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)

D 6 3 1 5

PAPER - III
MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM

Time : 2½ hours] **[Maximum Marks : 150**

Number of Pages in this Booklet : **32** Number of Questions in this Booklet : **75**

Instructions for the Candidates

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

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश

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

MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM

PAPER - III

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

1. Media texts are considered as __________.

   (1) Confabulatory (2) Paradoxical (3) Stable (4) Unconfined

2. When most of us believe that other people are much more likely to be affected by media than ourselves, it is called __________.

   (1) First person effect (2) Second person effect

   (3) Third person effect (4) Impersonal effect

3. According to semiologists, myths, artworks and subcultures are considered as __________.

   (1) co-alitions (2) non-variables

   (3) languages (4) non-cultural forms

4. __________ says that media do not influence the audience in any meaningful manner.

   (1) Revivalism (2) New revivalism (3) Orientalism (4) New revisionism

5. The dominant code conveys the society's __________.

   (1) subsidiary readings (2) preferred readings

   (3) non - selective readings (4) incompatible readings

6. The Hawthorne Effect says that we do not always need __________ to communicate.

   (1) words (2) media

   (3) communicators (4) action

7. A system of ideas, assumptions and beliefs in communication is known as __________.

   (1) Genre (2) Ideology (3) Code (4) Convention

जनसंचार और पत्रकारिता

प्रश्नपत्र - III

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

1. मीडिया पाठ्यों को __________ समझा जाता है।

(1) वार्तालाप की प्रकृति का (2) विरोधाभासी

(3) स्थिर (4) असीमित

2. हम में से अधिकांश लोगों का ऐसा सोचना कि उनकी तुलना में दूसरे लोगों के मीडिया से प्रभावित होने की संभावना अधिक है, __________ कहलाता है।

(1) प्रथम पुरुष प्रभाव (2) द्वितीय पुरुष प्रभाव

(3) तृतीय पुरुष प्रभाव (4) अवैयक्तिक प्रभाव

3. संकेत विज्ञानियों के अनुसार मिथकों, कलाकृतियों और उप-संस्कृतियों को __________ के रूप में समझा जा सकता है।

(1) गठजोड़ (2) अपरिवर्त्ती

(3) भाषाओं (4) असांस्कृतिक स्वरूपों

4. __________ का कहना है कि मीडिया दर्शकों को किसी भी सार्थक तरीके से प्रभावित नहीं करता है।

(1) पुनरुद्धारवाद (2) नव-पुनरुद्धारवाद (3) पूर्ववाद (4) नव-समीक्षावाद

5. प्रधान कोड समाज के __________ को इंगित करता है।

(1) सहायक अध्ययन (2) पसंदीदा अध्ययन

(3) अचयनात्मक अध्ययन (4) असंगत अध्ययन

6. हॉथोर्न प्रभाव के अनुसार, संवाद के लिए हमें सदैव __________ की जरूरत नहीं पड़ती।

(1) शब्दों (2) मीडिया

(3) संचारक (4) क्रिया

7. संचार में विचारों, धारणाओं और विश्वासों की पद्धति __________ कहलाती है।

(1) विधा (2) विचारधारा (3) कोड (4) परिपाटी

8. The editor of DNA is __________.

(1) Aditya Sinha (2) Deepak Rathi (3) M.D. Poddar (4) C.P. Surendran

9. The English newspaper that decided to drop the publication of editorials in 2010 was __________.

(1) The Times of India (2) The Evening News

(3) DNA (4) The Hindu

10. Zee TV had content partnership with __________.

(1) NHK (2) Sahara (3) Media pro (4) Media Lab

11. The Bombay Times, the forerunner of The Times of India, was initially a __________.

(1) weekly (2) fortnightly (3) monthly (4) quarterly

12. The post - positivist theory recognises that human behaviour is not __________ like the elements of the physical world.

(1) transient (2) ambiguous (3) negative (4) constant

13. The cultural and creative media products are referred to as __________.

(1) virtual power (2) economic power

(3) horse power (4) soft power

14. Normative media theory explains how a media system should operate to realise __________.

(1) economic goals (2) political strategies

(3) ideal social values (4) legal frameworks

15. The goal of critical theory in communication is deemed to change the existing __________.

(1) administrators (2) realities

(3) societal priorities (4) exchange values

16. A television programme becomes a text when it activates __________.

(1) profit motivates (2) meanings (3) producers (4) channels

8. डी.एन.ए. के संपादक हैं __________

(1) आदित्य सिन्हा (2) दीपक राठी (3) एम.डी. पोद्दार (4) सी.पी. सुरेंद्रन

9. वह अंग्रेजी समाचार पत्र जिसने सन् 2010 में संपादकीय का प्रकाशन बंद करने का निर्णय लिया :

(1) द टाइम्स ऑफ इंडिया (2) द इवनिंग न्यूज
(3) डी.एन.ए. (4) द हिन्दू

10. जी.टी.वी. की अन्तर्वस्तु भागीदारी (कन्टेन्ट पार्टनरशिप) __________ के साथ थी।

(1) एन एच के (2) सहारा (3) मीडिया प्रो (4) मीडिया लैब

11. द बाम्बे टाइम्स, द टाइम्स ऑफ इंडिया का पूर्वगामी पत्र, शुरुआत में :

(1) साप्ताहिक था (2) पाक्षिक था (3) मासिक था (4) त्रैमासिक था

12. उत्तर सकारात्मकवाद सिद्धांत के अनुसार मानव स्वभाव भौतिक जगत के तत्त्वों की तरह __________ नहीं होता।

(1) क्षणभंगुर (2) अनेकार्थी (3) नकारात्मक (4) स्थिर

13. सांस्कृतिक और सृजनात्मक मीडिया उत्पादों को __________ कहा जाता है।

(1) आभासी शक्ति (2) आर्थिक शक्ति
(3) अश्व शक्ति (4) मृदु शक्ति

14. निर्देशात्मक मीडिया सिद्धांत ये बताता है कि किसी मीडिया तंत्र को __________ प्राप्त करने के लिए कार्य करना चाहिए।

(1) आर्थिक लक्ष्य (2) राजनैतिक रणनीति
(3) आदर्श सामाजिक मूल्य (4) कानूनी ढ़ाँचा

15. संचार के आलोचनात्मक सिद्धांत का लक्ष्य विद्यमान __________ को बदलना समझा जाता है।

(1) प्रशासकों (2) वास्तविकताओं
(3) सामाजिक प्राथमिकताओं (4) विनिमय मूल्यों

16. एक टेलिविज़न कार्यक्रम, पाठ्य (टैक्स्ट) बन जाता है जब वह __________ को सक्रिय करता है।

(1) लाभ अभिप्रेरण (2) अर्थों (3) निर्माताओं (4) चैनलों

17. The Human Development Index was created by :

(1) Mehbub-ul-Haq and Meghnad Desai.

