

Signature and Name of Invigilator

1. (Signature) _____

(Name) _____

2. (Signature) _____

(Name) _____

 OMR Sheet No. :
 (To be filled by the Candidate)

 Roll No.

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|

(In figures as per admission card)

PAPER - III Roll No. _____

(In words)

J 6 3 1 5
MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM
[Maximum Marks : 150]

Number of Pages in this Booklet : 32

Number of Questions in this Booklet : 75

Instructions for the Candidates

1. Write your roll number in the space provided on the top of this page.
2. This paper consists of seventy five multiple-choice type of questions.
3. At the commencement of examination, the question booklet will be given to you. In the first 5 minutes, you are requested to open the booklet and compulsorily examine it as below :
 - (i) To have access to the Question Booklet, tear off the paper seal on the edge of this cover page. Do not accept a booklet without sticker-seal and do not accept an open booklet.
 - (ii) Tally the number of pages and number of questions in the booklet with the information printed on the cover page. Faulty booklets due to pages/ questions missing or duplicate or not in serial order or any other discrepancy should be got replaced immediately by a correct booklet from the invigilator within the period of 5 minutes. Afterwards, neither the Question Booklet will be replaced nor any extra time will be given.
 - (iii) After this verification is over, the Test Booklet Number should be entered on the OMR Sheet and the OMR Sheet Number should be entered on this Test Booklet.
4. Each item has four alternative responses marked (1), (2), (3) and (4). You have to darken the circle as indicated below on the correct response against each item.
Example : ① ② ● ④ where (3) is the correct response.
5. Your responses to the items are to be indicated in the **OMR Sheet given inside the Booklet only**. If you mark your response at any place other than in the circle in the OMR Sheet, it will not be evaluated.
6. Read instructions given inside carefully.
7. Rough Work is to be done in the end of this booklet.
8. If you write your Name, Roll Number, Phone Number or put any mark on any part of the OMR Sheet, except for the space allotted for the relevant entries, which may disclose your identity, or use abusive language or employ any other unfair means, such as change of response by scratching or using white fluid, you will render yourself liable to disqualification.
9. You have to return the original OMR Sheet to the invigilators at the end of the examination compulsorily and must not carry it with you outside the Examination Hall. You are however, allowed to carry original question booklet and duplicate copy of OMR Sheet on conclusion of examination.
10. Use only Blue/Black Ball point pen.
11. Use of any calculator or log table etc., is prohibited.
12. There are no negative marks for incorrect answers.
13. In case of any discrepancy in the English and Hindi versions, English version will be taken as final.

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश

1. इस पृष्ठ के ऊपर नियत स्थान पर अपना रोल नम्बर लिखिए।
2. इस प्रश्न-पत्र में पचहत्तर बहुविकल्पीय प्रश्न हैं।
3. परीक्षा प्रारम्भ होने पर, प्रश्न-पुस्तिका आपको दे दी जायेगी। पहले पाँच मिनट आपको प्रश्न-पुस्तिका खोलने तथा उसकी निम्नलिखित जाँच के लिए दिये जायेंगे, जिसकी जाँच आपको अवश्य करनी है :
 - (i) प्रश्न-पुस्तिका खोलने के लिए पुस्तिका पर लगी कागज की सील को फाड़ लें। खुली हुई या बिना स्टीकर-सील की पुस्तिका स्वीकार न करें।
 - (ii) कवर पृष्ठ पर छपे निर्देशानुसार प्रश्न-पुस्तिका के पृष्ठ तथा प्रश्नों की संख्या को अच्छी तरह चैक कर लें कि ये पूरे हैं। दोषपूर्ण पुस्तिका जिनमें पृष्ठ/प्रश्न कम हों या दुबारा आ गये हों या सीरियल में न हों अर्थात् किसी भी प्रकार की त्रुटिपूर्ण पुस्तिका स्वीकार न करें तथा उसी समय उसे लौटाकर उसके स्थान पर दूसरी सही प्रश्न-पुस्तिका ले लें। इसके लिए आपको पाँच मिनट दिये जायेंगे। उसके बाद न तो आपकी प्रश्न-पुस्तिका वापस ली जायेगी और न ही आपको अतिरिक्त समय दिया जायेगा।
 - (iii) इस जाँच के बाद प्रश्न-पुस्तिका का नंबर OMR पत्रक पर अंकित करें और OMR पत्रक का नंबर इस प्रश्न-पुस्तिका पर अंकित कर दें।
4. प्रत्येक प्रश्न के लिए चार उत्तर विकल्प (1), (2), (3) तथा (4) दिये गये हैं। आपको सही उत्तर के वृत्त को पेन से भरकर काला करना है जैसा कि नीचे दिखाया गया है।
उदाहरण : ① ② ● ④ जबकि (3) सही उत्तर है।
5. प्रश्नों के उत्तर केवल प्रश्न पुस्तिका के अन्दर दिये गये OMR पत्रक पर ही अंकित करने हैं। यदि आप OMR पत्रक पर दिये गये वृत्त के अलावा किसी अन्य स्थान पर उत्तर चिन्हांकित करते हैं, तो उसका मूल्यांकन नहीं होगा।
6. अन्दर दिये गये निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ें।
7. कच्चा काम (Rough Work) इस पुस्तिका के अन्तिम पृष्ठ पर करें।
8. यदि आप OMR पत्रक पर नियत स्थान के अलावा अपना नाम, रोल नम्बर, फोन नम्बर या कोई भी ऐसा चिह्न जिससे आपकी पहचान हो सके, अंकित करते हैं अथवा अभद्र भाषा का प्रयोग करते हैं, या कोई अन्य अनुचित साधन का प्रयोग करते हैं, जैसे कि अंकित किये गये उत्तर को मिटाना या सफेद स्याही से बदलना तो परीक्षा के लिये अयोग्य घोषित किये जा सकते हैं।
9. आपको परीक्षा समाप्त होने पर मूल OMR पत्रक निरीक्षक महोदय को लौटाना आवश्यक है और परीक्षा समाप्ति के बाद उसे अपने साथ परीक्षा भवन से बाहर न लेकर जायें। हालांकि आप परीक्षा समाप्ति पर मूल प्रश्न-पुस्तिका तथा OMR पत्रक की डुप्लीकेट प्रति अपने साथ ले जा सकते हैं।
10. केवल नीले/काले बाल प्वाइंट पेन का ही इस्तेमाल करें।
11. किसी भी प्रकार का संगणक (कैलकुलेटर) या लाग टेबल आदि का प्रयोग वर्जित है।
12. गलत उत्तरों के लिए कोई नकारात्मक अंक नहीं हैं।
13. यदि अंग्रेजी या हिंदी विवरण में कोई विसंगति हो, तो अंग्रेजी विवरण अंतिम माना जाएगा।



MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM

PAPER - III

Note : This paper contains **seventy five (75)** objective type questions of **two (2)** marks each. **All** questions are **compulsory**.

