www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

PAPER-III
MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM

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)

Roll No.___________________________________
(In words)

J A 0 6 3 1 7

Time : **2 1/2** hours] [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.
   (iv) The test booklet no. and OMR sheet no. should be same. In case of discrepancy in the number, the candidate should immediately report the matter to the invigilator for replacement of the test booklet / OMR Sheet.
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 on conclusion of examination.
10. **Use only Black Ball point pen.**
11. **Use of any calculator or log table etc., is prohibited.**
12. **There is 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 अर्थात 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 ।
   (iv) प्रश्न पुस्तिका नं. और OMR पत्रक नं. समान होने चाहिए । यदि नंबर भिन्न हों, तो परीक्षार्थी प्रश्न-पुस्तिका / OMR पत्रक बदलने के लिए निरीक्षक को तुरंत सूचित करें ।
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 चिह्नांकित 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 अपने साथ ले जा सकते हैं ।
10. **काले बाल प्वाईंट 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 ।

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

MASS COMMUNICATION & JOURNALISM

Paper – III

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

1. Sensational, often irresponsible journalism is identified as

(1) Parachute Journalism (2) Yellow Journalism

(3) Neo-Journalism (4) Party Press

2. The ability to access, analyse, evaluate and communicate media messages is known as

(1) Cultural criticism (2) Critical theory

(3) Media dependency (4) Media literacy

3. Determinist and instrument views of media see them as purveyors of

(1) Tolerance (2) Harmony

(3) Prosperity (4) Violence

4. Theory based on empirical observation guided by the scientific method is

(1) Post-positivist Theory (2) Hermeneutic Theory

(3) Grounded Theory (4) Axiology

5. When codes of communication are not meaningfully shared, it leads to

(1) Physical noise (2) Mechanical noise

(3) Semantic noise (4) Psychological noise

6. A type of theory that describes an ideal way for media systems to be structured and operated is referred to as

(1) Value system (2) Normative theory

(3) Scientific theory (4) Archaic theory

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

जनसंचार और पत्रकारिता

प्रश्नपत्र – III

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

1. सनसनीखेज पत्रकारिता, जो प्राय: गैर-जिम्मेदार होती है, को कहते है

(1) पैराशूट पत्रकारिता (2) पीत पत्रकारिता

(3) नव-पत्रकारिता (4) पार्टी प्रेस

2. मीडिया संदेशों तक पहुँच बनाने, उनका विश्लेषण करने, मूल्यांकन करने और संप्रेषित करने की क्षमता को कहते है

(1) सांस्कृतिक आलोचना (2) आलोचनात्मक सिद्धांत

(3) मीडिया निर्भरता (4) मीडिया साक्षरता

3. मीडिया के अभिनिश्चयकारी और मौलिक विचारों के कारण उन्हें निम्नलिखित में से किसके पूर्तिकर्ता के रूप में रखा जाता है ?

(1) सहिष्णुता (2) सद्‌भाव

(3) समृद्धि (4) हिंसा

4. वैज्ञानिक विधि द्वारा निर्देशित आनुभविक अवलोकन पर आधारित सिद्धांत है

(1) उत्तर-व्यवहारवादी सिद्धांत (2) व्याख्यात्मक सिद्धांत

(3) विश्लेषणात्मक सिद्धांत (4) मूल्यमीमांसा

5. संचार की कूट भाषा को सार्थक रूप से साझा नहीं किये जाने की स्थिति में इसके परिणामस्वरूप _______ उत्पन्न होता है ।

(1) वास्तविक अवरोध (2) यान्त्रिक अवरोध

(3) शब्दार्थ अवरोध (4) मनोवैज्ञानिक अवरोध

6. उस सिद्धान्त का नाम बताइये जो मीडिया तन्त्रों को गठित करने और प्रचलित करने के आदर्श तरीके की व्याख्या करता है ।

(1) मूल्य आधारित सिद्धान्त (2) आदर्शमूलक सिद्धान्त

(3) वैज्ञानिक सिद्धान्त (4) अप्रचलित सिद्धान्त

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

7. The area of cover provided by broadcast media is referred to as

(1) coverage map (2) market area
(3) media depth (4) audience area

8. In communication, syllable structure is technically called

(1) paradigmatic (2) syntagmatic
(3) paraglyphic (4) ideographic

9. Media of the second degree were dependent on

(1) oral distribution (2) technical reproduction
(3) handwriting (4) internal distribution

10. Hierarchy of effects model is a theory related to

(1) social marketing (2) international communication
(3) public relations (4) political communiation

11. In communication, cognitive dissonance brings about psychological

(1) Adjustments (2) Dynamism
(3) Conflicts (4) Passivity

12. In communication, content information is

(1) meaningless (2) emotional
(3) non-receptive (4) factual

13. The answerability model of media accountability prefers

(1) Administrative aggression (2) Negotiation
(3) Non-material penalty (4) Moral binding

14. The researcher's attempt to explain the effects at a cultural or societal level is described as

(1) Macroscopic Theory (2) Microscopic Theory
(3) Media action Theory (4) Mid-level Theory

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

7. प्रसारण (ब्रॉडकास्ट) मीडिया दिए गए कवर क्षेत्र को निम्नलिखित में से क्या कहा जाता है ?

(1) कवरेज मैप
(2) विपणन क्षेत्र (मार्केट एरिया)
(3) मीडिया की गहनता (मीडिया डेप्थ)
(4) श्रोता/दर्शक क्षेत्र

8. संचार में शब्द खंड की संरचना को तकनीकी भाषा में कहा जाता है

(1) पैराडिग्मेटिक
(2) सिन्टैग्मेटिक
(3) पैराग्लाइफिक
(4) आइडियोग्राफिक

9. द्वितीयक दर्जे की मीडिया निम्नलिखित में से किस पर आश्रित थी ?

(1) मौखिक वितरण
(2) तकनीकी पुन:प्रस्तुति
(3) हस्तलिपि
(4) आंतरिक वितरण

10. प्रभाव सोपान प्रतिमान निम्नलिखित में से किससे संबंधित सिद्धान्त है ?

