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)

Test Booklet No.

J – 6309

PAPER – II

MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM

Time : 1¼ hours] **[Maximum Marks : 100**

Number of Pages in this Booklet : **24** Number of Questions in this Booklet : **50**

Instructions for the Candidates

1. Write your roll number in the space provided on the top of this page.
2. This paper consists of fifty 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 in the OMR Sheet and the OMR Sheet Number should be entered on this Test Booklet.
4. Each item has four alternative responses marked (A), (B), (C) and (D). You have to darken the oval as indicated below on the correct response against each item.

   Example : (A) (B) ⬤ (D)

   where (C) is the correct response.
5. Your responses to the items are to be indicated in the Answer Sheet given **inside the Paper I booklet only**. If you mark at any place other than in the ovals in the Answer 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 or put any mark on any part of the test booklet, except for the space allotted for the relevant entries, which may disclose your identity, you will render yourself liable to disqualification.
9. You have to return the test question booklet and OMR Answer Sheet to the invigilators at the end of the examination compulsorily and must not carry it with you outside the Examination Hall.
10. **Use only Blue/Black Ball point pen.**
11. **Use of any calculator or log table etc., is prohibited.**
12. **There is NO negative marking.**

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश

1. पहले पृष्ठ के ऊपर नियत स्थान पर अपना रोल नम्बर लिखिए।
2. इस प्रश्न-पत्र में पचास 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 उसके कवर पेज पर लगी कागज की सील को फाड़ लें। खुली हुई या बिना स्टीकर-सील की पुस्तिका स्वीकार न करें।
   (ii) **कवर पृष्ठ पर छपे निर्देशानुसार प्रश्न-पुस्तिका के पृष्ठ तथा प्रश्नों की संख्या को अच्छी तरह चैक कर लें कि ये पूरे हैं। दोषपूर्ण पुस्तिका जिनमें पृष्ठ/प्रश्न कम हों या दुबारा आ गये हों या सीरियल में न हों अर्थात किसी भी प्रकार की त्रुटिपूर्ण पुस्तिका स्वीकार न करें तथा उसी समय उसे लौटाकर उसके स्थान पर दूसरी सही प्रश्न-पुस्तिका ले लें। इसके लिए आपको पाँच मिनट दिये जायेंगे। उसके बाद न तो आपकी प्रश्न-पुस्तिका वापस ली जायेगी और न ही आपको अतिरिक्त समय दिया जायेगा।**
   (iii) इस जाँच के बाद प्रश्न-पुस्तिका की क्रम संख्या OMR पत्रक पर अंकित करें और OMR पत्रक की क्रम संख्या इस प्रश्न-पुस्तिका पर अंकित कर दें।
4. प्रत्येक प्रश्न के लिए चार उत्तर विकल्प (A), (B), (C) तथा (D) दिये गये हैं। आपको सही उत्तर के दीर्घवृत्त को पेन से भरकर काला करना है जैसा कि नीचे दिखाया गया है।

   उदाहरण : (A) (B) ⬤ (D)

   जबकि (C) सही उत्तर है।
5. प्रश्नों के उत्तर **केवल प्रश्न पत्र I के अन्दर दिये गये** उत्तर-पत्रक पर ही अंकित करने हैं। यदि आप उत्तर पत्रक पर दिये गये दीर्घवृत्त के अलावा किसी अन्य स्थान पर उत्तर चिन्हांकित करते है, 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 उत्तर-पुस्तिका पर अपना नाम या ऐसा कोई भी निशान जिससे आपकी पहचान हो सके, किसी भी भाग पर दर्शाते या अंकित करते हैं तो परीक्षा के लिये अयोग्य घोषित कर दिये जायेंगे।
9. आपको परीक्षा समाप्त होने पर प्रश्न-पुस्तिका एवं OMR उत्तर-पत्रक निरीक्षक महोदय को लौटाना आवश्यक है और परीक्षा समाप्ति के बाद उसे अपने साथ परीक्षा भवन से बाहर न लेकर जायें।
10. **केवल नीले/काले बाल प्वाईंट पैन का ही इस्तेमाल करें।**
11. **किसी भी प्रकार का संगणक (कैलकुलेटर) या लाग टेबल आदि का प्रयोग वर्जित है।**
12. **गलत उत्तर के लिए अंक नहीं काटे जायेंगे।**

MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM

PAPER – II

Note : This paper contains **fifty** (50) Multiple-choice questions, each question carrying **two** (2) marks. Attempt **all** the questions.

1. Which was the first Indian Advertising agency ?
   (A) Bharatiya Advertising Agency
   (B) Global Advertising Agency
   (C) Indian Advertising Agency
   (D) National Advertising Agency

2. *IMRB* is a unit of :
   (A) United Thompson Associates
   (B) Universal Thompson Associates
   (C) Hindustan Thompson Associates
   (D) Indian Thompson Associates

3. What are *VNRS* ?
   (A) Video non - residents
   (B) Video news releases
   (C) Visual news releases
   (D) Visual news receivers

4. 'Press Trust of India ' was established in :
   (A) 1938 (B) 1936 (C) 1948 (D) 1947

5. During whose viceroyalty was the 'Repressive Act' also known as the 'Gagging Act' passed :
   (A) Lord Curzon
   (B) Lord Lytton
   (C) Lord Ripon
   (D) Lord Morley

6. Who wrote "India on Television" ?
   (A) Vinod Mehta
   (B) Nitesh Mehta
   (C) Lalit Mehta
   (D) Nalin Mehta

जनसंचार तथा पत्रकारिता

प्रश्न पत्र – II

नोट : इस प्रश्न पत्र में **पचास** (50) बहु–विकल्पीय प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न के **दो** (2) अंक हैं। **सभी** प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

1. निम्नलिखित में प्रथम विज्ञापन एजेंसी कौन है ?

