

PAPER-II
MASS COMMUNICATION & 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 6 3 1 2

Time : 1 ¼ hours]

[Maximum Marks : 100

Number of Pages in this Booklet : 16

Number of Questions in this Booklet : 50

Instructions for the Candidates

- Write your roll number in the space provided on the top of this page.
- This paper consists of fifty multiple-choice type of questions.
- 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 :
 - 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.
 - 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.**
 - After this verification is over, the OMR Sheet Number should be entered on this Test Booklet.
- Each item has four alternative responses marked (A), (B), (C) and (D). You have to darken the circle as indicated below on the correct response against each item.
Example : (A) (B) (C) (D)
where (C) is the correct response.
- Your responses to the items are to be indicated in the **OMR Sheet given inside the Paper I Booklet only**. If you mark at any place other than in the circle in the OMR Sheet, it will not be evaluated.
- Read instructions given inside carefully.
- Rough Work is to be done in the end of this booklet.
- 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, you will render yourself liable to disqualification.
- You have to return the test question booklet and 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 duplicate copy of OMR Sheet on conclusion of examination.
- Use only **Blue/Black Ball point pen**.
- Use of any calculator or log table etc., is prohibited.
- There is no negative marks for incorrect answers.

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश

- पहले पृष्ठ के ऊपर नियत स्थान पर अपना रोल नम्बर लिखिए ।
- इस प्रश्न-पत्र में पचास बहुविकल्पीय प्रश्न हैं ।
- 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 :
 - प्रश्न-पुस्तिका खोलने के लिए उसके कवर पेज पर लगी कागज की सील को फाड़ लें । खुली हुई या बिना स्टीकर-सील की पुस्तिका स्वीकार न करें ।
 - कवर पृष्ठ पर छपे निर्देशानुसार प्रश्न-पुस्तिका के पृष्ठ तथा प्रश्नों की संख्या को अच्छी तरह चेक 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 ।
 - इस जाँच के बाद OMR पत्रक की क्रम संख्या इस प्रश्न-पुस्तिका पर अंकित कर दें ।
- प्रत्येक प्रश्न के लिए चार उत्तर विकल्प (A), (B), (C) तथा (D) दिये गये हैं । आपको सही उत्तर के वृत्त को पेन से भरकर काला करना है जैसा कि नीचे दिखाया गया है ।
उदाहरण : (A) (B) (C) (D)
जबकि (C) सही उत्तर है ।
- प्रश्नों के उत्तर केवल प्रश्न पत्र I 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 चिह्नान्कित करते हैं, तो उसका मूल्यांकन नहीं होगा ।
- अन्दर दिये गये निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ें ।
- कच्चा काम (Rough Work) इस पुस्तिका के अन्तिम पृष्ठ पर करें ।
- 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, तो परीक्षा के लिये अयोग्य घोषित किये जा सकते हैं ।
- आपको परीक्षा समाप्त होने पर प्रश्न-पुस्तिका एवं 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 OMR पत्रक की डुप्लीकेट प्रति अपने साथ ले जा सकते हैं ।
- केवल नीले/काले बाल प्वाइंट पेन का ही इस्तेमाल करें ।
- किसी भी प्रकार का संगणक (कैलकुलेटर) या लाग टेबल आदि का प्रयोग वर्जित है ।
- गलत उत्तरों के लिए कोई अंक काटे नहीं जाएँगे ।

UGC NET/JRF
JUNE-2012

MASS COMMUNICATION & JOURNALISM
Paper – II

Note : This paper contains **fifty (50)** objective type questions of **two (2)** marks each.
All the questions are compulsory.

1. The Shannon and Weaver model of communication is :
(A) Modular
(B) Circular
(C) Linear
(D) Non-linear
2. The medium that has the widest reach in India is :
(A) Print
(B) Radio
(C) Television
(D) Internet
3. The Surgeon-General's report focussed on the impact of television violence on
(A) youth
(B) women
(C) children
(D) ethnic minorities
4. The 'Limited effects' model of mass communication was a counter to
(A) ABX model
(B) Circular model
(C) Diffusion model
(D) Hypodermic needle model
5. The issue of monopoly press was debated extensively during the Prime Ministership of
(A) Jawaharlal Nehru
(B) Indira Gandhi
(C) I. K. Gujral
(D) H. D. Deve Gowda
6. The code of ethics drawn in 1978 was a form of self-censorship by
(A) the Indian Languages Newspaper Association
(B) the Advertising Standards Council of India.
(C) The All-India Newspaper Editors' Conference
(D) The Editors' Guild
7. A licence in copyright matters creates in the license
(A) public right
(B) personal right
(C) proprietary right
(D) statutory right
8. The distinction of being the editor of two major English newspapers, The Times of India and the Statesman was held by
(A) Robert Knight
(B) James Bryce
(C) Peter Reed
(D) Rudyard Kipling
9. The community radio concept is identified with
(A) broadcasting
(B) narrowcasting
(C) personal casting
(D) podcasting
10. One of the major recommendations of the First Press Commission of India was I introduction of
(A) Price-page schedule
(B) Right to Information Act
(C) Press freedom as a constitutional guarantee
(D) Codification of journalistic privileges
11. The communication theory of developmental communication emphasized
(A) top-down communication
(B) mechanistic communication
(C) epistemological approach
(D) extensive demonstrations
12. A strategy that is integrated into communication for development is
(A) religious lecture
(B) social marketing
(C) propaganda
(D) rural publicity

जनसंचार और पत्रकारिता

प्रश्नपत्र – II

निर्देश : इस प्रश्नपत्र में पचास (50) बहु-विकल्पीय प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न के दो (2) अंक हैं। सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