(1) सामाजिक विपणन
(2) अन्तर्राष्ट्रीय संचार
(3) जनसम्पर्क
(4) राजनीतिक संचार

11. संचार में संज्ञानात्मक असंगति के फलस्वरूप मनोवैज्ञानिक ________ उत्पन्न होता है ।

(1) समायोजन
(2) गतिशीलता
(3) टकराव
(4) निष्क्रियता

12. संचार में, विषयवस्तु संबंधी जानकारी है

(1) निरर्थक
(2) भावनात्मक
(3) अग्राह्य
(4) तथ्यपरक

13. मीडिया के दायित्व के उत्तरदायित्व प्रतिमान से तात्पर्य है

(1) प्रशासनिक आक्रामकता
(2) वार्तालाप
(3) गैर-मौद्रिक दंड
(4) नैतिक आबद्धता

14. सांस्कृतिक या सामाजिक स्तर पर प्रभाव की व्याख्या करने के लिए शोधकर्ताओं के प्रयास को कहा जाता है

(1) स्थूल आकार सिद्धांत
(2) सूक्ष्म आकार सिद्धांत
(3) मीडिया पहल सिद्धांत
(4) मध्य-स्तरीय सिद्धांत

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

15. A Normative Theory combining aspects of libertarianism and social responsibility theory is

(1) Eastern belief (2) Latin American value

(3) Western concept (4) Pluralism

16. The direct mechanical reproduction of behaviour is known as

(1) Imitation (2) Cognition

(3) Impact (4) Stimulus

17. Absolute and qualified privileges are discussed under

(1) Legislative protection (2) Criminal law of justice

(3) Civil law of torts (4) Defence of India Rules

18. Media institutions manufacture

(1) Marketable goods (2) Meaninglessness

(3) Representations (4) Development

19. The idea that "media affect others, but not me" is called as

(1) Personal effect (2) Second person effect

(3) Third person effect (4) Demonstration effect

20. Who is the author of the book, 'Durbar' ?

(1) Tavleen Singh (2) T.N. Ninan

(3) Arun Shourie (4) Barkha Dutt

21. A search for truth through accurate observation and interpretation of fact is described as

(1) Method of mysticism (2) Method of tenacity

(3) Method of authority (4) Method of science

22. The prevailing thought or theory of the time in a scientific discipline is identified as

(1) Dominant paradigm (2) New paradigm

(3) Alternative paradigm (4) Impactless paradigm

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

15. उदारतावाद और सामाजिक दायित्व के सिद्धांत के पहलुओं को जोड़ने वाला आदर्शमूलक सिद्धांत है

(1) पूर्वी देशों के विश्वास (2) लैटिन अमरीकी मूल्य

(3) पश्चिम की संकल्पना (4) बहुलवाद

16. व्यवहार के प्रत्यक्ष यांत्रिक पुन: प्रस्तुतीकरण को कहते हैं

(1) अनुकरण (2) संज्ञान

(3) प्रभाव (4) उद्दीपक

17. निरपेक्ष और अर्हक विशेषाधिकार की चर्चा निम्नलिखित में से किसके अधीन की जाती है ?

(1) विधायी संरक्षण (2) आपराधिक न्याय विधि

(3) अपकृत्य की सिविल विधि (4) भारत के रक्षा नियम

18. मीडिया संस्थाओं द्वारा निम्नलिखित में से किसका विनिर्माण किया जाता है ?

(1) विपणन योग्य वस्तु (2) निरर्थकता

(3) प्रतिनिधित्व/अभ्यावेदन (4) विकास

19. यह विचार कि "मीडिया अन्यों को प्रभावित करता है, लेकिन मुझे नहीं" कहलाता है

(1) वैयक्तिक प्रभाव (2) द्वितीय व्यक्ति प्रभाव

(3) अन्य व्यक्ति प्रभाव (4) प्रदर्शन प्रभाव

20. 'दरबार' पुस्तक के लेखक कौन हैं ?

(1) तवलीन सिंह (2) टी.एन. नैएनन

(3) अरुण शौरी (4) बरखा दत्त

21. तथ्य के यथार्थ अवलोकन और निर्वचन के माध्यम से सत्य की खोज को कहते हैं

(1) ब्रह्मसाक्षात्कार विधि (2) लगनपरक विधि

(3) प्राधिकार विधि (4) वैज्ञानिक विधि

22. किसी वैज्ञानिक विषय में समय का विद्यमान विचार या सिद्धांत है :

(1) प्रभावी निदर्शन (2) नया निदर्शन

(3) वैकल्पिक निदर्शन (4) प्रभावहीन निदर्शन

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

23. A bonafide list of subscribers is necessary for a newspaper to get

(1) The postal benefit (2) The private donations

(3) The state subsidy (4) The free quota of newsprint

24. When a company moves sideways buying across different media, it is called

(1) Expressive integration (2) Natural integration

(3) Lateral integration (4) Collective integration

25. The civil law of defamation in India is based on

(1) American common law (2) French common law

(3) Russian common law (4) English common law

26. Working journalists have the right to

(1) form trade unions (2) defame any one

(3) spread rumours against celebrities (4) support unfriendly countries

27. 'Another Development' also means

(1) cultural subjugation (2) surplus revenue generation

(3) sustainable development (4) sidestepping cultural ecology

28. The controlled embedding of journalists in the armed forces was first invented by

(1) the United States (2) the United Kingdom

(3) the United Arab Emirates (4) the Philippines

29. The idea that media penetrate people's minds and instantly create effects is named as

(1) agenda-setting (2) violence on the media

(3) magic bullet theory (4) personal effect

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

23. किसी भी समाचार-पत्र के लिए निम्नलिखित में से किसकी प्राप्ति हेतु ग्राहकों की वास्तविक सूची आवश्यक है ?

(1) डाक सुविधा
(2) निजी दान
(3) सरकारी सब्सिडी
(4) न्यूजप्रिंट का नि:शुल्क कोटा

24. जब कोई कंपनी अलग-अलग मीडिया में एकसाथ बिकती है तो इसे क्या कहा जाता है ?

(1) अभिव्यक्तिपरक एकीकरण
(2) स्वाभाविक एकीकरण
(3) पार्श्विक एकीकरण
(4) सामूहिक एकीकरण

25. भारत में मानहानि की सिविल विधि निम्नलिखित में से किस पर आधारित है ?

