

PAPER – III

JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

Note : Attempt all the questions. Each question carries *two* (2) marks.

குறிப்பு : எல்லா வினாக்களுக்கும் விடையளிக்கவும். ஒவ்வொன்றிற்கும் இரண்டு (2) மதிப்பெண்கள்.

1. What is P. Sainath mainly known for?

- 1) Writing about education
- 2) Writing about agriculture
- 3) Writing about international affairs
- 4) Writing about science

பி.சாய்நாத் எதன் பொருட்டு அறியப்படுகிறார்?

- 1) கல்வி பற்றி எழுதியவர்
- 2) வேளாண்மை பற்றி எழுதியவர்
- 3) சர்வதேச நிகழ்வுகள் பற்றி எழுதியவர்
- 4) அறிவியல் பற்றி எழுதியவர்

2. What is common to V.N. Gadgil, L.K. Adwani and Ambika Soni?

- 1) They own a newspaper
- 2) They headed a T.V. Channel
- 3) They have been I and B ministers
- 4) They were former journalists

வி.என். காட்கில், எல்.கே. அத்வானி அம்பிகா சோனி ஆகியோருக்குப் பொதுவானது எது?

- 1) அவர்கள் ஒரு செய்தித்தாளைக் கொண்டுள்ளனர்
- 2) அவர்கள் ஒரு தொலைக்காட்சி சானலை நடத்துகின்றனர்
- 3) அவர்கள் ஒரு இந்திய ஒலிபரப்புத் துறை அமைச்சர்கள்
- 4) அவர்கள் முன்னாள் இதழியலாளர்கள்

3. The first monument in the world to have its own twitter handle is?

- 1) Tajmahal
- 2) Eieffel Tower
- 3) Gateway of India
- 4) Great Wall of China

தனக்கான ட்விட்டரைக் கொண்டிருக்கும் உலகின் முதல் அதிசயம்

- 1) தாஜ்மகால்
- 2) எய்பில் டவர்
- 3) இந்தியன் கேட்வே
- 4) சீனப் பெருஞ்சுவர்

4. 'Babber Sher' is a 2 odd minute sparkler audio program that appears on?

- 1) Radio City
- 2) Radio Mirchi
- 3) Radio One
- 4) Radio FTII

பாப்பர் சேர் என்பது 2 நிமிட ஒளிக்கீற்று மின்னல் புரோகிராம் ஆகும்

- 1) ரேடியோ நகரம்
- 2) ரேடியோ மிர்ச்சி
- 3) ரேடியோ ஒன்
- 4) ரேடியோ FTII

5. What is a 'shutter'?

- 1) Button to click the camera
- 2) Device to read the light for camera
- 3) Device to expose the film in a camera
- 4) Device to focus on object

மூடுதிரை என்பது எது?

- 1) புகைப்படக் கருவியை கிளிக் செய்யும் பட்டன்
- 2) கேமராவின் ஒளியை அறியக் கூடிய கருவி
- 3) புகைப்படக் கருவியில் படங்களைக் காட்ட உதவும் சாதனம்
- 4) பொருளின் மீது கவனம் வைத்து புகைப்படம் எடுத்தல்

6. What is the long form of 'DPI' related to camera?

- 1) Digital Performance Indicator
- 2) Dots per Ink
- 3) Dots per Inch
- 4) Digital Print Index

கேமராவைப் பொறுத்தவரை DPI நீள் வடிவம் எது?

- 1) டிஜிட்டல் செயலமைவு குறிப்பான்
- 2) இங்கிற்கான புள்ளிகள்
- 3) ஒவ்வொரு அங்குலத்துக்கும் உரிய புள்ளிகள்
- 4) டிஜிட்டல் அச்ச விளக்க வரைவு

7. In many developed countries, the circulation of the printed copies of newspaper is on fast decline. However, in India this trend is not yet seen as significantly as in the case of the developed countries. This could be mainly attributed to :

- (i) high standards of ethical journalism
- (ii) increase in the literacy
- (iii) low rates of price and subscription of newspapers
- (iv) decrease in the import cost of newsprint

- 1) Only options (i) and (ii) are correct
- 2) Only options (ii) and (iii) are correct
- 3) Only options (iii) and (iv) are correct
- 4) Only options (i) and (iv) are correct

