

PAPER-III
MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM

Signature and Name of Invigilator

1. (Signature) _____
(Name) _____
2. (Signature) _____
(Name) _____

Roll No.

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

(In figures as per admission card)

Roll No. _____
(In words)

D 6 3 1 1

Time : 2 1/2 hours]

[Maximum Marks : 200

Number of Pages in this Booklet : 32

Number of Questions in this Booklet : 19

Instructions for the Candidates

- Write your roll number in the space provided on the top of this page.
- Answer 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.
- At the commencement of examination, the question booklet will be given to you. In the first 5 minutes, you are requested to open the booklet and compulsorily examine it as below :
 - To have access to the Question Booklet, tear off the paper seal on the edge of this cover page. Do not accept a booklet without sticker-seal and do not accept an open booklet.
 - Tally the number of pages and number of questions in the booklet with the information printed on the cover page. Faulty booklets due to pages/questions missing or duplicate or not in serial order or any other discrepancy should be got replaced immediately by a correct booklet from the invigilator within the period of 5 minutes. Afterwards, neither the Question Booklet will be replaced nor any extra time will be given.**
- Read instructions given inside carefully.
- One page is attached for Rough Work at the end of the booklet before the Evaluation Sheet.
- If you write your Name, Roll Number, Phone Number 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, or use abusive language or employ any other unfair means, you will render yourself liable to disqualification.
- 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.
- Use only Blue/Black Ball point pen.
- Use of any calculator or log table etc., is prohibited.

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश

- पहले पृष्ठ के ऊपर नियत स्थान पर अपना रोल नम्बर लिखिए ।
- लघु प्रश्न तथा निबंध प्रकार के प्रश्नों के उत्तर, प्रत्येक प्रश्न के नीचे या प्रश्नों के बाद में दिये हुए रिक्त स्थान पर ही लिखिये ।
इसके लिए कोई अतिरिक्त कागज का उपयोग नहीं करना है ।
- परीक्षा प्रारम्भ होने पर, प्रश्न-पुस्तिका आपको दे दी जायेगी । पहले पाँच मिनट आपको प्रश्न-पुस्तिका खोलने तथा उसकी निम्नलिखित जाँच के लिए दिये जायेंगे, जिसकी जाँच आपको अवश्य करनी है :
 - प्रश्न-पुस्तिका खोलने के लिए उसके कवर पेज पर लगी कागज की सील को फाड़ लें । खुली हुई या बिना स्टीकर-सील की पुस्तिका स्वीकार न करें ।
 - कवर पृष्ठ पर छपे निर्देशानुसार प्रश्न-पुस्तिका के पृष्ठ तथा प्रश्नों की संख्या को अच्छी तरह चेक कर लें कि वे 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 ।**
- अन्दर दिये गये निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ें ।
- उत्तर-पुस्तिका के अन्त में कच्चा काम (Rough Work) करने के लिए मूल्यांकन शीट से पहले एक पृष्ठ दिया हुआ है ।
- यदि आप उत्तर-पुस्तिका पर नियत स्थान के अलावा अपना नाम, रोल नम्बर, फोन नम्बर या कोई भी ऐसा चिह्न जिससे आपकी पहचान हो सके, अंकित करते हैं अथवा अभद्र भाषा का प्रयोग करते हैं, या कोई अन्य अनुचित साधन का प्रयोग करते हैं, तो परीक्षा के लिये अयोग्य घोषित किये जा सकते हैं ।
- आपको परीक्षा समाप्त होने पर उत्तर-पुस्तिका निरीक्षक महोदय को लौटाना आवश्यक है और इसे परीक्षा समाप्ति के बाद अपने साथ परीक्षा भवन से बाहर न लेकर जायें ।
- केवल नीले/काले बाल प्वाइंट पेन का ही इस्तेमाल करें ।
- किसी भी प्रकार का संगणक (केलकुलेटर) या लॉग टेबल आदि का प्रयोग वर्जित है ।

MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM

जनसंचार एवं पत्रकारिता

PAPER – III

प्रश्नपत्र – 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)** खण्ड हैं । अभ्यर्थी इनमें समाहित प्रश्नों के उत्तर अलग दिये गये विस्तृत निर्देशों के अनुसार दें ।