(A) भारतीय विज्ञापन एजेंसी
(B) ग्लोबल विज्ञापन एजेंसी
(C) इंडियन विज्ञापन एजेंसी
(D) नेशनल विज्ञापन एजेंसी

2. आई.एम.आर.बी. एक ईकाई हैं :

(A) यूनाइटेड थॉम्प्सन एसोसिएट्स की ।
(B) यूनिवर्सल थॉमसन एसोसिएट्स की ।
(C) हिन्दुस्तान थॉम्प्सन एसोसिएट्स की ।
(D) इंडियन थॉम्प्सन एसोसिएट्स की ।

3. वी.एन.आर.एस. क्या है ?

(A) वीडियो नॉन–रेसीडेन्ट।
(B) वीडियो न्यूज रिलीज़स।
(C) विजुअल न्यूज रिलीज़स।
(D) वीजुअल न्यूज रिसीवर्स।

4. 'प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया' कब स्थापित किया गया था :

(A) 1938
(B) 1936
(C) 1948
(D) 1947

5. किस वायसराय के शासन–काल मे 'दमनकारी अधिनियम' जिसे ''गलघोंटू अधिनियम'' भी कहा जाता है, पारित किया गया था।

(A) लार्ड कर्जन
(B) लार्ड लिट्न
(C) लार्ड रिपन
(D) लॉर्ड मोरले

6. ''इण्डिया ऑन टेलीविजन'' को किसने लिखा है ?

(A) विनोद मेहता
(B) नितीश मेहता
(C) ललित मेहता
(D) नलिन मेहता

7. Which of the following statistical tools is used for Prediction ?
(A) Range
(B) Regression
(C) Standard deviation
(D) Mean

8. The height of Geostationary satellite above the surface of the earth is approximately :
(A) 36,000 km (B) 3600 km (C) 360 km (D) 36 km

9. In statistical measurement, a level of measurement in which the distance between the two consecutive divisions is equal, is called :
(A) Ordinal level
(B) Nominal level
(C) Interval level
(D) Ratio level

10. IRS was first conducted in the year :
(A) 1995 (B) 1965 (C) 1985 (D) 1945

11. The structural potential for communications imperialism was pointed out by :
(A) Cees J. Hamelink
(B) Johan Galtung
(C) Gunnar Myrdal
(D) Armand Mattelart

12. Which part of the Indian constitution contains fundamental duties ?
(A) Part-II
(B) Part-IV
(C) Part-IV - A
(D) Part-V

13. Which of the following is a popular editing software for film / video ?
(A) Quarkxpress
(B) Photoshop
(C) Final cut Pro
(D) Indesign

7. निम्नलिखित में से किस सांख्यिकी-उपकरण को भविष्य-कथन के लिए उपयोग किया जाता है :

(A) दूरी-मापी (B) प्रतिगमन

(C) मानक-विचलन (D) मध्यमान

8. जीओस्टेशनरी उपग्रह की ऊँचाई भूमि-सतह से ऊपर अनुमानत: कितनी है :

(A) 36,000 कि.मी. (B) 3600 कि.मी.

(C) 360 कि.मी. (D) 36 कि.मी.

9. सांख्यिकी मापन में मापन का स्तर, जिसमें दो क्रमागत-विभाजन के मध्य समान दूरी है, क्या कहलाता है :

(A) क्रमसूचक-स्तर (B) नाम मात्र-स्तर

(C) अन्तराल-स्तर (D) अनुपात-स्तर

10. आई.आर.एस. का प्रथम आयोजन किस वर्ष हुआ था।

(A) 1995 (B) 1965 (C) 1985 (D) 1945

11. संचार-साम्राज्य हेतु संरचनात्मक-सामर्थ्य का संकेत किसने दिया था।

(A) सेस. जे. हेमलिंक (B) जोहन गैलटन्ग

(C) गुन्नार मिर्डाल (D) आर्मण्ड मैटलार्ट

12. भारतीय संविधान के किस भाग में मौलिक अधिकारों को समाहृत किया गया है।

(A) भाग-II (B) भाग-IV (C) भाग-IV-A (D) भाग-V

13. फिल्म एवं वीडियो के लिए लोकप्रिय सम्पादन-सॉफ्टवेयर है :

(A) क्वॉरएक्सप्रेस (B) फोटोशॉप

(C) फाइनल कट-प्रो (D) इनडिसाइन

14. Identify the newspaper which is published in tabloid form :

(A) The telegraph

(B) The statesman

(C) Mail today

(D) The Hindu

15. Which represents the principal light source in television programme production ?

(A) Key light

(B) Back light

(C) Fill light

(D) Background light

16. Identify the association that is correct :

(A) Daniel lerner - Cultivation

(B) Wilbur schramm - Diffusion of Innovation

(C) Elihu Katz - Grammatolozy

(D) Antonio Gramci - Hegemony

17. Identify the correct combination of Mass communication theories :

(A) Hellical - Cultivation - Uses and Gratification - Agenda setting

(B) Mathematical - Gate keeping - Propaganda - Hegemony

(C) Post modernism - Westley and Maclean - Cultivation - Knowledge Gap

(D) Cultivation - Uses and Gratification - Agenda setting - Cognitive Dissonance

18. 'The airwaves are public property' is a declaration of :

(A) Supreme court

(B) Prasar Bharati

(C) Press council

(D) ITU

19. 'Yakshagana' is the folk art of :

(A) Kerala (B) Assam

(C) Orissa (D) Karnataka

14. निम्नलिखित समाचारपत्रों में से लघु समाचार पत्र को पहचाने :

(A) द टेलीग्राफ
(B) द स्टेट्समैन
(C) मेल टुडे
(D) द हिन्दु

15. टेलीविजन-कार्यक्रम-निर्माण में मुख्य-प्रकाश-स्रोत का प्रतिनिधित्व निम्नलिखित में कौन करता है :