(1) अमरीकी सामान्य विधि
(2) फ्रांसीसी सामान्य विधि
(3) रूसी सामान्य विधि
(4) अंग्रेजी सामान्य विधि

26. कार्यरत पत्रकारों को निम्नलिखित में से क्या अधिकार प्राप्त है ?

(1) ट्रेड यूनियन बनाने का अधिकार
(2) प्रत्येक दूसरे व्यक्ति की मानहानि का अधिकार
(3) ख्याति प्राप्त व्यक्तियों के विरुद्ध अफवाह फैलाने का अधिकार
(4) अमित्रवत देशों का समर्थन करने का अधिकार

27. 'अन्य विकास' से ______ भी अभिप्रेत है ।

(1) सांस्कृतिक अधीनता
(2) अधिशेष राजस्व सृजन
(3) संधारणीय विकास
(4) सांस्कृतिक पारिस्थितिकी की उपेक्षा

28. सशस्त्र बलों में पत्रकारों को अपना अनुगामी बनाने का कार्य सबसे पहले निम्नलिखित में से किसने किया था ?

(1) यूनाइटेड स्टेट्स
(2) यूनाइटेड किंगडम
(3) यूनाइटेड अरब अमीरात
(4) फिलीपीन्स

29. यह विचार कि "मीडिया लोगों के मस्तिष्क को अपील करता है, जिससे तुरंत समाज पर प्रभाव पडता है", को कहते हैं

(1) कार्य-सूची निर्धारण
(2) मीडिया में हिंसा
(3) मैजिक बुलेट सिद्धांत
(4) वैयक्तिक प्रभाव

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

30. Communication for sustainable development is not

(1) positive (2) motivational

(3) neutral (4) accountable

31. Panel studies are used to measure the same sample of subjects at different

(1) Locations (2) Situations

(3) Levels (4) Points of time

32. Cohort analysis is largely used in

(1) Language research (2) Symbolic research

(3) Promotional research (4) Advertising research

33. Political affiliation is an example for

(1) Continuous variable (2) Discreet variable

(3) Anecdotal variable (4) Non-continuous variable

34. In order to provide the illusion of movement, at what speed (frames per second) is a sound film usually projected ?

(1) 16 fps (2) 24 fps

(3) 20 fps (4) 18 fps

35. Which aspect of the movie has become virtually 100 percent digital ?

(1) Shooting (2) Projecting

(3) Editing (4) Distribution

36. Where can you view your editing progress in the video software ?

(1) Editing effects folder (2) File Folder

(3) Video Clips (4) Timeline

37. Shooting scenes and interviews with two cameras is known as

(1) Double shoot (2) Cross shoot

(3) Clinical shoot (4) Combine shoot

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

30. संधारणीय विकास के लिए संचार ______ नहीं है ।

(1) सकारात्मक (2) अभिप्रेरणात्मक

(3) तटस्थ (4) उत्तरदायी

31. पैनल अध्ययन का उपयोग विभिन्न ______ में व्यक्तियों/चीजों के एकसमान प्रतिदर्श मापन में किया जाता है ।

(1) अवस्थितियाँ (2) स्थितियाँ

(3) स्तर (4) कालखण्ड

32. प्रसमूह विश्लेषण का प्रयोग मुख्यत: निम्नलिखित में से किसमें होता है ?

(1) भाषा शोध (2) सांकेतिक शोध

(3) संवर्द्धक शोध (4) विज्ञापन के निमित्त शोध

33. राजनीतिक सम्बद्धता निम्नलिखित में से किसका उदाहरण है ?

(1) सतत अवयव (2) विवेकपूर्ण अवयव

(3) उपाख्यानपरक अवयव (4) अ-सतत अवयव

34. गति का भ्रम पैदा करने के लिए सामान्यत: ध्वनि फिल्म की क्या गति (फ्रेम्स प्रति सेकंड) प्रदर्शित की जाती है ?

(1) 16 एफ पी एस (2) 24 एफ पी एस

(3) 20 एफ पी एस (4) 18 एफ पी एस

35. निम्नलिखित में से फिल्म का कौन सा पहलू वास्तव में 100 प्रतिशत डिजिटल हो गया है ?

(1) शूटिंग (2) प्रदर्शन

(3) संपादन (4) वितरण

36. वीडियो सॉफ्टवेयर में आप अपने संपादन की प्रगति को कहाँ देख सकते हैं ?

(1) एडिटिंग इफेक्ट्स फोल्डर (2) फाइल फोल्डर

(3) वीडियो क्लिप (4) टाइमलाइन

37. दो केमरो द्वारा साक्षात्कार और अन्य दृश्यों की शूटिंग को कहते हैं

(1) डबल शूट (2) क्रास शूट

(3) सटीक शूट (4) सम्मिलित शूट

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

38. Media contents' flow is directly related to

(1) International relations (2) Media production

(3) Language superiority (4) Economic power

39. Which of the following are online advertisement methods through which advertisers attempt to drive traffic to Internet sites ?

(1) Banner (2) CPM

(3) SEO (4) CPC

40. All of the following are top-level domains, except

(1) .com (2) .mil

(3) .amy (4) .org

41. What is the ideal angle for a table top microphone to be placed before the speaker ?

(1) 60° (2) 50°

(3) 70° (4) 80°

42. What should always be considered while filming a shot ?

(1) Battery power (2) Shot list

(3) Sound (4) Rule of thirds

43. The present perfect tense used in a broadcast copy creates the phenomenon of

(1) Proximity (2) Fragmentation

(3) Immediacy (4) Staleness

44. One of the major elements of a traditional public relations programme is

(1) Limiting expenses (2) Authoritarian observation

(3) Situation analysis (4) Income ceiling

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

38. मीडिया की विषय-वस्तु का प्रवाह प्रत्यक्षत: निम्नलिखित में से किससे संबंधित है ?

(1) अंतर्राष्ट्रीय संबंधों (2) मीडिया उत्पाद

(3) भाषा श्रेष्ठत्व (4) आर्थिक शक्ति

39. निम्नलिखित में से कौन ऐसी ऑनलाइन विज्ञापन विधियाँ हैं, जिनके माध्यम से विज्ञापनकर्ता इंटरनेट साइट्स पर ट्रैफिक भेजने का प्रयास करता है ?

