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 0 6 3 1 8

PAPER - II
MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM

Time : 2 hours] **[Maximum Marks : 200**

Number of Pages in this Booklet : **40**

Number of Questions in this Booklet : **100**

Instructions for the Candidates

1. Write your roll number in the space provided on the top of this page.
2. This paper consists of hundred 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 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 सौ 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 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. **केवल नीले/काले बाल प्वाईंट पेन का ही प्रयोग 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 - II

Note : This paper contains **hundred (100)** objective type questions of **two (2)** marks each. **All** questions are **compulsory**.

1. Newspaper 'Iskra' belongs to :
   (1) Japan (2) North Korea (3) The Phillippines (4) Russia

2. In the mediated world, temporary and incomplete consensus is called :
   (1) Publicity (2) Public opinion (3) Public relations (4) Propaganda

3. Cultivation analysis is a :
   (1) Hierarchal perspective (2) Political perspective
   (3) Non-creative perspective (4) Stalagmite perspective

4. Mass media legitimise the audience's :
   (1) Family relations (2) Power structure
   (3) Political connections (4) Prestige and status

5. King and Cushman have described grassroots participation, local knowledge and cultural beliefs as :
   (1) New myths (2) Old myths (3) New fads (4) Cultural fashion

6. Walter Lippmann's public opinion reflects the early perception of :
   (1) Direct media effects (2) Indirect media effects
   (3) Passive media effects (4) Unclear media effects

7. Henri Lefébvere, in relation to mass media, proposed the concept of :
   (1) Social conflict (2) Media oligarchy
   (3) Commonplace commodity (4) Spectacle

8. For Enzensberger, the phrase 'The medium is the message' is :
   (1) A prominent thesis (2) A generalised production
   (3) Yet another message (4) An aesthetic construction

जनसंचार और पत्रकारिता

प्रश्नपत्र – II

नोट : इस प्रश्नपत्र में **सौ (100)** बहु–विकल्पीय प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न के **दो (2)** अंक हैं। **सभी** प्रश्न **अनिवार्य** हैं।

1. समाचार पत्र 'इस्करा' किस देश से संबंधित है ?

(1) जापान (2) उत्तरी कोरिया (3) फिलीपीन्स (4) रूस

2. मीडिया जगत में, अस्थाई और अपूर्ण सर्व सहमति क्या कहलाती है ?

(1) प्रचार (2) जन–मत (3) जन–संबंध (4) प्रोपैगैंडा

3. संवर्धन विश्लेषण (कल्टीवेशन एनालिसिस) है :

(1) वर्गीकृत परिदृश्य (2) राजनैतिक परिदृश्य

(3) गैर–सृजनशील परिदृश्य (4) निलम्बीनिक्षेप परिदृश्य

4. जन माध्यम दर्शकों के __________ वैध करता है।

(1) पारिवारिक संबंध (2) शक्ति संरचना

(3) राजनैतिक संबंधी (4) प्रतिष्ठा और स्थिति

5. किंग और कशमैन ने साधारण जन भागीदारी, क्षेत्रीय ज्ञान और सांस्कृतिक विश्वासों को किस रूप में व्याख्यायित किया ?

(1) नये मिथक (2) पुराने मिथक (3) नयी पसंद (4) सांस्कृतिक फैशन

6. वाल्टर लिपमैन की जन अभिमत की पूर्व धारणा में प्रतिबिंबित है :

(1) प्रत्यक्ष मीडिया प्रभाव (2) अप्रत्यक्ष मीडिया प्रभाव

(3) निष्क्रिय मीडिया प्रभाव (4) अस्पष्ट मीडिया प्रभाव

7. जन माध्यम के संबंध में हेनरी लेफे बिवर ने कौन सा सिद्धांत प्रतिपादित किया था ?

(1) सामाजिक संघर्ष (2) मीडिया कुलीनतंत्र

(3) सामान्य वस्तु (4) तमाशा (स्पेक्टेकल)

8. इंजन्सबर्गर के लिए, 'माध्यम ही संदेश है' वाक्यांश है :

(1) विशिष्ट प्रसंग (2) सामान्यीकृत उत्पाद

(3) एक सामान्य संदेश (4) सौंदर्यशास्त्री निर्माण

9. One of the emancipatory uses of media is :

(1) Collective production (2) Centrally-controlled programmes

(3) Depoliticisation (4) Production by specialists

10. The relationship between media institutions with social power and the ideas that they circulate is often referred to as :

(1) Articulation (2) Stereotype (3) Ideology (4) Chain concept

11. Immanuel Kant developed :

(1) Deontological theory

(2) Teleological theory

(3) Relativism

(4) Justice theory

12. A major recommendation of the Mac Bride Commission was :

(1) Centralisation of media ownership

(2) Restriction on technology transfer

(3) Democratisation of media

(4) Higher tariff for telecommunication

13. 'Our village chhatera' was a well-publicised :

(1) Column (2) Cartoon

(3) Newspaper (4) Weekly magazine

14. The inverted pyramid style in newspaper content is normally used for :

(1) Features (2) Society news

(3) Editorials (4) Hard news

15. The circle technique of feature writing is also known as :

(1) The tie-back (2) The recap (3) Customisation (4) Encirclement

16. Modular design of newspapers pre-supposes :

(1) Long headlines (2) Short text

(3) Running columns (4) Less use of white space

9. मीडिया का एक मुक्त प्रयोग है :

(1) सामूहिक उत्पाद (2) केन्द्र नियंत्रित कार्यक्रम

(3) अराजनीतिकरण (4) विशेषज्ञों द्वारा उत्पादन

10. सामाजिक शक्तियों और विचारों के साथ मीडिया संस्थानों के संबंध जिसे वे प्रसारित करते हैं उन्हें अक्सर इस रूप में उल्लिखित किया जाता है :

(1) अभिव्यक्ति (2) रूढ़िवादी (3) विचारधारा (4) शृंखला अवधारणा

11. इमानुएल कांट ने विकसित किया :

(1) कर्तव्यशास्त्रीय सिद्धांत (डियोन्टोलॉजिकल थ्योरी)

(2) टेलिअलोजिकल सिद्धांत

(3) सापेक्षवाद

(4) न्याय सिद्धांत

12. मैक ब्राइड आयोग की एक प्रमुख अनुशंसा थी :

(1) मीडिया स्वामित्व का केन्द्रीकरण

(2) टेक्नोलॉजी हस्तांतरण पर प्रतिबंध

(3) मीडिया का जनतंत्रीकरण

(4) दूरसंचार की उच्च दर

13. 'आवर विलेज छटेरा' सुप्रचारित था :

(1) स्तम्भ (2) कार्टून

(3) समाचार-पत्र (4) साप्ताहिक पत्रिका

14. समाचारपत्र लेखन में विलोम स्तूप सामान्यत: किसके लिए प्रयुक्त होता है?