(A) कुंजी-प्रकाश (की-लाइट)
(B) पृष्ठ-प्रकाश (बैकलाइट)
(C) पूर्त्ति-प्रकाश (फिल-लाइट)
(D) पृष्ठभूमि प्रकाश (बैकग्राउण्ड लाइट)

16. सही पारस्परिक-सम्बद्ध की पहचान करें।

(A) डैनियल लर्नर-कल्टिवेशन
(B) विलवरश्रैम-डिफ्यूजन ऑफ इन्नोवेशन
(C) एलिहू-कार्टज-ग्रामैटॉलोजी
(D) एन्टोनियो ग्रैमसी-हेजीमोनी

17. जनसंचार सिद्धान्तों के सही संयोजन की पहचान करें :

(A) हैलीकल-कल्टिवेशन यूजेज ऐंड ग्रैटीफिकेशन-एजेंडा सेटिंग।
(B) मैथमेटिकल-गेटकीपिंग-प्रोपागेण्डा-हेजीमोनी।
(C) पोस्टमॉर्डनिज़म-वेस्ट्ले ऐंड मैकलियन-कल्टिवेशन-नॉलेज-गैप।
(D) कल्टिवेशन-यूजेज ऐंड ग्रैटीफिकेशन-एजेंडा सेटिंग-कॉग्नीटिव-डिसोसेन्स

18. 'वायु तरंग जनसंपत्ति हैं', की घोषणा निम्नलिखित में से किसके द्वारा की गई है :

(A) सर्वोच्च न्यायालय
(B) प्रसार भारती
(C) प्रेस कौंसिल
(D) आई.टी.यू.

19. 'यक्षगान' लोक-कला है :

(A) केरल की
(B) आसाम की
(C) उड़सिा की
(D) कर्नाटक की

20. Indentify the author who has defined development communication as leapfrogging centuries of under development :

(A) Nora quebral (B) Wilbur schramm

(C) Daniel herner (D) Everette M Rogers.

21. Consider the following statements :

Assertion (A) : Corporate identity leads to Corporate Image.

Reason (R) : It promotes social identity and social responsibility.

(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

22. ***Assertion (A) :*** Greater the attention media pay to issues,events, or personages, the greater is the importance given by the audience to them.

Reason (R) : Media can only influence what the people are to think about,not the direction of opinion on issues.

(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

23. **Assertion (A) :** There is a rise in the number of 'Religious TV Channels

Reason (R) : The majority TV audience in India likes to watch religious programmes

(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

24. ***Assertion (A) :*** In structuralism and semiology attention is directed to latent rather than to manifest content.

Reason (R) : Structuralism and semiology believe that all 'Units' of content should be treated equally for analysis.

(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

20. उस लेखक की पहचान करें जिसने विकासात्मक-संचार को अल्प-विकास के लीप-फ्रौगिंग-सेन्चुरीज़ के रूप में परिभाषित किया है :

(A) न्योरा क्यूबरैल (B) विलबर श्रैम
(C) डैनियल लर्नर (D) इवरेट.एम. रोजर्स

21. निम्नलिखित कथनों पर अपने विचार दीजिए।

अभिकथन (A) : निगमित पहचान निगमित छवि का नेतृत्व करता है।

तर्क (R) : यह सामाजिक पहचान तथा सामाजिक दायित्व को प्रोन्नत करता है।

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

22. ***अभिकथन (A)*** : मीडिया मुद्दों, घटनाओं या मान्य व्यक्तियों को जितना ज्यादा ध्यान देता है, उतना ही ज्यादा श्रोता गढ़ उन्हें महत्त्व देते हैं।

तर्क (R) : मीडिया सिर्फ इस पर ही प्रभाव डालता है कि लोग क्या सोचेंगे, परन्तु मुद्दों पर राय की दिशा को नहीं प्रभावित करता है।

(A) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं।
(B) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं परन्तु ***(R) (A)*** का सही स्पष्टीकरण नहीं है।
(C) ***(A)*** सत्य है परन्तु ***(R)*** असत्य हैं।
(D) ***(A)*** असत्य है परन्तु ***(R)*** सत्य हैं।

23. ***अभिकथन (A)*** : 'धार्मिक टी.वी. चैनलों की संख्या में बढ़ौतरी हुई है।

तर्क (R) : भारत में अधिकांश टी.वी. श्रौता गण धार्मिक कार्यक्रम देखना पसन्द करते हैं।

(A) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं।
(B) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं परन्तु ***(R) (A)*** का सही स्पष्टीकरण नहीं है।
(C) ***(A)*** सत्य है और ***(R)*** असत्य हैं।
(D) ***(A)*** असत्य है और ***(R)*** सत्य हैं।

24. ***अभिकथन (A)*** : संरचनावाद और लक्षण विज्ञान में, प्रकट अंत: वस्तु के बजाय अव्यक्त (या प्रच्छन्न) अंत: वस्तु पर ध्यान दिया जाता है।

तर्क (R) : संरचनावाद और लक्षण विज्ञान दोनों का मानना है कि अन्तर्वस्तु की समस्त इकाईयों को विश्लेषण के लिए समान रूप से लिया जाना चाहिए।

(A) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं।
(B) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं परन्तु ***(R) (A)*** का सही स्पष्टीकरण नहीं है।
(C) ***(A)*** सत्य है परन्तु ***(R)*** असत्य हैं।
(D) ***(A)*** असत्य है परन्तु ***(R)*** सत्य हैं।

25. *Assertion (A)* : Right to information Act (2005) was enacted in India to bring in transparency and accountability in governance.

Reason (R) : The US government has passed such an Act.

(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

26. *Assertion (A)* : Advertising messages tell us what the advertiser wants to say to the customers.

Reason (R) : The ad agency wants to convey the messages to its clients.

(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. *Assertion (A)* : Women view television serials/soaps more than men.

Reason (R) : Majority of women in India are housewives.