(1) बैनर (2) सी पी एम

(3) एस ई ओ (4) सी पी सी

40. निम्नलिखित के सिवाय सभी उच्च-स्तरीय डोमेन हैं

(1) .कॉम (2) .मिल

(3) .एमी (4) .आर्ग

41. वक्ता के समक्ष रखे जाने वाले टेबल टॉप माइक्रोफोन के लिए आदर्श कोण क्या है ?

(1) 60 डिग्री (2) 50 डिग्री

(3) 70 डिग्री (4) 80 डिग्री

42. किसी शॉट का फिल्मांकन करते समय निम्नलिखित में से किस पर सदैव ध्यान देना चाहिए ?

(1) बैटरी पावर (2) शॉट लिस्ट

(3) ध्वनि (4) तृतीयक नियम

43. किसी प्रसारित प्रति में प्रयुक्त पूर्ण वर्तमान काल (प्रेजेंट परफेक्ट टेन्स) से निम्नलिखित में से किस प्रक्रम का सृजन होता है ?

(1) सामीप्य (2) खंडन

(3) तात्कालिकता (4) बासीपन

44. पारंपरिक जन सम्पर्क कार्यक्रम के प्रमुख तत्त्वों में से एक है :

(1) व्यय सीमित करना (2) प्रभुत्वकारी प्रेक्षण

(3) स्थिति विश्लेषण (4) आय की ऊपरी सीमा (सीलिंग)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

45. A good brand advertisement concentrates on

(1) Multiple selling ideas (2) Two selling ideas

(3) One selling idea (4) Scattered selling ideas

46. A special offer to the consumer contained in the body copy of an advertisement is identified as

(1) Extra offer (2) Extended offer

(3) Buried offer (4) Creative offer

47. Advertising is an activity that stands for the ideology of

(1) power politics (2) social control

(3) narcissism (4) market place

48. In printing, a colour without shades or tones is considered as

(1) Solid colour (2) Flat colour

(3) Single colour (4) Straight colour

49. The amount of money allocated for the promotion of a brand is called

(1) Promotion spend (2) Advertising appropriation

(3) Exposure expense (4) Advertising allocation

50. **Assertion (A) :** Media ethics are reflected through several enlightenment assumptions that emphasise moralistic and democratic philosophy.

Reason (R) : The enlightenment legacy does not insist on rational thinking and autonomous self-regulation.

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.

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

45. अच्छे ब्रांड के विज्ञापन में निम्नलिखित में से किस पर ध्यान केन्द्रित किया जाता है ?

(1) बहु-विक्रय विचार (मल्टी सेलिंग आइडियाज)

(2) द्वि-विक्रय विचार (टू सेलिंग आइडियाज)

(3) एकल विक्रय विचार (वन सेलिंग आइडिया)

(4) पृथक्कृत विक्रय विचार

46. किसी विज्ञापन की कायिक प्रति (बॉडी कॉपी) में अंतर्विष्ट उपभोक्ता को की गई विशेष पेशकश की पहचान निम्नलिखित में से किस रूप में की जाती है ?

(1) अतिरिक्त पेशकश
(2) वर्द्धित पेशकश
(3) प्रसुप्त पेशकश
(4) सृजनात्मक पेशकश

47. विज्ञापन एक कार्यकलाप है जो _______ की विचारधारा के निमित्त है ।

(1) शक्ति राजनीति
(2) सामाजिक नियंत्रण
(3) आत्मरति
(4) बाजार स्थल

48. मुद्रण में शेड-रहित अथवा टोन-रहित रंग को निम्नलिखित में से क्या माना जाता है ?

(1) ठोस रंग
(2) सीधा रंग
(3) एकल वर्ण
(4) प्रत्यक्ष वर्ण

49. किसी ब्रांड के संवर्द्धन हेतु आबंटित रकम को निम्नलिखित में से क्या संज्ञा दी जाती है ?

(1) संवर्द्धन व्यय
(2) विज्ञापन विनियोग
(3) ज्ञानवर्द्धन (एक्सपोजर) व्यय
(4) विज्ञापन आबंटन

50. **अभिकथन (A) :** मीडिया के नैतिक सिद्धांत उन विभिन्न ज्ञान आधारित पूर्वानुमान के माध्यम से परिलक्षित होते हैं, जिनमें नैतिकतावादी और जनतांत्रिक दर्शन पर जोर दिया जाता है ।

तर्क (R) : ज्ञान की विरासत में विवेकपूर्ण चिंतन और स्वायत्तता स्व-विनियमन पर जोर नहीं दिया जाता है ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, किंतु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, किंतु (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, किंतु (R) सही है ।

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

51. **Assertion (A) :** Media history will not achieve concrete status as a primary scholarly locus in the present day circumstances.

Reason (R) : Until it develops a common set of problems and its own vocabulary as the term 'media' itself is fluid today.

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. **Assertion (A) :** Media outlets provide preferential treatment to corporate houses in their news production.

Reason (R) : The internalisation of values is done through institutional practices by promoting self-regulation.

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) :** The global news flow has not been able to affect the news values of the developing countries.

Reason (R) : The developing countries have a strong cultural background and their own value system.

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 'unreal' quality of digital information has far-reaching effects for audiences, media companies, and the society.

Reason (R) : The digital media information has neither physical presence nor time barriers.

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.