(2) Mohammed Yunus and Amartya Sen.

(3) Amartya Sen and Mehbub-ul-Haq.

(4) Manmohan Singh and Keith Griffin.

18. The Diffusion of Innovation Theory recognises non-adopters of innovations as __________.

(1) majority (2) minority (3) late adopters (4) laggards

19. Identify the person who defined development communication for the first time in 1970s.

(1) Christina Ogan (2) Rosemary Righter

(3) Nora C. Quebral (4) William Hachten

20. Identify a major element of research design from the following :

(1) history (2) instrumentation (3) manipulation (4) maturity

21. Analytical studies aim at interpreting __________.

(1) history (2) relationships

(3) confounding variables (4) publicity programmes

22. Informal interviews with experienced persons in the area of research form the basis of __________.

(1) experience survey (2) literature survey

(3) non - descriptive survey (4) non - contributory survey

23. In research, abstract models are not applied to __________.

(1) non - causal relations (2) conceptual issues

(3) elements of reasoning (4) real problems

24. In social science research, the concept of Verstehen was promoted by __________.

(1) James Carey (2) James Curran (3) Max Weber (4) Leslie Fielden

25. The list of population elements from which the sample is drawn is called __________.

(1) population register (2) sample register

(3) sampling frame (4) population frame

17. मानव विकास सूचकांक के जनक है :

(1) महबूब-उल-हक और मेघनाद देसाई
(2) मोहम्मद युनुस और अमर्त्य सेन
(3) अमर्त्य सेन और महबूब-उल-हक
(4) मनमोहन सिंह और कीथ ग्रिफिन

18. 'नवोन्मेषन का विस्तार' सिद्धांत नवोन्मेषन को अस्वीकार करने वालों की पहचान __________ के रूप में करता है।

(1) बहुमत
(2) अल्पमत
(3) देर से ग्रहण करने वाला
(4) फिसड्डी

19. निम्नांकित में से किसने 1970 के दशक में पहली बार विकासात्मक संचार को परिभाषित किया ?

(1) क्रिस्टीना ओगन
(2) रोज़मेरी राइटर
(3) नोरा सी. क्वेब्रल
(4) विलियम हैचेन

20. निम्नांकित में से कौन शोध प्रारूप का एक प्रमुख अवयव है ?

(1) इतिहास
(2) यंत्र विन्यास
(3) कार्य साधन
(4) परिपक्वता

21. विश्लेषणात्मक अध्ययन का लक्ष्य __________ की व्याख्या करना होता है।

(1) इतिहास
(2) संबंधों
(3) विस्मयकारी परिवर्तियों
(4) प्रचार कार्यक्रमों

22. शोध के क्षेत्र में अनुभवी व्यक्तियों से अनौपचारिक साक्षात्कार __________ के मूलाधार होते हैं।

(1) अनुभव आधारित सर्वेक्षण
(2) साहित्यिक सर्वेक्षण
(3) अविवरणात्मक सर्वेक्षण
(4) गैर-अंशदायी सर्वेक्षण

23. अनुसंधान में अमूर्त प्रारूप __________ पर लागू नहीं किये जाते।

(1) कारण-विहीन संबंधों
(2) धारणात्मक मुद्धों
(3) तर्क संबंधी तत्वों
(4) वास्तविक समस्याओं

24. समाज विज्ञान अनुसंधान में वर्स्टहेन की संकल्पना को __________ ने बढ़ावा दिया।

(1) जेम्स केरी
(2) जेम्स करन
(3) मैक्स वेबर
(4) लेस्ली फिल्डन

25. जनसंख्या गणना की वह सूची जिससे नमूना इकठ्ठा किया जाता है, _________ कहलाती है।

(1) जनसंख्या रजिस्टर
(2) नमूना रजिस्टर
(3) प्रतिदर्श वृत्ति
(4) जनसंख्या वृत्ति

26. In media research, conclusions from induction are __________.

(1) illogical (2) tentative (3) eternal (4) non-operative

27. The constant comparative analysis is involved in __________ approach.

(1) the agenda - setting (2) personal effects

(3) positivist (4) grounded theory

28. The test normally used to find out the significance of mean difference among four independent variables is __________.

(1) Z - test (2) Chi - square test

(3) Partial correlation (4) Analysis of variance

29. The probability of rejecting the null hypothesis when it is true, is called __________.

(1) co-variation (2) assumption (3) power (4) chance value

30. The biggest television network of the world is __________.

(1) MTV (2) CNN International

(3) Discovery (4) BBC TV

31. Harold Innis published the work __________.

(1) Mass Communication Theory (2) Introduction to Mass Media

(3) Power Elite (4) The Bias of Communication

32. What is the standard ratio of inserts to script in a documentary ?

(1) 2 minutes of inserts for every minute of script.

(2) 3 minutes of inserts for every minute of script.

(3) 5 minutes of inserts for every minute of script.

(4) 4 minutes of inserts for every minute of script.

33. What is the ideal distance between the lips and the microphone to record good quality sound ?

(1) 03 inches (2) 04 inches (3) 05 inches (4) 06 inches

26. मीडिया शोध में प्रवर्तन से प्राप्त निष्कर्ष __________ होता है।

(1) अतार्किक (2) अनिश्चित (3) शाश्वत (4) निष्क्रिय

27. __________ दृष्टिकोण में सतत तुलनात्मक विश्लेषण समाहित होता है।

(1) एजेंडा निर्धारण
(2) व्यक्तिगत प्रभाव
(3) सकारात्मकवादी
(4) जमीनी सिद्धांत

28. चार स्वतंत्र परिवर्तियों के बीच मध्यमान अंतर के अर्थ का पता लगाने के लिए सामान्य रूप से किया जाने वाला परीक्षण है :

(1) जेड - परीक्षण
(2) काई-स्क्वेयर परीक्षण
(3) आंशिक सह-संबंध
(4) परिवर्त्तियों का विश्लेषण

29. शून्य संकल्पना (Null Hypothesis) के सही होने की स्थिति में उसे खारिज किये जाने की संभावना __________ कहलाती है।

(1) को-वैरियेशन (2) धारणा (3) सत्ता (4) संयोग मूल्य

30. __________ दुनिया का सबसे बड़ा टेलीविज़न नेटवर्क है।

(1) एम.टी.वी.
(2) सी.एन.एन. इंटरनेशनल
(3) डिस्कवरी
(4) बी.बी.सी. टी.वी.