பல முன்னேற்றமடைந்த நாடுகளில் அச்சிட்ட செய்தித்தாள்களின் சுற்றறிக்கை வீழ்ச்சி அடைந்துள்ளது. எனினும் இந்தியாவில் இந்நிலை இல்லை, இதன் காரணம்

- (i) விழுமிய இதழியலில் உயர்தரம்
- (ii) எழுத்தறிவில் அதிகரிப்பு
- (iii) செய்தித்தாள்களின் விலையும் சந்தாவும் குறைவு
- (iv) ஏற்றுமதிச் செலவு குறைவு

- 1) (i), (ii) சரி
- 2) (ii), (iii) சரி
- 3) (iii), (iv) சரி
- 4) (i), (iv) சரி

8. Which of the following is not a normative or regulatory body in the context of Indian Media?

- 1) PCI
- 2) ASCI
- 3) CBFC
- 4) ABC

இந்திய ஊடகத்தில் எது ஒழுங்குசெய் உறுப்பன்று?

- 1) பிசிஐ
- 2) எஸ்சிஐ
- 3) சிபிஎப்சி
- 4) ஏபிசி

9. According to the Press Council of India guidelines the Press shall not tape-record anyone's conversation without that person's knowledge or consent, except :

- (i) when the editor says so
- (ii) where the recording is necessary to protect the journalist in a legal action
- (iii) when the court says so
- (iv) for a 'compelling good reason'

- 1) Only (i) is true
- 2) (ii) and (iii) are true
- 3) Only (ii) is true
- 4) (ii) and (iv) are true

இந்திய பிரஸ் குழு விதிகளின்படி, பிரஸ், யாருடைய உரையாடலை அவரது அனுமதி இன்றி பதிவு செய்யக் கூடாது. இதைத் தவிர

- (i) எடிட்டர் கூறினால் ஒழிய
- (ii) சட்ட நடவடிக்கையிலிருந்து இதழாளரைப் பாதுகாக்க
- (iii) நீதிமன்றம் கூறும் போது
- (iv) சரியான ஒரு காரணத்துக்காக

- 1) (i) சரி
- 2) (ii), (iii) சரி
- 3) (ii) மட்டும் சரி
- 4) (i), (iv) சரி

10. Public relations people who use Video News Releases take advantage of the fact that :

- 1) Many news organisations do not review them before broadcasting
- 2) Reporters hired to make them have many industry contacts
- 3) They can cover stories some local news operations are not able to
- 4) Their production values may be better than those of local stations

பொது உறவு மக்கள் வீடியோ செய்தி வெளியீட்டில் இதைச் சாதகமாகக் கொள்வர்

- 1) பல செய்தி நிறுவனங்கள் ஒலிபரப்பு செய்யமுன் பரிசீலிப்பதில்லை
- 2) செய்தி சேகரிப்பாளர்கள் பல தொழிற்சாலை தொடர்புகளைப் பெறுதல்
- 3) அவர்கள் உள்ளூர் செய்தியாளர்களால் முடியாத செய்திகளைத் தரவியலும்
- 4) அவர்களது உற்பத்தி விழுமியங்கள், உள்ளூர் நிலையங்களை விடச் சிறந்தது

11. "The main landmark event that opened the way to the development of communication theory was the publication of 'A mathematical theory of communication' by :

- 1) Paul Lazarsfeld and Wilbur Schramm
- 2) Shannon and Weaver
- 3) Harold Laswell
- 4) Alan Turing

தகவல் தொடர்புக் கணிதக் கொள்கை தகவல் தொடர்பு முன்னேற்றத்தைத் தொடங்கி வைத்த நிகழ்வு

- 1) பால் லாஸர்பீல்டு மற்றும் வில்பர் ஸ்கராம்
- 2) ஷானான், வீவர்
- 3) ஹரால்டு லாஸ்வல்
- 4) ஆலன் டிரிங்

12. On August 30, 1935 who was appointed the first Controller of Broadcasting in India?

- 1) Narayana Kasturi
- 2) Lionel Fielden
- 3) M.V. Gopaldaswamy
- 4) Susan Bassnett

1935, ஆகஸ்ட் 30இல் ஒலிபரப்புத் துறையின் முதல் கட்டுப்பாட்டாளராக நியமிக்கப்பட்டவர் யார்?