(1) फीचर (2) सामाजिक जीवन की खबरें

(3) संपादकीय (4) मुख्य समाचार

15. फीचर लेखन की चक्रीय तकनीक (सर्कल टेक्नीक) इस रूप में भी जानी जाती है :

(1) द टाई-बैक (2) द रीकैप (3) कस्टमाइजेशन (4) इनसर्किलमेंट

16. समाचार-पत्रों के प्रमापीय ढाँचे की पूर्व धारणा है :

(1) लंबे शीर्षक (2) संक्षिप्त विषय-वस्तु

(3) निरंतर चलने वाले स्तंभ (4) रिक्त स्थान का कम प्रयोग

17. Intaglio plates are used in :
(1) Letter-press printing (2) Screen printing
(3) Offset printing (4) Gravure printing

18. Neil Postman used the word '__________' to criticise the medium's strong overtones of entertainment.
(1) Rattling radio (2) Insipid internet (3) Junk television (4) Wayward print

19. A continuous variable can take :
(1) Any value including fractions (2) Any value without numbers
(3) Any qualitative assessment (4) Any superficial statement

20. The two-step model of communication ignores the direct impact of :
(1) the audience (2) the opinion leader
(3) the mass media (4) the designer media

21. 'The already said is the still being said' - This statement is made with reference to the medium of :
(1) Magazines (2) Newspapers (3) Folk performance (4) Television

22. A large part of business and financial news is :
(1) Advocacy (2) Entertainment
(3) Moralistic (4) Ideological

23. Publications that are aimed at a certain level of employees across industries are known as :
(1) Vertical publications (2) Horizontal publications
(3) Top-down publications (4) Specialised publications

24. Personality Journalism is the other name for :
(1) Political Journalism (2) Development Journalism
(3) Parachute Journalism (4) Celebrity Journalism

25. During the period of internal emergency 1975-77, the union government's control of advertisement distribution was challenged at the Calcutta High Court by :
(1) The Statesman (2) The Jugantar
(3) The Telegraph (4) The Anand Bazar Patrika

17. उत्कीर्ण (इन्टैग्ल्यो) प्लेटें किसमें प्रयुक्त होती हैं?
(1) लेटर प्रेस प्रिंटिंग (2) स्क्रीन प्रिंटिंग
(3) ऑफसेट प्रिंटिंग (4) ग्रेवर प्रिंटिंग

18. माध्यम में मनोरंजन के अत्यधिक प्रभाव के लिए नील पोस्टमैन ने __________ शब्द का प्रयोग किया है।
(1) रैटलिंग रेडियो (2) इन्सिपिड इंटरनेट (3) जंक टेलीविज़न (4) वैयवर्ड प्रिंट

19. एक सतत चर में क्या हो सकता है?
(1) विभिन्न भागों को लेकर कोई भी मान (2) बिना संख्या का कोई भी मान
(3) कोई भी गुणात्मक मूल्यांकन (4) कोई भी सतही कथन

20. संचार का द्विस्तरीय प्रारूप किस प्रत्यक्ष प्रभाव को नजरअंदाज करता है?
(1) दर्शक (2) विचार नेतृत्व
(3) जन माध्यम (4) डिजाइनर मीडिया

21. 'जो कहा गया है वह अभी भी कहा जा रहा है' – यह कथन किस माध्यम के संदर्भ में दिया गया है?
(1) पत्रिकाएँ (2) समाचारपत्र (3) लोक संचार (4) टेलीविज़न

22. व्यवसाय एवं वित्तीय समाचार का वृहद भाग है :
(1) पक्ष समर्थन (एडवोकेसी) (2) मनोरंजन
(3) नैतिकता (4) सैद्धान्तिक

23. उद्योगों में कर्मचारियों पर केन्द्रित प्रकाशन किस रूप में जाने जाते हैं?
(1) लंबवत प्रकाशन (2) क्षैतिज प्रकाशन
(3) शीर्ष-पाद प्रकाशन (4) विशेषीकृत प्रकाशन

24. व्यक्तित्व पत्रकारिता किसका दूसरा नाम है?
(1) राजनैतिक पत्रकारिता (2) विकास पत्रकारिता
(3) पैराशूट पत्रकारिता (4) प्रसिद्ध व्यक्ति (सेलिब्रिटी) पत्रकारिता

25. आंतरिक आपातकाल (1975-77) के दौरान, विज्ञापन वितरण पर संघ सरकार के नियंत्रण को किस समाचारपत्र ने कलकत्ता हाईकोर्ट में चुनौती दी गई :
(1) द स्टेट्समैन (2) जुगान्तर
(3) द टेलीग्राफ (4) आनंद बाजार पत्रिका

26. The main objective of national advertising is to establish __________ of the product in the consumer mind.

(1) the distributor (2) the reach (3) the value (4) the ethicality

27. After the introductory stage, the advertising spiral moves towards :

(1) the retentive stage (2) the new pioneering stage

(3) the competitive stage (4) the rejection stage

28. Telephone co-incidental is a broadcasting :

(1) Spot sheet (2) Research procedure

(3) Format (4) Empanelling

29. The International Public Relations Review is the publication of :

(1) IPRA (2) FAPRA (3) CERP (4) FAPRO

30. One of the sources of early public relations found in the United States was :

(1) School broadcasting (2) TV soap operas

(3) Political broadcasting (4) Religious preachings

31. For Mikhail Bakhtin, __________ was essential for development.

(1) Mass communication (2) Meaninglessness

(3) Social dialogue (4) Entropy

32. Communication for sustainable development focuses on :

(1) Transformative learning (2) Participatory rejection

(3) Decision-making at apex level (4) Application of corporate techniques

33. In scientific research, the concept of co-variation is explained in terms of :

(1) Difference (2) Suddenness (3) Third factor (4) Association

34. In communication research, formative evaluation includes :

(1) Need assessment (2) Cost-benefit evaluation

(3) Secondary evaluation (4) Meta-analysis

26. राष्ट्रीय विज्ञापन का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता के मस्तिष्क में उत्पाद के __________ को स्थापित करना है।

(1) वितरक (2) पहुँच (3) मूल्य (4) नैतिकता

27. प्रावेशिक अवस्था के बाद, विज्ञापन की उत्तरोत्तर वृद्धि किस ओर बढ़ती है ?

(1) तीव्र अवस्था (2) नव पथ-प्रदर्शक अवस्था

(3) प्रतियोगी अवस्था (4) अस्वीकरण अवस्था

28. संयोगात्मक टेलीफोन एक प्रसारण है :

(1) स्पॉटशीट (2) अनुसंधान प्रक्रिया

(3) प्रारूप (4) सूचीबद्ध करना

29. इन्टरनेशनल पब्लिक रिलेशन्स रिव्यू किसका प्रकाशन है ?

(1) आई पी आर ए (2) एफ ए पी आर ए (3) सी ई आर पी (4) एफ ए पी आर ओ

30. अमेरिका में पाया जाने वाला आरंभिक जन संपर्कों का एक स्रोत __________ है।

(1) स्कूल प्रसारण (2) टीवी सोप ओपेरा

(3) राजनैतिक प्रसारण (4) धार्मिक उपदेश

31. मिखाइल बख्तीन के लिए, __________ विकास के लिए आवश्यक था।

(1) जन संचार (2) निरर्थकता

(3) सामाजिक संवाद (4) उत्क्रम-माप

32. संवहनीय विकास के लिए संचार किस पर संकेन्द्रित है ?

(1) रूपान्तरकारी ज्ञान (2) सहभागी बहिष्करण

(3) शीर्षस्तरीय निर्णय (4) कोरपोरेट तकनीक का अनुप्रयोग

33. वैज्ञानिक अनुसंधान में, सह-भिन्नता की अवधारणा किसके पदों में व्याख्यायित है ?

(1) भिन्नता (2) आकस्मिकता (3) तृतीय कारक (4) संगति

34. संचार अनुसंधान में रचनात्मक मूल्यांकन में समाहित है :

(1) आवश्यकता निर्धारण (2) कीमत-लाभ मूल्यांकन

(3) द्वितीयक मूल्यांकन (4) मेटा-विश्लेषण

35. The accuracy of systematic sampling is dependant upon the adequacy of :
(1) the time frame (2) the operational frame
(3) the sampling frame (4) the knowledge frame

36. According to Kerlinger content analysis is :
(1) Unsystematic (2) Biased (3) Manipulative (4) Quantitative

37. In media research, measurement systems attempt to be isomorphic to :
(1) Persuasion (2) Contradiction (3) Negativism (4) Reality

38. The convergence process of digital media has led to the development of :
(1) Limited mass space (2) Critical impersonal space
(3) Personal information space (4) Non-personal economic space

39. __________ is known as the patron saint of the electronic colonialism.
(1) Steve Jobs (2) Marshal McLuhan
(3) Thomas Nashe (4) Thomas McPhail

40. Automation is critical to make online media :
(1) Convertible (2) Personalised (3) Traceable (4) Impersonal

41. The main aim of narrowcasting is to :
(1) Expand the geographical reach (2) Serve niche's audience
(3) Access more advertisements (4) Increase entertainment component

42. The final edited version of a television commercial prepared for the client's approval is called as :
(1) Final print (2) Approved print (3) Final cut (4) Answer print

43. In Kheda rural television project, the programme production methods focussed on :
(1) Disinforming the villagers
(2) Post-testing the needs
(3) Maximum interaction with villagers
(4) Avoiding villagers

35. सुव्यवस्थित प्रतिदर्श की शुद्धता किसकी पर्याप्तता पर आश्रित है ?