31. हैरोल्ड इनिस की पुस्तक __________ है।

(1) मास कम्यूनिकेशन थेयरी
(2) इंट्रोडक्शन टू मास मीडिया
(3) पावर इलीट
(4) द बायस ऑफ कम्यूनिकेशन

32. किसी वृत्तचित्र में स्क्रिप्ट में निवेशन (Insert) का मानक अनुपात क्या है?

(1) प्रत्येक मिनट के स्क्रिप्ट में 2 मिनट का निवेशन।
(2) प्रत्येक मिनट के स्क्रिप्ट में 3 मिनट का निवेशन।
(3) प्रत्येक मिनट के स्क्रिप्ट में 5 मिनट का निवेशन।
(4) प्रत्येक मिनट के स्क्रिप्ट में 4 मिनट का निवेशन।

33. बेहतर गुणवत्ता वाली ध्वनि रेकार्ड करने के लिए होठों और माइक्रोफोन के बीच की आदर्श दूरी क्या है?

(1) 03 इंच (2) 04 इंच (3) 05 इंच (4) 06 इंच

34. Identify the person who said, "I don't want to live in a world where everything that I say, everything I do, everything I talk to, every expression of creativity or love or friendship is recorded."

(1) Julian Assange (2) Luke Harding
(3) Edward Snowden (4) Eric Schmidt

35. In the age of Television Journalism visual reporter is synonymous with :

(1) Camera person (2) Non - linear editor
(3) TV producer (4) Output editor

36. Advertising reflects the ideology of __________.

(1) consumers (2) regulators (3) publicists (4) market-place

37. The Starch test is applied only to __________ media ads.

(1) print (2) outdoor (3) broadcast (4) transit

38. A rational message with a strong argument calling for action is known as __________.

(1) market sell (2) hard sell (3) soft sell (4) clear sell

39. A document that outlines the message strategy decisions behind an individual advertisement is known as __________.

(1) creative concept (2) creative platform
(3) creative synopsis (4) creative document

40. A single frame of a commercial that summarises the core message is labelled as __________.

(1) gist (2) basic themes (3) canned copy (4) key frame

41. People and media organisations that move products from producers to consumers are called __________.

(1) sellers (2) conduits (3) suppliers (4) channels

42. An index that identifies the demand for a brand within a region is identified as __________.

(1) brand deposition index (2) brand demand index
(3) brand development index (4) brand disposition index

34. निम्नांकित कथन किसका है, ''मैं उस दुनिया में नहीं रहना चाहता जहाँ जो कुछ मैं कहता हूँ, जो कुछ मैं करता हूँ, जिस किसी से मैं बात करता हूँ, जहाँ हर रचनात्मक अभिव्यक्ति या प्यार या दोस्ती रेकार्ड की जाती है।''

(1) जूलियन असांजे
(2) ल्यूक हार्डिंग
(3) एडवर्ड स्नोडेन
(4) एरिक शिमट

35. टेलीविज़न पत्रकारिता के युग में विजुअल रिपोर्टर __________ के साथ समानार्थी हो चुका है।

(1) कैमरा पर्सन
(2) नॉन लिनियर एडीटर
(3) टीवी प्रोड्युसर
(4) आउटपुट एडीटर

36. विज्ञापन __________ की विचारधारा को प्रदर्शित करता है।

(1) उपभोक्ताओं
(2) विनियामकों
(3) प्रचारकों
(4) बाज़ार

37. स्टार्च टेस्ट सिर्फ __________ मीडिया विज्ञापनों में प्रयुक्त होता है।

(1) प्रिंट
(2) आउटडोर
(3) ब्रॉडकास्ट
(4) ट्रांजिट

38. ठोस तर्क के साथ एक तार्किक संदेश, जिसमें कार्यवाही की अपेक्षा की गई हो, __________ के रूप में जाना जाता है।

(1) मार्केट सेल
(2) हार्ड सेल
(3) सॉफ्ट सेल
(4) क्लियर सेल

39. किसी विज्ञापन विशेष के पीछे की संदेश रणनीति की व्याख्या करने वाला दस्तावेज __________ कहलाता है।

(1) रचनात्मक अवधारणा
(2) रचनात्मक मंच
(3) रचनात्मक सारांश
(4) रचनात्मक दस्तावेज

40. किसी विज्ञापन का एकल फ्रेम जिसमें मूल संदेश निहित होता है, __________ कहलाता है।

(1) सार
(2) मूल कथ्य
(3) कैन्ड कॉपी (Canned copy)
(4) मुख्य फ्रेम

41. उत्पादों को उत्पादक से ग्राहक तक पहुँचाने वाले व्यक्तियों और मीडिया संगठनों को __________कहा जाता है।

(1) वितरक
(2) संवाहक
(3) आपूर्तिकर्त्ता
(4) चैनल्स

42. किसी एक क्षेत्र के भीतर किसी ब्रांड की मांग का पता लगाने वाला सूचकांक __________ कहलाता है।

(1) ब्रांड निक्षेपण सूचकांक
(2) ब्रांड मांग सूचकांक
(3) ब्रांड विकास सूचकांक
(4) ब्रांड प्रबंध सूचकांक

43. An advertising scheduling pattern that has a period of intensified activity is popularly called __________.

(1) experimental schedule (2) flight
(3) intensive burst (4) focussed campaign

44. Mechanical reproduction in communication leads to __________.

(1) denotation (2) connotation (3) notation (4) selection

45. __________ has written the book, Newsman's English.