1. Non-verbal communication is done through _____ codes.
(1) critical (2) preferential (3) legal (4) moral

2. The concept of valid knowledge is discussed as part of :
(1) political communication (2) cultural communication
(3) structural communication (4) post-structuralist communication

3. A dynamic interaction between reader and message will result in :
(1) conflict (2) similarity (3) meaning (4) focus

4. The interpretation of information in a way that is consistent with the person's existing opinion is described as :
(1) selective exposure (2) selective matching
(3) selective sampling (4) selective distortion

5. The concept of development emanated directly from theories of :
(1) economic take-off (2) political power
(3) nationalism (4) social evolution

6. Developmental reporting has the element of :
(1) bias (2) modelling (3) advocacy (4) repetition

7. In the organic model of development, the beneficiaries become :
(1) listeners (2) viewers (3) communicators (4) consumers



जनसंचार और पत्रकारिता

प्रश्नपत्र - III

नोट : इस प्रश्नपत्र में पचहत्तर (75) बहु-विकल्पीय प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न के दो (2) अंक हैं। सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

1. गैर-वाचिक संचार निम्नलिखित में से किस कोड के जरिये किया जाता है ?
(1) समीक्षापूर्ण (2) वरीय (3) कानूनी (4) नैतिक
2. वैध ज्ञान की अवधारणा की विवेचना निम्नलिखित भाग के रूप में की जाती है :
(1) राजनीतिक संचार (2) सांस्कृतिक संचार
(3) संरचनात्मक संचार (4) उत्तर-संरचनावादी संचार
3. पाठक एवं संदेश के बीच गत्यात्मक अंतःक्रिया निम्नलिखित में से किसमें परिणत होगी ?
(1) संघर्ष (2) समानता (3) अर्थ (4) फोकस (संकेन्द्रण)
4. सूचना की इस तरीके से व्याख्या जो कि व्यक्ति की मौजूदा राय के संगत है क्या कहलाती है ?
(1) चयनात्मक एक्सपोजर (2) चयनात्मक मिलान
(3) चयनात्मक प्रतिचयन (4) चयनात्मक विकृति
5. विकास की अवधारणा निम्नलिखित में से किस सिद्धांत से उद्भूत हुई है ?
(1) आर्थिक उड़ान की ओर (2) राजनीतिक शक्ति
(3) राष्ट्रवाद (4) सामाजिक उद्विकास
6. विकासात्मक रिपोर्टिंग में कौन-सा तत्व शामिल रहता है ?
(1) पूर्वाग्रह (2) मॉडलिंग (3) पक्ष समर्थन (4) पुनरावृत्ति
7. विकास के जैव मॉडल में लाभार्थी क्या बन जाते हैं ?
(1) श्रोता (2) दर्शक (3) सम्प्रेषक (4) उपभोक्ता



8. When an outsider questions the meanings and methods of the project for verification purpose, it is called :
- (1) external audit (2) outsider brief (3) debriefing (4) pool vigilance
9. The concept of central limit theorem helps in the computation of :
- (1) confidence level (2) confidence interval
(3) random error (4) sampling error
10. The present Chairman of the Press Council of India is :
- (1) Justice Markandeya Katju (2) Justice C.K. Prasad
(3) Justice A. Parashar (4) Justice Ruma Pal
11. The professional body, Public Relations Circle, was established at :
- (1) Mumbai (2) Kolkata (3) Chennai (4) Hyderabad
12. The first public sector institution to employ public relations practices in India was :
- (1) Indian Railways (2) Bharath Electronics Limited
(3) Hindustan Aeronautics Limited (4) Bharath Heavy Electricals Limited
13. The first country to envisage a computeropolis to manage the future activities of an information society is :
- (1) The United States (2) France
(3) South Korea (4) Japan
14. Contestation over symbols, language and representation in media is known as :
- (1) media activism (2) mediascape
(3) media pedagogy (4) media construction



8. जब परियोजना का सत्यापन करने के उद्देश्य से बाहरी व्यक्ति उसके अर्थ एवं पद्धतियों के बारे में प्रश्न करता है तो यह कहलाता है :
- (1) बाह्य लेखा परीक्षा (2) बाह्य संक्षिप्तीकरण (3) विसंक्षिप्तीकरण (4) साझी चौकसी
9. केन्द्रीय सीमा प्रमेय की अवधारणा निम्नलिखित की परिगणना में सहायता करती है ?
- (1) कौंफिडेंस लेवल (2) कौंफिडेंस इंटरवल
(3) यादृच्छिक त्रुटि (4) प्रतिचयन त्रुटि
10. भारतीय प्रैस काउंसिल के वर्तमान अध्यक्ष कौन है ?
- (1) न्यायाधीश मारकंडे काटजू (2) न्यायाधीश सी.के. प्रसाद
(3) न्यायाधीश ए. पाराशार (4) न्यायाधीश रूमा पाल
11. व्यावसायिक निकाय, 'लोक सम्पर्क सर्किल' कहाँ स्थापित हुआ था ?
- (1) मुम्बई (2) कोलकता (3) चेन्नई (4) हैदराबाद
12. भारत में लोक सम्पर्क परिपाटियों को विनियोजित करने वाला प्रथम लोक क्षेत्रीय संस्थान कौन-सा है ?
- (1) भारतीय रेलवे (2) भारत इलैक्ट्रोनिक्स लि.
(3) हिन्दूस्तान एरोनॉटिक्स लि. (4) भारत हैवी इलैक्ट्रीकल्स लि.
13. सूचना समाज की भावी गतिविधियों को संचालित करने के लिये कम्प्यूटरोपॉलिस की कल्पना करने वाला प्रथम देश कौन-सा है ?
- (1) यूनाइटेड स्टेट्स (2) फ्रांस
(3) दक्षिण कोरिया (4) जापान
14. मीडिया में चिन्हों, भाषा और प्रतिरूपण के सवाल पर विवाद को क्या कहते हैं ?
- (1) मीडिया सक्रियण/सक्रियतावाद (2) मीडियादृश्य
(3) मीडिया शिक्षाशास्त्र (4) मीडिया निर्माण



15. Most case studies involve :
- (1) concealment (2) inductive reasoning
(3) non-procedural inquiry (4) philosophical backgrounding
16. Who described media contents as cultural products ?
- (1) Marshal Mc Luhan (2) E.M. Rogers
(3) Newcomb (4) Theodor Adorno
17. In the case of Ministry of Information and Broadcasting Vs. Cricket Association of Bengal, the Supreme Court judgement led to :
- (1) censorship of foreign journals
(2) freeing electronic media from government monopoly
(3) imposition of surcharge on media advertisements
(4) restriction of media coverage of cricket matches
18. The Press Council of India is a :
- (1) non-judicial body (2) private entity
(3) non-statutory body (4) quasi-judicial body
19. The Central Board of Information was the forerunner of :
- (1) Press Information Bureau (2) Directorate of Information and Broadcasting
(3) War Publicity Board (4) FICCI
20. Who wrote the book, The Media and Democracy ?
- (1) John F. Kennedy (2) John Keane
(3) Walter Lippmann (4) Herbert Gans
21. Intensity sampling is used in :
- (1) heuristic research (2) exploratory research
(3) diagnostic research (4) historical research