(1) समय सीमा (2) परिचालन सीमा

(3) प्रतिदर्श सीमा (4) ज्ञान सीमा

36. कर्लिंगर के अनुसार, अंतर्वस्तु विश्लेषण है :

(1) अव्यवस्थित (2) पक्षपातपूर्ण (3) छलसाधन (4) परिमाणात्मक

37. मीडिया अनुसंधान में, मापन प्रणालियाँ किससे एकैक समाकारी होने को प्रयासरत हैं ?

(1) प्रतीतीकरण (2) अंतर्विरोध (3) नास्तिवाद (4) वास्तविकता

38. डिजिटल मीडिया का अभिसरण प्रक्रिया ने __________ के विकास को आगे बढ़ाया है।

(1) लिमिटेट मास स्पेस (2) क्रिटिकल इम्पर्सनल स्पेस

(3) पर्सनल इन्फार्मेशन स्पेस (4) नॉन-पर्सनल इकॉनामिक स्पेस

39. __________ को इलेक्ट्रॉनिक उपनिवेशवाद का जनक माना जाता है।

(1) स्टीव जॉब्स (2) मार्शल मेकलुहान

(3) थामस नेसे (4) थामस मेकफैल

40. ऑनलाइन मीडिया को __________ बनाने के लिए आटोमेशन महत्वपूर्ण है।

(1) परिवर्तनीय (2) व्यक्तिगत (3) पता लगाने योग्य (4) अव्यक्तिगत

41. नेरोकास्टिंग का मुख्य उद्देश्य है :

(1) भौगोलिक पहुँच में विस्तार करना (2) विशेष श्रोताओं के लिए कार्य करना

(3) और अधिक विज्ञापन पाना (4) मनोरंजन घटक में वृद्धि करना

42. ग्राहक के अनुमोदन के लिए तैयार किए गए किसी टेलीविज़न विज्ञापन के अंतिम संपादित संस्करण को कहा जाता है :

(1) अंतिम प्रिंट (2) अनुमोदित प्रिंट (3) अंतिम कट (4) आन्सर प्रिंट

43. खेड़ा ग्रामीण टेलीविज़न परियोजना में, कार्यक्रम निर्माण पद्धति किस पर केन्द्रित है ?

(1) ग्रामीणों को गलत जानकारी देना

(2) आवश्यकताओं का बाद में परीक्षण

(3) ग्रामीणों के साथ अधिकतम परस्पर संवाद

(4) ग्रामीणों से बचना

44. The technical codes of television can be :

(1) Ambivalent (2) Precise (3) Fluid (4) Complex

45. Media discourses are often described as :

(1) Power relations (2) Entrapment

(3) Social fit (4) Industry text

46. Section 292 of IPC prescribes punishment for :

(1) Copyright infringement (2) Obscene publication

(3) Contempt of court (4) Prejudicial acts against national integration

47. When a media house buys other companies related to its core business it is called :

(1) Horizontal integration (2) Vertical integration

(3) Lateral integration (4) Collateral integration

48. Fabra is a __________ news agency.

(1) Spanish (2) Austrian (3) Hungarian (4) Romanian

49. Media freedom should reconcile with :

(1) Political power (2) Advertiser's influence

(3) People's arrogance (4) Society's collective interests

50. Limitation on invasion of privacy is founded on the common law of :

(1) Public safety (2) Torts (3) Criminal wrong (4) Enforceability

51. Oscar awards are also known as :

(1) Gate awards (2) Humphrey awards

(3) Academy awards (4) Grammy awards

52. The total amount of light that is captured by a camera is known as :

(1) Aperture (2) Shutter speed (3) Focus (4) Exposure

53. The contra flow of information is symbolised by :

(1) CNN (2) STAR (3) FOX TV (4) Al-Jazeera

44. टेलीविज़न का तकनीकी कूट हो सकता है :

(1) उभयभावी (2) सूक्ष्म (3) प्रवाही (4) जटिल

45. मीडिया संभाषणों को प्राय: किस रूप में वर्णित किया जाता है ?

(1) शक्ति संबंध (2) जालसाजी

(3) सामाजिक रूप से उचित (4) उद्योग विषय-वस्तु

46. भारतीय दण्ड संहिता की धारा 292 किसके लिए दण्ड निर्धारित करती है ?

(1) प्रतिलिप्यधिकार उल्लंघन (2) अशिष्ट प्रकाशन

(3) न्यायालय की अवमानना (4) राष्ट्रीय एकता के विरुद्ध कार्य

47. जब कोई मीडिया हाउस अपने प्रमुख कारोबार से संबंधित किसी अन्य कंपनियों को खरीदता है तो उसे कहा जाता है :

(1) समानांतर एकीकरण (2) उर्ध्वाकार एकीकरण

(3) पार्श्व एकीकरण (4) समपार्श्विक एकीकरण

48. फाबरा __________ की समाचार एजेंसी है।

(1) स्पेन (2) आस्ट्रिया (3) हंगरी (4) रोमानिया

49. मीडिया की स्वतंत्रता किससे मेल खानी चाहिए ?

(1) राजनीतिक शक्ति (2) विज्ञापनदाताओं का प्रभाव

(3) जन अहंकार (4) समाज का सामूहिक हित

50. निजता के हनन की सीमा किस सामान्य नियम पर निर्धारित की गई ?

(1) लोक सुरक्षा (2) अपकृत्य (3) आपराधिक दोष (4) प्रवर्तनीयता

51. आस्कर पुरस्कार और किस नाम से जाने जाते है ?

(1) गेट पुरस्कार (2) हम्फ्रे पुरस्कार

(3) एकेडमी पुरस्कार (4) ग्रैम्मी पुरस्कार

52. कैमरे द्वारा प्रग्रहण किए गए प्रकाश की कुल मात्रा को __________ कहते हैं।

(1) एपरचर (2) शटर स्पीड (3) फोकस (4) एक्सपोजर

53. सूचना का प्रति-प्रवाह किसके द्वारा प्रतिरूपित होता है ?

(1) सी.एन.एन. (2) स्टार (3) फॉक्स टी.वी. (4) अल-जजीरा

54. Larger and expensive cameras which have a body to attach different lenses are known as :

(1) DSLR (2) Point-and-shoot (3) Disposable (4) DSSR

55. Which part of the camera indicates the field of view that is seen by the camera lens ?

(1) Camera body (2) LCD display (3) Lens (4) Viewfinder

56. What will be the depth of field if the subject will be in focus ?

(1) Deeper Depth of Field (2) ISO

(3) Shallow Depth of Field (4) Aperture

57. A photograph, movie or video taken at close range and showing the subject on a large scale is known as :

(1) Landscape (2) Close up (3) Portrait (4) Long-shot

58. The syndicated reality show programmes on TV are known as :

(1) Fast food programmes (2) Mass culture programmes

(3) Fill-in programmes (4) Mass line programmes

59. The primary portion of the digital camera, which contains the controls, the LCD, the internal image processor, and the associated circuitary is known as :

(1) LCD display (2) Camera body (3) Viewfinder (4) Lens

60. According to Marshall McLuhan, telephone is a __________ medium.

(1) Cool (2) Hot (3) Non-profit (4) Non-Plebian

61. **Assertion (A) :** Gatekeeping has a significant effect on news processing.