(1) Mitchel V. Charnley (2) Bruce Westley
(3) John Hohenberg (4) Harold Evans

46. Demy octavo is a size suitable for printing __________.

(1) newspapers (2) posters (3) books (4) tabloids

47. Image transfer onto the rubber blanket is done in __________ printing.

(1) rotary (2) offset (3) gravure (4) screen

48. Who developed the method of 'Reading Ease Score' as related to news agency copy ?

(1) Robert Gunning (2) Charles Brown
(3) C. D. Mac Dougall (4) Rudolf Flesch

49. The widely used writing technique for an interview copy is __________.

(1) descriptive (2) anecdotal (3) interrogative (4) metaphorical

50. Syndicates decides __________.

(1) Which news stories to publish or reject.
(2) Which subjects should be reported in media.
(3) Which news articles or features should be released to newspapers and other news organisations.
(4) Which copy of Press Information Bureau should reach news media and which should not.

43. गहन क्रियाकलाप अवधि वाली विज्ञापन कार्यक्रम प्रणाली का प्रचलित नाम __________ है।

(1) प्रयोगात्मक कार्यक्रम (2) उड़ान

(3) गहन विस्फोट (4) केन्द्रित अभियान

44. संचार में यांत्रिक पुनर्उत्पादन की परिणति __________ में होती है।

(1) मुख्यार्थ (2) संकेतार्थ (3) संकेत पद्धति (4) चयन

45. __________ 'न्यूजमैन्स इंग्लिश' पुस्तक के लेखक हैं।

(1) मिशेल वी. चार्नले (2) ब्रूस वैस्टले

(3) जॉन होहेनबर्ग (4) हैरोल्ड इवांस

46. डेमी ऑक्टेवो आकार __________ मुद्रण के लिए उपयुक्त है।

(1) अखबार (2) पोस्टर (3) किताब (4) पत्रिका

47. रबड़ ब्लैंकेट पर छाया अंतरण __________ मुद्रण में किया जाता है।

(1) चक्रीय (2) अनुचित्रित (3) नक्काशी (4) स्क्रीन

48. न्यूज एजेंसी कॉपी से संबंधित 'रीडिंग इज स्कोर' पद्धति किसने विकसित की ?

(1) राबर्ट गनिंग (2) चार्ल्स ब्राउन

(3) सी.डी. मैक डगल (4) रुडोल्फ फ्लेश

49. साक्षात्कार की किसी प्रति को लिखने की व्यापक रूप से अपनायी गयी तकनीक है __________।

(1) विवरणात्मक (2) उपाख्यानात्मक (3) प्रश्नार्थक (4) लाक्षणिक

50. सिंडिकेट्स यह तय करते हैं कि __________ ।

(1) किस समाचार का प्रकाशन/प्रसारण अथवा उसे अस्वीकार किया जाये।

(2) मीडिया में किन विषयों पर खबर की रिपोर्ट का प्रकाशन/प्रसारण किया जाये।

(3) किन आलेखों/फीचरों को समाचार पत्रों एवं अन्य समाचार संगठनों को भेजा किया जाये।

(4) प्रेस सूचना ब्यूरो की कौन-सी प्रति समाचार मीडिया तक पहुँचनी चाहिए और कौन-सी नहीं पहुँचनी चाहिये।

51. **Assertion (A) :** Electronic media have sidelined the traditional folk media and there is a fear of their disappearance from India.

Reason (R) : The visual element of electronic media has its 'opium effect' on the masses and it is but natural that traditional folk media will become a thing of the past.

Codes :

(1) Both **(A)** and **(R)** are true.

(2) Both **(A)** and **(R)** are true, but **(R)** is the correct explanation of **(A)**.

(3) **(A)** is true, but **(R)** is false.

(4) **(A)** is false, but **(R)** is true.

52. **Assertion (A) :** FM radio in India is an urban phenomenon.

Reason (R) : Lack of advertising revenue is one of the major reasons for the present flux in FM broadcasting in India.

Codes :

(1) Both **(A)** and **(R)** are true.

(2) Both **(A)** and **(R)** are true, but **(R)** is not the correct explanation of **(A)**.

(3) **(A)** is true, but **(R)** is false.

(4) **(A)** is false, but **(R)** is true.

53. **Assertion (A) :** The professional organisations of media have not done much to improve the standard of media education in India.

Reason (R) : The professional organisations of media do not have committed professionals to work for the cause of professionalisation of Indian media education.

Codes :

(1) Both **(A)** and **(R)** are true.

(2) Both **(A)** and **(R)** are true, but **(R)** is not the correct explanation of **(A)**.

(3) **(A)** is true, but **(R)** is false.

(4) **(A)** is false, but **(R)** is true.

51. **अभिकथन (A) :** इलेक्ट्रानिक मीडिया ने पारम्परिक लोक मीडिया की उपेक्षा की है और भारत में लोक मीडिया के लुप्त हो जाने का भय है।

कारण (R) : आम जनता पर इलेक्ट्रानिक मीडिया का 'नशे जैसा प्रभाव' (ओपियम इफेक्ट) है, और इसलिए यह स्वाभाविक है कि परंपरागत मीडिया लुप्त हो जाएगा।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

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

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

52. **अभिकथन (A) :** भारत में एफ एम रेडियो एक शहरी चीज़ है।

तर्क (R) : भारत में एफ एम प्रसारण में अनिश्चितता का एक प्रमुख कारण विज्ञापन संबंधी राजस्व का अभाव है।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

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

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

53. **अभिकथन (A) :** मीडिया के व्यावसायिक संगठनों ने भारत में मीडिया शिक्षा का स्तर सुधारने में कोई खास काम नहीं किया है।

कारण (R) : मीडिया के व्यावसायिक संगठनों के पास भारतीय मीडिया शिक्षा को व्यावसायिक रूप देने के लिये समर्पित मीडिया वृत्तिक नहीं हैं।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

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

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

54. **Assertion (A) :** The measurement of variables, both social and psychological, in media research, is a tough proposition.

Reason (R) : Because most properties and objects in social science disciplines are abstract.

Codes :

(1) Both **(A)** and **(R)** are true.

(2) Both **(A)** and **(R)** are true, but **(R)** is not the correct explanation of **(A)**.

(3) **(A)** is true, but **(R)** is false.

(4) **(A)** is false, but **(R)** is true.

55. **Assertion (A) :** Media distribution and consumption reflect a process of de-territorialisation.

Reason (R) : Spatial location is not a justifiable argument for the dominance of the US in the distribution of media products.