15. अधिकांश केस स्टडीस निम्नलिखित को समाविष्ट करती है :
- (1) छिपाव (2) आगमनात्मक तर्कणा
(3) गैर-कार्यविधिक पूछताछ (4) दार्शनिक पृष्ठभूमि
16. मीडिया विषय वस्तु का सांस्कृतिक उत्पाद के रूप में वर्णन किसने किया है ?
- (1) मार्शल मैक लुहान (2) ई.एम. रोजर्स
(3) न्यूकाम्ब (4) थियोडॉर एडोर्नो
17. सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय बनाम बंगाल क्रिकेट संघ के मामले में सर्वोच्च न्यायालय के फैसले ने किस ओर प्रवृत्त किया :
- (1) विदेशी पत्रिकाओं का सेंसर (अभिवेचक)
(2) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को सरकारी एकाधिकार से मुक्त करना
(3) मीडिया विज्ञापनों पर अधिप्रभार लगाना
(4) क्रिकेट मैच के मीडिया कवरेज पर प्रतिबंध
18. भारतीय प्रैस काउंसिल क्या है ?
- (1) गैर-न्यायिक निकाय (2) निजी सत्ता
(3) गैर-विधिक निकाय (4) अर्द्ध-न्यायिक निकाय
19. सूचना का केन्द्रीय बोर्ड निम्नलिखित में से किसका अग्रगामी है ?
- (1) प्रैस सूचना ब्यूरो (2) सूचना एवं प्रसारण निदेशालय
(3) युद्ध प्रचार बोर्ड (4) फिकी (एफ.आई.सी.सी.आई.)
20. 'दी मीडिया एण्ड डेमोक्रेसी' नामक पुस्तक किसने लिखी है ?
- (1) जॉन एफ. कनेडी (2) जॉन कीन
(3) वाल्टर लिप्पमैन (4) हर्बर्ट गन्स
21. तीव्रता प्रतिचयन का उपयोग किसमें किया जाता है ?
- (1) अनुभवाक्षित शोध (ह्युरिस्टिक रिसर्च) (2) अन्वेषणात्मक शोध
(3) निदानकारी शोध (4) ऐतिहासिक शोध



22. सामाजिक विज्ञान शोध में संचयी पैमाना किसके द्वारा विकसित किया गया था ?
- (1) एल.एल. थ्रस्ट स्टोन (2) लिकार्ट
(3) लुइस गट्टमैन (4) चार्ल्स इ. ओसगुड
23. चरों के युग्मों के बीच सहसम्बन्ध क्या कहलाता है ?
- (1) Q टाइप गुणनखंड विश्लेषण (2) R टाइप गुणनखंड विश्लेषण
(3) P टाइप गुणनखंड विश्लेषण (4) S टाइप गुणनखंड विश्लेषण
24. केस स्टडी शोधकर्ता को प्रयोगात्मक (या पायलट) स्टडी करने से पहले निम्नलिखित का निर्माण करना चाहिये :
- (1) स्टडी प्रोटोकल (2) क्लासिक रिसर्च डिजाइन
(3) ऐतिहासिक डायरी (4) कानूनी कोड
25. जन संचार शोध में जेंडर _____ स्तर का मापन है।
- (1) सांकेतिक (2) क्रमसूचक (3) मध्यस्थ (4) अनुपात
26. वन-टैल्ड टेस्ट और टू-टैल्ड टेस्ट निम्नलिखित में से किसके साथ सम्बन्धित हैं ?
- (1) कार्य-कारण सम्बन्ध (2) अवधारणाएं
(3) कंस्ट्रक्ट्स (4) प्राक्कल्पना
27. जकोबसन प्रतिमान में, संचार संख्या के एक कार्य में कितने संगठनात्मक तत्व हैं ?
- (1) तीन (2) चार (3) पाँच (4) छह
28. भारत के संविधान के अनुच्छेद-19 के अन्तर्गत प्रदान किये गये अधिकार निम्नलिखित में से किसे उपलब्ध है ?
- (1) केवल कोरपोरेट व्यक्ति (2) केवल विधिक व्यक्ति
(3) केवल भारतीय नागरिक (4) गैर-भारतीय भी
29. फ्रायड की अवधारणा कि जो देखने योग्य नहीं है उसे देखने की इच्छा होती है, मीडिया टैक्सट की प्रसन्नता की प्रकृति के पीछे भी यही एक प्रमुख तर्क है :
- (1) मिनिआ (2) स्कोफोफिलिआ
(3) जल से भय/हाइड्रोफोबिया (4) हाइपर रिइएलिटी



30. The test that involves placing two versions of an advertisements in the same issue of newspaper is called :
- (1) Split-run test (2) Gall-up-Robinson impact test
(3) Daniel-starch test (4) Perlson-Influence test
31. The techniques of scheduling media that involves purchasing a large amount of space is called :
- (1) Media Concentration theory (2) Media Dominant theory
(3) Media Monitoring theory (4) Media Effects theory
32. When a set of commercials or announcements is to be written and if it generates a lengthy copy, it is called :
- (1) donut copy (2) core copy (3) modulated copy (4) open copy
33. Aerial advertising is a form of :
- (1) print media (2) in-house advertising
(3) electronic advertising (4) out-door advertising
34. 'The post-test only control group design' is amenable to the application of :
- (1) ANOVA (2) t-test
(3) Chi-square test (4) Partial Correlation
35. The data and instructions for a computer are known as :
- (1) hardware (2) software (3) malware (4) programmer
36. Harold Evans was the editor of :
- (1) The Mirror (2) The Sunday Guardian
(3) The Times (London) (4) The Daily Express



30. समाचार पत्र के एक ही अंक में विज्ञापनों के दो संस्करण रखने से सम्बन्धित परीक्षण क्या कहलाता है ?
- (1) स्प्लिट-रन परीक्षण (2) गॉल-अप-रोबन्सन प्रभाव परीक्षण
(3) डैनियल-स्टार्च परीक्षण (4) पर्लसन-प्रभाव परीक्षण
31. मीडिया अनुसूचीकरण की तकनीकें जो स्थान की बड़ी मात्रा लेने से जुड़ी हैं क्या कहलाती हैं ?
- (1) मीडिया संकेन्द्रण सिद्धान्त (2) मीडिया प्रबल सिद्धान्त
(3) मीडिया मोनीटरिंग (अनुवीक्षण) सिद्धान्त (4) मीडिया प्रभाव सिद्धान्त
32. जब प्रसारण विज्ञापनों या घोषणाओं के समूह को लिखना है और यदि यह लम्बी कॉपी सृजित करता है, तो यह क्या कहलाता है ?
- (1) डो नट कॉपी (2) कोर कॉपी (3) मॉड्युलेटिड कॉपी (4) विवृत (या खुला) कॉपी
33. एरियल (वायवीय) विज्ञापन निम्नलिखित का रूप है :
- (1) मुद्रण मीडिया (2) इन-हाऊस विज्ञापन
(3) इलैक्ट्रॉनिक विज्ञापन (4) आऊट-डोर विज्ञापन
34. 'दी पोस्ट-टेस्ट ओनली कंट्रोल ग्रुप डिजाइन' यह किसकी अनुप्रयुक्ति है ?
- (1) अनोवा (2) t-परीक्षण
(3) कार्ई-स्क्वेयर परीक्षण (4) आंशिक सहसम्बन्ध
35. कम्प्यूटर के लिये डेटा और अनुदेश को क्या कहा जाता है ?
- (1) हार्डवेयर (2) सॉफ्टवेयर (3) मालवेयर (4) प्रोग्रामर
36. हैरोल्ड इवेन्स किसके सम्पादक थे ?
- (1) दी मिरर (2) दी संडे गार्जिन
(3) दी टाइम्स (लण्डन) (4) दी डेली एक्सप्रेस