SECTION – I

खण्ड – I

Note : This section consists **two** essay type questions of **twenty (20)** marks each, to be answered in about **five hundred (500)** words each. **(2 × 20 = 40 Marks)**

नोट : इस खण्ड में **बीस-बीस** अंकों के दो निबन्धात्मक प्रश्न हैं । प्रत्येक का उत्तर लगभग **पाँच सौ (500)** शब्दों में अपेक्षित है । **(2 × 20 = 40 अंक)**

1. Describe the basic characteristics of Action Research. What are its drawbacks ?
क्रियानिष्ठ शोध (ऐक्शन रिसर्च) के आधारभूत अभिलक्षणों का वर्णन कीजिए । इसमें कौन सी कमियाँ हैं ?

OR / अथवा

Differentiate between 'Cultivation Theory' and 'Uses and Gratification Theory'. Can these two theories hold true in case of social media ? If yes, how ? If no, why not ?
संवर्धन सिद्धांत (कल्टीवेशन थियरी) तथा उपयोग एवं परितुष्टि सिद्धांत (यूज एण्ड ग्रेटिफिकेशन थियरी) के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए । क्या सामाजिक संचार माध्यमों के मामले में ये दो सिद्धांत सही सिद्ध होते हैं ? यदि हाँ तो कैसे ? यदि नहीं तो क्यों नहीं ?

2. “TV has an appetizer effect – the more one watches TV, the more one starts to read newspapers.” Do you agree or disagree. Give arguments.
“टेलीविजन का रुचिवर्धक प्रभाव है – जो जितना अधिक टेलीविजन देखेगा वह उतना ही अधिक समाचारपत्रों को पढ़ने लगेगा ।” आप इस कथन से सहमत हैं या असहमत हैं ? अपने उत्तर की पुष्टि में तर्क प्रस्तुत कीजिए ।

OR / अथवा

‘Sting operations raise ethical issues with regard to the invasion of privacy of individuals, but for the sake of transparency and authenticity in reporting, it is a valuable tool.’ Comment.

‘स्टिंग ऑपरेशन्स से वैयक्तिक गोपनीयता के अतिक्रमण संबंधी मुद्दे उठते हैं, परन्तु समाचार लेखन (रिपोर्टिंग) में पारदर्शिता तथा प्रामाणिकता लाने के लिए यह एक मूल्यवान हथियार है ।’ – टिप्पणी कीजिए ।

SECTION – II

खण्ड – II

Note : This section contains **three (3)** questions of **fifteen (15)** marks each, to be answered in about **three hundred (300)** words. **(3 × 15 = 45 Marks)**

नोट : इस खण्ड में **पन्द्रह-पन्द्रह** अंकों के **तीन (3)** प्रश्न हैं । प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग **तीन सौ (300)** शब्दों में अपेक्षित है । **(3 × 15 = 45 अंक)**

3. Explain with an example the term ‘Hegemony’ as used by Antonio Gramsci. Does this term explain the popularity of Bollywood films among the people in the non-Hindi speaking areas in India ? Explain.
ऐंटोनियो ग्रामची ने ‘हीगेमोनी’ पद का प्रयोग जिस अर्थ में किया था उसकी व्याख्या एक उदाहरण देते हुए कीजिए । क्या यह पद भारत के अहिन्दी भाषी क्षेत्रों के लोगों के बीच बॉलीवुड की फिल्मों की लोकप्रियता की व्याख्या करता है ? व्याख्या कीजिए ।
4. Conflicts get the TRPs for the media. Does media contribute in creating conflicts ? Discuss critically.
संघर्ष से मीडिया की टी आर पी बढ़ती है । क्या मीडिया संघर्ष को बढ़ाता है ? समालोचनात्मक विवेचना कीजिए ।
5. Reporting of Budget in the Parliament is a herculean task. Present a plan for, how will you report it ?
पार्लियामेंट में बजट की रिपोर्टिंग एक अति-दुष्कर कार्य है । आप इसे कैसे रिपोर्ट करेंगे ? इसके लिए एक योजना प्रस्तुत कीजिए ।

SECTION – III

खण्ड – III

Note : This section contains **nine (9)** questions of **ten (10)** marks each, to be answered in about **fifty (50)** words. **(9 × 10 = 90 Marks)**