Codes :

(1) Both **(A)** and **(R)** are true.

(2) Both **(A)** and **(R)** are true, but **(R)** is not the correct explanation of **(A)**.

(3) **(A)** is true, but **(R)** is false.

(4) **(A)** is false, but **(R)** is true.

56. **Assertion (A) :** India's film factory has become a global player, both economically and culturally.

Reason (R) : The Indian film industry has adjusted its format to the global popular culture.

Codes :

(1) Both **(A)** and **(R)** are true.

(2) Both **(A)** and **(R)** are true, but **(R)** is not the correct explanation of **(A)**.

(3) **(A)** is true, but **(R)** is false.

(4) **(A)** is false, but **(R)** is true.

54. **अभिकथन (A) :** मीडिया अनुसंधान में सामाजिक तथा मनोवैज्ञानिक दोनों चरों का मापन एक कठिन विषय है।

कारण (R) : क्योंकि सामाजिक विज्ञान की विधाओं में अधिकांश गुण और उद्देश्य अस्पष्ट होते हैं।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

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

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

55. **अभिकथन (A) :** मीडिया का वितरण तथा उसकी उपभोग सीमांतगतता (डिटेरिटोरिएलाईजेशन) की प्रक्रिया परिलक्षित करता है।

कारण (R) : मीडिया उत्पाद के वितरण में अमरीकी प्रभुत्व के लिये अंतरिक्ष संबंधी स्थान का तर्क उचित नहीं है।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

(2) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं, परंतु **(R)**, **(A)** की सही व्याख्या नही है।

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

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

56. **अभिकथन (A) :** भारत की फिल्म निर्माण उद्योग आर्थिक तथा सांस्कृतिक दोनों दृष्टियों से वैश्विक स्तर पर आ चुका है।

कारण (R) : भारतीय फिल्म उद्योग ने अपने प्ररूप (फार्मेट) को विश्व की लोकप्रिय संस्कृति से समायोजित किया है।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

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

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

57. **Assertion (A) :** There is an urgent need for a law of privacy in India.

Reason (R) : As most media outlets, especially electronic, have opted for blatant sensationalism, the proposition needs a global consideration.

Codes :

(1) Both **(A)** and **(R)** are true.

(2) Both **(A)** and **(R)** are true, but **(R)** is not the correct explanation of **(A)**.

(3) **(A)** is true, but **(R)** is false.

(4) **(A)** is false, but **(R)** is true.

58. **Assertion (A) :** The Press Council of India has outlived its utility.

Reason (R) : The new technology has made ethical issues of the press even more complex.

Codes :

(1) Both **(A)** and **(R)** are true.

(2) Both **(A)** and **(R)** are true, but **(R)** is not the correct explanation of **(A)**.

(3) **(A)** is true, but **(R)** is false.

(4) **(A)** is false, but **(R)** is true.

59. **Assertion (A) :** The mass media and politics in India are intertwined.

Reason (R) : Indian masses are highly politically charged in their day-to-day affairs, and depend upon mass media for the purpose.

Codes :

(1) Both **(A)** and **(R)** are true.

(2) Both **(A)** and **(R)** are true, but **(R)** is not the correct explanation of **(A)**.

(3) **(A)** is true, but **(R)** is false.

(4) **(A)** is false, but **(R)** is true.

57. **अभिकथन (A) :** भारत में निजता के कानून की अत्यावश्यकता है।

कारण (R) : क्योंकि अधिकांश मीडिया माध्यमों (आउटलेटों), विशेषकर इलैक्ट्रानिक मीडिया ने किसी घटना को खुले तौर पर सनसनीखेज बनाने का विकल्प अख्तियार किया है, इस पर वैश्विक रूप से विचार किये जाने की जरूरत है।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

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

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

58. **अभिकथन (A) :** भारतीय प्रेस परिषद की उपयोगिता समाप्त हो चुकी है।

कारण (R) : नवीन प्रौद्योगिकी ने प्रेस के नैतिक मुद्धों को और ज्यादा जटिल बना दिया है।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

(3) **(A)** सही है, मगर **(R)** गलत।

(4) **(A)** गलत है, मगर **(R)** सही।

59. **अभिकथन (A) :** जनसंचार और राजनीति भारत में एक दूसरे से आबद्ध हैं।

कारण (R) : भारतीय जनता अपने दैनिक क्रियाकलापों में राजनैतिक रूप से बेहद जागरूक है और इस प्रयोजन के लिए वह जन संचार पर निर्भर करती है।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

(3) **(A)** सही है, मगर **(R)** गलत।

(4) **(A)** गलत है, मगर **(R)** सही।

60. **Assertion (A) :** If opinion polls are obscene, exit polls are vulgar, especifically in the Indian context.

Reason (R) : Indian media have their own limitations to conduct opinion and exit polls.

Codes :

(1) Both **(A)** and **(R)** are true.

(2) Both **(A)** and **(R)** are true, but **(R)** is not the correct explanation of **(A)**.

(3) **(A)** is true, but **(R)** is false.

(4) **(A)** is false, but **(R)** is true.

61. Write the **correct** chronological sequence of the following editors of The Indian Express :

(1) Frank Moraes, V.K. Narasimhan, Shekhar Gupta, Rajkamal Jha

(2) V.K. Narasimhan, Shekhar Gupta, Rajkamal Jha, Frank Moraes

(3) Shekhar Gupta, Rajkamal Jha, Frank Moraes, V.K. Narasimhan

(4) Rajkamal Jha, V.K. Narasimhan, Frank Moraes, Shekhar Gupta

62. Write the **correct** sequence of the following theories :

(1) Social learning theory, social identity theory, social representation theory, social cognitive theory

(2) Social cognitive theory, social learning theory, social identity theory, social representation theory

(3) Social representation theory, social cognitive theory, social learning theory, social identity theory

(4) Social identity theory, social representation theory, social cognitive theory, social learning theory

63. Write the **correct** chronological order of the following newspapers :

(1) Deccan Herald, Deccan Chronicle, DNA, Asian Age

(2) Deccan Chronicle, Deccan Herald, Asian Age, DNA

(3) DNA, Deccan Herald, Deccan Chronicle, Asian Age

(4) Asian Age, Deccan Chronicle, DNA, Deccan Herald

60. **अभिकथन (A) :** भारतीय परिप्रेक्ष्य में यदि जनमत सर्वेक्षण निर्लज्ज हैं तो एग्जिट पोल अश्लील।

