

Signature and Name of Invigilator

Roll No.

--	--	--	--	--	--	--	--

(In figures as per admission card)

1. (Signature) _____
(Name) _____

Roll No. _____
(In words)

2. (Signature) _____
(Name) _____

Test Booklet No.

D-6308

PAPER – III
MASS COMMUNICATION
AND JOURNALISM

Time : 2½ hours]

[Maximum Marks : 200

Number of Pages in this Booklet : 32

Number of Questions in this Booklet : 26

Instructions for the Candidates

1. Write your roll number in the space provided on the top of this page.
2. Answers to short answer/essay type questions are to be given in the space provided below each question or after the questions in the Test Booklet itself.

No Additional Sheets are to be used.

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 Test 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.

4. Read instructions given inside carefully.
5. One page is attached for Rough Work at the end of the booklet before the Evaluation Sheet.
6. If you write your name or put any mark on any part of the Answer Sheet, except for the space allotted for the relevant entries, which may disclose your identity, you will render yourself liable to disqualification.
7. You have to return the Test booklet to the invigilators at the end of the examination compulsorily and must not carry it with you outside the Examination Hall.
8. Use only Blue/Black Ball point pen.
9. Use of any calculator or log table etc. is prohibited.
10. There is NO negative marking.

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश

1. पहले पृष्ठ के ऊपर नियत स्थान पर अपना रोल नम्बर लिखिए।
2. लघु प्रश्न तथा निबंध प्रकार के प्रश्नों के उत्तर, प्रत्येक प्रश्न के नीचे या प्रश्नों के बाद में दिये हुये रिक्त स्थान पर ही लिखिये।

इसके लिए कोई अतिरिक्त कागज का उपयोग नहीं करना है।

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 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।

4. अन्दर दिये गये निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ें।
5. उत्तर-पुस्तिका के अन्त में कच्चा काम (Rough Work) करने के लिए मूल्यांकन शीट से पहले एक पृष्ठ दिया हुआ है।
6. 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।
7. आपको परीक्षा समाप्त होने पर उत्तर-पुस्तिका निरीक्षक महोदय को लौटाना आवश्यक है और इसे परीक्षा समाप्ति के बाद अपने साथ परीक्षा भवन से बाहर न लेकर जायें।
8. केवल नीले / काले बाल प्वाइंट पेन का ही इस्तेमाल करें।
9. किसी भी प्रकार का संगणक (कैलकुलेटर) या लाग टेबल आदि का प्रयोग वर्जित है।
10. गलत उत्तर के लिए अंक नहीं काटे जायेंगे।

MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM

जनसंचार एवं पत्रकारिता

PAPER – III

प्रश्न-पत्र – III

NOTE: This paper is of two hundred (200) marks containing four (4) sections. Candidates are required to attempt the questions contained in these sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्नपत्र दो सौ (200) अंकों का है एवं इसमें चार (4) खंड है। अभ्यर्थियों को इन में समाहित प्रश्नों का उत्तर अलग दिये गये विस्तृत निर्देशों के अनुसार देना है।

SECTION - I

खण्ड – I

Note : This section contains five (5) questions based on the following paragraph. Each question should be answered in about thirty (30) words and each carries five (5) marks.

(5x5=25 marks)

नोट : इस खंड में निम्नलिखित अनुच्छेद पर आधारित पाँच (5) प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग तीस (30) शब्दों में अपेक्षित है। प्रत्येक प्रश्न पाँच (5) अंकों का है।

(5x5=25 अंक)

Advertising is more than just a means of disseminating product information. It is a primary communication tool of our economic system. Advertising is also used to promote charitable causes, political ideas and social and economic development. It is an inseparable element of our social, cultural and business environment that play a diverse role as a tool of persuasive communication. It mirrors this environment as well as bring about subtle changes in the mores and behaviour of the public who use it.

Today, advertisers are closely examined not only by the audiences they intended to reach, but by society in general. Advertisers must reach a targeted group of prospective buyers with a relevant, interesting message that will move them towards a purchase decision. At the same time, advertisers realize that they are operating in a sensitive environment where every misstep is scrutinized by a variety of legal, regulatory and public policy groups. Each of these groups has different standards and expectations for advertising. To meet these diverse and often contradictory standards is a major challenge of contemporary advertising. One of the important things that advertising does is to give consumers high – quality products. It is a fact that product differentiation as reflected in brands make it possible for the consumer to identify the manufacturer. Thus, it becomes vital to establish and to maintain high standards of quality which buyer then associate with the brand. Advertising is a necessary ingredient in the complex economic system that allows consumers the wide array of choice and availability of products. Without advertising, business would not be able to bring new products to the attention of enough consumers. Without advertising it will not be enough to meet the enormous cost of creating, developing, manufacturing and distributing the products. In addition to developing new markets, advertising is also instrumental in revitalizing old markets and maintaining and defending markets for established brands. Advertising has both intended and unintended results. Obviously most advertising contributes to the profitable sale of the products. Advertisements do more than inform or persuade. They eloquently translate feelings and opinions. Through advertising and media we receive an enormous amount of silent information : how to act in relation to people and ourselves. It is the awareness of advertising's role in social change that result in various groups examining ads and commercials to make sure they are portrayed in a favourable and realistic manner. In addition to their role as a social barometer, advertising revenue support a diverse and independent media system protected from government and special interest control.