(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)* : Viewer fatigue resulted in change in the content of news programing.

Reason (R) : Proliferation of 24/7 news channels and increasing competition for advertising share has pushed the channels into sensationalising news.

(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) :** India is an information society.

Reason (*R*) : An information society is that in which the percentage contribution to GDP and the percentage of population working is services sector is greater.

(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

25. ***अभिकथन (A) :*** सूचना अधिकार अधिनियम (2005) भारत में शासन में पारदर्शिता और जवाबदेयता लाने के लिए बनाया गया।

तर्क (R) : यू एस सरकार ने ऐसा अधिनियम बनाया है।

(A) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं।

(B) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं परन्तु ***(R) (A)*** का सही स्पष्टीकरण नहीं है।

(C) ***(A)*** सत्य है परन्तु ***(R)*** असत्य हैं।

(D) ***(A)*** असत्य है परन्तु ***(R)*** सत्य हैं।

26. ***अभिकथन (A) :*** विज्ञापन संदेश हमें बताते हैं कि विज्ञापक ग्राहकों से क्या कहना चाहता है।

तर्क (R) : विज्ञापन एजेन्सी अपने मुवीक्कलों को संदेश सम्प्रेषित करना चाहती है।

(A) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं।

(B) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं परन्तु ***(R) (A)*** का सही स्पष्टीकरण नहीं है।

(C) ***(A)*** सत्य है परन्तु ***(R)*** असत्य हैं।

(D) ***(A)*** असत्य है परन्तु ***(R)*** सत्य हैं।

27. ***अभिकथन (A) :*** महिलाएं टेलीविज़न धारावाहिक/सोप आपेरा (निजी समस्याओं पर आधारित छोटी कथाएं) पुरुषों की तुलना में ज्यादा देखती हैं।

तर्क (R) : भारत में अधिकांश स्त्रियां गृहणियां हैं।

(A) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं।

(B) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं परन्तु ***(R) (A)*** का सही स्पष्टीकरण नहीं है।

(C) ***(A)*** सत्य है परन्तु ***(R)*** असत्य हैं।

(D) ***(A)*** असत्य है परन्तु ***(R)*** सत्य हैं।

28. ***अभिकथन (A) :*** प्रेक्षक (दर्शक) थकान का परिणाम समाचार क्रमादेशन (प्रोग्रामन) की अन्तर्वस्तु में बदलाव का हुआ।

तर्क (R) : 24/7 समाचार चैनलों का प्रचुरोद्भव और विज्ञापन में अपने हिस्से के लिए बढ़ती हुई प्रतिस्पर्धा ने चैनलों को समाचार को सनसनीखेज बनाने की ओर प्रेरित किया है।

(A) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं।

(B) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं परन्तु ***(R) (A)*** का सही स्पष्टीकरण नहीं है।

(C) ***(A)*** सत्य है परन्तु ***(R)*** असत्य हैं।

(D) ***(A)*** असत्य है परन्तु ***(R)*** सत्य हैं।

29. ***अभिकथन (A) :*** भारत सूचना समृद्ध समाज है।

तर्क (R) : सूचना समृद्ध समाज वो है जहां जी डी पी में योगदान का प्रतिशत और सेवा क्षेत्र में कार्यरत जनसंख्या का प्रतिशत अपेक्षाकृत ज्यादा है।

(A) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं।

(B) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं परन्तु ***(R) (A)*** का सही स्पष्टीकरण नहीं है।

(C) ***(A)*** सत्य है परन्तु ***(R)*** असत्य हैं।

(D) ***(A)*** असत्य है परन्तु ***(R)*** सत्य हैं।

30. **Assertion (A) :** There has been a steady growth in the circulation of vernacular newspapers in India.

Reason (*R*) : There has been great improvement in rail and road connectivity in India.

(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. Match ***List–I*** (*Authors*) with ***List II*** (*Concepts*) :

	List–I (***Authors***)		***List–II*** (***Concepts***)
(a)	Dallas Smythe	(i)	Postmodernism
(b)	J.H Altschull	(ii)	Medium is the message
(c)	F.Lyotard	(iii)	Cultural screen
(d)	M.Meluhan	(iv)	Media - the agents of power

Code :

	(a)	***(b)***	***(c)***	***(d)***
(A)	(i)	(ii)	(iii)	(iv)
(B)	(ii)	(iii)	(iv)	(i)
(C)	(iv)	(i)	(ii)	(iii)
(D)	(iii)	(iv)	(i)	(ii)

32. Match the ***List–I*** (*News Agencies*) with ***List–II*** (*Country of Origin*) :

	List–I (***News Agencies***)		***List–II*** (***Country***)
(a)	Renters	(i)	India
(b)	Associated press	(ii)	USA
(c)	Agence France press	(iii)	UK
(d)	Press trust of India	(iv)	France

Code :

	(a)	***(b)***	***(c)***	***(d)***
(A)	(iii)	(i)	(ii)	(iv)
(B)	(iv)	(i)	(iii)	(ii)
(C)	(iv)	(iii)	(i)	(ii)
(D)	(iv)	(ii)	(i)	(iii)

30. ***अभिकथन (A)*** : भारत में देशी भाषा के समाचार पत्रों के प्रचलन में नियमित वृद्धि हुई है।

तर्क (R) : भारत में रेल एवं सड़क संबंधन में अत्याधिक सुधार हुआ है।

(A) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं।

(B) ***(A)*** और ***(R)*** दोनों सत्य हैं परन्तु ***(R) (A)*** का सही स्पष्टीकरण नहीं है।

(C) ***(A)*** सत्य है परन्तु ***(R)*** असत्य हैं।

(D) ***(A)*** असत्य है परन्तु ***(R)*** सत्य हैं।

31. ***सूची-I*** (लेखक) को ***सूची-II*** (अवधारणाएं) के साथ सुमेलित कीजिए :