कारण (R) : जनमत सर्वेक्षण और एग्जिट पोल करने के लिए भारतीय मीडिया की अपनी सीमायें हैं।

कूट :

(1) **(A)** और **(R)** दोनों सही हैं।

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

(3) **(A)** सही है, मगर **(R)** गलत।

(4) **(A)** गलत है, मगर **(R)** सही।

61. 'द इंडियन एक्सप्रेस' के निम्नलिखित सम्पादकों को उनके **सही** कालानुक्रमिक क्रम में लिखिये :

(1) फ्रैंक मोरेस, वी.के. नरसिंहन, शेखर गुप्ता, राजकमल झा

(2) वी.के. नरसिंहन, शेखर गुप्ता, राजकमल झा, फ्रैंक मोरेस

(3) शेखर गुप्ता, राजकमल झा, फ्रैंक मोरेस, वी.के. नरसिंहन

(4) राजकमल झा, वी.के. नरसिंहन, फ्रैंक मोरेस, शेखर गुप्ता

62. निम्नांकित सिद्धांतों का **सही** क्रम लिखें :

(1) सामाजिक अधिगम सिद्धांत, सामाजिक अस्मिता सिद्धांत, सामाजिक प्रतिनिधित्व सिद्धांत, सामाजिक संज्ञानात्मक सिद्धांत

(2) सामाजिक संज्ञानात्मक सिद्धांत, सामाजिक अधिगम सिद्धांत, सामाजिक अस्मिता सिद्धांत, सामाजिक प्रतिनिधित्व सिद्धांत

(3) सामाजिक प्रतिनिधित्व सिद्धांत, सामाजिक संज्ञानात्मक सिद्धांत, सामाजिक अधिगम सिद्धांत, सामाजिक अस्मिता सिद्धांत

(4) सामाजिक अस्मिता सिद्धांत, सामाजिक प्रतिनिधित्व सिद्धांत, सामाजिक संज्ञानात्मक सिद्धांत, सामाजिक अधिगम सिद्धांत

63. निम्नलिखित समाचार पत्रों को उनके **सही** कालानुक्रमिक क्रम में लिखिये :

(1) दक्कन हेराल्ड, दक्कन क्रोनिकल, डी.एन.ए., एशियन एज

(2) दक्कन क्रोनिकल, दक्कन हेराल्ड, एशियन एज, डी.एन.ए.

(3) डी.एन.ए., दक्कन हेराल्ड, दक्कन क्रोनिकल, एशियन एज

(4) एशियन एज, दक्कन क्रोनिकल, डी.एन.ए., दक्कन हेराल्ड

64. Identify the **correct** order of the following newspapers circulationwise, as per ABC (2014) figures :

(1) Dainik Bhaskar, Dainik Jagran, Hindustan, Malayala Manorama

(2) Malayala Manorama, Dainik Bhaskar, Dainik Jagran, Hindustan

(3) Dainik Jagran, Hindustan, Malayala Manorama, Dainik Bhaskar

(4) Hindustan, Malayala Manorama, Dainik Bhaskar, Dainik Jagran

65. Write the **correct** sequence of the following committees :

(1) Vidyalankar Committee, RR Diwakar Committee, Kuldip Nayyar Committee, Parthasarathi Committee

(2) Parthasarathi Committee, Vidyalankar Committee, RR Diwakar Committee, Kuldip Nayyar Committee

(3) Kuldip Nayyar Committee, Parthasarathi Committee, Vidyalankar Committee, RR Diwakar Committee

(4) RR Diwakar Committee, Kuldip Nayyar Committee, Parthasarathi Committee, Vidyalankar Committee

66. Match the following :

	List - I (Author)		List - II (Idea)
(a)	Roland Barthes	(i)	Negotiated code
(b)	Stuart Hall	(ii)	Communication test
(c)	John Fiske	(iii)	Radical system
(d)	F. Parkin	(iv)	Anchorage

Codes :

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

64. ए.बी.सी. (2014) के आंकड़ों के अनुसार, निम्नलिखित समाचार पत्रों को उनके परिचालन-वार (सर्क्यूलेशन-वाइज़) **सही** कालक्रमिक क्रम में लिखिये :

(1) दैनिक भाष्कर, दैनिक जागरण, हिन्दुस्तान, मलयाला मनोरमा

(2) मलयाला मनोरमा, दैनिक भाष्कर, दैनिक जागरण, हिन्दुस्तान

(3) दैनिक जागरण, हिन्दुस्तान, मलयाला मनोरमा, दैनिक भाष्कर

(4) हिन्दुस्तान, मलयाला मनोरमा, दैनिक भाष्कर, दैनिक जागरण

65. निम्नांकित समितियों को **सही** क्रम में लिखें :

(1) विद्यालंकार समिति, आर.आर. दिवाकर समिति, कुलदीप नैयर समिति, पार्थसारथी समिति

(2) पार्थसारथी समिति, विद्यालंकार समिति, आर.आर. दिवाकर समिति, कुलदीप नैयर समिति

(3) कुलदीप नैयर समिति, पार्थसारथी समिति, विद्यालंकार समिति, आर.आर. दिवाकर समिति

(4) आर.आर. दिवाकर समिति, कुलदीप नैयर समिति, पार्थसारथी समिति, विद्यालंकार समिति

66. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिये :

	सूची - I (लेखक)		**सूची - II** (विचार)
(a)	रोलांड बर्थ्स	(i)	बातचीत द्वारा तय संहिता (निगोशिएटेड कोड)
(b)	स्टुअर्ट हॉल	(ii)	संचार परीक्षण (कम्यूनिकेशन टेस्ट)
(c)	जॉन फिस्क	(iii)	अतिवादी प्रणाली (रैडिकल सिस्टम)
(d)	एफ पार्किन	(iv)	ऐंकरेज़

कूट :

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

67. Match the following :

	List - I		**List - II**
	(Author)		**(Concept)**
(a)	Guy Debord	(i)	Media as cultural industry
(b)	Theodor Adorno	(ii)	Ritual view of communication
(c)	James W. Carey	(iii)	Society of the spectacle
(d)	Umberto Eco	(iv)	Mediated hyper - reality

Codes :