विज्ञापन वस्तुओं के बारे में सूचना-सम्प्रेषण से कहीं अधिक है। यह हमारी अर्थव्यवस्था का प्राथमिक संचार साधन है। सहायतार्थ कार्यों, राजनीतिक विचारों व सामाजिक और आर्थिक विकास में विज्ञापनों का उपयोग किया जाता है। यह हमारे उस सामाजिक, सांस्कृतिक तथा व्यावसायिक परिवेश का अविभाज्य अंग है जो कि प्रेरणात्मक संचार साधन में बहुमुखी भूमिका निभाता है। यह इस परिवेश का प्रतिबिम्ब प्रस्तुत करता है और साथ ही जो जनता उसका उपयोग करती है उसके व्यवहार और रीतियों में बारीक परिवर्तन करता है।

आज विज्ञापन दाताओं को न केवल उनके उपभोक्ताओं द्वारा बारीकी से जांचा और परखा जाता है, बल्कि सामान्यतः पूरे समाज द्वारा भी ऐसा किया जाता है। विज्ञापन दाताओं को अपने सम्भावित खरीददारों के लक्षित वर्ग के

SECTION - III

खण्ड – III

Note : This section contains five (5) questions of twelve (12) marks each. Each question is to be answered in about two hundred (200) words.

(12x5=60 marks)

नोट : इस खंड में बारह (12) अंकों के पाँच (5) प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग दो सौ (200) शब्दों में अपेक्षित है।

(12x5=60 अंक)

21. Describe the process and advantages of participatory research.
सहभागी शोध का प्रक्रिया व श्रेष्ठताओं की चर्चा करें।
22. Give a critical review of the current media education in India.
भारत में वर्तमान मीडिया शिक्षा की समीक्षा करें।
23. Highlight the main features of the proposed Content Regulation Bill.
विषयवस्तु नियंत्रण प्रस्ताव के मुख्य बिन्दुओं पर प्रकाश डालें।
24. Indian media is becoming global. Explain how it is happening ?
भारतीय मीडिया विश्वव्यापी हो रहा है। बताएं, यह कैसे हो रहा है।
25. Present public relations as a function of management.
जनसम्पर्क की प्रबन्धन के कार्य के रूप में प्रस्तुत करें।

SECTION - IV

खण्ड – IV

Note : This section consists of one essay type question of forty (40) marks to be answered in about one thousand (1000) words on any of the following topics.
(40x1=40 marks)

नोट : इस खंड में एक चालीस (40) अंकों का निबन्धात्मक प्रश्न है जिसका उत्तर निम्नलिखित विषयों में से केवल एक पर, लगभग एक हजार (1000) शब्दों में अपेक्षित है।
(40x1=40 अंक)

26. How has liberalisation and globalisation impacted the form and style of journalism in India ? Explain with examples.

उदारीकरण व वैश्वीकरण का भारतीय पत्रकारिता के रूप व शैली पर क्या प्रभाव हुआ है? उदाहरणों के साथ व्याख्या करें।

OR / अथवा

Critically examine the relevance and reliability of readership studies and television rating points in Indian context.

‘रीडरशिप अध्ययन’ व ‘टेलीविजन रेटिंग प्वाइन्ट्स’ की प्रासंगिकता व विश्वसनीयता की समीक्षा भारतीय संदर्भ में करें।

OR / अथवा

The new media technology has set new trends of interactive and participative electronic media. Explain this process with examples.

नूतन मीडिया प्रौद्योगिकी ने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में पारस्परिक व सहभागिता की प्रवृत्तियों का प्रारम्भ किया है। इस प्रक्रिया की व्याख्या उदाहरणों सहित करें।

FOR OFFICE USE ONLY							
Marks Obtained							
Question Number	Marks Obtained	Question Number	Marks Obtained	Question Number	Marks Obtained	Question Number	Marks Obtained
1		26		51		76	
2		27		52		77	
3		28		53		78	
4		29		54		79	
5		30		55		80	
6		31		56		81	
7		32		57		82	
8		33		58		83	
9		34		59		84	
10		35		60		85	
11		36		61		86	
12		37		62		87	
13		38		63		88	
14		39		64		89	
15		40		65		90	
16		41		66		91	
17		42		67		92	
18		43		68		93	
19		44		69		94	
20		45		70		95	
21		46		71		96	
22		47		72		97	
23		48		73		98	
24		49		74		99	
25		50		75		100	

Total Marks Obtained (in words)

(in figures)

Signature & Name of the Coordinator

(Evaluation) Date