- संचार का शैनन एवं वैबर मॉडल है
(A) मॉड्यूलर (B) सर्कुलर
(C) लिनियर (D) नॉन-लिनियर
- वह माध्यम जिसका भारत में सर्वाधिक पहुँच है
(A) मुद्रण (B) रेडियो
(C) टेलीविजन (D) इन्टरनेट
- सर्जन जनरल रिपोर्ट निम्नलिखित में से किन पर टेलीविजन के प्रभाव पर प्रकाश डालता है ?
(A) युवाओं
(B) महिलाओं
(C) बच्चों
(D) मानवजाति के अल्पसंख्यकों पर
- जनसंचार का “लिमिटेड इफेक्ट मॉडल” निम्नलिखित में से किस मॉडल का प्रतिलोम था ?
(A) ए बी एक्स मॉडल का।
(B) सर्कुलर मॉडल का।
(C) डिफ्यूजन मॉडल का।
(D) हाइपोडरमिक निड्ल मॉडल का।
- किस प्रधानमंत्री के काल में “प्रेस के स्वामित्व” मुद्दे पर गहन चर्चा हुयी थी ?
(A) जवाहरलाल नेहरू
(B) इंदिरा गांधी
(C) आई.के. गुजराल
(D) एच.डी. देवगौड़ा
- 1978 में सेल्फ सेंसरशिप के रूप में नैतिक-संहिता किसके द्वारा आहूत की गयी थी ?
(A) द इंडियन लैंग्वेज न्यूजपेपर एसोसिएशन
(B) भारतीय विज्ञापन मानक परिषद
(C) दि ऑल इण्डिया न्यूजपेपर एडिटर्स कॉन्फ्रेंस
(D) द एडिटर गिल्ड
- कॉपीराइट विषयों में लाइसेंस अनुज्ञप्ति धारकों के पास किस रूप में सृजित की जाती है ?
(A) जन-अधिकार
(B) व्यक्तिगत अधिकार
(C) मालिकाना अधिकार
(D) संवैधानिक अधिकार
- निम्नलिखित में से किसे दो अंग्रेजी अखबारों “द टाइम्स ऑफ इंडिया” तथा “स्टेट्समैन” का संपादक होने का गौरव प्राप्त है ?
(A) रॉबर्ट नाइट
(B) जेम्स ब्राइस
(C) पीटर रीड
(D) रुडियार्ड किपलिंग
- सामुदायिक रेडियो की अवधारणा किसके साथ सम्बन्धित है ?
(A) ब्रॉडकास्टिंग (B) नैरोकास्टिंग
(C) पर्सनल कास्टिंग (D) पोटकास्टिंग
- भारत के प्रथम प्रेस आयोग की सर्वप्रमुख संस्तुति में निम्नलिखित में से किसका उल्लेख था ?
(A) मूल्य - पृष्ठ अनुसूची
(B) सूचना का अधिकार अधिनियम
(C) प्रेस की आजादी : एक संवैधानिक गारंटी के रूप में
(D) पत्रकारिता के विशेषाधिकारों का संहिताकरण
- विकासात्मक संचार किस संचार सिद्धांत पर विशेष बल देता है ?
(A) टॉप-डाऊन कम्युनिकेशन
(B) मैकेनिस्टिक कम्युनिकेशन
(C) एपिस्टीमोलोजिकल एप्रोच
(D) एक्सटेन्सिव डिमोन्स्ट्रेशन
- विकास हेतु संचार में जो रणनीति समाकलित की जाती है, वह है
(A) धार्मिक-आख्यान
(B) सामाजिक-विपणन
(C) प्रोपेगण्डा
(D) ग्रामीण-प्रचार

13. The middle range theory of communication was advocated by
(A) John Fiske
(B) Robert Merton
(C) Karl Marx
(D) M. S. Archer
14. F. R. Leavis stressed on _____ of media text.
(A) practical criticism
(B) inter-relatedness
(C) transience
(D) commercial elements
15. A universal generalisation is the main feature of _____ explanation.
(A) purposive
(B) accidental
(C) inductive
(D) deductive
16. The Likert scale is used to find out _____ of items selected.
(A) the argumentative structure
(B) the meaning
(C) the objectives
(D) the discriminative power
17. In the two-way symmetric model of public relations, the model of communication used is
(A) person-to-person
(B) group-to-group
(C) person-to-group
(D) group-to-person
18. The single – sheet advertisements printed on one-side are known as
(A) brochures
(B) fliers
(C) leaflets
(D) posters
19. Multi-tasking in journalism is due to
(A) media globalisation
(B) economic liberalisation
(C) social integration
(D) technology convergence
20. After determining its advertising objectives, a company has to set ____ for each product.
(A) advertising strategies
(B) advertising budget
(C) advertising format
(D) advertisement positioning
21. Which of the following is the combination of sound bite and stand up ?
(A) Package
(B) Talking heads
(C) Voice-over
(D) Supers
22. The social network medium that has gone for global IPO recently is
(A) Facebook (B) Twitter
(C) Orkut (D) Youtube
23. The soviet media theory had its roots in
(A) Italian Fascist philosophy
(B) Free enterprise approach of the west
(C) German ideology
(D) Japanese imperialist edicts
24. The readability tests, Fog Index and Reading. Ease score, were first employed by
(A) newspapers
(B) syndicates
(C) television networks
(D) news agencies
25. The television news writing these days includes
(A) hyperboles
(B) non-sequiturs
(C) gender-neutral words
(D) uncommon abbreviations
26. **Assertion (A) :** Small and Medium newspapers in India will have bleak future with the corporatisation of mass media.
Reason (R) : The Union Government has not declared media business as an industry and it is responsible for their bleak future.
(A) Both (A) and (R) are true.
(B) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
(C) (A) is true, but (R) is false.
(D) (A) is false, but (R) is true.