	सूची-I		***सूची-II***
(a)	डलास स्माइथ	(i)	उत्तर आधुनिकतावाद
(b)	जे.एच. अलशूल	(ii)	माध्यम ही संदेश है
(c)	एफ. ल्योतार्ड	(iii)	सांस्कृतिक स्क्रीन (छंटनी)
(d)	एम. मैकलुहान	(iv)	मीडिया-शक्ति के एजेन्ट

कोड :

	(a)	***(b)***	***(c)***	***(d)***
(A)	(i)	(ii)	(iii)	(iv)
(B)	(ii)	(iii)	(iv)	(i)
(C)	(iv)	(i)	(ii)	(iii)
(D)	(iii)	(iv)	(i)	(ii)

32. ***सूची-I*** (समाचार एजेंसी) को ***सूची-II*** (मूलदेश) के साथ सुमेलित कीजिए :

	सूची-I ***(समाचार एजेंसी)***		***सूची-II*** ***(देश)***
(a)	रायटर्स	(i)	भारत (इंडिया)
(b)	एसोसियेटेड प्रेस	(ii)	संयुक्त राष्ट्र अमेरिका (यू.एस.ए.)
(c)	एजेंसी फ्रांस प्रेस	(iii)	यूनाइटेड किंगडम (यू.के.)
(d)	प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया	(iv)	फ्रांस

कोड:

	(a)	***(b)***	***(c)***	***(d)***
(A)	(iii)	(i)	(ii)	(iv)
(B)	(iv)	(i)	(iii)	(ii)
(C)	(iv)	(iii)	(i)	(ii)
(D)	(iv)	(ii)	(i)	(iii)

33. Match the **List I** (Software) with **List II** (Application) :

	List - I **(Software)**		**List - II** **(Application)**
(a)	SPSS	(i)	Layout printed material
(b)	FCP	(ii)	Sound / Audio Production
(c)	Protool	(iii)	Audio / Video Production
(d)	PageMaker	(iv)	Statistical Analysis

Code :

	(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*
(A)	(ii)	(iv)	(i)	(iii)
(B)	(i)	(ii)	(iii)	(iv)
(C)	(iv)	(iii)	(ii)	(i)
(D)	(iii)	(i)	(iv)	(ii)

34. Match the ***List–I*** (*Directors*)with ***List–II*** (*Films)* :

	List–I		**List–II**
(a)	Alfred Hitchcock	(i)	36 Choweringhee lane
(b)	Dada Saheb phalke	(ii)	Bhumika
(c)	Aparna sen	(iii)	Birds
(d)	Shyam Benegal	(iv)	Raja Harish Chandra

Code :

	(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*
(A)	(ii)	(iii)	(iv)	(i)
(B)	(iii)	(iv)	(i)	(ii)
(C)	(i)	(ii)	(iii)	(iv)
(D)	(iv)	(i)	(ii)	(iii)

35. Match the ***List–I*** (*Concepts*)with ***List–II*** (*Propounders*) :

	List–I **(Concepts)**		**List–II** **(Propounders)**
(a)	Entropy	(i)	J.Habermas
(b)	Empathy	(ii)	E.M Rogers
(c)	Laggards	(iii)	D.Lerner
(d)	Public sphere	(iv)	Shannon and weaver

Code :

	(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*
(A)	(ii)	(iv)	(i)	(iii)
(B)	(iv)	(iii)	(ii)	(i)
(C)	(iii)	(i)	(iv)	(ii)
(D)	(i)	(ii)	(iii)	(iv)

33. ***सूची–I*** (सॉफ्टवेयर) को ***सूची–II*** (अनुप्रयोग) के साथ सुमेलित कीजिए :

सूची–I		***सूची–II***	
(a)	एस पी एस एस	(i)	मुद्रित सामग्री की सज्जा करना
(b)	एफ सी पी	(ii)	ध्वनि/श्रव्यता प्रस्तुति–निर्माण
(c)	प्रोटूल	(iii)	आडियो–वीडियो प्रस्तुति–निर्माण
(d)	पेजमेकर	(iv)	सांख्यिकीय विश्लेषण

कोड:

	(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*
(A)	(ii)	(iv)	(i)	(iii)
(B)	(i)	(ii)	(iii)	(iv)
(C)	(iv)	(iii)	(ii)	(i)
(D)	(iii)	(i)	(iv)	(ii)

34. ***सूची–I*** (निर्देशक) का ***सूची–II*** (फिल्में) के साथ मिलान कीजिए :

सूची–I		***सूची–II***	
(a)	अलफ्रेड हिचकॉक	(i)	36 चौरंगी लेन
(b)	दादा साहब फालके	(ii)	भूमिका
(c)	अपर्णा सेन	(iii)	बर्डस
(d)	श्याम बेनेगल	(iv)	राजा हरीश चन्द्र

कोड:

	(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*
(A)	(ii)	(iii)	(iv)	(i)
(B)	(iii)	(iv)	(i)	(ii)
(C)	(i)	(ii)	(iii)	(iv)
(D)	(iv)	(i)	(ii)	(iii)

35. ***सूची–I*** (अवधारणाएं) को ***सूची–II*** (प्रतिपादक) के साथ सुमेलित कीजिए :

सूची–I		***सूची–II***	
(a)	एंट्रोपी (उत्क्रम–माप)	(i)	जे. हैबरमास
(b)	एमपेथि (परानुभूति)	(ii)	इ.एम. रोजरस्
(c)	लैगार्ड (फिसड्डी)	(iii)	डी. लर्नर
(d)	सार्वजनिक क्षेत्र	(iv)	शैनन एण्ड वीवर

कोड :

	(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*
(A)	(ii)	(iv)	(i)	(iii)
(B)	(iv)	(iii)	(ii)	(i)
(C)	(iii)	(i)	(iv)	(ii)
(D)	(i)	(ii)	(iii)	(iv)