Reason (R) : The gatekeeping chain in media does not allow much inter-personal communication and as such it does not lead to any type of distortion.

Code :

(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. बड़े और अधिक महंगे कैमरे जिसमें अलग-अलग लेंस लगा सकते हैं उन्हें _________ कहा जाता है।

(1) डी.एस.एल.आर. (2) प्वाइंट-एण्ड-शूट (3) डिस्पोजेबल (4) डी.एस.एस.आर.

55. कैमरे का कौन-सा भाग व्यू का क्षेत्र दर्शाता है जो कैमरे के लेंस से देखा जाता है?

(1) कैमरा बॉडी (2) एल.सी.डी. डिस्प्ले (3) लेन्स (4) व्यूफाइन्डर

56. फील्ड की गहराई क्या होगी यदि कोई सजीव वस्तु फोकस पर है?

(1) फील्ड की गहराई और गहरी (2) आई.एस.ओ.

(3) फील्ड की सतही गहराई (4) छिद्र (एपरचर)

57. कोई फोटोग्राफ, फिल्म या विडियो जिसे क्लोज़ रेंज पर लिया जाता है और जो सजीव वस्तु को बड़े स्केल पर दिखाता है, वह _________ कहा जाता है।

(1) लैण्डस्केप (2) क्लोज़ अप (3) पोर्ट्रेट (4) लाँग-शॉट

58. टेलीविजन पर व्यवसाय संघ द्वारा दिखाए जाने वाले रियल्टी शो कार्यक्रमों को क्या कहा जाता है?

(1) फास्ट फूड कार्यक्रम (2) जन संस्कृति कार्यक्रम

(3) फिल-इन कार्यक्रम (4) मास लाइन कार्यक्रम

59. डिजिटल कैमरे के प्राथमिक भाग को जिसमें कंट्रोल, एल.सी.डी., इंटरनल इमेज प्रोसेसर और इनसे संबंधित सर्कुटरी होती है, क्या कहा जाता है?

(1) एल.सी.डी. डिस्प्ले (2) कैमरा बाडी (3) व्यूफाइंडर (4) लेन्स्

60. मार्शल मैकलुहान के अनुसार, टेलीफोन एक __________ माध्यम है।

(1) शांत (2) उत्तेजक (3) लाभ-निरपेक्ष (4) उच्च वर्गीय

61. **अभिकथन (A) :** गेटकीपिंग का समाचार प्रसंस्करण पर महत्वपूर्ण प्रभाव होता है।

तर्क (R) : मीडिया में गेटकीपिंग चेन बहुत अधिक अन्तर-वैयक्तिक संचार की अनुमति नहीं देता है और ऐसे में किसी प्रकार का विरूपण नहीं होता 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।

62. **Assertion (A) :** Democracy cannot survive if deliberative forces are arbitrary.

Reason (R) : In a representative democracy public discussion need not be a political duty, as reflected in media.

Code :

(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.

63. **Assertion (A) :** "A free press is free for the expression of opinion in all its phases."

Reason (R) : It is because initially in Great Britain the concept of freedom was negatively imputed.

Code :

(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.

64. **Assertion (A) :** Public relations is more an attitude than a technique.

Reason (R) : As it is an external evidence of managing internal affairs of an institution in a way that makes it maintain the status quo.

Code :

(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.

65. **Assertion (A) :** As a management function, public relations can evaluate the options, opinions and attitudes of both internal and external publics.

Reason (R) : It gives an opportunity of being sensitive to collective views of publics that differ from what is termed as public opinion.

Code :

(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.

62. **अभिकथन (A) :** लोकतंत्र का अस्तित्व नहीं हो सकता, यदि विचारात्मक ताकतें स्वेच्छाचारी हों।

तर्क (R) : प्रतिनिधिक लोकतंत्र में लोक-चर्चा को राजनीतिक कर्तव्य होने की आवश्यकता नहीं है, जैसा कि मीडिया में प्रतिबिम्बित किया गया 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।

63. **अभिकथन (A) :** ''एक स्वतंत्र प्रेस अपने सभी चरणों में विचारों की अभिव्यक्ति के लिए स्वतंत्र है।''

तर्क (R) : क्योंकि आरंभ में ग्रेट ब्रिटेन में स्वतंत्रता की संकल्पना को नकारात्मक रूप से आरोपित किया गया था।

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।

64. **अभिकथन (A) :** जनसंपर्क तकनीक की तुलना में अभिवृत्ति अधिक है।

तर्क (R) : यह किसी संस्थान के आंतरिक कार्यों को इस तरीके से प्रबंध करने का बाह्य साक्ष्य है जिससे यथास्थिति बनाए रखा जा सके।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

(3) **(A)** सही है, लेकिन **(R)** गलत है।

(4) **(A)** गलत है, लेकिन **(R)** सही है।

65. **अभिकथन (A) :** एक प्रबंधन कार्यक्रम के रूप में जनसंपर्क आंतरिक और बाह्य दोनों के विकल्पों, मतों और रुखों का मूल्यांकन कर सकता है।

तर्क (R) : यह जनता के सामूहिक मतों के प्रति संवेदनशील होने का अवसर प्रदान करता है, जो लोक मत के पदों से भिन्न 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।

66. **Assertion (A) :** In media research, argumentation and language help objectivise experiences.

Reason (R) : Institutionalisation of objectivity in a systematic fashion is essential to effective media research.

Code :

(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.

67. **Assertion (A) :** The relationship between power and development can be ignored while strategising media role.

Reason (R) : Power is not uni-dimensional and asymmetrical and as such it works to sub-ordinate identified groups of people for development.

Code :

(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.

68. **Assertion (A) :** In media management, operating skills and maintenance skills are one and the same.

Reason (R) : Technological developments in both hardware and software of media production have caused changes.

Code :

(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.

69. **Assertion (A) :** Emancipation from the present dominant social order is the major goal of mass media.

Reason (R) : The societies are also evolving and so also are the goals of mass media.

Code :

(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.

66. **अभिकथन (A) :** मीडिया अनुसंधान में, वस्तुनिष्ठ प्रयोग में तर्क–वितर्क और भाषा सहायक होते हैं।

तर्क (R) : सुनियोजित फैशन में वस्तुनिष्ठता का संस्थानीकरण प्रभावी मीडिया अनुसंधान के लिए आवश्यक 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।

67. **अभिकथन (A) :** मीडिया भूमिका निश्चित करते समय शक्ति और विकास के मध्य संबंध नजरअंदाज किया जा सकता है।

तर्क (R) : शक्ति एक आयामी और असंयमित नहीं है उसी रूप में यह विकास के लिए चिह्नित समूहों के अधीन काम करता 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।

68. **अभिकथन (A) :** मीडिया प्रबंध, प्रचालन दक्षता और अनुरक्षण दक्षता एक ही हैं।

तर्क (R) : मीडिया उत्पादन के हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर दोनों में तकनीकी विकास से परिवर्तन आए 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।

69. **अभिकथन (A) :** वर्तमान प्रभुत्वशाली सामाजिक व्यवस्था से मुक्ति जन संचार का मुख्य लक्ष्य है।

तर्क (R) : समाज भी विकास कर रहा है और उसी तरह जन संचार के लक्ष्य भी बदल रहे 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।

70. **Assertion (A) :** Indian cinema to the most extent has been influenced by Western films.

Reason (R) : Indigenisation of foreign films through a formula of songs, dance and melodrama is staple of Indian cinema.

Code :

(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.

71. **Assertion (A) :** Participatory communication is helpful in achieving structural changes in certain specific areas.

Reason (R) : Participatory communication may be necessary but not sufficient to alter power relations.

Code :

(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.

72. **Assertion (A) :** Feminist media studies should rewrite the narratives of male dominated binary oppositions.

Reason (R) : For it is not necessary for feminist media narratives to have a new space to revise the cultural narratives of the day.