नोट : इस खण्ड में **दस-दस (10-10)** अंकों के **नौ (9)** प्रश्न हैं । प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग **पचास (50)** शब्दों में अपेक्षित है । **(9 × 10 = 90 अंक)**

6. Define 'Edutainment' and its importance in the current scenario.

‘एडुटेनमेण्ट’ को परिभाषित कीजिए तथा वर्तमान परिदृश्य में इसके महत्त्व का वर्णन कीजिए ।

7. What is stereotyping ? How does a film strengthen a stereotype ?
स्टीरियोटाइपिंग क्या है ? एक फिल्म किसी स्टीरियोटाइप को किस प्रकार सशक्त बना सकती है ?

8. What is the difference between back light and background light ?
बैक लाइट तथा बैकग्राउण्ड लाइट के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए ।

9. 'The segmentation of a brand may lead to cannibalisation of an established brand.'
How ?
किसी ब्रांड के खंडीकरण (सेगमेंटेशन) के फलस्वरूप प्रतिष्ठित ब्रांड का अस्तित्व समाप्त हो सकता है । कैसे ?

10. What is a style book in a newspaper ? Style books are going out of use. Discuss.
समाचारपत्रों के संदर्भ में 'स्टाइल बुक' क्या है ? स्टाइल बुक्स का प्रयोग समाप्त हो रहा है । विवेचना कीजिए ।

11. Explain the element of 'resonance' in 'Cultivation Theory.'
'कल्टीवेशन थियरी' में 'रेजोनेंस' तत्त्व की व्याख्या कीजिए ।

12. Define Propaganda. Does it always portray a negative picture ?
प्रोपेगेंडा को परिभाषित कीजिए । क्या यह सदैव नकारात्मक चित्र प्रस्तुत करता है ?

13. What is a community radio ? Discuss its importance.
कम्युनिटी रेडियो क्या है ? इसके महत्त्व की चर्चा कीजिए ।

14. What situation may require a cinematographer to 'pre-expose' or 'flash' a raw film ?
Explain the result it produces.

किस परिस्थिति में एक चलचित्रकार को नई फिल्म को 'प्री-एक्सपोज' या फ्लैश करना चाहिए ? इससे प्राप्त परिणाम की व्याख्या कीजिए ।

SECTION – IV

खण्ड – IV

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

(5 × 5 = 25 Marks)

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

(5 × 5 = 25 अंक)

Pavlik (1987) defined three major types of public relations research : applied, basic and introspective. Applied research examines specific practical issues; in many instances, it is conducted to solve a specific problem. A branch of applied, strategic research, is used to develop public relations campaigns and programs. According to Broom and Dozier (1990), strategic research is “deciding where you want to be in the future ... and how to get there.” A second branch, evaluation research, is conducted to assess the effectiveness of a public relations program.

Basic research in public relations creates knowledge that cuts across public relations situations. It is most interested in examining the underlying processes and in constructing theories that explain the public relations process. For example, Moffitt (1994) examined the utility of collapsing the concepts of “public” and “image” into a new theory. Woodward (2000) offered a theoretical model based on transactional philosophy that could be used in public relations operations.

Finally, Bruning and Ledingham (1999) developed a scale to measure the underlying relationships between organisations and their publics.

The third major type of public relations research is introspective research, which examines the field of public relations of all the media professions discussed so far, public relations tends to be the most self analytical. To illustrate, Neupauer (1988) examined the percentages of women in the sports information field. Moss, Warnaby, and Newman (2000) surveyed public relations professionals across a number of speciality areas to determine how practitioners were involved in strategic management. Berkowitz and Hristodoulakis (1999) surveyed members of the Public Relations Student Society of America and professionals in the Public Relations

Society of America concerning their opinions of the proper roles of public relations practitioners.