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

51. **अभिकथन (A) :** आज के सन्दर्भ में मीडिया का इतिहास एक बुनियादी बौद्धिकता की पहचान प्राप्त नहीं कर सकता है ।

तर्क (R) : यह कार्य तब तक सम्भव नहीं है जब तक मीडिया स्वयं अपने मुद्दों और शब्दावली को विकसित नहीं कर लेता है ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, किंतु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

52. **अभिकथन (A) :** मीडिया अपने समाचार निर्माण में कॉर्पोरेट घरानों को अधिमान्यता देती है ।

तर्क (R) : स्व-विनियमन को बढ़ावा देकर सांस्थानिक पद्धति के माध्यम से मूल्यों को अधिरोपित किया जाता है ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, किंतु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, किंतु (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, किंतु (R) सही है ।

53. **अभिकथन (A) :** वैश्विक समाचार प्रवाह विकासशील देशों के समाचार मूल्यों पर प्रतिकूल प्रभाव नहीं डाल पाए हैं ।

तर्क (R) : विकासशील देशों की सशक्त सांस्कृतिक पृष्ठभूमि होती है और उनकी अपनी मूल्य प्रणाली होती है ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, लेकिन (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

54. **अभिकथन (A) :** आंकिकीय जानकारी की "अवास्तविक (अनरीयल)" गुणवत्ता का श्रोता/दर्शक, मीडिया कंपनियों और समाज पर दूरगामी प्रभाव पड़ता है ।

तर्क (R) : आंकिकीय मीडिया जानकारी की न तो वास्तविक रूप में उपस्थिति होती है ना ही इसमें कोई समय का प्रतिबंध है ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, किंतु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, किंतु (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, किंतु (R) सही है ।

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

55. **Assertion (A) :** In technological histories, the media seem to continually drift as signifiers.

Reason (R) : Because media are instruments of "mass impression".

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) :** The early analysis of media treatment of women amounted to their 'symbolic annihilation'.

Reason (R) : Because of power structures, women were systematically sub-ordinated and in knowledge production, women are objects instead of active subjects.

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) :** Mass media technologies create conditions of political possibilities.

Reason (R) : Mediated messages propel public scrutiny and debate of issues by providing a public forum.

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.

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

55. **अभिकथन (A) :** प्रौद्योगिकीय इतिहास में ऐसा प्रतीत होता है कि मीडिया संकेतक के रूप में निरंतर खाई उत्पन्न करती है ।

तर्क (R) : क्योंकि मीडिया "सामूहिक सोच" की युक्ति है ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, किंतु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, किंतु (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, किंतु (R) सही है ।

56. **अभिकथन (A) :** मीडिया द्वारा महिलाओं की व्यवहृत किए जाने का आरंभिक विश्लेषण उनके 'प्रतीकात्मक विनाश' के समान था ।

तर्क (R) : सत्ता की संरचना के कारण महिलाओं को एक व्यवस्था के तहत अधीनस्थ रखा जाता था और ज्ञान उत्पादन में महिलाओं को मानव समझे जाने की बजाय वस्तु समझा जाता है ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, किंतु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, किंतु (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, किंतु (R) सही है ।

57. **अभिकथन (A) :** मास-मीडिया (जनसंपर्क माध्यम) की प्रौद्योगिकियों के फलस्वरूप राजनीतिक संभावनाओं की स्थिति उत्पन्न होती है ।

तर्क (R) : हस्तक्षेप वाले संदेश से लोक संवीक्षा और विषयों के वाद-विवाद को लोक मंच उपलब्ध कराकर बढ़ावा दिया जाता है ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, किंतु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, किंतु (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, किंतु (R) सही है ।

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

58. **Assertion (A) :** Opinion polls and surveys are although valuable, are least preferred by PR persons.

Reason (R) : These are not expensive for routine public relations practice.

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.

59. **Assertion (A) :** The emerging intellectual trends aim at new philosophical underpinnings for viable media ethics.

Reason (R) : Reconceptualisations of speech freedoms bring citizens from the margin to the centre for positive human rights to communicate.

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.

60. **Assertion (A) :** Television does not make audiences think critically, pause and also reflect.

Reason (R) : Because each television programme is immediate, dynamic and temporarily engaging.

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.

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

58. **अभिकथन (A) :** अभिमत चयन तथा सर्वेक्षण महत्त्वपूर्ण होने के बावजूद जनसम्पर्क कर्मियों द्वारा पसन्द नहीं किये जाते हैं ।

तर्क (R) : सामान्य जनसम्पर्क कार्यों के हिसाब से वह कम खर्च वाले होते हैं ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, लेकिन (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

59. **अभिकथन (A) :** उभरते हुए बौद्धिक रूझान का लक्ष्य साध्य मीडिया नैतिकता के लिए नए दार्शनिक अन्तर्निहित भाव ज्ञात करना है ।

तर्क (R) : वाक् स्वातंत्र्य की पुन:संकल्पना निर्माण के फलस्वरूप नागरिक हाशिए से केन्द्र में आकर सकारात्मक मानवाधिकार का संचार करने में सक्षम हो पाते हैं ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, किंतु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, किंतु (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, किंतु (R) सही है ।

60. **अभिकथन (A) :** टेलीविज़न के माध्यम से दर्शक समालोचनात्मक रूप से विचार करने और चिन्तन मनन करने में सक्षम नहीं हो पाता है ।

तर्क (R) : क्योंकि प्रत्येक टेलीविजन कार्यक्रम तात्कालिक, गतिमान और अस्थायी रूप से व्यक्ति को मानसिक रूप से व्यस्त रखता है ।

कूट :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं ।

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, किंतु (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है ।

(3) (A) सही है, किंतु (R) गलत है ।

(4) (A) गलत है, किंतु (R) सही है ।

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

61. Find out the correct sequence of the following theories :

(1) Dependency Theory, Cultivation Theory, Critical Theory, Uses and Gratifications Theory

(2) Uses and Gratifications Theory, Critical Theory, Dependency Theory, Cultivation Theory

(3) Critical Theory, Uses and Gratifications Theory, Dependency Theory, Cultivation Theory

(4) Cultivation Theory, Critical Theory, Dependency Theory, Uses and Gratifications Theory

62. Find out the chronological sequence of following film producers of India :

(1) F.B. Thanawala, Hiralal Sen, J.F. Madan, H.S. Bhatvadekar

(2) H.S. Bhatvadekar, F.B. Thanawala, Hiralalsen, J.F. Madan

(3) Hiralal Sen, J.F. Madan, H.S. Bhatvadekar, F.B. Thanawala

(4) J.F. Madan, Hiralal Sen, F.B. Thanawala, H.S. Bhatvadekar

63. Find out the correct sequence of the following organizations :

(1) NPA, IENS, AINEC, ILNA

(2) IENS, AINEC, ILNA, NPA

(3) AINEC, ILNA, NPA, IENS

(4) ILNA, IENS, AINEC, NPA

64. Find out the correct sequence of following newspapers :

(1) India Gazette, Calcutta Gazette and Oriental Advertiser, Bengal Journal, Bombay Herald