13. “मीडल रेंज थ्योरी ऑफ कम्युनिकेशन” किसके द्वारा समर्थित था ?
(A) जॉन फिस्के (B) रॉबर्ट मेरटोन
(C) कार्ल मार्क्स (D) एम.एस. आरचर
14. एफ.आर. लेविस ने मीडिया विषय के _____ पर बल दिया था ।
(A) व्यावहारिक आलोचना
(B) अन्तर सम्बद्धता
(C) अनित्यता
(D) व्यावसायिक तत्त्वों
15. सार्वभौमिक सामान्यीकरण की प्रमुख विशेषता है _____ स्पष्टीकरण
(A) सोद्देश्य (B) अप्रत्याशित
(C) आगमनात्मक (D) निगमनात्मक
16. _____ के चयनित विषयों को प्राप्त करने के लिए लिफ्ट स्केल का उपयोग किया जाता है ।
(A) तार्किक संरचना (B) से तात्पर्य
(C) उद्देश्य (D) विभेदी-शक्ति
17. जनसंपर्क के टू-वे-सिमेट्रिक मॉडल में, संचार के कौन से मॉडल का उपयोग किया जाता है ?
(A) व्यक्ति से व्यक्ति
(B) समूह से समूह
(C) व्यक्ति से समूह
(D) समूह से व्यक्ति
18. एक साइड पर मुद्रित ‘सिंगल-सीट-विज्ञापन’ को किस नाम से जाना जाता है ?
(A) ब्रॉशर (B) फ्लैयर्स
(C) लिफलेट्स (D) पोस्टर्स
19. पत्रकारिता में “बहुल-कार्य” का कारण है
(A) मीडिया वैश्वीकरण
(B) आर्थिक उदारीकरण
(C) सामाजिक एकीकरण
(D) तकनीकी अभिसरण
20. एक कंपनी अपने प्रत्येक उत्पाद हेतु विज्ञापन उद्देश्यों को निर्धारित करने के पश्चात _____ को तय करती है ।
(A) विज्ञापन रणनीति
(B) विज्ञापन बजट
(C) विज्ञापन प्रारूप
(D) विज्ञापन पोजिशनिंग
21. निम्नलिखित में कौन सा ‘साउण्ड-बाइट’ तथा स्टैण्ड-अप का मिश्रण है ?
(A) पैकेज (B) टॉकिंग हेड्स
(C) वॉयस-ओवर (D) सुपर्स
22. ऐसा सामाजिक नेटवर्क माध्यम जिसे हाल ही में वैश्विक आई.पी.ओ. के लिए जारी किया गया है ।
(A) फेसबुक (B) ट्वीटर
(C) आर्कुट (D) यू ट्यूब
23. सोवियत मीडिया सिद्धान्त की जड़ें इनमें से किसमें निहित हैं ?
(A) इटालियन फासीवादी दर्शन
(B) पाश्चात्य का मुक्त उद्यम उपागम
(C) जर्मन विचारधारा
(D) जापानी राजाज्ञा
24. पठनीयता जाँच, फॉग सूचक तथा सहज पठनीयता स्कोर शब्दावली निम्नलिखित में से किसके द्वारा प्रथम बार प्रयोग की गई ?
(A) समाचारपत्र
(B) सिंडिकेट्स
(C) टेलीविजन नेटवर्क
(D) न्यूज एजेंसी
25. टेलीविजन के समाचार-लेखन में आजकल निम्नलिखित में से कौन सा शामिल है ?
(A) हाइपरबोल्ल्स
(B) नॉन सीक्विटर्स
(C) उभयलिङ्गी शब्द
(D) असामान्य संक्षिप्तियाँ
26. **अभिकथन (A) :** मीडिया निगमीकरण के लिए छोटे तथा मध्यम समाचार पत्रों का भारत में भविष्य धुँधला होगा ।
तर्क (R) : केन्द्र सरकार ने मीडिया-व्यवसाय को एक उद्योग के रूप में घोषित नहीं किया है और यह इसके धूमिल भविष्य के लिए उत्तरदायी है ।
(A) (A) तथा (R) दोनों सही हैं ।
(B) (A) तथा (R) दोनों सही हैं लेकिन (A) का सही स्पष्टीकरण (R) नहीं है ।
(C) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।
(D) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

27. **Assertion (A) :** The print media in India are registering increase in circulation unlike the developed countries.

Reason (R) : Increased literacy and expanding market have contributed for consolidation of print media.

- (A) Both (A) and (R) are true.
- (B) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (C) (A) is true, but (R) is false.
- (D) (A) is false, but (R) is true.

28. **Assertion (A) :** The Right to Information has created hurdles for good governance in India.

Reason (R) : The Right to Information has become a credible source of news for mass media for investigative journalism.

- (A) Both (A) and (R) are true.
- (B) Both (A) and (R) are true but (R) is not the correct explanation of (A).
- (C) (A) is true, but (R) is false.
- (D) (A) is false, but (R) is true.

29. **Assertion (A) :** Social networking can make the Indian political class watchful and refrain from getting involved in misdeeds.

Reason (R) : Social media have made the Arab spring possible and hence, the Indian political class is cautious.

- (A) Both (A) and (R) are true.
- (B) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (C) (A) is true, but (R) is false.
- (D) (A) is false, but (R) is true.

30. **Assertion (A) :** The Government has made legislations on corporate social responsibility for effective community relations.

Reason (R) : The corporate giants must do their bit for national development.

- (A) Both (A) and (R) are true.
- (B) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (C) (A) is true, but (R) is false.
- (D) (A) is false, but (R) is true.

31. **Assertion (A) :** The Press Council of India must be converted into a media council is a matter of opinion.

Reason (R) : Since the reach and access of electronic media have increased tremendously, there are issues to be considered involving all of them.

- (A) Both (A) and (R) are true.
- (B) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (C) (A) is true, but (R) is false.
- (D) (A) is false, but (R) is true.

32. **Assertion (A) :** The obsession of Indian print media with politics is a historical legacy.

Reason (R) : Because many political leaders were associated with newspapers to advocate the cause of freedom before 1947.

- (A) Both (A) and (R) are true.
- (B) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (C) (A) is true, but (R) is false.
- (D) (A) is false, but (R) is true.