37. Four audience dimensions evaluated to determine effectiveness of a specific PR Programme are :
- (1) Coverage, target, influence and objectives
 - (2) Influence, response, coverage and impact
 - (3) Response, target, influence and message
 - (4) Message, influence, impact and target
38. The House Journal "Hamara" is published by :
- (1) Air India
 - (2) Bank of India
 - (3) Indian Hotels
 - (4) Hindustan Lever Ltd.
39. Public Relations was developed as a unique practice first in :
- (1) Great Britain
 - (2) Germany
 - (3) France
 - (4) The United States
40. The four basic inks to a full range colours found in four colour printing are identified as :
- (1) range colours
 - (2) premium colours
 - (3) process colours
 - (4) production colours
41. A visual path that flows from the upper corner to the lower right is identified as :
- (1) visual index
 - (2) visual flight
 - (3) optical crossline
 - (4) gutenberg diagonal
42. The Television without Frontiers Directive was introduced in :
- (1) The United States
 - (2) The European Union
 - (3) Latin America
 - (4) Australia
43. The portion of a subject to be shown on camera is called :
- (1) anatomical designation
 - (2) grouping designation
 - (3) perspective designation
 - (4) focal designation



37. विशिष्ट पी.आर. प्रोग्राम की प्रभावपूर्णता निर्धारित करने के लिये कौनसे चार श्रोता आयामों का मूल्यांकन किया जाता है ?
- (1) कवरेज, टारगेट, प्रभाव और उद्देश्य
 - (2) प्रभाव, जवाबी प्रतिक्रिया, कवरेज और इम्पैक्ट
 - (3) जवाबी प्रतिक्रिया, टारगेट, प्रभाव और संदेश
 - (4) संदेश, प्रभाव, इम्पैक्ट और टारगेट
38. गृह पत्रिका, “हमारा” किससे प्रकाशित किया जाता है ?
- (1) एयर इंडिया
 - (2) बैंक ऑफ इंडिया
 - (3) इंडियन होटल्स
 - (4) हिन्दूस्तान लीवर लिमिटेड
39. लोक सम्पर्क को बेजोड़ प्रथा के रूप में सर्वप्रथम किस देश में विकसित किया गया था ?
- (1) ग्रेट ब्रिटेन
 - (2) जर्मनी
 - (3) फ्रांस
 - (4) यूनाइटेड स्टेट्स
40. चार रंगों वाले मुद्रण में पाये जाने वाली चार बुनियादी स्याहियों के रंगों के पूर्ण दायरे को कहते हैं :
- (1) रंगों का दायरा
 - (2) प्राथमिक रंग
 - (3) प्रक्रिया रंग
 - (4) निर्माण रंग
41. दृष्टिक पथ जो ऊपरी कोने से निचले दाहिने ओर प्रवाहित होता है निम्नलिखित नाम से जाना जाता है :
- (1) दृष्टिगत सूचकांक
 - (2) दृष्टिगत उड़ान
 - (3) ऑप्टिकल क्रोसलाइन
 - (4) गुटेनबर्ग त्रिकोणीय
42. सरहद बगैर टेलीविजन कहाँ प्रारम्भ किया गया था ?
- (1) यूनाइटेड स्टेट्स
 - (2) यूरोपियन यूनियन
 - (3) लेटिन अमेरिका
 - (4) ऑस्ट्रेलिया
43. वस्तु का वो हिस्सा जिसे केमरे पर दिखाया जाना चाहिये क्या कहलाता है ?
- (1) शरीर विज्ञान सम्बन्धी पदनाम
 - (2) समूहन नामकरण
 - (3) परिप्रेक्ष्य नामकरण
 - (4) संकेन्द्रण पदनाम



44. The readability test of Fog Index was developed by :
(1) Rudolf Flesch (2) James Power (3) Robert Gunning (4) Dale-Chall
45. Arbitrary codes in communication are :
(1) digital (2) analogic (3) non-functional (4) inappropriate
46. A problem-solving message based on everyday situation is referred to as :
(1) slice of life (2) social message (3) situational info (4) simulated slogan
47. Who used the concept of 'rear-view mirrorism' in communication ?
(1) Sean McBride (2) C.P. Snow
(3) Naomi Klein (4) Marshall McLuhan
48. The structuralist movement of folklore was founded by :
(1) William Thomas (2) Vishnu Sharma (3) H.K. Ranganath (4) Vladimir Propp
49. The Eurocom Group has its headquarters in :
(1) Vienna (2) Paris (3) Bonn (4) Geneva
50. Editing means the elimination of :
(1) familiar words (2) superfluous words
(3) strong verbs (4) adjectives
51. **Assertion (A) :** Reasonable restrictions, as per the Indian Constitution, cannot be imposed by the state arbitrarily.
Reason (R) : The restrictions can be imposed only according to law, subject to judicial review.
- Codes :**
- (1) Both (A) and (R) are true.
(2) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
(3) (A) is true, but (R) is false.
(4) (A) is false, but (R) is true.



44. फॉग इंडेक्स का पठनीयता परीक्षण किसने विकसित किया था ?
(1) रुडोल्फ फ्लेश (2) जेम्स पावर (3) रॉबर्ट गत्रिंग (4) डेल-चाल
45. संचार में स्वेच्छाचारी कोड क्या है ?
(1) डिजिटल (2) सादृश्यता (3) गैर-प्रकार्यात्मक (4) अनोपयुक्त
46. दिन प्रति दिन की स्थिति पर आधारित समस्या समाधान संदेश क्या कहलाता है ?
(1) जीवन के अंश (2) सामाजिक संदेश (3) स्थितिपरक सूचना (4) अनुकृत नारा
47. संचार में 'रियर-व्यू मिररिज्म' की अवधारणा का उपयोग निम्नलिखित में से किसने किया है ?
(1) सीन मैकब्राइड (2) सी.पी. स्नो
(3) नोमी क्लीन (4) मार्शल मैकलोहन
48. लोक कथा के संरचनावादी आन्दोलन की किसने नींव डाली थी ?
(1) विलियम थॉमस (2) विष्णू शर्मा (3) एच.के. रंगनाथ (4) व्लादिमीर प्रोप
49. यूरोकॉम ग्रुप का प्रधान कार्यालय कहाँ पर है ?
(1) वीयाना (2) पेरिस (3) बोन (4) जेनीवा
50. सम्पादन का अर्थ निम्नलिखित का उन्मूलन है :
(1) एक समान शब्द (2) फालतू शब्द
(3) शक्तिशाली क्रियाएं (4) विशेषण
51. **अभिकथन (A) :** भारतीय संविधान के अनुसार, राज्य द्वारा युक्ति संगत प्रतिबंध मनमाने ढंग से नहीं लगाये जा सकते हैं।
कारण (R) : प्रतिबंध केवल कानूनानुसार, न्यायिक समीक्षा के आधार पर ही लगाये जा सकते हैं।
कोड :
(1) (A) और (R) दोनों सत्य हैं।
(2) (A) और (R) दोनों सत्य हैं, परन्तु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है।
(3) (A) सत्य है, (R) असत्य है।
(4) (A) असत्य है, (R) सत्य है।



52. **Assertion (A) :** Regulation of private ownership of the broadcast system by the state through broadcast licences creates 'a system of soft property'.