(2) Calcutta Gazette and Oriental Advertiser, Bengal Journal, Bombay Herald, India Gazette

(3) India gazette, Bengal Journal, Bombay Herald, Calcutta Gazette and Oriental Advertiser

(4) Bombay Herald, Bengal Journal, Calcutta Gazette and Oriental Advertiser, India Gazette

65. Find out the correct sequence of following films :

(1) The Wrestlers, Poona Races, Taboot Procession, Coconut Fair

(2) Poona Races, Taboot Procession, The Wrestlers, Coconut Fair

(3) Taboot Procession, Coconut Fair, The Wrestlers, Poona Races

(4) Coconut Fair, Poona Races, The Wrestlers, Taboot Procession

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

61. निम्नलिखित सिद्धांतों को सही क्रम में सजाइए और दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर चुनिए :

(1) निर्भरता सिद्धांत, विकास सिद्धांत, समालोचनात्मक सिद्धांत, उपयोग और परितोष सिद्धांत

(2) उपयोग और परितोष सिद्धांत, समालोचनात्मक सिद्धांत, निर्भरता सिद्धांत, विकास सिद्धांत

(3) समालोचनात्मक सिद्धांत, उपयोग और परितोष सिद्धांत, निर्भरता सिद्धांत, विकास सिद्धांत

(4) विकास सिद्धांत, समालोचनात्मक सिद्धांत, निर्भरता सिद्धांत, उपयोग और परितोष सिद्धांत

62. निम्नलिखित भारतीय फिल्म निर्माताओं को कालक्रमानुसार सजाइए और दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर चुनिए :

(1) एफ.बी. थानावाला, हीरालाल सेन, जे.एफ. मदान, एच.एस. भटवाडेकर

(2) एच.एस. भटवाडेकर, एफ.बी. थानावाला, हीरालाल सेन, जे.एफ. मदान

(3) हीरालाल सेन, जे.एफ. मदान, एच.एस. भटवाडेकर, एफ.बी. थानावाला

(4) जे.एफ. मदान, हीरालाल सेन, एफ.बी. थानावाला, एच.एस. भटवाडेकर

63. निम्नलिखित संगठनों को सही क्रम में सजाइए और दिए गए विकल्प में से सही उत्तर चुनिए :

(1) एन पी ए, आई ई एन एस, ए आई एन ई सी, आई एल एन ए

(2) आई ई एन एस, ए आई एन ई सी, आई एल एन ए, एन पी ए

(3) ए आई एन ई सी, आई एल एन ए, एन पी ए, आई ई एन एस

(4) आई एल एन ए, आई ई एन एस, ए आई एन ई सी, एन पी ए

64. निम्नलिखित समाचार-पत्रों को सही क्रम में सजाइए और दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर चुनिए :

(1) इन्डिया गजट, कलकत्ता गजट एण्ड ओरिएन्टल एडवर्टाइजर, बंगाल जर्नल, बॉम्बे हेराल्ड

(2) कलकत्ता गजट एण्ड ओरिएण्टल एडवर्टाइजर, बंगाल जर्नल, बॉम्बे हेराल्ड, इन्डिया गजट

(3) इंडिया गजट, बंगाल जर्नल, बॉम्बे हेराल्ड, कलकत्ता गजट एण्ड ओरिएण्टल एडवर्टाइजर

(4) बॉम्बे हेराल्ड, बंगाल जर्नल, कलकत्ता गजट एण्ड ओरिएण्टल एडवर्टाइजर, इंडिया गजट

65. निम्नलिखित फिल्मों को सही क्रम में सजाइए और दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर चुनिए :

(1) द रेस्लर्स, पूना रेसेज, टैबूट प्रोसेशन, कोकोनट फेयर

(2) पूना रेसेज, टैबूट प्रोसेशन, द रेस्लर्स, कोकोनट फेयर

(3) टैबूट प्रोसेशन, कोकोनट फेयर, द रेस्लर्स, पूना रेसेज

(4) कोकोनट फेयर, पूना रेसेज, द रेस्लर्स, टैबूट प्रोसेशन

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

66. Match the following :

	List – I (Instrument)		**List – II (Inventor)**
(a)	Phonograph	(i)	Wordsworth Donisthrope
(b)	Celluloid	(ii)	John Logie Baird
(c)	Video Camera	(iii)	George Eastman
(d)	Film Camera	(iv)	Thomas Edison

Codes :

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

67. Match the List-I with List-II :

	List – I (Author)		**List – II (Concept)**
(a)	John Fiske	(i)	Audience Perception of reality
(b)	Herbert Schiller	(ii)	Semiotic power
(c)	John B. Thompson	(iii)	Corporatisation of culture
(d)	Greg Philo	(iv)	Social Theory of Media

Codes :

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

68. Match the following :

	List – I (Brand)		**List – II (Tag line)**
(a)	Phillips LED lights	(i)	Your journey our passion
(b)	Skoda	(ii)	Go further
(c)	Ford	(iii)	Its simply clever
(d)	Bridgestone Tyres	(iv)	Innovation and You

Codes :

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

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

66. सूची-I और सूची-II को सुमेलित कीजिए ।

	सूची-I (यंत्र)		**सूची-II (आविष्कारक)**
(a)	फोनोग्राफ	(i)	वर्ड्सवर्थ डोनिस्थ्रोप
(b)	सेल्युलॉयड	(ii)	जॉन लोगी बेयर्ड
(c)	वीडियो कैमरा	(iii)	जॉर्ज इस्टमैन
(d)	फिल्म कैमरा	(iv)	थॉमस एडिसन

कूट :

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

67. सूची-I और सूची-II को सुमेलित कीजिए ।

	सूची-I (लेखक)		**सूची-II (संकल्पना)**
(a)	जॉन फिस्के	(i)	यथार्थ का दर्शक अवबोध
(b)	हर्बर्ट स्कीलर	(ii)	विवेचन शक्ति
(c)	जॉन बी. थाम्पसन	(iii)	संस्कृति का निगमीकरण
(d)	ग्रेग फिलो	(iv)	मीडिया का सामाजिक सिद्धांत

