लिङ्ग : पुरुष  
तह : स्नातकोत्तर तह (एम.एड.)  
सम्पर्क नं. : ९८६०२९७६४७



## शैक्षिक योग्यता

तह	शिक्षण संस्था	उत्तीर्ण वर्ष	श्रेणी
प्रवेशिका परीक्षा (एस.एल.सी.)	श्री सावित्रा मा.वि., कुदाक काउले, भोजपुर	२०६६	द्वितीय
प्रवीणता प्रमाणपत्र तह (१०+२)	सन्त सावित्रा मा.वि., नेपालेडाँडा, भोजपुर	२०६९	द्वितीय
स्नातक तह (बी.एड.)	महेन्द्ररत्न क्याम्पस, ताहाचल	२०७२	द्वितीय
स्नातकोत्तर तह (एम.एड.)	विश्वविद्यालय क्याम्पस, त्रि.वि., कीर्तिपुर	२०७५	