- 1) நாராயண கஸ்தூரி
- 2) லயோனல் பீல்டன்
- 3) எம்.வி.கோபாலசாமி
- 4) சூசன் பாசுநட்

13. The objective of this Act is to provide for the regulation of the printing presses and of periodicals containing news, for preservation of copies of books and for the registration of books

- 1) Press Act, 1853
- 2) PCI, 1960
- 3) Press and Registration of Books Act, 1867
- 4) IPC, 1860

இச்சட்டத்தின் நோக்கம் அச்சியந்திரங்கள், இதழ்கள், நூல்கள், அச்சிடல் மற்றும் பதிவு செய்தலை ஒழுங்குபடுத்துகிறது

- 1) 1853 அச்சச் சட்டம்
- 2) பிசிஐ 1960
- 3) அச்ச மற்றும் நூல்கள் பதிவுச் சட்டம் 1867
- 4) ஐபிசி 1860

14. Planned publicity that spreads rapidly not only by 'word of mouth' but also by e-Mail and social networking sites is called

- 1) Strategic Advertising
- 2) Viral Advertising
- 3) Customized Advertising
- 4) Off and On-line Advertising

திட்டமிட்ட விளம்பரம் வாய்ச்சொல்லால் மட்டுமின்றி, மின் அஞ்சல், சமூக இணையதளம் இங்ஙனம் அமைக்கப்படுகிறது

- 1) அமைவுசார் விளம்பரம்
- 2) விரல் விளம்பரம்
- 3) செயலமைவு விளம்பரம்
- 4) ஆன்-லைன், ஆப்-லைன் விளம்பரம்

15. 'Pong', Space Invaders, Pac-man are :

- 1) Early home video games
- 2) New Android apps
- 3) Software used for computer games
- 4) First scifi cartoons in Newspapers

'பாங்' விண்ணில் நுழைவு செய்வோர், பாக்-மனிதர் என்போர்

- 1) தொடக்க மனை விளையாட்டு வீடியோக்கள்
- 2) புது ஆந்தராய்டு ஆப்ஸ்
- 3) கணினி விளையாட்டுக்கான மென்பொருட் பயன்பாடு
- 4) செய்தித்தாள் முதல் ஸ்கிபி கார்ட்டூன்கள்

16. Public relations is defined as the art or science of :

- 1) expressing one's political opinions to the public
- 2) attempting to get various sectors of the public to have a better relationship with each other
- 3) establishing and promoting a favourable relationship with the public
- 4) making public the details of celebrities relationships

பொது உறவு கலை (அ) அறிவியல் என்று

- 1) பொதுவில் தனிநபரது அரசியல் கருத்துக்களை வைக்கிறது
- 2) பொதுத்துறை அமைப்புகளுக்கிடையே நல்லுறவினை மேம்படுத்துதல்
- 3) பொது மக்களிடம் நல்லிணக்க உறவைத் தோற்றுவித்தல்
- 4) மக்களுக்கு, பிரபலங்களின் தகவல்களைத் தந்து நல்லுறவு பேணல்

17. One important rule in all report writing is

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1) Objectivity | 2) Subjectivity |
| 3) Balance | 4) KISS rule |

செய்தி அறிக்கை எழுதுவதில் முக்கிய விதி

- | | |
|------------------|--------------|
| 1) தற்சார்பின்மை | 2) தற்சார்பு |
| 3) சமன்மை | 4) கிஸ் விதி |

18. The Bs referred to by Gerbner for Television is

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1) Blurs, blends, bends | 2) Binds, bounds bounce |
| 3) Blends, bends, binds | 4) Blends, bens, bounds |

தொலைக்காட்சி கெர்ப்னர், Bs என்று கூறுவது

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| 1) தெளிவின்மை, கலப்பு, வளைதல் | 2) கட்டல், செய்ய வேண்டிய, முழுகுதல் |
| 3) கலப்பு, வளைவு, கட்டல் | 4) கலப்பு, வளைவு, செய்ய வேண்டிய |

19. In order to record the emotional reactions of patients in a hospital, how would you collect data and what type of questions are ideal?