27. **अभिकथन (A)** : भारत में प्रिंट मीडिया ने विकासशील देशों की तुलना में प्रसार में वृद्धि दर्ज की है ।

तर्क (R) : साक्षरता वृद्धि तथा बाजार-विस्तार ने प्रिंट-मीडिया को सुदृढ़ करने में योगदान दिया है ।

- (A) (A) तथा (R) दोनों सही हैं ।
(B) (A) तथा (R) दोनों सही हैं लेकिन (A) का सही स्पष्टीकरण (R) नहीं है ।
(C) (A) सही है तथा (R) गलत है ।
(D) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

28. **अभिकथन (A)** : सूचना के अधिकार ने भारत में सुशासन के लिए अवरोध उत्पन्न किया है ।

तर्क (R) : सूचना का अधिकार मास मीडिया तथा खोजी पत्रकारिता हेतु एक विश्वसनीय स्रोत बन गया है ।

- (A) (A) तथा (R) दोनों सही हैं ।
(B) (A) तथा (R) दोनों सही हैं लेकिन (A) का सही स्पष्टीकरण (R) नहीं है ।
(C) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।
(D) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

29. **अभिकथन (A)** : सोशल नेटवर्किंग भारतीय राजनैतिक वर्ग को सतर्क बनाता है तथा गलत कार्यों में लिप्त होने से रोकता है ।

तर्क (R) : सोशल मीडिया ने अरब-स्प्रिंग को संभव बनाया है । इसलिए भारतीय राजनैतिक वर्ग सचेत हो गया है ।

- (A) (A) तथा (R) दोनों सही हैं ।
(B) (A) तथा (R) दोनों सही हैं लेकिन (A) का सही स्पष्टीकरण (R) नहीं है ।
(C) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।
(D) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

30. **अभिकथन (A)** : सरकार ने प्रभावी सामुदायिक सम्बन्धों हेतु निगमित सामाजिक दायित्व विधेयक पारित किया है ।

तर्क (R) : बड़े-बड़े निगमित घरानों को राष्ट्रीय-विकास में थोड़ा योगदान अवश्य देना चाहिए ।

- (A) (A) तथा (R) दोनों सही हैं ।
(B) (A) तथा (R) दोनों सही हैं लेकिन (A) का सही स्पष्टीकरण (R) नहीं है ।
(C) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।
(D) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

31. **अभिकथन (A)** : भारत के प्रेस परिषद को मीडिया-परिषद में परिवर्तित किए जाना महज़ एक विचार है ।

तर्क (R) : अब जबकि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के पहुँच एवं विस्तार में आश्चर्यजनक वृद्धि हुयी है इन मुद्दों को सम्बद्ध कर विचार किया जाना चाहिए ।

- (A) (A) तथा (R) दोनों सही हैं ।
(B) (A) तथा (R) दोनों सही हैं, लेकिन (A) का सही स्पष्टीकरण (R) नहीं है ।
(C) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।
(D) (A) गलत है, तथा (R) सही है ।

32. **अभिकथन (A)** : भारतीय प्रिंट मीडिया का राजनीति के साथ सम्मोहन एक ऐतिहासिक विरासत है ।

तर्क (R) : क्योंकि 1947 से पहले आजादी के समर्थन हेतु बहुत सारे नेता समाचारपत्रों से सम्बद्ध थे ।

- (A) (A) तथा (R) दोनों सही हैं ।
(B) (A) तथा (R) दोनों सही हैं, लेकिन (A) का सही स्पष्टीकरण (R) नहीं है ।
(C) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।
(D) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

33. **Assertion (A)** : In times of global recession, paid news is a supplementary source of revenue for media houses in India.

Reason (R) : Media houses in India have been experiencing increased production cost and staff wages in the last few years.

- (A) Both (A) and (R) are true.
- (B) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (C) (A) is true, but (R) is false.
- (D) (A) is false, but (R) is true.

34. **Assertion (A)** : Editing is a lost art in print journalism.

Reason (R) : These days, language precision is not a qualification for recruitment by newspapers.

- (A) Both (A) and (R) are true.
- (B) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (C) (A) is true, but (R) is false.
- (D) (A) is false, but (R) is true.

35. **Assertion (A)** : The new international information and communication order is a dead horse in a unipolar world.

Reason (R) : The developing countries do not opt for policy initiatives to strengthen the global efforts for a new international and communication order.

- (A) Both (A) and (R) are true.
- (B) Both (A) and (R) are true, but (R) is not the correct explanation of (A).
- (C) (A) is true, but (R) is false.
- (D) (A) is false, but (R) is true.

36. Identify the chronological sequence of the following communication theorists.

- (A) Harold Lasswell, Shannon and Weaver, Theodore Newcomb, Elisabeth Noelle Neuman.
- (B) Shannon and Weaver, Theodore Newcomb, Elisabeth Noelle Newman, Harold Lasswell.
- (C) Theodore Newcomb, Elisabeth Noelle Newman, Harold Lasswell, Shannon and Weaver.
- (D) Shannon and weaver, Theodore Newcomb, Elisabeth Noelle Newman, Harold Lasswell.

37. Identify the proper sequence of the films given below in terms of their historicity.

- (A) Swayamvaram, Coolie, Slumdog Millionaire, Pather Panchali
- (B) Pather Panchali, Swayamvaram, Coolie, Slumdog Millionaire
- (C) Coolie, Slumdog Millionaire, Swayamvaram, Pather Panchali
- (D) Slumdog Millionaire, Coolie, Swayamvaram, Pather Panchali

38. Identify the sequence of the following developmental models chronologically :

- (A) Diffusion of innovation, dependency, multiplicity, modernization
- (B) Modernization, diffusion of innovation, dependency, multiplicity
- (C) Multiplicity, modernization, diffusion of innovation, dependency
- (D) Dependency, multiplicity, diffusion of innovation, modernization

39. Identify the correct sequence of following magazines in terms of their circulation.

- (A) India Today, Sarita, Kungum, Kumudam
- (B) Sarita, Kumudum, Kungum, India Today
- (C) Kumudum, Kungum, India Today, Sarita
- (D) India Today, Kungum, Kumudum, Sarita

33. **अभिकथन (A)** : वैश्विक व्यापार-मंदी के दौर में भारत के मीडिया घरानों में पेड-न्यूज आय का एक पूरक-स्रोत है ।

तर्क (R) : भारत के मीडिया घराने यह अनुभव कर रहे हैं कि पिछले कुछ वर्षों में उत्पादन-लागत तथा स्टाफ-वेतन में वृद्धि हुई है ।