Code :

(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.

73. **Assertion (A) :** The diffusion model unflinchingly supported the linear transmission of messages to atomised individuals.

Reason (R) : The individual receivers were considered as the locus of all circular communication.

Code :

(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.

70. **अभिकथन (A) :** भारतीय सिनेमा काफी हद तक पाश्चात्य फिल्मों से प्रभावित है।

तर्क (R) : विदेशी फिल्मों का गीत, नृत्य और भावुकता के सूत्र के माध्यम से देशीयकरण करना भारतीय सिनेमा का मुख्य धन्धा 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।

71. **अभिकथन (A) :** सहभागी संचार कतिपय विशिष्ट क्षेत्रों में संरचनात्मक परिवर्तन लाने में सहायक है।

तर्क (R) : सहभागी संचार आवश्यक हो सकते है, परंतु ये शक्ति संबंधों में बदलाव के लिए पर्याप्त नहीं 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।

72. **अभिकथन (A) :** स्त्रीवादी मीडिया को पुरुष प्रधान द्विगुण विरोध के कथानक का पुनर्लेखन करना चाहिए।

तर्क (R) : क्योंकि स्त्रीवादी मीडिया कथानक के लिए उस समय के सांस्कृतिक कथानक को संशोधित करने के लिए नए स्थान की आवश्यकता नहीं 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।

73. **अभिकथन (A) :** विसरण (डिफ्यूजन) मॉडल पृथक-पृथक व्यक्तियों को संदेशों के रैखिक पारेषण का दृढ़तापूर्वक समर्थन करता है।

तर्क (R) : प्रत्येक रिसीवर को सभी वृत्तीय संप्रेषणों का बिन्दुपथ माना गया 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।

74. **Assertion (A) :** Even to this day, newspapers are the only news source to a community.

Reason (R) : A newspaper's credibility is more important than that of other media as it has to compare itself with other media.

Code :

(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.

75. **Assertion (A) :** Letters to the editor are spontaneous response to newspaper contents.

Reason (R) : These letters reflect public opinion and can also be an organised persuasive device.

Code :

(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

76. Find out the **correct** chronological order of the following media organizations.

(1) Indian Society of Advertisers - Advertising Council of India - Public Relations Society of India - Audit Bureau of Circulation.

(2) Advertising Council of India - Audit Bureau of Circulation - Public Relations Society of India - Indian Society of Advertisers.

(3) Public Relations Society of India - Audit Bureau of Circulation - Indian Society of Advertisers - Advertising Council of India.

(4) Audit Bureau of Circulation - Indian Society of Advertisers - Public Relations Society of India - Advertising Council of India.

77. Identify the **correct** chronological order of establishment of advertising agencies of the following :

(1) Chaitra Leo Burnetta Inc, Trikaya Grey Advertising India Ltd. Mudra Communications, FCB-Ulka Advertising.

(2) Mudra Communications, FCB-Ulka Advertising, Chaitra Leo Burnetta Inc, Trikaya Grey Advertising India Ltd.

(3) FCB-Ulka Advertising, Mudra Communications, Trikaya Grey Advertising India Ltd. Chaitra Leo Burnetta Inc.

(4) Trikaya Grey Advertising India Ltd. Chaitra Leo Burnetta Inc, FCB-Ulka Advertising, Mudra Communications.

74. **अभिकथन (A) :** आज भी समाचारपत्र समुदाय के लिए समाचार का एकमात्र स्रोत हैं।

तर्क (R) : अन्य मीडिया की तुलना में समाचारपत्र की विश्वसनीयता अधिक महत्वपूर्ण है क्योंकि इसे स्वयं अपनी तुलना अन्य मीडिया से करनी 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।

75. **अभिकथन (A) :** 'संपादक को पत्र' समाचारपत्र की विषयवस्तु पर की गई सहज प्रतिक्रिया है।

तर्क (R) : ये पत्र लोगों की राय प्रतिबिंबित करती है और यह एक व्यवस्थित प्रेरक साधन हो सकता है।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

(3) **(A)** सही है, लेकिन **(R)** गलत है।

(4) **(A)** गलत है, लेकिन **(R)** सही है।

76. निम्नलिखित मीडिया संगठनों का **सही** कालक्रम बताएँ।

(1) इंडियन सोसाइटी ऑफ एडवर्टाइजर – एडवर्टाइजिंग काउंसिल ऑफ इंडिया – पब्लिक रिलेशन सोसाइटी ऑफ इंडिया – आडिट ब्यूरो ऑफ सर्कुलेशन।

(2) एडवर्टाइजिंग काउंसिल ऑफ इंडिया – आडिट ब्यूरो ऑफ सर्कुलेशन – पब्लिक रिलेशन सोसाइटी ऑफ इंडिया – इंडियन सोसाइटी ऑफ एडवर्टाइजर।

(3) पब्लिक रिलेशन सोसाइटी ऑफ इंडिया – आडिट ब्यूरो ऑफ सर्कुलेशन – इंडियन सोसाइटी ऑफ एडवर्टाइजर – एडवर्टाइजिंग काउंसिल ऑफ इंडिया।

(4) आडिट ब्यूरो ऑफ सर्कुलेशन – इंडियन सोसाइटी ऑफ एडवर्टाइजर – पब्लिक रिलेशन सोसाइटी ऑफ इंडिया – एडवर्टाइजिंग काउंसिल ऑफ इंडिया।

77. निम्नलिखित के विज्ञापन एजेंसियों की स्थापना का **सही** कालक्रम चुनिए :

(1) चैत्र लियो बर्नेटा इंक, त्रिकाया ग्रे एडवर्टाइजिंग इंडिया लि., मुद्रा कम्युनिकेशन्स, एफ.सी.बी.–अल्का एडवर्टाइजिंग

(2) मुद्रा कम्युनिकेशन्स, एफ.सी.बी.–अल्का एडवर्टाइजिंग, चैत्र लियो बर्नेटा इंक, त्रिकाया ग्रे एडवर्टाइजिंग इंडिया लि.

(3) एफ.सी.बी.–अल्का एडवर्टाइजिंग, मुद्रा कम्युनिकेशन्स, त्रिकाया ग्रे एडवर्टाइजिंग इंडिया लि., चैत्र लियो बर्नेटा इंक

(4) त्रिकाया ग्रे एडवर्टाइजिंग इंडिया लि., चैत्र लियो बर्नेटा इंक, एफ.सी.बी.–अल्का एडवर्टाइजिंग, मुद्रा कम्युनिकेशन्स

78. Identify **correct** chronological order of scholars who contributed for feminist media studies :

(1) Noreene Janus, Ann Gray, Margaret Gallagher, Betty Friedan

(2) Margaret Gallagher, Betty Friedan, Noreene Janus, Ann Gray

(3) Betty Friedan, Noreene Janus, Margaret Gallagher, Ann Gray

(4) Ann Gray, Margaret Gallagher, Betty Friedan, Noreene Janus

79. Find the **correct** sequence of news value according to M. Mencher.

(1) Proximity, Impact, Timeliness, Prominence

(2) Prominence, Proximity, Impact, Timeliness

(3) Timeliness, Prominence, Proximity, Impact

(4) Impact, Timeliness, Prominence, Proximity

80. The sequential order of advertising copy elements is :

(1) Headline amplification, Proof of claim, Explanation of claim, Headline, Closure

(2) Headline, Headline amplification, Explanation of claim, Proof of claim, Closure

(3) Headline, Explanation of claim, Proof of claim, Headline amplification, Closure

(4) Explanation of claim, Headline, Proof of claim, Headline amplification, Closure

81. Identify the **correct** order :

According to Cutlip, Center and Broom, the **correct** sequence of four stages of public relations process is :

(1) Communication-action, Research-Listening, Planning-decision making, Evaluation

(2) Planning-decision making, Evaluation, Communication-action, Research-Listening

(3) Evaluation, Planning-decision making, Research-Listening, Communication-action

(4) Research-Listening, Planning-decision making, Communication-action, Evaluation

82. Identify **correct** sequence of trends :

(1) Programme format developments, Public broadcasting services, Cable TV, MTV generation.