Reason (R) : It is premised on the specificities of corporate liberalism.

Codes :

- (1) Both (A) and (R) are true.
- (2) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (3) (A) is true, but (R) is false.
- (4) (A) is false, but (R) is true.

53. **Assertion (A) :** Telecommunication is central to the process of globalisation.

Reason (R) : It is a minimum condition of participation in the emerging new economy of the world.

Codes :

- (1) Both (A) and (R) are true.
- (2) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (3) (A) is true, but (R) is false.
- (4) (A) is false, but (R) is true.

54. **Assertion (A) :** The concept of the construction of information society is based on a series of myths.

Reason (R) : They provide the necessary narrative for the implementation of communication policies.

Codes :

- (1) Both (A) and (R) are true.
- (2) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (3) (A) is true, but (R) is false.
- (4) (A) is false, but (R) is true.



52. **अभिकथन (A) :** राज्य द्वारा प्रसारण व्यवस्था के निजी स्वामित्व का प्रसारण लाइसेंस के जरिये विनियमन 'नम्य सम्पत्ति की व्यवस्था' सृजित करता है।

कारण (R) : यह कोरपोरेट उदारीकरण की विशिष्टताओं पर आधारित है।

कोड :

- (1) (A) और (R) दोनों सत्य हैं।
- (2) (A) और (R) दोनों सत्य हैं, परन्तु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है।
- (3) (A) सत्य है, (R) असत्य है।
- (4) (A) असत्य है, (R) सत्य है।

53. **अभिकथन (A) :** दूरसंचार प्रणाली वैश्वीकरण की प्रक्रिया के लिये केन्द्रीय है।

कारण (R) : यह विशय की उभरती नूतन अर्थव्यवस्था में सहभागिता के लिये न्यूनतम शर्त है।

कोड :

- (1) (A) और (R) दोनों सत्य हैं।
- (2) (A) और (R) दोनों सत्य हैं, परन्तु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है।
- (3) (A) सत्य है, (R) असत्य है।
- (4) (A) असत्य है, (R) सत्य है।

54. **अभिकथन (A) :** सूचना समाज के निर्माण की अवधारणा बहुत से मिथकों पर आधारित है।

कारण (R) : ये संचार नीतियों के क्रियान्वयन के लिये आवश्यक वृत्तान्त प्रदान करता है।

कोड :

- (1) (A) और (R) दोनों सत्य हैं।
- (2) (A) और (R) दोनों सत्य हैं, परन्तु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है।
- (3) (A) सत्य है, (R) असत्य है।
- (4) (A) असत्य है, (R) सत्य है।



55. **Assertion (A) :** Governments all over the world increasingly link communication policy to economic interests.

Reason (R) : Technology promotion in the communication sector is a viable development strategy.

Codes :

- (1) Both (A) and (R) are true.
- (2) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (3) (A) is true, but (R) is false.
- (4) (A) is false, but (R) is true.

56. **Assertion (A) :** Access to knowledge is always through language and other related orders of representation.

Reason (R) : Since language does not have clear meanings, and does not reflect shared meanings, it contributes to the complicated structure of knowledge.

Codes :

- (1) Both (A) and (R) are true.
- (2) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (3) (A) is true, but (R) is false.
- (4) (A) is false, but (R) is true.

57. **Assertion (A) :** Media language generates and constitutes the social world.

Reason (R) : Because it is not merely a channel of information, but also an integral part of our experiences.

Codes :

- (1) Both (A) and (R) are true.
- (2) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (3) (A) is true, but (R) is false.
- (4) (A) is false, but (R) is true.



55. **अभिकथन (A) :** विश्व भर में, सरकारें संचार नीतियों को ज्यादा से ज्यादा आर्थिक हितों के साथ सम्बन्धित कर रही हैं।

कारण (R) : संचार क्षेत्र में प्रौद्योगिकी प्रौन्नति व्यवहारक्षम विकास रणनीति है।

कोड :

- (1) (A) और (R) दोनों सत्य हैं।
- (2) (A) और (R) दोनों सत्य हैं, परन्तु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है।
- (3) (A) सत्य है, (R) असत्य है।
- (4) (A) असत्य है, (R) सत्य है।

56. **अभिकथन (A) :** ज्ञान तक पहुँच हमेशा भाषा और प्रतिरूपण के अन्य व्यवस्थाओं के जरिये होती है।

कारण (R) : क्योंकि भाषा का स्पष्ट अर्थ नहीं होता है और यह साझे अर्थ प्रकट नहीं करती है, यह ज्ञान के जटिल संरचना में योगदान देती है।

कोड :

- (1) (A) और (R) दोनों सत्य हैं।
- (2) (A) और (R) दोनों सत्य हैं, परन्तु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है।
- (3) (A) सत्य है, (R) असत्य है।
- (4) (A) असत्य है, (R) सत्य है।

57. **अभिकथन (A) :** मीडिया की भाषा सामाजिक विश्व का सृजन और संस्थापन करती है।

कारण (R) : क्योंकि यह सूचना का मात्र चैनल नहीं है बल्कि हमारे अनुभवों का अभिन्न अंग भी है।

कोड :

- (1) (A) और (R) दोनों सत्य हैं।
- (2) (A) और (R) दोनों सत्य हैं, परन्तु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है।
- (3) (A) सत्य है, (R) असत्य है।
- (4) (A) असत्य है, (R) सत्य है।



58. **Assertion (A) :** Propaganda in the broadest sense is the technique of influencing human action by manipulation of representations.

Reason (R) : The manipulated representations may take form less accurately, by stories and rumours and not manifested in spoken, written, pictorial or musical form.

Codes :

- (1) Both (A) and (R) are true.
- (2) Both (A) and (R) are true, but (R) is the correct explanation of (A).
- (3) (A) is true, but (R) is false.
- (4) (A) is false, but (R) is true.