- (A) (A) तथा (R) दोनों सही हैं ।
(B) (A) तथा (R) दोनों सही हैं, लेकिन (A) का सही स्पष्टीकरण (R) नहीं है ।
(C) (A) सही है, तथा (R) गलत है ।
(D) (A) गलत है, तथा (R) सही है ।

34. **अभिकथन (A)** : प्रिंट-पत्रकारिता में सम्पादन एक विलुप्त कला है ।

तर्क (R) : आजकल समाचारपत्रों द्वारा की जाने वाली नियुक्ति में भाषा की परिशुद्धता कोई योग्यता नहीं है ।

- (A) (A) तथा (R) दोनों सही हैं ।
(B) (A) तथा (R) दोनों सही हैं, लेकिन (A) का सही स्पष्टीकरण (R) नहीं है ।
(C) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।
(D) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

35. **अभिकथन (A)** : एक ध्रुवीय विश्व में नवीन अंतर्राष्ट्रीय सूचना तथा संचार व्यवस्था एक मृत-अश्व है ।

तर्क (R) : विकासशील देश ने नवीन अन्तर्राष्ट्रीय तथा संचार व्यवस्था को सशक्त करने हेतु किसी नीति को अंगीकृत करने का वैश्विक प्रयास नहीं किया ।

- (A) (A) तथा (R) दोनों सही हैं ।
(B) (A) तथा (R) दोनों सही हैं, लेकिन (A) का सही स्पष्टीकरण (R) नहीं है ।
(C) (A) सही है, लेकिन (R) गलत है ।
(D) (A) गलत है, लेकिन (R) सही है ।

36. निम्नलिखित संचार सिद्धांतशास्त्रियों को कालक्रमानुसार लिखें :

- (A) हेराल्ड लॉसवेल, शैनन तथा वेवर, थियोडोर न्यूकौम्ब, एलिजाबेथ नियोल न्यूमैन
(B) शैनन तथा वेवर, थियोडोर न्यूकौम्ब, एलिजाबेथ नियोल न्यूमैन, हेराल्ड लॉसवेल
(C) थियोडोर न्यूकौम्ब, एलिजाबेथ नियोल न्यूमैन, हेराल्ड लॉसवेल, शैनन तथा वेवर
(D) शैनन तथा वेवर, थियोडोर न्यूकौम्ब, एलिजाबेथ नियोल न्यूमैन, हेराल्ड लॉसवेल

37. निम्नलिखित सिनेमा को ऐतिहासिकता के आधार पर उचित क्रम में लिखिए :

- (A) स्वयंवरम्, कूली, स्लमडॉग मिलैनियर, पाथेर पांचाली ।
(B) पाथेर पांचाली, स्वयंवरम्, कूली, स्लमडॉग मिलैनियर ।
(C) कूली, स्लमडॉग मिलैनियर, स्वयंवरम्, पाथेर पांचाली ।
(D) स्लमडॉग मिलैनियर, कूली, स्वयंवरम्, पाथेर पांचाली ।

38. निम्नलिखित विकासआत्मक मॉडलों को कालक्रमानुसार लिखें :

- (A) डिफ्यूजन ऑफ इन्नोवेशन, डिपेन्डेन्सी, मल्टीप्लीसिटी, मॉडर्नाइजेशन ।
(B) मॉडर्नाइजेशन, डिफ्यूजन ऑफ इन्नोवेशन, डिपेन्डेन्सी, मल्टीप्लीसिटी ।
(C) मल्टीप्लीसिटी, मॉडर्नाइजेशन, डिफ्यूजन ऑफ इन्नोवेशन, डिपेन्डेन्सी ।
(D) डिपेन्डेन्सी, मल्टीप्लीसिटी, डिफ्यूजन ऑफ इन्नोवेशन, मॉडर्नाइजेशन ।

39. निम्नलिखित पत्रिकाओं को प्रसारण के आधार पर सही क्रम में बताएँ :

- (A) इंडिया टुडे, सरिता, कुंगुमम, कुमुदम ।
(B) सरिता, कुमुदम, कुंगुमम, इंडिया टुडे ।
(C) कुमुदम, कुंगुमम, इंडिया टुडे, सरिता ।
(D) इंडिया टुडे, कुंगुमम, कुमुदम, सरिता ।

40. Identify the correct sequence of the following laws of the press.

- (A) Right to Information Act, Copyright Act, Official Secrets Act, Contempt of Courts Act
(B) Copyright Act, Official Secrets Act, Contempt of Courts Act, Right to Information Act
(C) Official Secrets Act, Copyright Act, Contempt of Courts Act, Right to Information Act
(D) Contempt of Courts Act, Copyright Act, Right to Information Act, Official Secrets Act

41. Match the List – I with List – II

- | List – I | List – II |
|--------------------|--------------------------------|
| (a) Bob Wood | (1) With malice to one and all |
| (b) Kuldeep Nayyar | (2) Editor of Indian Express |
| (c) Khuswant Singh | (3) Investigative Reporting |
| (d) Arun Shourie | (4) Between the Lines |

Codes :

- (a) (b) (c) (d)
(A) (3) (4) (1) (2)
(B) (2) (1) (4) (3)
(C) (1) (2) (4) (3)
(D) (4) (1) (3) (2)

42. Match the List – I with List – II.

- | List – I | List – II |
|--------------------|----------------------|
| (a) Banner | (1) Emergency |
| (b) Sedition | (2) Headlines |
| (c) Berliner | (3) Independence |
| (d) Swadesh mitran | (4) Newspaper format |

Codes :

- (a) (b) (c) (d)
(A) (2) (1) (4) (3)
(B) (3) (4) (1) (2)
(C) (1) (2) (4) (3)
(D) (4) (1) (3) (2)

43. Match the List – I with List – II.

- | List – I | List – II |
|------------------|------------------------------|
| (a) Shobha De | (1) Antagonist of Censorship |
| (b) Barkha Dutt | (2) Columnist |
| (c) Aswini Sarin | (3) T.V. Anchor |
| (d) K. A. Abbas | (4) Investigative reporting |