कूट :

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

68. जोड़े को सुमेलित कीजिए और सही विकल्प चुनिए :

	सूची – I (ब्रॉंड)		**सूची – II (टैगलाइन)**
(a)	फिलिप्स एल ई डी लाइट्स	(i)	योर जर्नी आवर पैशन
(b)	स्कोडा	(ii)	गो फर्दर
(c)	फोर्ड	(iii)	इटस सिम्प्ली क्लेवर
(d)	ब्रिजस्टोन टायर्स	(iv)	इनोवेशन एण्ड यू

कूट :

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

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

69. Match the following :

	List – I (Newspaper)		**List – II (Language)**
(a)	Deshdoot	(i)	Bengali
(b)	Udayavani	(ii)	Malayalam
(c)	Mathrubhumi	(iii)	Kannada
(d)	Dainik Pratidan	(iv)	Marathi

Codes :

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

70. Match the List-I with List-II :

	List – I		**List – II**
(a)	'Our Village Chattera'	(i)	Deccan Development Society
(b)	'Identify Backward Village Programme'	(ii)	MKSS
(c)	Right to Information Movement	(iii)	The Hindustan Times
(d)	Sangam Radio	(iv)	Udayavani

Codes :

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

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

69. जोड़े को सुमेलित कीजिए :

सूची-I (समाचार-पत्र)		**सूची-II (भाषा)**	
(a)	देशदूत	(i)	बंगाली
(b)	उदयवाणी	(ii)	मलयालम
(c)	मातृभूमि	(iii)	कन्नड
(d)	दैनिक प्रतिदान	(iv)	मराठी

कूट :

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

70. सूची-I को सूची-II से सुमेलित कीजिए :

सूची-I		**सूची-II**	
(a)	'अवर विलेज छटेरा'	(i)	डेकन डिवेलपमेंट सोसाइटी
(b)	'आइडेंटीफाय बैकवर्ड विलेज प्रोग्राम'	(ii)	एम के एस एस
(c)	सूचना का अधिकार आंदोलन	(iii)	द हिंदुस्तान टाइम्स
(d)	संगम रेडियो	(iv)	उदयवाणी

कूट :

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

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

Read the following passage and answer questions from **71** to **75 :**

The increasing market orientation of news media by private media forces the public service broadcasting sector to chase for audience rather than present quality news. The days when reporters got stories because they were good stories that people ought to read have now almost completely gone and stories are now gathered because they will interest the target audience and tempt them to buy the magazine or newspaper. The marketable stories are desirable enough to tempt journalists to behave unethically more often than would be the case were their motives for pursuing the story less trained with commercialism. Celebrity is now a major selling point for a newspaper or magazine. An interview with a major celebrity is very hard to come by and can take months to set up. Fees are sometimes paid and prior questions are given to them. This is where the star's public-relations managers are able to select the pictures to be used with the interview and to read the interview, giving approval and, if necessary, making amendments in the questions. This means that top stars are able to determine which media carries their words and pictures, where that appears, and that the story very carefully maintains their carefully-crafted image. Stars are often heard complaining about intrusion into their privacy. Major stars are not only able to limit their appearances to key media with prior questions' approval but they are also able to sufficiently protect their privacy to ensure that those are the only stories that get out. Less talented celebrities are obliged to seek media exposure in more salacious magazines or newspapers, but still the principles are the same. Many of the so-called snatch pictures of celebrities are carefully posed to ensure maximum publicity for the star involved. As most press relations experts will tell you, there's no such thing as bad publicity. With celebrity ruling the news agenda, and manufactured news ruling celebrity, it can be no surprise that the temptation is there for a journalist, working for a publication that is not on the top celebrity's reading requirements, to bend the rules themselves to get work. It is all very well for the elite – politicians, academics, intellectuals and others – to complain about the dumbing-down of newspapers, the replacement of serious political discussion, international news and mind-broadening information with celebrity titbits, but whilst commerce is the driving force for the media, the media will continue to provide people with what they want and that often means celebrity gossip.

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

निम्नलिखित गद्यांश को पढ़िये और प्रश्न संख्या **71** से **75** के उत्तर दीजिए :