59. Find out the **correct** sequence of elements of the hierarchy of effect model.

- (1) Desire, interest, attention, action (2) Attention, desire, interest, action
- (3) Attention, interest, desire, action (4) Interest, desire, attention, action

60. Identify the **correct** chronological sequence of readability formula developers.

- (1) Flesch, Gray and Leary, Vogel and Washburne, Lively and Pressey
- (2) Gray and Leary, Lively and Pressey, Vogel and Washburne, Flesch
- (3) Flesch, Lively and Pressey, Vogel and Washburne, Gray and Leary
- (4) Lively and Pressey, Vogel and Washburne, Gray and Leary, Flesch

61. Identify the **correct** chronological order of the following communication scholars.

- (1) Bernard Berelson, Wilbur Schramm, Donald Shaw, Noam Chomsky
- (2) Noam Chomsky, Wilbur Schramm, Bernard Berelson, Donald Shaw
- (3) Donald Shaw, Noam Chomsky, Bernard Berelson, Wilbur Schramm
- (4) Wilbur Schramm, Donald Shaw, Noam Chomsky, Bernard Berelson



58. **अभिकथन (A) :** व्यापक अर्थ में प्रोपेगंडा जोड़-तोड़ में प्राप्त प्रतिरूपणों द्वारा मानव क्रिया (एक्शन) को प्रभावित करने की तकनीक है।

कारण (R) : जोड़-तोड़ से प्राप्त प्रतिरूपण कथाओं और अफवाहों के द्वारा कम यथार्थ रूप ग्रहण कर सकते हैं और वाचिक, लिखित, चित्रात्मक अथवा सांगीतिक रूप में प्रकट नहीं होते हैं।

कोड :

- (1) (A) और (R) दोनों सत्य हैं।
- (2) (A) और (R) दोनों सत्य हैं, परन्तु (R), (A) की सही व्याख्या है।
- (3) (A) सत्य है, (R) असत्य है।
- (4) (A) असत्य है, (R) सत्य है।

59. प्रभाव मॉडल के पदानुक्रम के तत्वों का **सही** अनुक्रम ज्ञात कीजिये।

- (1) इच्छा, रुचि, अवधान, क्रिया (एक्शन) (2) अवधान, इच्छा, रुचि, क्रिया (एक्शन)
- (3) अवधान, रुचि, इच्छा, क्रिया (एक्शन) (4) रुचि, इच्छा, अवधान, क्रिया (एक्शन)

60. पठनीयता फार्मूला विकासकों को **सही** कालक्रम में लिखें।

- (1) फ्लेश, ग्रे तथा लेरे, वोजेल तथा वाशबर्न, लीवली तथा प्रिसे
- (2) ग्रे तथा लेरे, लीवली तथा प्रेसे, वोजेल तथा वाशबर्न, फ्लेश
- (3) फ्लेश, लीवली तथा प्रेसे, वोजेल तथा वाशबर्न, ग्रे तथा लेरे
- (4) लीवली तथा प्रेसे, वोजेल तथा वाशबर्न, ग्रे तथा लेरे, फ्लेश

61. निम्नलिखित संचार विद्वानों के **सही** कालक्रम को पहचानिए।

- (1) बरनार्ड बरलसन, विलबर श्रैम, डोनाल्ड शॉ, नोयम चौमस्की
- (2) नोयम चौमस्की, विलबर श्रैम, बरनार्ड बरलसन, डोनाल्ड शॉ
- (3) डोनाल्ड शॉ, नोयम चौमस्की, बरनार्ड बरलसन, विलबर श्रैम
- (4) विलबर श्रैम, डोनाल्ड शॉ, नोयम चौमस्की, बरनार्ड बरलसन



62. Identify the **correct** chronological order of books written by Journalists.

- (1) A witness to an era, The Judgement, India after Gandhi, Ink in my Veins
- (2) The Judgement, A witness to an era, India after Gandhi, Ink in my Veins
- (3) A witness to an era, The Judgement, Ink in my Veins, India after Gandhi
- (4) India after Gandhi, A witness to an era, The Judgement, Ink in my Veins

63. Identify the **correct** sequence of Analogue Visual images.

- (1) Infinite gradation of tone, colour, hue and grain
- (2) Colour, hue, infinite gradation of tone and grain
- (3) Hue, infinite gradation of tone, grain and colour
- (4) Grain, colour, hue and infinite gradation of tone

64. Match the following :

List-I

(Author)

- (a) E.F. Schumaker
- (b) Julius Nyrere
- (c) Mahatma Gandhi
- (d) Robert Hornik

List-II

(Concept)

- (i) Popular participation in development
- (ii) Change in power relations for development
- (iii) Intermediate technology
- (iv) Basic needs fulfilment

Codes :

- | | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|------------|------------|------------|------------|
| (1) | (ii) | (iv) | (iii) | (i) |
| (2) | (iii) | (i) | (iv) | (ii) |
| (3) | (i) | (iv) | (ii) | (iii) |
| (4) | (iv) | (i) | (iii) | (ii) |



62. पत्रकारों द्वारा लिखी गयी निम्नलिखित पुस्तकों को **सही** कालक्रमानुसार लिखें।
- (1) अ विटनेस टू एन इरा, द जजमेन्ट, इण्डिया आफ्टर गाँधी, इंक इन माई वेइन्स
 - (2) द जजमेन्ट, ए विटनेस टू एन इरा, इण्डिया आफ्टर गाँधी, इंक इन माई वेइन्स
 - (3) अ विटनेस टू एन इरा, द जजमेन्ट, इंक इन माई वेइन्स, इण्डिया आफ्टर गाँधी
 - (4) इण्डिया आफ्टर गाँधी, अ विटनेस टू एन इरा, द जजमेन्ट, इंक इन माई वेइन्स

63. एनॉलौग वीजुअल इमेजेस के **सही** क्रम को पहचानें।
- (1) इनफिनिट ग्रेडेशन ऑफ टोन, कलर, ह्यू ऐंड ग्रेन
 - (2) कलर, ह्यू, इनफिनिट ग्रेडेशन ऑफ टोन ऐंड ग्रेन
 - (3) ह्यू, इनफिनिट ग्रेडेशन ऑफ टोन, ग्रेन ऐंड कलर
 - (4) ग्रेन, कलर, ह्यू ऐंड इनफिनिट ग्रेडेशन ऑफ टोन

64. सूची-I को सूची-II से सुमेलित करें :

| सूची-I (लेखक) | सूची-II (अवधारणा) |
|--------------------|--|
| (a) इ.एफ. शूमाकर | (i) विकास में लोक प्रिय भागीदारी |
| (b) जूलियस नायरेरे | (ii) विकास हेतु शक्ति संबंधों में परिवर्तन |
| (c) महात्मा गाँधी | (iii) मध्यवर्ती तकनीक |
| (d) राबर्ट हौरनिक | (iv) बुनियादी आवश्यकता पूर्ति |

कूट :

| | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|------|-------|-------|
| (1) | (ii) | (iv) | (iii) | (i) |
| (2) | (iii) | (i) | (iv) | (ii) |
| (3) | (i) | (iv) | (ii) | (iii) |
| (4) | (iv) | (i) | (iii) | (ii) |



65. Match the following :

| Set-I (Area) | Set-II (Originator) |
|--|-------------------------|
| (a) Selective exposure | (i) Elihu Katz |
| (b) Voter study | (ii) C.I. Hovland |
| (c) Influence of opinion leaders | (iii) Joseph T. Klapper |
| (d) Limited persuasive effect of media | (iv) P. Lazarsfeld |

Codes :

| | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|-------|------|-------|
| (1) | (iv) | (ii) | (i) | (iii) |
| (2) | (iii) | (i) | (ii) | (iv) |
| (3) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (4) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |

66. Match the following :

| Set-I (Experimenter) | Set-II (Country of research) |
|-------------------------|---------------------------------|
| (a) Frey | (i) India |
| (b) E.M. Rogers | (ii) Kenya |
| (c) J. Kronenburg | (iii) Turkey |
| (d) Paul Neurath | (iv) Columbia |

Codes :

| | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|-------|-------|------|
| (1) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (2) | (iv) | (ii) | (iii) | (i) |
| (3) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |
| (4) | (iii) | (iv) | (ii) | (i) |



65. सूची-I को सूची-II से सुमेलित करें :

| सूची-I (क्षेत्र) | सूची-II (उत्पत्तिकर्ता) |
|------------------------------------|------------------------------|
| (a) चयनित अभिदर्शन | (i) इलिहु काट्ज |
| (b) मतदाता अध्ययन | (ii) सी.आई. होवेलैन्ड |
| (c) जनमत नेताओं का प्रभाव | (iii) जोसेफ टी. क्लैपर |
| (d) मीडिया का सीमित अनुनयित प्रभाव | (iv) पी. लैजर्सफिल्ड |

कूट :

| | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|-------|------|-------|
| (1) | (iv) | (ii) | (i) | (iii) |
| (2) | (iii) | (i) | (ii) | (iv) |
| (3) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (4) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |

66. निम्नलिखित का मिलान करें।

| सूची-I (प्रयोगकर्ता) | सूची-II (शोध का देश) |
|---------------------------|---------------------------|
| (a) फ्रे | (i) भारत |
| (b) इ.एम. रोजर्स | (ii) केन्या |
| (c) जे. क्रोननबर्ग | (iii) टर्की |
| (d) पॉल न्युरथ | (iv) कोलम्बिया |

कोड :

| | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|-------|-------|------|
| (1) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (2) | (iv) | (ii) | (iii) | (i) |
| (3) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |
| (4) | (iii) | (iv) | (ii) | (i) |



67. Match the following :

- Set-I**
(Concept/Model)
- (a) Diffusion of innovation
 - (b) Change agent
 - (c) Modernising variables
 - (d) Integrated rural development

- Set-II**
(Author/s)
- (i) Daniel Lerner
 - (ii) Robert McNamara
 - (iii) Ryan and Gross
 - (iv) E.M. Rogers

Codes :

- | | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|------------|------------|------------|------------|
| (1) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (2) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |
| (3) | (i) | (ii) | (iii) | (iv) |
| (4) | (iv) | (i) | (ii) | (iii) |

68. Match the following :

- Set-I**
(Personality)
- (a) Durga Das
 - (b) Mario Miranda
 - (c) C.Y. Chintamani
 - (d) Melvil Demellow

- Set-II**
(Profession)
- (i) Cartoonist
 - (ii) Editor
 - (iii) Broadcaster
 - (iv) Political Commentator

Codes :

- | | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|------------|------------|------------|------------|
| (1) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (2) | (iv) | (i) | (ii) | (iii) |
| (3) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |
| (4) | (ii) | (iv) | (iii) | (i) |

69. Match the following :

- Se-I**
(Personality)
- (a) Kasturi Srinivasan
 - (b) K.N. Harikumar
 - (c) Krishnakant
 - (d) Apte

- Set-II**
(Association)
- (i) Hindustan Samachar
 - (ii) Samachar Bharati
 - (iii) United News of India
 - (iv) Press Trust of India

Codes :

- | | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|------------|------------|------------|------------|
| (1) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |
| (2) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (3) | (iv) | (iii) | (ii) | (i) |
| (4) | (i) | (iv) | (iii) | (ii) |



67. सूची-I को सूची-II से सुमेलित करें :

| सूची-I (अवधारणा/प्रास्वरुप) | | सूची-II (लेखक) | |
|----------------------------------|--|---------------------|------------------|
| (a) | डिप्युजन ऑफ इन्वोवेशन | (i) | डैनियल लर्नर |
| (b) | चेन्ज एजेन्ट | (ii) | रॉबर्ट मैकनामारा |
| (c) | आधुनिकीकृत चर (माडरनाइजिंग वैरीयेबल्स) | (iii) | रेयान ऍड ग्रौस |
| (d) | एकीकृत ग्रामीण विकास | (iv) | ई.एम. रोजर्स |

कोड :

| | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| (1) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (2) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |
| (3) | (i) | (ii) | (iii) | (iv) |
| (4) | (iv) | (i) | (ii) | (iii) |

68. निम्नलिखित का मिलान कीजिए :

| सूची-I (व्यक्तित्व) | | सूची-II (व्यावसाय) | |
|--------------------------|------------------|-------------------------|------------------|
| (a) | दुर्गा दास | (i) | व्यंगचित्रकार |
| (b) | मैरियो मिरांडा | (ii) | सम्पादक |
| (c) | सी.वाइ. चिंतामणी | (iii) | प्रसारणकर्ता |
| (d) | मेलविल डिमैलो | (iv) | राजनीतिक टीकाकार |

कोड :

| | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| (1) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (2) | (iv) | (i) | (ii) | (iii) |
| (3) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |
| (4) | (ii) | (iv) | (iii) | (i) |

69. निम्नलिखित का मिलान कीजिए :

| सूची-I (व्यक्तित्व) | | सूची-II (संघ) | |
|--------------------------|--------------------|--------------------|--------------------------|
| (a) | कस्तूरी श्रीनिवासन | (i) | हिन्दूस्तान समाचार |
| (b) | के.एन. हरिकुमार | (ii) | समाचार भारती |
| (c) | कृष्णकांत | (iii) | यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया |
| (d) | आपटे | (iv) | प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया |

कोड :

| | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|-------|-------|------|
| (1) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |
| (2) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (3) | (iv) | (iii) | (ii) | (i) |
| (4) | (i) | (iv) | (iii) | (ii) |



70. Match the following :

- Set-I**
(Director)
- (a) Alfred Hitchcock
 - (b) Akira Kurosawa
 - (c) Steven Spielberg
 - (d) Ingmar Bergman

- Set-II**
(Film)
- (i) Ikuru
 - (ii) Jurassic Park
 - (iii) The Seventh Seal
 - (iv) Dial M for Murder

Codes :

- | | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| (1) | (ii) | (iv) | (iii) | (i) |
| (2) | (iv) | (i) | (ii) | (iii) |
| (3) | (iii) | (ii) | (i) | (iv) |
| (4) | (i) | (iii) | (iv) | (ii) |

Read the passage and answer the questions from 71 to 75.

James Carey was a leading American proponent of cultural studies, writing and speaking prolifically for the past three decades. At a time when US media researchers viewed most cultural studies work with suspicion and skepticism, Carey, in a series of seminal essays, drew on the work of British and Canadian Scholars to defend cultural studies and contrast it with limited - effects perspective. One essential difference he found is that limited - effects theories focus on the transmission of accurate information from a dominant source to passive receivers whereas cultural studies deal with the everyday rituals we rely on to structure and interpret our experiences. Carey argued that the limited - effects view is tied to the transmissional perspective - The idea that mass communication is 'The Process of transmitting messages at a distance for The purpose of control.' In the transmissional perspective, car advertisements attempt to persuade us to buy a certain make of automobile, and political campaign messages are designed to influence the voter to vote one way or other. They might or might not be effective in causing us to act as they intend.