Codes :

- (a) (b) (c) (d)
(A) (1) (4) (3) (2)
(B) (2) (3) (4) (1)
(C) (3) (2) (1) (4)
(D) (4) (1) (2) (3)

44. Match the List – I with List – II.

- | List – I | List – II |
|-------------------------|--------------------|
| (a) Cuffingate | (1) B. G. Verghese |
| (b) 2G Spectrum expose | (2) Gopikrishnan |
| (c) Television | (3) Tarun Tejpal |
| (d) MacBride Commission | (4) Pranav Roy |

Codes :

- (a) (b) (c) (d)
(A) (3) (4) (1) (2)
(B) (3) (2) (4) (1)
(C) (1) (2) (3) (4)
(D) (4) (3) (2) (1)

45. Match the List – I with List – II :

- | List – I | List – II |
|-----------|-----------------------------|
| (a) DAVP | (1) International news flow |
| (b) ABC | (2) Association |
| (c) INS | (3) Certification |
| (d) NWICO | (4) Publicity |

Codes :

- (a) (b) (c) (d)
(A) (2) (3) (4) (3)
(B) (1) (2) (3) (4)
(C) (4) (3) (2) (1)
(D) (3) (4) (1) (2)

40. निम्नलिखित प्रेस कानून को सही क्रम में निर्धारित करें :

- (A) सूचना का अधिकार अधिनियम, कॉपीराइट अधिनियम, सरकारी गोपनीयता अधिनियम, न्यायालय की अवमानना अधिनियम ।
- (B) कॉपीराइट अधिनियम, सरकारी गोपनीयता अधिनियम, न्यायालय की अवमानना अधिनियम, सूचना का अधिकार अधिनियम ।
- (C) सरकारी गोपनीयता अधिनियम, कॉपीराइट अधिनियम, न्यायालय की अवमानना अधिनियम, सूचना का अधिकार अधिनियम ।
- (D) न्यायालय की अवमानना अधिनियम, कॉपीराइट अधिनियम, सूचना का अधिकार अधिनियम, सरकारी गोपनीयता अधिनियम ।

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

- | सूची - I | सूची - II |
|------------------|---------------------------------|
| (a) बॉब वुडवर्ड | (1) वीथ मैलिस टू वन ऐंड ऑल |
| (b) कुलदीप नैयर | (2) इंडियन एक्सप्रेस के सम्पादक |
| (c) खुशवन्त सिंह | (3) खोजी रिपोर्टिंग |
| (d) अरुण शौरी | (4) बिटविन द लाइन्स |

कूट :

- | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| (A) | (a) | (b) | (c) | (d) |
| (B) | (3) | (4) | (1) | (2) |
| (C) | (2) | (1) | (4) | (3) |
| (D) | (1) | (2) | (4) | (3) |
| | (4) | (1) | (3) | (2) |

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

- | सूची - I | सूची - II |
|-------------------|------------------------|
| (a) बैनर | (1) आपातकाल |
| (b) सेडिशन | (2) शीर्षक |
| (c) बर्लिनर | (3) स्वाधीनता |
| (d) स्वदेश मित्रन | (4) समाचारपत्र प्रारूप |

कूट :

- | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| (A) | (a) | (b) | (c) | (d) |
| (B) | (2) | (1) | (4) | (3) |
| (C) | (3) | (4) | (1) | (2) |
| (D) | (1) | (2) | (4) | (3) |
| | (4) | (1) | (3) | (2) |

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

- | सूची - I | सूची - II |
|------------------|------------------------------|
| (a) शोभा डे | (1) एन्टोगोनीस्ट ऑफ सेंसरशिप |
| (b) बरखा दत्त | (2) स्तम्भकार |
| (c) अश्विनी सरीन | (3) टी.वी. ऐंकर |
| (d) के.ए. अब्बास | (4) खोजी रिपोर्टिंग |

कूट :

- | | | | |
|-----|-----|-----|-----|
| (a) | (b) | (c) | (d) |
| (A) | (1) | (4) | (3) |
| (B) | (2) | (3) | (4) |
| (C) | (3) | (2) | (1) |
| (D) | (4) | (1) | (2) |

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

- | सूची - I | सूची - II |
|----------------------|-------------------|
| (a) कौफिनगोट | (1) बी.जी. वर्गाज |
| (b) टू.जी स्पेक्ट्रम | (2) गोपीकृष्णन |
| (c) टेलीविजन | (3) तरुण तेजपाल |
| (d) मैकब्राइड आयोग | (4) प्रणव रॉय |

कूट :

- | | | | |
|-----|-----|-----|-----|
| (a) | (b) | (c) | (d) |
| (A) | (3) | (4) | (1) |
| (B) | (3) | (2) | (4) |
| (C) | (1) | (2) | (3) |
| (D) | (4) | (3) | (2) |

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

- | सूची - I | सूची - II |
|-------------------------|---------------------------|
| (a) डी.ए.वी.पी. | (1) इन्टरनेशनल न्यूज फ्लो |
| (b) ए.बी.सी. | (2) एसोसिएशन |
| (c) आई.एन.एस. | (3) सर्टिफिकेशन |
| (d) एन.डब्ल्यू.आई.सी.ओ. | (4) प्रचार |

कूट :

- | | | | |
|-----|-----|-----|-----|
| (a) | (b) | (c) | (d) |
| (A) | (2) | (3) | (4) |
| (B) | (1) | (2) | (3) |
| (C) | (4) | (3) | (2) |
| (D) | (3) | (4) | (1) |

Read the following passage and answer question no. 46 to 50.

The term “ethnomethodology” was thought up by a distinguished sociologist, Harold Garfinkel. In an article titled “ The origins of the term ‘Ethnomethodology’, Garfinkel explains how he thought up the name :

“Ethno” seemed to refer, somehow or other, to the availability to a member of commonsense knowledge of his society as commonsense knowledge of the ‘whatever’. If it were ethno-botany, then it had to do somehow or other with his knowledge of and his grasp of what were for members adequate methods of dealing with botanical matters. Someone from another society, like an anthropologist in this case, would recognize the matters as botanical matters. The member would employ ethnobotany as adequate grounds of inference and action in the conduct of his own affairs in the company of others like him. It was that plain, and the notion of “ethnomethodology” or the term “ethnomethodology” was taken in this sense.....