प्राइवेट मीडिया द्वारा समाचार के निरंतर बाजारोन्मुखी होने के परिणामस्वरूप सरकारी क्षेत्र के प्रसारण भी गुणवत्तापूर्ण समाचार की प्रस्तुति की बजाय दर्शक की खोज रहती है । एक समय था जब रिपोर्टर पाठकों के लिए उपयुक्त समझे जाने वाले समाचार को कवर करते थे किन्तु ऐसे युग का अंत हो गया है और ऐसे समाचार एकत्र किए जाते हैं जिनमें लक्षित पाठक/श्रोता/दर्शक की अभिरुचि होने की संभावना हो और वे पत्रिका या समाचार-पत्र खरीदने के लिए प्रवृत्त हों । बाजार में बिकने योग्य कथानक (समाचार) ऐसा होता है जो पत्रकार को जब किसी घटनाक्रम को कवर करने के अपेक्षाकृत अनैतिक व्यवहार करने की दिशा में प्रवृत्त होते हैं । प्रसिद्धि अब किसी समाचार-पत्र या पत्रिका के लिए प्रसाद की माँग बढ़ाने वाला प्रमुख कारक है । किसी बड़े ख्याति प्राप्त व्यक्ति से साक्षात्कार का अवसर प्राप्त होना कठिन है और इसमें कई महीने लग सकते हैं । कभी-कभी फीस चुका दी जाती है और साक्षात्कार से पहले ही उन्हें प्रश्नावली उपलब्ध करा दी जाती है । यहीं सितारों/ लब्ध प्रतिष्ठ गण्यमान्य व्यक्तियों के जनसम्पर्क प्रबंधक साक्षात्कार में उपयोगी होने वाली तस्वीरों का चयन कर पाते हैं और साक्षात्कार के पढ़ने के संबंध में अनुमति देते हैं और यदि आवश्यक हो तो प्रश्नों में संशोधन भी करते हैं । इसका अर्थ यह है कि शीर्ष-स्तर के सितारे (स्टार्स) तय करते हैं कि कौन सी मीडिया उनके वक्तव्य और चित्रों का प्रकाशन प्रसारण करेंगी, यह कहाँ होगा अथवा दिखाया जाएगा और इस संबंध में भी निर्णय करते हैं कि मुद्रित/प्रसारित समाचार में उनकी बनी हुई छवि यथावत बनी रहे । अकसर सितारों द्वारा उनकी निजता में हस्तक्षेप किए जाने की शिकायत मिलती है । बड़ी हस्तियाँ पूर्व में ही प्रश्नों की स्वीकृति के बाद न केवल प्रमुख मीडिया के सामने आने में संकोच करती है बल्कि वे अपनी निजता को भी भली-भांति कायम रख पाती हैं ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि प्रकाशित/प्रसारित समाचार केवल समाचार ही रहे । कम प्रतिभावान हस्तियाँ अश्लील पत्रिकाओं या समाचार-पत्रों में मीडिया एक्सपोजर की इच्छुक रहती हैं किन्तु तब भी सिद्धांत वह ही रहते हैं । बहुत सी प्रसिद्ध हस्तियों की तथाकथित स्नैच पिक्चर्स (लपककर लेने वाली तस्वीरें) में भाव-भंगिमा इस प्रकार दिखाई जाती है कि संबंधित सितारे को अधिक से अधिक पब्लिसिटी मिल सके । जैसा कि आपको अधिकांश प्रेस संपर्क विशेषज्ञों से पता चलेगा “दुष्प्रचार” जैसी कोई चीज नहीं है । जहाँ ख्याति प्राप्त व्यक्ति समाचार पर हावी होने लगते हैं और हस्तियाँ बनावटी समाचार के प्रभाव में आने लगते हैं तब इसमें कोई आश्चर्य नहीं हैं कि ऐसा पत्रकार जिसका समाचार-पत्र / पत्रिका शीर्षस्थ हस्ती की पठन सूची में शामिल नहीं होता है, पत्रकारिता में रहने के लिए स्वयं अपने नियमों में परिवर्तन कर देते हैं । अभिजात्य वर्ग राजनीतिज्ञ, शिक्षाविद्, बुद्धिजीवी और अन्य के लिए समाचार-पत्रों के गिरते स्तर उनमें गंभीर राजनीतिक चर्चा, अन्तर्राष्ट्रीय समाचार और ज्ञानवर्द्धक जानकारी के स्थान पर सितारों के साक्षात्कार को कवर करने के बारे में शिकायत करना उचित है, किन्तु जब व्यवसाय मीडिया का मूलमंत्र हो गया है, मीडिया लोगों को उनकी अपेक्षा और अभिलाषा के अनुरूप ही वह समाचार देता रहेगा जिसमें अकसर हस्तियों का कवरेज रहता है ।

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

71. What is the impact of market orientation of news media ?

(1) Increasing the number of good reporters.

(2) Lack of quality news.

(3) Providing oft-beat stories.

(4) Boost to ethical journalism.

72. How is marketing orientation influencing the profession of journalism ?

(1) Compromising with news sources

(2) Not pursuing real news stories

(3) Not getting celebrity news

(4) Paying fees to attract talent

73. How is celebrity news changing in the face of new news outlets ?

(1) Less talented celebrities seek media exposure

(2) Increase in media freedom

(3) Increase in audiences' preferences

(4) Emergence of new rules for talent hunt

74. Who are ruling the news agenda ?

(1) Manufacturers of news

(2) Newspaper readers

(3) Celebrities

(4) Salacious magazines

75. Identify the emerging trend in news production in the wake of media market orientation.

(1) Dumbing-down of news

(2) Serious political discussion

(3) Academic analysis

(4) Mind-broadening information

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism &Mass Communication)

71. बाजारोन्मुखी होने का न्यूज मीडिया पर क्या प्रभाव पड़ा है ?

(1) अच्छे रिपोर्टर की संख्या में वृद्धि हुई है ।

(2) गुणवत्तापरक समाचार का अभाव हो गया हैं ।

(3) ऑफ-बीट समाचार दिखाए / मुद्रित किए जाते हैं ।

(4) नीतिगत पत्रकारिता को बढ़ावा मिला है ।

72. बाजारोन्मुखी होने के फलस्वरूप पत्रकारिता व्यवसाय पर क्या प्रभाव पड़ा है ?

(1) समाचार के स्रोत से समझौता किया जा रहा है ।

(2) अच्छे समाचारों को कवर नहीं किया जा रहा है ।

(3) ख्याति प्राप्त व्यक्तियों का समाचार नहीं दिखाया जा रहा हैं ।

(4) प्रतिभावान व्यक्तियों को आकर्षित करने के लिए फीस की संदायगी की जा रही है ।

73. नए समाचार माध्यमों के आने से ख्याति प्राप्त व्यक्तियों से संबंधित समाचार की प्रस्तुति में किस प्रकार बदलाव आ रहा है ?

(1) कम प्रतिभावान हस्तियाँ मीडिया में उपस्थित होना चाहती है ।

(2) मीडिया की स्वतंत्रता बढ़ी है ।

(3) श्रोता/दर्शक की पसंद बढ़ गई है ।

(4) प्रतिभावान व्यक्तियों को नियुक्त करने के लिए नए नियम बन गए हैं ।

74. समाचार की कार्य सूची (एजेण्डा) पर किनका प्रभुत्व है ?

(1) समाचार बनाने वाले

(2) समाचार-पत्रों के पाठक

(3) सितारे और बड़ी हस्तियाँ

(4) अश्लील पत्रिकाएँ

75. मीडिया के बाजारोन्मुखी होने के बाद समाचार की प्रस्तुति में उभरते हुए रूझान की पहचान कीजिए :

(1) समाचार की अन्य भाषाओं में प्रस्तुति

(2) गंभीर राजनीतिक चर्चा

(3) शैक्षणिक विश्लेषण

(4) सोच विकसित करने वाली जानकारी

___

www.jmcstudyhub.com
(Hub of Journalism & Mass Communication)

Space For Rough Work

JMC
STYDY
HUB
J M C
www.jmcstudyhub.com