36. Match the ***List–I*** (*Concepts*)with ***List–II*** (*Examples / Explanations*) :

	List–I		List–II
	(Concepts)		***(Examples / Explanations)***
(a)	Category	(i)	Logo of 'Bata'
(b)	Segment	(ii)	Breakfast cereal
(c)	Added Value	(iii)	Sweetened Breakfast cered
(d)	Functional Value	(iv)	Painkiller 'SS'

Code :

	(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*
(A)	(ii)	(iv)	(i)	(iii)
(B)	(iv)	(ii)	(iii)	(i)
(C)	(iii)	(i)	(ii)	(iv)
(D)	(i)	(iii)	(iv)	(ii)

37. Match the ***List–I*** (*AIR Services*) with ***List–II*** (*Year of commencement*) :

	List–I		List–II
(a)	External services	(i)	1967
(b)	Vividh Bharati	(ii)	1936
(c)	News Services	(iii)	1957
(d)	Commercial Broadcasting	(iv)	1943

Code :

	(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*
(A)	(iii)	(ii)	(i)	(iv)
(B)	(iv)	(iii)	(ii)	(i)
(C)	(iv)	(ii)	(iii)	(i)
(D)	(ii)	(iv)	(i)	(iii)

38. The correct Sequence of the constituents of the four estates is :

(A) Common – Lords – Press – Clergy

(B) Lords – Clergy – Common – Press

(C) Clergy – Common – Press – Lords

(D) Press – Lords – Clergy – Common.

36. ***सूची-I*** (अवधारणा) को ***सूची-II*** (उदाहरणों/स्पष्टीकरण) के साथ सुमेलित कीजिए :

	सूची-I ***(अवधारणा)***		***सूची-II*** ***(उदाहरण/स्पष्टीकरण)***
(a)	श्रेणी	(i)	बाटा का नामशैली (लोगो)
(b)	खंड	(ii)	ब्रेकफास्ट सीरियल
(c)	वर्धितमूल्य	(iii)	स्वीटेन्ड ब्रेकफास्ट सीरियल
(d)	प्राकार्यात्मक मूल्य	(iv)	दर्दनिवारक 'SS' (पेनकिलर 'SS')

कोड़ :

	(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*
(A)	(ii)	(iv)	(i)	(iii)
(B)	(iv)	(ii)	(iii)	(i)
(C)	(iii)	(i)	(ii)	(iv)
(D)	(i)	(iii)	(iv)	(ii)

37. ***सूची-I*** (ऑल इंडिया रेडियो (ए.आई.आर) सेवा) को ***सूची-II*** (प्रारम्भ होनेवाला वर्ष) के साथ सुमेलित कीजिए :

	सूची-I		***सूची-II***
(a)	बाह्य-सेवाएँ	(i)	1967
(b)	विविध-भारती	(ii)	1936
(c)	समाचार-सेवा	(iii)	1957
(d)	व्यावसायिक-प्रसारण	(iv)	1943

कोड़ :

	(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*
(A)	(iii)	(ii)	(i)	(iv)
(B)	(iv)	(iii)	(ii)	(i)
(C)	(iv)	(ii)	(iii)	(i)
(D)	(ii)	(iv)	(i)	(iii)

38. चार-स्तम्भ के अवयवों का सही है :

(A) सामान्य (कॉमन)-अधिपति (लॉर्ड्स)-प्रेस-याजकवर्ग (क्लर्जी)

(B) लॉर्ड्स (अधिपति)-याजकवर्ग (क्लर्जी)-सामान्य (कॉमन)-प्रेस

(C) याजकवर्ग (क्लर्जी)-सामान्य (कॉमन)-प्रेस-अधिपति (लॉर्ड्स)

(D) प्रेस-अधिपति (लॉर्ड्स) याजकवर्ग (क्लर्जी)-सामान्य (कॉमन)

39. Find the logical chronology of a moving Visual :

(A) Sequence – Frame – Shot – Film

(B) Frame – Shot – Film – Sequence

(C) Frame – Film – Sequence – Shot

(D) Frame – Shot – Sequence – Film

40. Indentify the correct combination of probability sampling :

(A) Multistage Cluster – Random – Systematic Random – Stratified

(B) Random – Systematic – Multistage – Stratified

(C) Random – Systematic – Stratified – Multistage

(D) Systematic – Stratified – Random – Multistage-

41. Indentify the correct sequence of pages that is generally found in a daily newspaper :

(A) Page three – Edit – (Op-ed) – Sports

(B) Edit – (OP-ed) – Sports – Page three

(C) (OP-ed) – Edit – Page three – Sports

(D) Sports – Page three – Edit – (OP-ed)

42. The correct sequence of adopters of innovation is :

(A) Innovaters – Early Adopters – Laggards – Early Majority – Late Majority

(B) Laggards – Innovaters – Early Majority – Late Majority – Early Adopters

(C) Innovaters – Early Adopters – Early Majority Late Majority – Laggards.

(D) Early Adopters – Innovaters – Early Majority – Late Majority – Laggards.