(2) Public broadcasting services, Cable TV, MTV generation, Programme format developments.

(3) Public broadcasting services, Programme format developments, MTV generation, Cable TV.

(4) Cable TV, MTV generation, Programme format developments, Public broadcasting services.

78. स्त्रीवादी मीडिया अध्ययनों के लिए योगदान करने वाले विद्वानों का **सही** क्रम चुनें :

(1) नोरिन जेनस, एन ग्रे, मार्गरेट गेलाघर, बेट्टी फ्रीडान

(2) मार्गरेट गेलाघर, बेट्टी फ्रीडान, नोरिन जेनस, एन ग्रे

(3) बेट्टी फ्रीडान, नोरिन जेनस, मार्गरेट गेलाघर, एन ग्रे

(4) एन ग्रे, मार्गरेट गेलाघर, बेट्टी फ्रीडान, नोरिन जेनस

79. एम. मेन्शर के अनुसार समाचार महत्व का **सही** क्रम बताएँ :

(1) सामीप्य, प्रभाव, सामयिकता, प्रमुखता

(2) प्रमुखता, सामीप्य, प्रभाव, सामयिकता

(3) सामयिकता, प्रमुखता, सामीप्य, प्रभाव

(4) प्रभाव, सामयिकता, प्रमुखता, सामीप्य

80. विज्ञापन कॉपी के घटकों का **सही** कालक्रमानुसार क्रम है :

(1) शीर्षक विस्तारण, दावे का सबूत, दावे का स्पष्टीकरण, शीर्षक, समापन

(2) शीर्षक, शीर्षक विस्तारण, दावे का स्पष्टीकरण, दावे का सबूत, समापन

(3) शीर्षक, दावे का स्पष्टीकरण, दावे का सबूत, शीर्षक विस्तारण, समापन

(4) दावे का स्पष्टीकरण, शीर्षक, दावे का सबूत, शीर्षक विस्तारण, समापन

81. **सही** क्रम की पहचान करें :

कटलिप, सेन्टर और ब्रूम के अनुसार जन संपर्क प्रक्रिया के चार चरणों का **सही** क्रम है :

(1) संचार-कार्यवाही, शोध-सुनना, योजना-निर्णय लेना, मूल्यांकन

(2) योजना-निर्णय लेना, मूल्यांकन, संचार-कार्यवाही, शोध-सुनना

(3) मूल्यांकन, योजना-निर्णय लेना, शोध-सुनना, संचार-कार्यवाही

(4) शोध-सुनना, योजना-निर्णय लेना, संचार-कार्यवाही, मूल्यांकन

82. प्रचलनो (ट्रेंडस) का **सही** क्रम चुनें :

(1) कार्यक्रम फार्मेट विकास, जन प्रसारण सेवाएँ, केबल टीवी, एम.टी.वी जेनरेशन

(2) जन प्रसारण सेवाएँ, केबल टीवी, एम.टी.वी जेनरेशन, कार्यक्रम फार्मेट विकास

(3) जन प्रसारण सेवाएँ, कार्यक्रम फार्मेट विकास, एम.टी.वी जेनरेशन, केबल टीवी

(4) केबल टीवी, एम.टी.वी जेनरेशन, कार्यक्रम फार्मेट विकास, जन प्रसारण सेवाएँ

83. Identify **correct** sequence of Satyajit Ray films :

(1) Pather Panchali, Aparajito, Apur Sansar, Charulata

(2) Apur Sansar, Pather Panchali, Aparajito, Charulata

(3) Pather Panchali, Charulata, Apur Sansar, Aparajito

(4) Aparajito, Pather Panchali, Charulata, Apur Sansar

84. Identify the chronological order of Dada Saheb Phalke award winners :

(1) D. Ramanaidu, Tapan Sinha, Manoj Kumar, Soumitra Chatterjee

(2) Manoj Kumar, Soumitra Chatterjee, D. Ramanaidu, Tapan Sinha

(3) Soumitra Chatterjee, Tapan Sinha, Manoj Kumar, D. Ramanaidu

(4) Tapan Sinha, D. Ramanaidu, Soumitra Chatterjee, Manoj Kumar

85. Find the **correct** sequence of factors for navigable news reporting.

(1) Communication Modalities, Non-linear Writing, Customisation, Audience Involvement

(2) Customisation, Audience Involvement, Communication Modalities, Non-linear Writing

(3) Non-linear Writing, Audience Involvement, Customisation, Communication Modalities

(4) Audience Involvement, Customisation, Non-linear Writing, Communication Modalities

86. Match the following :

	List - I		**List - II**
	Author		**Concept**
(a)	John Fiske	(i)	Omnipresence of power
(b)	Henry Jenkins	(ii)	Deconstruction of text
(c)	Michel Foucault	(iii)	Fans culture
(d)	Jacques Derrida	(iv)	Popular culture and TV

Code :

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

83. सत्यजीत रे की फिल्मों का **सही** क्रम है :

(1) पाथेर पांचाली, अपराजिता, अपूर संसार, चारुलता

(2) अपूर संसार, पाथेर पांचाली, अपराजिता, चारुलता

(3) पाथेर पांचाली, चारुलता, अपूर संसार, अपराजिता

(4) अपराजिता, पाथेर पांचाली, चारुलता, अपूर संसार

84. निम्नलिखित दादा साहब फाल्के पुरस्कार पाने वालों को कालक्रमानुसार व्यवस्थित करें :

(1) डी. रामानायडु, तपन सिन्हा, मनोज कुमार, सौमित्र चटर्जी

(2) मनोज कुमार, सौमित्र चटर्जी, डी. रामानायडु, तपन सिन्हा

(3) सौमित्र चटर्जी, तपन सिन्हा, मनोज कुमार, डी. रामानायडु

(4) तपन सिन्हा, डी. रामानायडु, सौमित्र चटर्जी, मनोज कुमार

85. नेविगेबल समाचार रिपोर्टिंग के लिए घटकों का **सही** क्रम चुनें :

(1) संचार प्रकारता, अ-रैखिक लेखन, अनुकूलन, श्रोता संबंध

(2) अनुकूलन, श्रोता संबंध, संचार प्रकारता, अ-रैखिक लेखन

(3) अ-रैखिक लेखन, श्रोता संबंध, अनुकूलन, संचार प्रकारता

(4) श्रोता संबंध, अनुकूलन, अ-रैखिक लेखन, संचार प्रकारता

86. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिए :

	सूची - I		**सूची - II**
	लेखक		**संकल्पना**
(a)	जान फिस्के	(i)	शक्ति की सर्वत्रता
(b)	हेनरी जेन्किन्स	(ii)	पाठ की विसंरचना
(c)	मिशेल फूको	(iii)	फेन्स संस्कृति
(d)	जाक दरीदा	(iv)	लोकप्रिय संस्कृति और टेलीविज़न

कूट :

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

87. Match the following :

	List - I **(Concept)**		List - II **(Description)**
(a)	Cumulation	(i)	Unified picture of events held by various media
(b)	Ubiquity	(ii)	Powerful effect of media
(c)	Consonance	(iii)	Slow and pervasive influence of media
(d)	Dependency	(iv)	Omnipresence of media

Code :

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

88. Match the following :

	List - I **(Level of measurement)**		List - II **(Characteristic)**
(a)	Nominal	(i)	Existence of a true zero point
(b)	Ordinal	(ii)	Equal value
(c)	Interval	(iii)	Ranked distance
(d)	Ratio	(iv)	Numerical categorisation

Code :

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

87. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिए :

	सूची - I (संकल्पना)		सूची - II (विवरण)
(a)	संचयन	(i)	भिन्न-भिन्न मीडिया द्वारा आयोजित कार्यक्रमों की एकीकृत तस्वीर
(b)	सर्वव्यापकता	(ii)	मीडिया का शक्तिशाली प्रभाव
(c)	सामंजस्य	(iii)	मीडिया का धीमा और प्रसारित होने वाला प्रभाव
(d)	निर्भरता	(iv)	मीडिया की सर्वविद्यमानता

कूट :

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

88. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिए :

	सूची - I (मापन का स्तर)		सूची - II (विशेषताएँ)
(a)	सांकेतिक	(i)	सही शून्य बिन्दु होना
(b)	क्रम सूचक	(ii)	समान मूल्य
(c)	अंतराल	(iii)	पंक्तिबद्ध दूरी
(d)	अनुपात	(iv)	अंकीय वर्गीकरण

कूट :

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

89. Match the following :

	List - I		List - II
	Communication concept		**Theorist**
(a)	Limited effects	(i)	Jean Piaget
(b)	All powerful media	(ii)	Jack Lyle
(c)	Attitude change	(iii)	Harold Lasswell
(d)	Developmental learning	(iv)	Carl Hovland

Code :

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

90. Match the following :

	List - I		List - II
	(Concept)		**(Description)**
(a)	Literal replication	(i)	Duplication of only the sampling and experimental procedures of previous analysis
(b)	Operational replication	(ii)	Exact duplication of previous analysis
(c)	Instrumental replication	(iii)	Tests the validity of methods previously used by deliberately not imitating the previous study
(d)	Constructive replication	(iv)	Duplication of dependent measures of the previous study

Code :

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

89. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिए :

	सूची – I **संचार अवधारणा**		**सूची – II** **प्रतिपादक**
(a)	सीमित प्रभाव	(i)	जीन पियागेट
(b)	सभी शक्तिशाली मीडिया	(ii)	जेक लाइल
(c)	नजरिया परिवर्तन	(iii)	हेराल्ड लेस्वेल
(d)	विकासात्मक अध्ययन	(iv)	कार्ल होवलैण्ड

कूट :

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

90. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिए :

	सूची – I **(अवधारणा)**		**सूची – II** **(विवरण)**
(a)	शाब्दिक प्रतिकृति	(i)	केवल पिछले विश्लेषण के सैंपलिंग और प्रायोगिक प्रक्रिया का दोहराव
(b)	प्रचालनात्मक प्रतिकृति	(ii)	पिछले विश्लेषण का सटीक दोहराव
(c)	साधन प्रतिकृति	(iii)	पिछले अध्ययन की जान बूझकर नकल न करके पिछली बार प्रयुक्त पद्धति की वैधता का परीक्षण
(d)	रचनात्मक प्रतिकृति	(iv)	पिछले अध्ययन के निर्भरता मापों का दोहराव

कूट :

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

91. Match the following :

	List - I		**List - II**
	Newspaper		**Editor**
(a)	Deccan Herald	(i)	S. Mulgoankar
(b)	National Herald	(ii)	Pothan Joseph
(c)	Indian Express	(iii)	Girilal Jain
(d)	The Times of India	(iv)	M. Chalapathi Rao

Code :

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

92. Match the following :

	List - I		**List - II**
	Media House		**Country**
(a)	Bertelsman	(i)	USA
(b)	News Corp	(ii)	France
(c)	Vivendi Universal	(iii)	Australia
(d)	Cox Media	(iv)	Germany

Code :

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

91. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिए :

	सूची – I		**सूची – II**
	समाचार-पत्र		**संपादक**
(a)	डेकन हेराल्ड	(i)	एस. मुलगांवकर
(b)	नेशनल हेराल्ड	(ii)	पोथेन जोसेफ
(c)	इंडियन एक्सप्रेस	(iii)	गिरिलाल जैन
(d)	द टाइम्स ऑफ इंडिया	(iv)	एम. चलापति राव

कूट :

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

92. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिए :

	सूची – I		**सूची – II**
	मीडिया हाउस		**देश**
(a)	बर्तलेसमैन	(i)	यू.एस.ए.
(b)	न्यूज कॉर्प	(ii)	फ्रांस
(c)	विवेन्डी यूनिवर्सल	(iii)	आस्ट्रेलिया
(d)	कॉक्स मीडिया	(iv)	जर्मनी

कूट :

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

93. Match the following :

	List - I (Country)		List - II (Entertainment - education television programme production)
(a)	India	(i)	Animated cartoons
(b)	Mexico	(ii)	Soap opera
(c)	The Philippines	(iii)	Television Dramas
(d)	Japan	(iv)	Music videos

Code :

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

94. Match the following :

	List - I (Communication scholar)		List - II (Communication school)
(a)	Marshal McLuhan	(i)	German school
(b)	Theodor Adorno	(ii)	Canadian school
(c)	Stuart Hall	(iii)	American school
(d)	Daniel Lerner	(iv)	British school

Code :

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

95. Match **List - I** with **List - II** :

	List - I (Commissions)		List - II (Country)
(a)	Royal Press Commission	(i)	Sweden
(b)	The Hutchins Commission	(ii)	The UK
(c)	Media Ombudsman	(iii)	The US
(d)	Press Commission	(iv)	India

Code :

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

93. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिए :

	सूची - I (देश)		सूची - II (मनोरंजन-शिक्षा टेलीविज़न कार्यक्रम निर्माण)
(a)	भारत	(i)	एनिमेटेड कार्टून
(b)	मैक्सिको	(ii)	सोप ऑपेरा
(c)	फिलीपीन्स	(iii)	टेलीविज़न नाटक
(d)	जापान	(iv)	म्यूजिक विडियो

कूट :

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

94. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिए :

	सूची - I (संचार विद्वान)		सूची - II (संचार परंपरा)
(a)	मार्शल मेक लुहान	(i)	जर्मनी परंपरा
(b)	थियोडोर अडोर्नो	(ii)	कनाडियाई परंपरा
(c)	स्टुअर्ट हाल	(iii)	अमेरिकी परंपरा
(d)	डेनियल लर्नर	(iv)	ब्रिटिश परंपरा

कूट :

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

95. **सूची** - I को **सूची** - II से सुमेलित कीजिए :

	सूची - I (आयोग / कमीशन)		सूची - II (देश)
(a)	रॉयल प्रेस कमीशन	(i)	स्वीडन
(b)	हचिन्सन कमीशन	(ii)	यू.के.
(c)	मीडिया ओम्बडसमैन	(iii)	यू.एस.
(d)	प्रेस कमीशन	(iv)	भारत

कूट :

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

Read the following passage and answer questions from 96 to 100 :

For more than three decades, cognitive psychologists have been developing a perspective on the way individuals routinely cope with sensory information: information-processing theory. It is actually a large set of diverse and disparate ideas about cognitive processes and provides yet another way to study media audience activity. Researchers work to understand how people take in, process, store, and then use various forms of information provided by media. Drawing on the same metaphors as systems theory, information processing theory uses mechanistic analogies to describe and interpret how each of us takes in and makes sense of the flood of information our senses encounter every moment of each day. It assumes that individuals operate like complex bio-computers, with certain built-in information-handling capacities and strategies. Each day we are exposed to vast quantities of sensory information. We filter this information so only a small portion of it ever reaches our conscious mind. Only a tiny fraction of this information is singled out for attention and processing, and we finally store a tiny amount of this in long-term memory. We are not so much information *handlers* as information avoiders - we have developed sophisticated mechanisms for screening out irrelevant or useless information. Our capacity to cope with sensory information is easily overwhelmed so that we make mistakes by failing to take in and process critical information. Cognitive psychologists make an important distinction between cognitive (or information) processes and consciousness. Much of what takes place in our brain never reaches our consciousness. Although this activity often affects our conscious thoughts, it does so only very indirectly through its influence on other cognitive processes. Our consciousness acts as a supreme overseer of this cognitive activity but has very limited and typically quite indirect control over it. This perspective on cognition is contrary to what most of us would like to assume about our ability to control what goes on in our minds. It contradicts our personal experience, which is largely based on what conscious reflection is able to reveal to us. When we watch a televised news report, we have the sense that we are getting every bit of useful information from it that is there. But recent research finds that only a fraction of the original information reaches us, even when we pay close attention. We get distracted by compelling pictures and waste precious cognitive resources processing them while important auditory information is missed.