Thus ethnomethodology is interested in how people think and act in everyday life situations, in contrast to, for example, laboratory experiments or focus groups or other situations in which people recognize that they are, one way or another, being studied. ‘Common sense’ becomes a subject of inquiry, not just a ‘given’ that is neglected for other concerns.

These interests of ethnomethodologists have implications for advertising, in that advertisers want to know how people make sense of the world and how they react to ‘Commonsense’ appeals. Advertisers want to be able to ‘reach’ targeted segments of the population and to

influence them, which means advertisers want to understand people’s ‘grounds for inference’. Thus, ethnomethodology has important implications when it comes to making commercials and print advertisements.

Ethnomethodologists assume that people have common understandings – which they don’t always articulate – and this leads ethnomethodologists to examine how people reason and what’s behind their everyday activities. It isn’t easy to find these common understandings or to determine how people reason

The question arises now. How can we use ethnomethodology in our research in communication and media analysis ? Let me suggest a few answers to this question.

What ethnomethodology provides us, we must remember, is a way of studying the codes and unconscious belief systems that lie behind our utterances and everyday actions. We can adopt Ethnomethodological approaches to the media by asking the same questions. Ethnomethodologists ask – not about conversation – but about dialogue in films and television shows, lyrics in songs, and similar phenomena.

There are differences between the analysis of dialogue in media and the analyses that ethnomethodologists make of real-world conversations in that dialogue in mass-mediated texts is created by writers. In a sense, therefore, when we do research on dialogue in a film or other mass-mediated text, we are dealing with a writer’s perception of the world, but because writers create texts for large numbers of people, who presumably share their perceptions, we can assume that analyzing dialogue in mediated texts is not that different from analyzing dialogue in every day situations.

निम्नलिखित गद्यांश को पढ़िए और प्रश्न सं. 46 से 50 तक का उत्तर दीजिए :

“मानवजाति संबंधी प्रविधि” शब्दावली की सोच प्रतिष्ठित समाजशास्त्री, हेरोल्ड गारफिकेल ने दी थी ।

‘मानवजाति संबंधी प्रविधि’ शब्दावली का उद्गम के बारे में गारफिकेल ने बताया है कि यह नाम हमारे ध्यान में कैसे आया है ।

“मानव जाति या नृजाति” का आशय कहीं न कहीं ‘किसी’ सामान्य ज्ञान के रूप में उसके समाज के सदस्य का सामान्य ज्ञान की उपलब्धता से है । यदि यह मानवजाति वनस्पति-विज्ञान होता तो इसे कहीं न कहीं उसके ज्ञान और ज्ञान ग्रहण से जोड़ा जाता जो ऐसी समुचित विधि होती, जिसके अंतर्गत वनस्पति-विज्ञान संबंधी मामले आते हैं । अन्य समाज से इस मामले में मानव-विज्ञानी जैसा कोई व्यक्ति इस मामले को वनस्पति-विज्ञान का मामला मानेगा । इस सदस्य को उस जैसे अन्य लोगों की कंपनी में अपने स्वयं के कार्यों को करने में अपना निष्कर्ष और कार्रवाई के समुचित आधार के रूप में मानव-वनस्पति को काम पर लगाएगा । यही वह पृष्ठभूमि थी और ‘मानव-जाति संबंधी प्रविधि’ पदावली या ‘मानव-जाति संबंधी शब्दावली इस अर्थ में ली गई है’

इस प्रकार मानव-जाति संबंधी प्रविधि इस बात में रुचि लेती है कि प्रत्येक व्यक्ति के जीवन में कैसे लोग सोचते हैं और कार्य करते हैं । इसके प्रतिकूल उदाहरणार्थ प्रयोगशाला परीक्षण या केंद्रित समूह या ऐसी स्थिति में जिसमें लोग यह मानते हैं कि किसी न किसी रूप में उनका अध्ययन किया जा रहा है । ‘सामान्य बोध’ जाँच का विषय बन जाता है न कि कोई ‘दिया गया विषय, जो अन्य कारणों से उपेक्षित किए जाते हैं ।’

मानव-जाति संबंधी प्रविधि के विशेषज्ञों की ये रुचियाँ विज्ञापन को प्रभावित करते हैं उसके विज्ञापनदाता यह जानना चाहते हैं कि लोग ज्ञान का संसार कैसे रचते हैं और ‘सामान्य बोध’ की अपील के प्रति वे कैसे प्रतिक्रिया व्यक्त करते हैं । विज्ञानदाता, जनसंख्या के लक्ष्य वर्ग तक ‘पहुँचना’ चाहता है और उन्हें प्रभावित करना चाहता है, जिसका तात्पर्य यह है

कि विज्ञापनदाता लोगों के ‘निष्कर्ष का आधार’ समझना चाहता है । इस प्रकार मानव-जाति संबंधी विधि के उस स्थिति में महत्वपूर्ण प्रभाव हैं, जब वाणिज्यिक और प्रिंट-विज्ञापन तैयार किए जाते हैं ।

मानव-जाति संबंधी विधि विशेषज्ञ मानते हैं कि लोगों की सामान्य समझ होती है – जिसे वे हमेशा सुस्पष्ट नहीं करते हैं और यह मानव-जाति संबंधी प्रविधि विशेषज्ञों का मार्गदर्शन करता है ताकि इस बात की जाँच की जा सके कि लोगों का कैसा तर्क है और उनके दैनिक क्रियाकलापों के पीछे क्या बात है ? इन सामान्य सोचों का पता लगाना या यह तय करना आसान कार्य नहीं है कि लोगों का तर्क कैसे है ?