The ritual perspective, on the other hand, views mass communication as not 'directed towards the extension of messages in space but the maintenance of society in time, not the act of imparting information but the representation of shared beliefs' considers in other words, that communication is a symbolic process where by reality is produced, maintained, repaired, and transformed.' According to Carey a car advertisement sells more than transportation. It is, depending on its actual content, possibly reaffirming The American sense of independence, reinforcing cultural notions of male and female attractiveness, taking into consideration the personal value of consumption regardless of the product.

71. Who did inspire Carey to work on cultural studies ?

- | | |
|----------------------------|--------------------------|
| (1) American researchers | (2) Canadian researchers |
| (3) Australian researchers | (4) Peruvian researchers |



70. निम्नलिखित का मिलान करें :

सूची-I
(निर्देशक)

- (a) अलफ्रेड हिचकॉक
- (b) अकीरा कुरोसावा
- (c) स्टीवन स्पिलबर्ग
- (d) इंगमार बर्गमैन

सूची-II
(फिल्म)

- (i) इकुरु
- (ii) जुरासिक पार्क
- (iii) दी सैवेंथ सील
- (iv) डायल एम फॉर मर्डर

कोड :

- | | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| (1) | (ii) | (iv) | (iii) | (i) |
| (2) | (iv) | (i) | (ii) | (iii) |
| (3) | (iii) | (ii) | (i) | (iv) |
| (4) | (i) | (iii) | (iv) | (ii) |

निम्नलिखित गद्यांश को पढ़कर दिए गए प्रश्नों के उत्तर लिखिए 71 से 75 तक।

जेम्स कैरे सांस्कृतिक अध्ययन का प्रमुख अमरीकी प्रस्तावक है जो पिछले तीन दशकों से इस विषय में प्रचुरता से लिख व बोल रहे हैं। एक समय जब मीडिया शोधकर्ता अधिकांश सांस्कृतिक अध्ययन कार्यों को संदेह और विवादास्पद दृष्टि से देख रहे थे, महत्वपूर्ण निबंधों की एक शृंखला में कैरे ने सांस्कृतिक अध्ययन के समर्थन में ब्रिटिश और कनेडियन विद्वानों के काम की ओर ध्यान खींचा और सीमित प्रभावों के परिप्रेक्ष्य से विभेदित किया। एक आवश्यक अंतर उन्होंने पाया कि सीमित प्रभावों के सिद्धांत में सही सूचना के प्रसारण पर ध्यान केंद्रित किया जाता है जिसे प्रभावशाली स्रोत से प्राप्त करके निष्क्रिय ग्राहकों तक पहुँचाया जाता है, जबकि सांस्कृतिक अध्ययन में प्रतिदिन के धार्मिक कृत्यों के लिए हम संरचना पर निर्भर करते हैं और अपने अनुभवों को व्याख्यायित करते हैं। कैरे का तर्क है कि सीमित प्रभाव विचार प्रसारण परिप्रेक्ष्य से बंधे हैं – यह विचार कि जन संचार 'एक ऐसी प्रक्रिया है जो संदेशों को नियंत्रण के उद्देश्य से दूर से प्रसारित करती है।' प्रसारण परिप्रेक्ष्य में कार के विज्ञापन का प्रयास हमें प्रेरित करता है कि हमें विशेष कम्पनी के वाहन खरीदें, और राजनीतिक अभियानों के संदेश इस प्रकार अभिकल्पित किए जाते हैं कि मतदाता प्रभावित होकर पक्ष या विपक्ष में मत दें। वे भले ही हमें अपनी नीयत के अनुसार काम कराने में सफल हों या नहीं।

दूसरी ओर अनुष्ठान परिप्रेक्ष्य देखता है कि जन संचार अंतरिक्ष में विस्तार संदेश भेजने के लिए निर्देशित नहीं है बल्कि समय पर समाज के पालन पोषण के लिए है, केवल सूचना देने के लिए नहीं बल्कि साझे विश्वासों का प्रतिनिधित्व करने के लिए है, दूसरे शब्दों में संचार एक प्रतिक्रियात्मक प्रक्रिया है जिससे यथार्थ को निर्मित किया जाता है, पाला पोसा जाता है, ठीक किया जाता है और रूपान्तरित किया जाता है। कैरे के अनुसार एक कार का विज्ञापन परिवहन से अधिक बिकता है। इस प्रकार यह उसकी यथार्थ विषय वस्तु पर निर्भर करता है, संभवतः स्वतंत्रता के अमरीकी विचार को पुष्ट करता है, नर और नारी की सांस्कृतिक धारणाओं को सशक्त करता है, यह विचारणीय है कि उपभोग व्यक्तिगत मूल्यों पर निर्भर करता है न कि उत्पाद पर।

71. कैरे को सांस्कृतिक अध्ययन पर कार्य के लिए किसने प्रेरित किया था ?

- (1) अमरीकी शोधकर्ताओं
- (2) कनाडियन शोधकर्ताओं
- (3) आस्ट्रेलियन शोधकर्ताओं
- (4) पेरुवियन शोधकर्ताओं



72. What was the focus of limited effects perspective, according to Carey ?
- (1) Day - to - day experiences (2) Structural perspective
(3) Information transmission (4) Prolific speaking
73. What is the purpose of car advertisements ?
- (1) Persuasion (2) Repair (3) Limited view (4) Attractiveness
74. What is the use of ritual perspective ?
- (1) Buying a product (2) Sharing beliefs
(3) Maintaining silence (4) Effectiveness
75. What is the main focus in these passages ?
- (1) Cultural studies
(2) Communication process
(3) American view of the communication
(4) British Society

- o o o -



72. कैरे के अनुसार सीमित प्रभाव परिप्रेक्ष्य में केन्द्र बिंदु क्या है ?

- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| (1) प्रतिदिन के अनुभव | (2) संरचनात्मक परिप्रेक्ष्य |
| (3) सूचना प्रसारण | (4) लाभदायक भाषण |

73. कार के विज्ञापन का उद्देश्य क्या है ?

- | | | | |
|---------------|------------------|---------------------|--------------|
| (1) प्रतिपादन | (2) दुरुस्त करना | (3) सीमित दृष्टिकोण | (4) आकर्षणपन |
|---------------|------------------|---------------------|--------------|

74. अनुष्ठान परिप्रेक्ष्य का क्या उपयोग है ?

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| (1) किसी उत्पाद की खरीद | (2) विश्वास की साझेदारी |
| (3) मौन का पालन | (4) प्रभावशालिता |

75. इस गद्यांश में मुख्य केन्द्रबिंदु क्या है ?

- | | |
|-------------------------------|---------------------|
| (1) सांस्कृतिक अध्ययन | (2) संचार प्रक्रिया |
| (3) संचार का अमरीकी दृष्टिकोण | (4) ब्रिटिश सोसाइटी |

- o o o -



Space For Rough Work

www.careerindia.com