43. Advertising strategy is a blend of :

(i) Marketing mix

(ii) Creative mix

(iii) Promotion mix

(iv) Population mix

(A) (i), (ii) Only

(B) (i), (iii), (iv) Only

(C) (ii), (iii), (iv) Only

(D) (i), (ii), (iii) Only

39. गतिमान दृश्य के तर्कसंगत-कालक्रम ज्ञात कीजिए :

(A) अनुक्रम-ढाँचा (फ्रेम)-शॉट-चलचित्र (फिल्म)

(B) ढाँचा-शॉट-चलचित्र-अनुक्रम

(C) ढाँचा-चलचित्र-अनुक्रम-शॉट

(D) ढाँचा-शॉट-अनुक्रम-चलचित्र

40. संभाव्यता-प्रतिचयन के सही संयोजन की पहचान करे।

(A) बहुचरणीय समूह-रैण्डम-सुव्यवस्थित रैण्डम-स्तरित।

(B) रैण्डम-सुव्यवस्थित-बहुचरणीय-स्तरित

(C) रैण्डम-सुव्यवस्थित-स्तरित-बहुचरणीय

(D) सुव्यवस्थित-स्तरित-रैण्डम-बहुचरणीय

41. दैनिक समाचारपत्र में सामान्यत: पाए जाने वाले पृष्ठों के सही अनुक्रम की पहचान कीजिए :

(A) पृष्ठ-तीन सम्पादकीय पृष्ठ-सम्मुख सम्पादकीय पृष्ठ (ओपी-एडीटो)-खेल

(B) सम्पादकीय पृष्ठ-सम्मुख सम्पादकीय पृष्ठ (अपो-एडीटो)-खेल-पृष्ठ-तीन

(C) सम्मुख सम्पादकीय पृष्ठ (अपो-एडीटो) सम्पादकीय पृष्ठ -पृष्ठ-तीन-खेल

(D) खेल-पृष्ठ-तीन-सम्पादकीय पृष्ठ-सम्मुख सम्पादकीय पृष्ठ (अपो-एडीटो)

42. नवीनीकरण के स्वीकारकर्ता या अंगीकार कर्ताओं का सही अनुक्रम क्या है :

(A) नवप्रवर्तक-प्रारम्भिक अंगीकारकर्त्ता-पश्चायित अंगीकारकर्त्ता-प्रारम्भिक बहुसंख्याक-विलम्बित बहुसंख्यक

(B) पश्चायित-नवप्रवर्तक-प्रारम्भिक बहुसंख्यक-विलम्बित बहुसंख्यक-प्रारम्भिक अंगीकारकर्त्ता

(C) नवप्रवर्तक-प्रारम्भिक अंगीकारकर्त्ता-प्रारम्भिक बहुसंख्यक-विलम्बित बहुसंख्यक-पश्चायित

(D) प्रारम्भिक अंगीकारकर्त्ता-नवप्रवर्तक-प्रारम्भिक बहुसंख्यक-विलम्बित बहुसंख्यक-पश्चायित।

43. विज्ञापन योजना मिश्रण है :

(i) विपणन मिश्र का

(ii) सृजनात्मक मिश्र का

(iii) प्रोत्साहन मिश्र का

(iv) जनसंख्या मिश्र का

(A) सिर्फ (i), (ii)

(B) सिर्फ (i), (iii), (iv)

(C) सिर्फ (ii), (iii), (iv)

(D) सिर्फ (i), (ii), (iii)

44. Which of the following is the correct sequence of the TV news personnel according to the role they play in news production ?

(A) Reporter, Output editor, Input editor,Producer

(B) Output editor,reporter,Input editor,Producer

(C) Input editor,reporter, Output editor,Producer

(D) Producer,reporter,Output editor,input editor

45. Indentify the correct sequence of the steps in a normal TV programme Production :

(A) Script – Looping/Dubbing – Editing – Digitization – Recording

(B) Script – Digitization – Recording – Editing – Looping/Dubbing

(C) Script – Recording – Digitization – Editing – Looping/Dubbing

(D) Recording – Script – Looping/Dubbing – Recording – Digitization

Read the passage below and answer the questions that follow based on your understanding of the passage.

Uses and gratifications research has shed a good deal of light on viewer motivations for watching TV,but the approach has not been particularly successful in predicting the actual amount of television use.Roe Vandebosch (1996) suggest that one reason for the inability to predict is that researchers sometimes overlook the obvious--such as the weather

Seasonal variations in TV viewing are well documented :People watch more in the winter and less in the summer.Roe and vandebosch,however,suggest that specific weather effects occur with each season. The researchers gathered detailed meteorological data in Belgium for a year including temperature, Precipitation amount,wind speed,cloud cover,barometric pressure, and hours of sunlight. They also collected television viewing statistics encompassing the percentage viewing and the daily average amount of time spent watching.

Their results showed strong correlations between all their weather-related measures,except for barometric pressure, and viewing with some correlations reaching as high as 7.5 Further more,there was consistency within each individual reason. People watch more TV when there were fewer hours of daylight,when the temperature was low,when wind speed was high,and when these was some precipitation.

The implication in this finding for broadcasters was clear. The single most important determiner of TV audience size was wholly beyond their control.

46. The main concern of the above paragraph is to :

(A) Establish the uses and Gratifications theory

(B) State what motivates the viewers

(C) Tell that the viewership cannot be predicted

(D) State that television viewing with data can establish television viewing amount / quantam.

44. समाचार–निर्माण में टी वी समाचार–कार्मिकों की भूमिका के क्रम के अनुसार निम्नलिखित में से सही अनुक्रम कौन सा है :

(A) रिपोर्टर, आऊटपुट सम्पादक, इनपुट सम्पादक, निर्माता

(B) आऊटपुट सम्पादक, रिपोर्टर, इनपुट सम्पादक, निर्माता

(C) इनपुट सम्पादक, रिपोर्टर, आऊटपुट सम्पादक, निर्माता

(D) निर्माता, रिपोर्टर, आऊटपुट सम्पादक, इनपुट सम्पादक,

45. सामान्य टीवी कार्यक्रम–निर्माण के चरणों के सही–अनुक्रम की पहचान कीजिए :

(A) स्क्रिप्ट– लूपिंग/डबिंग–संपादन–डिजीटाइजेशन–रिकॉर्डिंग

(B) स्क्रिप्ट–डिजीटाइजेशन–रिकॉर्डिंग–संपादन–लूपिंग/डबिंग

(C) स्क्रिप्ट–रिकॉर्डिंग–डिजीटाइजेशन–संपादन–लूपिंग/डबिंग

(D) रिकॉर्डिंग–स्क्रिप्ट–लूपिंग/डबिंग–रिकॉर्डिंग–डिजीटाइजेशन

नीचे दिया गया परिच्छेद पढ़िए और परिच्छेद की अपनी समझ के आधार पर नीचे दिए प्रश्नों का उत्तर दीजिए :