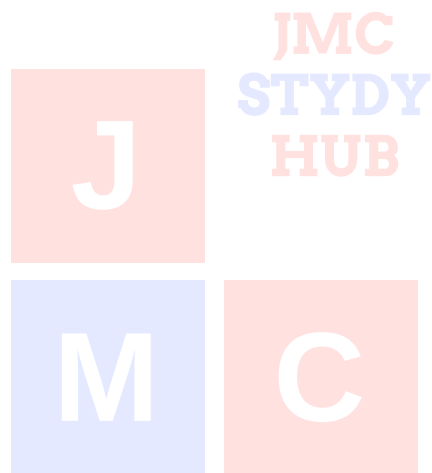
अब प्रश्न उठता है कि हम संचार और मीडिया विश्लेषण में अपने अनुसंधान में मानव-जाति संबंधी प्रविधि का उपयोग कैसे कर सकते हैं ? मैं, इस प्रश्न के कुछ उत्तर देना चाहूँगा कि मानव-जाति संबंधी प्रविधि में हमारे लिए यह प्रावधान है, जिसे हमें अवश्य याद रखना है वह है कोडों के अध्ययन का तरीका और ऐसी अनजान विश्वास प्रणाली, जो हमारे कथन और दैनिक क्रियाकलापों के पीछे है । हम मानव-जाति संबंधी प्रविधि विशेषज्ञ से कुछ प्रश्न पूछकर मानव-जाति संबंधी प्रविधि के उपागम को अंगीकृत कर सकते हैं – बातचीत के बारे में न पूछें अपितु फिल्मों और टेलीविजन प्रदर्शनों, गानों की गीतात्मकता और इसी प्रकार की प्रवृत्ति के संवादों के बारे में पूछें ।

मीडिया में संवादों के विश्लेषण और उस विश्लेषण में अंतर होता है, जो मानव-जाति संबंधी प्रविधि विशेषज्ञ वास्तव में प्रयोग करता है – विश्व की बातचीत यह है कि मास-मीडिया संबंधी पाठ के संवाद लेखक द्वारा तैयार किये जाते हैं । अतः अर्थ की दृष्टि से जब हम किसी फिल्म या अन्य मास मीडिया संबंधी पाठ के संवादों को सुनते हैं तो हम विश्व के लेखकों के अवबोधन पर विचार करते हैं लेकिन यह इसलिए होता है क्योंकि लेखक बड़ी संख्या में लोगों के लिए पाठ तैयार करता है, जिनके बारे में यह माना जाता है कि वे उनके अवबोधन का आदान-प्रदान करते हैं, हम मान सकते हैं कि मीडिया संबंधी पाठों में संवादों का विश्लेषण, दैनिक जीवन की स्थितियों में संवादों के विश्लेषण से मेल नहीं खाता है ।

46. What is meant by ethnomethodology ?
- (A) Special sociological research method.
 - (B) Study of a particular group
 - (C) Ways and methods applied to study the common-sense knowledge of a person about the society
 - (D) Study of tribal culture
47. Why do the advertisers show interest in ethnomethodology ?
- (A) To have good understanding about ethnic groups.
 - (B) To know how people make sense of their surrounding and what influences their decision making.
 - (C) To create a market
 - (D) To make an ad copy
48. What do ethnomethodologists examine ?
- (A) The activities of people
 - (B) The articulations of people
 - (C) The cultural rules of the society
 - (D) The reasoning process of people and their activities
49. What are the units the ethnomethodologists study in films and TV shows ?
- (A) Dialogues and lyrics
 - (B) All sounds and music
 - (C) The main conversations
 - (D) The themes and sub-themes
50. Why do mediated text and everyday conversation are assumed to be the same ?
- (A) There is no difference between the real life and television drama.
 - (B) Mass media and reality shown in TV emanate from the same society
 - (C) The perception of the writer about the world and the real life is considered to be the same
 - (D) The perception of the people as assumed and shared by the writer and the reality are the same.

46. मानवजाति संबंधी प्रविधि से आप क्या समझते हैं ?
- (A) विशेष समाजशास्त्रीय अनुसंधान प्रविधि
(B) समूह विशेष का अध्ययन
(C) समाज के बारे में किसी व्यक्ति के सामान्य बोध ज्ञान का अध्ययन करने के लिए प्रयुक्त तौर-तरीके ।
(D) आदिवासी संस्कृति का अध्ययन ।
47. मानव-जाति संबंधी प्रविधि में विज्ञापनदाता क्यों रुचि लेते हैं ?
- (A) जाति समूहों के बारे में अच्छी समझ होना ।
(B) यह जानना कि लोग अपने आस-पास की जानकारी कैसे प्राप्त करते हैं और उनके निर्णय लेने की शक्ति को कौन प्रभावित करता है ?
(C) बाजार तैयार करना ।
(D) विज्ञापन प्रति तैयार करना ।
48. मानव-जाति संबंधी प्रविधि विशेषज्ञ किस बात की जाँच करता है ?
- (A) लोगों के क्रियाकलाप
(B) लोगों की सुस्पष्टता
(C) समाज के सांस्कृतिक नियम
(D) लोगों की तर्क प्रक्रिया और उनके क्रियाकलाप
49. फिल्म और टी.वी. शो में मानव-जाति संबंधी प्रविधि अध्ययन के यूनिट क्या हैं ?
- (A) संवाद और गीतात्मकता
(B) सभी ध्वनि और संगीत
(C) मुख्य बातचीत
(D) थीम और उप-थीम
50. मेडिएटेड पाठ और प्रतिदिन की बातचीत को समान क्यों माना जाता है ?
- (A) वास्तविक जीवन और टेलीविजन नाटक के बीच कोई अंतर नहीं है ।
(B) मास मीडिया और टीवी का रियलिटी शो की संकल्पना एक ही समाज से पैदा हुए हैं ।
(C) विश्व के बारे में लेखक का अवबोधन और वास्तविक जीवन को समान समझा जाता है ।
(D) जैसा माना जाता है, लोगों के अवबोधन लेखक द्वारा आदान-प्रदान किया जाता है । और उनकी वास्तविकता समान है ।

Space For Rough Work



www.jmcstudyhub.com