96. What is the new perspective of cognitive psychologists ?

(1) A re–look at audience

(2) Different study of media audience

(3) Detachment of media audience from media

(4) Rejection of media audience theory

निम्नलिखित गद्यांश को पढ़कर प्रश्न 96 से 100 के उत्तर लिखिए :

तीन दशकों से अधिक समय से ज्ञानात्मक मनोवैज्ञानिक, व्यक्तियों द्वारा नियमित रूप से ग्रहणशील सूचना का सामना करने के तरीकों पर संदर्श : सूचना प्रसंस्करण सिद्धांत विकसित कर रहे हैं। वास्तव में यह ज्ञानात्मक प्रक्रिया के बारे में विविध और भिन्न-भिन्न विचारों का एक बड़ा सेट है और मीडिया के श्रोताओं के कार्यकलापों के अध्ययन का एक अन्य तरीका है। शोधकर्ता यह समझने के लिए कार्य कर रहें है कि लोग मीडिया द्वारा उपलब्ध कराई गई सूचना के विभिन्न रूपों को किस प्रकार ग्रहण करते है तथा उसका प्रसंस्करण, भण्डारण और तत्पश्चात उसका उपयोग कैसे करते हैं। पद्धति सिद्धांत के समान लक्षण पर आरेखित सूचना प्रसंस्करण सिद्धांत, प्रतिदिन प्रतिक्षण हमारी इंद्रियों के सम्मुख आने वाली सूचना के भण्डार को किस प्रकार ग्रहण करता है और अनुभव करता है कि व्याख्या और निर्वचन करने के लिए क्रियाविधिक सादृश्यता का कैसे उपयोग किया जाए। यह मानती है कि व्यक्ति जटिल बायो कम्प्यूटर की तरह काम करते है जिनमें कतिपय बिल्ट-इन-सूचना प्रहस्तन की क्षमताएँ और रणनीतियाँ है। प्रत्येक दिन हमारे सामने ग्रहणशील सूचना की बड़ी मात्रा होती है। हम इस सूचना की छंटाई करते है और इसका एक छोटा सा भाग ही हमारे चेतन तक पहुँच पाता है। इस सूचना का एक बहुत छोटा भाग ही ध्यान दिए जाने और प्रसंस्करण के लिए अलग कर लिया जाता है और अन्ततः हम इसके एक बहुत छोटे अंश को ही लंबे समय तक अपनी स्मृति में रखते है। हम उतने अधिक सूचना प्रहस्तन करने वाले नहीं हैं जितने सूचना से बचने वाले हैं – हमने असंगत और अनुपयोगी सूचना की छंटाई के लिए परिष्कृत तंत्र विकसित किया है। ग्रहणशील सूचना से निपटने की हमारी क्षमता आसानी से दब जाती है जिससे हम महत्वपूर्ण सूचना को ग्रहण करके उसका प्रसंस्करण न करने की गलती कर जाते है। ज्ञानात्मक मनोवैज्ञानिक ज्ञानात्मक (या सूचना) प्रसंस्करण और चैतन्यता के बीच हम महत्वपूर्ण विभेद करते हैं। हमारे मस्तिष्क में जो कुछ भी होता है वह कभी भी हमारे चैतन्य तक नहीं पहुँचता। यद्यपि यह क्रिया प्रायः हमारे चेतन विचारों को प्रभावित करती है फिर भी ऐसा केवल बहुत ही अप्रत्यक्ष रूप से अन्य ज्ञानात्मक प्रक्रिया पर इसके प्रभाव से होता है। हमारी चैतन्यता इस ज्ञानात्मक क्रिया के सर्वोच्च निरीक्षक के रूप में कार्य करती है परंतु इसका ज्ञानात्मक क्रिया पर बहुत ही सीमित और बहुत ही अप्रत्यक्ष नियंत्रण है। ज्ञान संबंधी यह संदर्श हमारे मस्तिष्क में जो चल रहा है उसे नियंत्रित करने के लिए हमारे बीच के अधिकांश लोगों की मान्यता के विपरीत है। यह हमारे व्यक्तिगत अनुभवों का खण्डन करती है जो काफी हद तक इस बात पर निर्भर करती है जोकि चैतन्य प्रतिबिंब हमारे सम्मुख प्रकट करने में सक्षम है। जब हम किसी टेलीविज़न पर प्रसारित समाचार देखते है, हमें ऐसा लगता है कि हम उससे सभी उपयोगी सूचना प्राप्त कर रहे है। किंतु हाल के अनुसंधान का यह निष्कर्ष है कि मूल सूचना का केवल एक अंश ही हम तक पहुँच पाता है, चाहे हमने उस पर कितना भी ध्यान दिया हो। हम सम्मोहक चित्रों से विचलित होते है और महत्वपूर्ण श्रव्य सूचना को छोड़कर उनके प्रसंस्करण पर कीमती ज्ञानात्मक संसाधनों का अपव्यय करते है।

96. ज्ञानात्मक मनोवैज्ञानिकों का नया संदर्श क्या है ?

(1) श्रोताओं पर पुन:दृष्टि डालना

(2) मीडिया श्रोताओं का भिन्न-भिन्न अध्ययन

(3) मीडिया श्रोताओं की मीडिया से अनासक्ति

(4) मीडिया श्रोता सिद्धांत को अस्वीकार करना

97. What does information processing theory use to describe the sensory perception ?

(1) Systems theory
(2) Disparate ideas
(3) Cognitive processes
(4) Mechanistic analogies

98. Where does the distinction between cognitive processes and consciousness occur ?

(1) It occurs in information handlers
(2) It occurs in information avoiders
(3) It occurs in the brain of the receiver
(4) It occurs in sophisticated machines

99. According to the passage, what did the recent research find ?

(1) A part of the original information reaches us
(2) The consciousness fails to act
(3) It contradicts our assumptions
(4) Sensory information is adequately processed

100. While processing information, what do we miss ?

(1) Pictures
(2) Smell
(3) TV news report
(4) Auditory information

- o O o -

97. ग्रहणशील अनुभूति का वर्णन करने के लिए सूचना प्रसंस्करण सिद्धांत किसका उपयोग करता हैं?

(1) पद्धति सिद्धांत
(2) भिन्न-भिन्न विचार
(3) ज्ञानात्मक प्रक्रिया
(4) क्रियाविधिक सादृश्यता

98. कहाँ पर ज्ञानात्मक प्रक्रिया और चैतन्यता के बीच भेद उत्पन्न होता है?

(1) यह सूचना का प्रहस्तन करने वालों में उत्पन्न होता है।
(2) यह सूचना से बचने वालों में उत्पन्न होता है।
(3) यह प्राप्तकर्ता के मस्तिष्क में उत्पन्न होता है।
(4) यह परिष्कृत तंत्र में उत्पन्न होता है।

99. इस अनुच्छेद के अनुसार हाल ही के शोध के क्या निष्कर्ष है?

(1) मूल सूचना का एक अंश हम तक पहुँचता है
(2) चैतन्यता कार्य नहीं कर पाती
(3) यह हमारी मान्यताओं के विपरीत है
(4) ग्रहणशील सूचना पर्याप्त रूप से प्रसंस्कृत है

100. सूचना के प्रसंस्करण के समय हम क्या छोड़ते हैं?

(1) चित्र
(2) गंध
(3) टेलीविज़न समाचार
(4) श्रव्य सूचना

- o O o -

Space For Rough Work