पब्लिक (1987) ने जन सम्पर्क शोध के तीन प्रमुख प्रकारों को परिभाषित किया है : अनुप्रयुक्त (अप्लाइड), मौलिक (बेसिक) तथा आत्मविश्लेषी (इंट्रोस्पेक्टिव) । अनुप्रयुक्त शोध का सम्बन्ध विशिष्ट व्यावहारिक मुद्दों का परीक्षण करने से है; अनेक मामलों में इस प्रकार के शोध का संचालन किसी विशिष्ट समस्या के समाधान के लिए किया जाता है । रणनीति परक शोध (स्ट्रैटेजिक रिसर्च), जो अनुप्रयुक्त शोध की एक शाखा है, का उपयोग जन सम्पर्क से सम्बन्धित अभियानों तथा कार्यक्रमों को विकसित करने के लिए किया जाता है । ब्रूम तथा डोजियर (1990) के अनुसार रणनीतिपरक शोध का सम्बन्ध इससे है कि “आप भविष्य में कहाँ होंगे ... तथा वहाँ कैसे पहुँचेंगे ।” मूल्यांकन शोध (इवैलुएशन रिसर्च), जो अनुप्रयुक्त शोध की दूसरी शाखा है, का संचालन किसी जन सम्पर्क कार्यक्रम की प्रभावशीलता के आकलन हेतु किया जाता है ।

जन सम्पर्क में मौलिक शोध जन सम्पर्क से सम्बन्धित स्थितियों में प्रयोज्य ज्ञान का सृजन करता है । जन सम्पर्क में अन्तर्निहित प्रक्रियाओं के परीक्षण में तथा जन सम्पर्क प्रक्रिया की व्याख्या करने में सक्षम सिद्धान्तों के प्रतिपादन में इसकी सर्वाधिक रुचि होती है । उदाहरणार्थ, मोफिट (1994) ने एक नवीन सिद्धान्त में जन (पब्लिक) तथा छवि (इमेज) की संकल्पनाओं के शक्तिपात की उपयोगिता का परीक्षण किया । वुडवर्ड (2000) ने संव्यवहार दर्शन (ट्रांजैक्शनल फिलॉसफी) पर आधारित एक सैद्धान्तिक मॉडल प्रस्तुत किया, जिसका प्रयोग जन सम्पर्क संक्रियाओं में किया जा सकता है । अंत में, ब्रूनिंग तथा लेडिंघम (1999) ने संगठनों तथा उनके द्वारा सेवित वर्ग के बीच अंतर्निहित संबंधों को मापने के लिए एक पैमाना विकसित किया ।

जन सम्पर्क शोध का तीसरा प्रमुख प्रकार आत्मविश्लेषी शोध (इंट्रोस्पेक्टिव रिसर्च) है जो जन सम्पर्क के क्षेत्र का परीक्षण करता है । अभी तक विवेचित सभी मीडिया व्यवसायों में जन सम्पर्क सर्वाधिक आत्मविश्लेषी है । उदाहरणार्थ, न्यूपौर (1988) ने खेल-कूद सूचना के क्षेत्र में महिलाओं के प्रतिशत की जाँच की । मॉस, वार्नबी तथा न्यूमैन (2000) ने विभिन्न विशेषज्ञता वाले क्षेत्रों के जन सम्पर्क व्यवसायियों का सर्वेक्षण यह पता लगाने के लिए किया गया कि रणनीतिपरक प्रबंधन में ये किस प्रकार संलग्न हैं । वर्कोविज तथा हिस्टोडौलाकिस (1999) ने ‘पब्लिक रिलेशन्स स्टूडेंट सोसाइटी ऑफ अमेरिका’ के सदस्यों तथा पब्लिक रिलेशन्स सोसाइटी ऑफ अमेरिका के व्यवसायियों का सर्वेक्षण जन सम्पर्क कर्मियों की समुचित भूमिका पर उनकी राय जानने के लिए किया ।

15. What is the outcome of basic research conducted in Public Relations ?

जन सम्पर्क में हो रहे शोध से क्या परिणाम निकलता है ?

17. The above piece mentioned three authors who contributed to the knowledge of Public Relations. Enumerate their contributions.

उपरिलिखित गद्यांश में ऐसे तीन लेखकों का उल्लेख है जिन्होंने जन सम्पर्क के ज्ञान में योगदान दिया है । इनके योगदान को परिगणित कीजिए ।

18. What is introspective research in Public Relations ?

जन सम्पर्क में आत्मविश्लेषी शोध क्या है ?

Space For Rough Work

FOR OFFICE USE ONLY	
Marks Obtained	
Question Number	Marks Obtained
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	

Total Marks Obtained (in words)

(in figures)

Signature & Name of the Coordinator

(Evaluation)

Date