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

68. Match the following :

	List - I		**List - II**
	(Media Channel)		**(Country/Area)**
(a)	M - Net	(i)	Venezuela
(b)	Televisora Del Sur	(ii)	China
(c)	CCTV - 9	(iii)	France
(d)	TV - 5	(iv)	South Africa

Codes :

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

67. निम्नांकित को सुमेलित करें :

	सूची - I (लेखक)		सूची - II (अवधारणा)
(a)	गॉय डिबोर्ड	(i)	सांस्कृतिक उद्योग के रूप में मीडिया
(b)	थियोडोर अडोर्नो	(ii)	संचार की रस्मी दृष्टि
(c)	जेम्स डब्ल्यू. केरी	(iii)	प्रदर्शक समाज
(d)	अम्बर्टो इको	(iv)	मध्यस्थ अतिवास्तविकता

कूट :

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

68. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिये :

	सूची - I (मीडिया चैनल)		सूची - II (देश/क्षेत्र)
(a)	एम नेट	(i)	वेनेज्युएला
(b)	टेलीवेसोरा डेल सुर (Televisora Del Sur)	(ii)	चीन
(c)	सी.सी.टी.वी. - 9	(iii)	फ्रांस
(d)	टी.वी. - 5	(iv)	दक्षिण अफ्रीका

कूट :

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

69. Match the following :

	List - I (Model)		List - II (Elements)
(a)	Jakobson's	(i)	E, E_1 and SE
(b)	Westley and Mac Lean's	(ii)	ABX triangle
(c)	Newcomb's	(iii)	ABXC
(d)	Gerbner's	(iv)	Constitutive factors

Codes :

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

70. Match the following :

	List - I (Types of Validity)		List - II (Characteristic)
(a)	Face validity	(i)	The measuring instrument is checked against some present criterion.
(b)	Predictive validity	(ii)	Involves relating a measuring instrument to a theoretical framework.
(c)	Concurrent validity	(iii)	A measuring instrument should measure what it should measure.
(d)	Construct validity	(iv)	Checking a measuring instrument against some future outcome.

Codes :

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

69. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिए :

	सूची - I		**सूची - II**
	(मॉडल)		**(तत्व)**
(a)	जैकोब्सन का	(i)	ई, $ई_1$ तथा एस.ई.
(b)	वेस्ले तथा मैक लीन का	(ii)	ए.बी.एक्स. ट्रायंगल (ABX triangle)
(c)	न्यूकॉम्ब का	(iii)	ए.बी.एक्स.सी.
(d)	गर्बनर का	(iv)	अवयवकारी कारक (कन्स्टीट्यूटिव फैक्टर्स) (Constitutive factors)

कूट :

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

70. निम्नलिखित को सुमेलित कीजिये :

	सूची - I		**सूची - II**
	(वैधता के प्रकार)		**(विशेषताएँ)**
(a)	अंकित वैधता (फेस वैलिडिटी)	(i)	कुछ उपस्थित मानदंड के प्रति मापन उपकरण की जाँच की जाती है।
(b)	भविष्यवाची वैधता (प्रीडेक्टिव वैलिडिटी)	(ii)	इसमें सैद्धान्तिक ढाँचे से मापन उपक्रम का संबंध शामिल है।
(c)	सहयोगी वैधता (कनकरंट वैलिडिटी)	(iii)	मापन उपकरण को वही मापन कार्य करना चाहिये जो इसे करना चाहिये।
(d)	रचना वैधता (कंस्ट्रक्ट वैलिडिटी)	(iv)	भावी परिणाम के प्रति मापन उपकरण की जाँच करना।

कूट :

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

Read the passage and answer questions from 71 to 75.

The use of oral and written communication techniques can be dated as far back as human existence and were used to communicate a variety of needs, wishes, commands, and information, including the types of risks humans were exposed to and as a means to warn of impending crises. However, the science, practice, and specific techniques that form what is currently known as risk and crisis communications have a much shorter history. Not much has been written to accurately date the earliest forms of risk and crisis communications, but many in the field would hesitate to go back any further than 25 or 30 years. Attributions often identify the introduction of the World Wide Web and other forms of digital communication as a turning point in the need to provide messages to audiences that help them understand the risks of their lives due to the sheer speed of Internet messages as well as the substantial increase in the volume and type of messages available to the general public. Much of what are considered contemporary risk and crisis communication activities have stemmed from environmental clean - up efforts that began in the United States with legislation in the 1980s. Vincent Covello and Richard Peters at The Center for Risk Communication in New York, along with David McCallum from Focus Group in Maryland, trace the terms "risk communications" and "crisis communications" and their widespread use back to William Ruckelshaus. The first administrator of the U.S. Environmental Protection Agency (EPA), a federal agency formed in 1970 by President Richard Nixon. Ruckelshaus's first term, which lasted until 1973, was noted for the development of the organizational structure of the EPA as well as its initial enforcement actions. But it was when Ruckelshaus returned to the EPA in 1983 that his mandates to inform and involve the public in decisions about environmental remediation and clean - up activities through the use of risk - based decision making set the stage for much of what is now common community involvement practice by the EPA and other governmental agencies. Subsequent major federal legislative efforts continued to require bureaucrats to involve the public in decision making. The 1986 Superfund Amendments and Reauthorization Act (SARA) added new requirements for such activity under the Superfund program and amended certain existing provisions to reinforce them. SARA also created a major public - private planning process for responding to emergency hazardous materials incidents under the Emergency Planning and Community Right to Know Act of 1986, also known as Title III. The planning process is organized and managed by State Emergency Response Committees (SERCs), whose members are appointed by the governor and who oversee the state's response to public and private hazardous materials emergencies, and by Local Emergency Planning Committees (LERCs), whose members are a broad-based representation from governmental agencies, local response organisations and community groups.