उपयोग एवं तुष्टि शोध ने टी.वी देखने के लिए दर्शक के प्रयोजनों पर काफी प्रकाश डाला है, परन्तु टेलीविज़न उपयोग की वास्तविक संख्या की भविष्यवाणी करने में विशेष रूप से सफलता नहीं प्राप्त की है। रो वाण्डेवाश (1996) ने बताया है कि भविष्यवाणी करने की अक्षमता का एक कारण यह है कि शोधकर्ता कभी–कभी प्रत्यक्ष या प्रकट–जैसे कि मौसम, को नजरअन्दाज कर देते हैं।

टी.वी. देखने में मौसमी बदलाव पर अच्छे प्रलेख तैयार किए गए हैं: लोग सर्दी के मौसम में ज्यादा और गर्मी के मौसम में कम देखते हैं, तथापि, रो एवं वाण्डेवाश ने बताया है कि प्रत्येक मौसम के विशिष्ट मौसमी प्रभाव होते हैं। बैलजियम में शोधकर्त्ताओं ने वर्ष भर के लिए मौसम विज्ञान विषयक विस्तृत आंकड़े एकत्रित किए हैं, जैसे कि, तापमान, वर्षा या बर्फ की मात्रा, वायु की गति, मेघ आवरण, वायुमापी दबाव और सूर्य प्रकाश के घण्टे। उन्होंने टी.वी. देखने का प्रतिशत समय और टी.वी. देखने पर प्रतिदिन लगाए औसत समय पर भी आंकडे एकत्रित किए हैं।

अनेक परिणामों ने समस्त मौसम सम्बन्धित मापों के बीच शक्तिशाली सहसम्बन्ध प्रदर्शित किया है सिवाय वायु मापी दबाव के, और कुछ सहसम्बन्धों में टी.वी. देखना 0.75 के स्तर तक भी पहुँचा है। इसके अतिरिक्त, प्रत्येक व्यक्तिगत कारण में संगतता पाई गई। लोग ज्यादा टी.वी. तब देखते हैं जब दिन की रोशनी अपेक्षाकृत कम घंटे के लिए उपलब्ध है, जब तापमान कम है, जब वायु गति अधिक है, और जब कुछ अवक्षेपण होता है। प्रसारण कर्त्ताओं के लिए, इस परिणाम में निहितार्थ स्पष्ट था। टी.वी. श्रोताओं का एकल सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण निर्धारक पूर्णत्या उनके नियन्त्रण से बाहर था।

46. उपर्युक्त परिच्छेद का मुख्य सरोकार है :

(A) उपयोग एवं तुष्टिकरण सिद्धान्त प्रतिपादित करना

(B) दर्शको को क्या प्रेरित करता है यह बताना

(C) यह बताना कि दर्शकों की संख्या की भविष्यवाणी नहीं की जा सकती है।

(D) बताना कि टेलीविज़न दर्शन से सम्बद्ध आंकड़े टेलीविज़न देखने की मात्रा निर्धारित कर सकते हैं

47. The above paragraph states that :

(A) The longer the day light available the longer a viewer watches television

(B) The shorter the daylight available the shorter a viewer watches television.

(C) The longer the day light available the shorter a viewer watches television.

(D) The television watching does not depend on the length of the day and night.

48. Which of the following is not a meteorological data ?

(A) Precipitation amount

(B) Cloud cover

(C) Wind speed

(D) The dust content

49. The correlation that was run was :

(A) Between Weather data and viewing habit.

(B) Between barometer pressure and wind speed

(C) Between temperature and type of Season

(D) Between daylight and darkness.

50. The main point of the research that was done by Roe and Vandelbosch firmly establishers :

(A) That Weather is the important variable to determine the viewership.

(B) Belgium as the center of weather research

(C) Correlation is a must in reserch

(D) TV audience size cannot be decided with one factor only

- o O o -

47. उपर्युक्त परिच्छेद बताता है कि :

(A) जितना लम्बे समय तक दिन का प्रकाश रहता है उतना ही लम्बे समय तक दर्शक टेलीविजन देखता है।

(B) जितना कम समय तक दिन का प्रकाश रहता है उतना ही कम समय तक दर्शक टेलीविज़न देखता है।

(C) जितना ही दिन का प्रकाश लम्बे समय तक उपलब्ध होता है उतना ही कम समय के लिए दर्शक टेलीविज़न देखता है।

(D) टेलीविज़न देखना दिन और रात की लम्बाई पर निर्भर नहीं करता है।

48. निम्नांकित में से मौसम विज्ञान विषयक आंकडा कौनसा नहीं है?

(A) अवक्षेपण की मात्रा (B) मेघ आवरण

(C) वायु की गति (D) धूल की मात्रा

49. सहसम्बन्ध किसके बीच था :

(A) मौसम सम्बन्धी आंकड़े और देखने की आदत के बीच

(B) मौसम मापी दबाव और वायु गति के बीच

(C) तापमान और मौसम के प्रकार के बीच

(D) दिन के प्रकाश और अन्धेरे के बीच

50. रो एवं वाण्डवाश द्वारा किए गए शोध की मुख्य बात दृढ़तापूर्वक स्थापित करती है :

(A) कि दर्शकों की संख्यां निर्धारित करने के लिए मौसम महत्वपूर्ण चर है।

(B) कि बैलजियम मौसम सम्बन्धी शोध का केन्द्र है।

(C) कि शोध में सहसम्बन्ध अति आवश्यक है।

(D) कि टी.वी श्रौताओं का आकार सिर्फ एक कारक से नहीं निश्चित किया जा सकता है।

- o O o -

Space For Rough Work