71. What are the attributions for the rise of risk communication ?

(1) Oral communication (2) Written communication

(3) World Wide Web (4) Human risks

72. How did "crisis communication" activities emerge recently ?

(1) Environmental clean-up efforts (2) New Environmental Act

(3) Social Sciences (4) Human Wishes

निम्नलिखित गद्यांश को पढ़कर प्रश्न 71 से 75 के उत्तर लिखिये :

मौखिक और लिखित संचार प्रणालियाँ मानव सभ्यता के प्रारम्भ से ही मौजूद रही हैं। इनका इस्तेमाल भिन्न प्रकार की आवश्यकताओं, इच्छाओं, आदेशों और सूचना की अभिव्यक्ति के लिए होता रहा है, इसके अलावा इन्हें विभिन्न प्रकार के खतरों से मनुष्य को आगाह करने के लिए भी प्रयोग में लाया जाता रहा है। बहरहाल, जिसे आज हम जोखिम और आपदा संबंधी संचार के रूप में जानते हैं, उसके विज्ञान, परंपरा और विशिष्ट तकनीकी का इतिहास अपेक्षाकृत नया है।

जोखिम और आपदा संबंधी संचार के उद्‌गम के विषय में कुछ ज्यादा नहीं लिखा गया है, लेकिन इस क्षेत्र के लोग शायद 25 या 30 वर्ष पहले की बात करते हैं। वर्ल्ड वाइड वेब और डिजिटल संचार के अन्य माध्यमों को प्राय: श्रोताओं को उनके जीवन के खतरों के बारे में संदेश देने की प्रक्रिया का अहम् मोड़ माना जाता है क्योंकि इंटरनेट के संदेशों की न सिर्फ गति काफी तेज होती है बल्कि सामान्य जन को प्राप्त होने वाले संदेशों में पर्याप्त प्रचुरता और विविधता भी होती है। समकालीन जोखिम और आपदा संबंधी संचार गतिविधियों में से अधिकांश का उद्‌गम अमेरिका में 1980 के दशक के कानूनों के अनुसरण में शुरू पर्यावरण स्वच्छता अभियान को समझा जाता है। 'द सेंटर फॉर रिस्क कम्यूनिकेशन न्यूयार्क' के विंसेंट कोवेलो और रिचर्ड पीटर्स तथा मेरीलैंड के फोकस ग्रुप के डेविड मैककेलम की राय में 'जोखिम संचार' और 'आपदा संचार' पद और उनका व्यापक इस्तेमाल विलियम रकेलशॉस ने करना शुरू किया, जो राष्ट्रपति रिचर्ड निक्सन द्वारा 1970 में स्थापित एक संघीय एजेंसी, अमेरिकी एनवारमेंटल प्रोटेक्शन एजेंसी (EPA) के पहले प्रशासक थे। रकेलशॉस का पहला कार्यकाल, जो 1973 तक चला, ईपीए के संगठनात्मक ढ़ाँचे के विकास और आरंभिक प्रवर्तन संबंधी क्रियाकलापों के कारण उल्लेखनीय था। लेकिन 1983 में इपीए में रकेलशॉस के पुनर्आगमन के साथ जब उन्होंने जोखिम-आधारित निर्णय प्रक्रिया के उपयोग के माध्यम से पर्यावरण उपचार और स्वच्छता संबंधी अभियानों में जनता को शामिल और सूचित करना शुरू किया तो उसी से ईपीए और अन्य सरकारी एजेंसियों द्वारा प्रयुक्त वर्तमान समुदाय समावेशन की परंपरा का सूत्रपात हुआ। तत्पश्चात, प्रमुख संघीय कानूनों में नौकरशाहों द्वारा निर्णय प्रक्रिया में जनता को शामिल करना अपेक्षित बना रहा। 1986 में सुपरफंड अमेंडमेंट्स एंड रिऑथोराइजेशन एक्ट (एस.ए.आर.ए) के जरिये सुपरफंड कार्यक्रम के तहत नई अपेक्षाओं को जोड़ा गया और उन्हें बल देने के लिए कुछ विद्यमान प्रावधानों में संशोधन किया गया। एस.ए.आर.ए. (सारा) ने एमरजेंसी प्लानिंग एंड कम्यूनिटी राइट टू नो एक्ट, 1986, जिसे टाइटल III के रूप में भी जाना जाता है, के तहत आपातकालीन खतरों से निपटने के लिए एक महत्वपूर्ण सार्वजनिक-निजी नियोजन प्रणाली की स्थापना की। नियोजन प्रणाली का प्रबंधन स्टेट एमरजेंसी रेस्पांस कमेटीज (एस इ आर सीज), जिसके सदस्य गवर्नर द्वारा नियुक्त किये जाते हैं और जो सार्वजनिक और निजी आपातकालीन खतरों के प्रति राज्य की प्रतिक्रिया की निगरानी करते हैं, और लोकल एमरजेंसी प्लानिंग कमेटीज (एल.इ.आर.सीज.), जिसके सदस्य सरकारी एजेंसियों, स्थानीय प्रतिक्रियात्मक संगठनों और सामुदायिक समूहों से चुने जाते है, मिलकर करते हैं।

71. 'जोखिम संचार' के विकास के क्या कारक हैं?

(1) मौखिक संचार
(2) लिखित संचार
(3) वर्ल्ड वाइड वेब
(4) मानव जोखिम

72. हाल ही में ''आपदा संचार'' गतिविधियाँ किस प्रकार विकसित हुई?

(1) पर्यावरण स्वच्छता अभियान द्वारा
(2) नये पर्यावरण संबंधी कानून द्वारा
(3) समाज विज्ञान द्वारा
(4) मानवीय इच्छाओं द्वारा

73. Who widely used the term 'risk communications' ?

(1) Vincent Covello (2) Richard Peters

(3) David McCallum (4) William Ruckelshaus

74. What is SARA's contribution ?

(1) Public - Private Planning Process (2) Environmental risk

(3) EPA (4) Legislative efforts

75. What is the achievement of EPA ?

(1) Risk taking (2) Research

(3) Community involvement (4) Right to Know Act

- o 0 o -

73. किसने 'जोखिम संचार' पद का व्यापक इस्तेमाल किया ?

(1) विंसेंट कोवेलो (2) रिचर्ड पीटर्स

(3) डेविड मैककलम (4) विलियम रकेलशॉस

74. एस.ए.आर.ए. (सारा) का योगदान क्या है ?

(1) सार्वजनिक-निजी नियोजन प्रणाली (2) पर्यावरण संबंधी जोखिम

(3) ई.पी.ए. (4) कानूनी प्रयास

75. ई.पी.ए. की क्या उपलब्धि है ?

(1) जोखिम उठाना (2) अनुसंधान

(3) सामुदायिक समावेशन (4) राइट टू नो एक्ट

- o 0 o -

Space For Rough Work