- 1) Survey with closed-ended questions
- 2) Depth interviews with open-ended questions
- 3) Focus group interviews with open-ended questions
- 4) Experiment with closed-ended questions

மருத்துவமனை நோயாளியரது உணர்பூர்வ மனநிலையைப் பதிவு செய்ய எங்ஙனம் தரவு சேகரிக்க வேண்டும்? எத்தகு வினாக்கள் கேட்கப்பட வேண்டும்?

- 1) சர்வே-மூடிய வினாக்கள்
- 2) ஆழமான பேட்டி, திறந்த நிலை வினாக்கள்
- 3) திறந்த நிலை வினாக்கள், குழு நேர்காணல்
- 4) மூடிய வினாக்களுடன் சோதனை

20. If the goal of a qualitative content analysis study is to validate or extend conceptually a theoretical framework or theory, which method is appropriate?

- 1) Conventional content analysis
- 2) Directed content analysis
- 3) Summative content analysis
- 4) None of the above

குணவியல் உள்ளடக்கப் பகுப்பாய்வின் இலக்கு, ஒரு கொள்கையை மதிப்பிட எம்முறை ஏற்புடையது?

- 1) மரபுசார் உள்ளடக்கப் பகுப்பாய்வு
- 2) நெறியாளுகை உள்ளடக்கப் பகுப்பாய்வு
- 3) தொகுப்பு உள்ளடக்கப் பகுப்பாய்வு
- 4) மேற்சொன்ன எதுவுமன்று

21. A primary data collection method that involves tracking behaviour over a period of time is called

- | | |
|-------------|----------------|
| 1) Browsing | 2) Observation |
| 3) Sampling | 4) Testing |

முதன்மைத் தரவு சேகரிப்பு முறை வெவ்வேறு காலகட்ட சார்பினது இங்ஙனம் குறிக்கப்பட்டுள்ளது

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1) தேடல் | 2) உற்றுநோக்கல் |
| 3) மாதிரியியல் | 4) தேர்வு |

22. When the subjects in an experimental research realize that something special is happening to them, they perform differently. This is called

- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| 1) The Pygmalion effect | 2) The Causal effect |
| 3) The Conditioning effect | 4) The Hawthorne effect |

சோதனை ஆய்வில், சிறந்த ஒன்று நடந்தால் தகவலாளர்கள் அது குறித்து வெவ்வேறாகச் செயல்படுவது நடப்பின், இங்ஙனம் கூறப்படலாம்

- | | |
|-------------------------------|--------------------|
| 1) பிகமேலியன் விளைவு | 2) தற்செயல் விளைவு |
| 3) கட்டுப்படுத்தப்பட்ட விளைவு | 4) ஹாதாரன் விளைவு |

23. The term 'reverse operationism' means that

- 1) The theories we devise will often hinder our attempts to measure concepts
- 2) The measurements we devise can sometimes help to develop a theory
- 3) Techniques such as factor analysis have no place in social research
- 4) Driving instructors always make you practice the most difficult manoeuvre

பின்னோக்கும் செயல் என்பது

- 1) உருவாக்கப்பட்ட கொள்கைகள், கருத்தாக்க உருவாக்க மதிப்பிடலைத் தருகிறது
- 2) கண்டறியும் தரவுகள் கொள்கை உருவாக்கத்துக்கு உதவுகின்றன
- 3) ஆக்கக் கூறு பகுப்பாய்வு சமூக ஆய்வில் இடம் பெறுவதில்லை
- 4) கடினமான செயல்பாடுகளின் மூலம் ஊக்கமுடன் கற்றுக் கொடுப்பவர்

24. Increase in the sample size ————— the sampling error.

- | | |
|------------------|----------------|
| 1) Reduces | 2) Increases |
| 3) Has no effect | 4) Neutralises |

மாதிரியின் அளவு அதிகரிக்கும் போது, 'மாதிரி தவறு' நேர்கிறது

- | | |
|----------------------|----------------|
| 1) குறைதல் | 2) அதிகரித்தல் |
| 3) எந்த விளைவுமில்லை | 4) சமநிலை |

25. Which frame dominates in the present day news stories/bulletins?

- 1) Mitigation
- 2) Valence
- 3) Consequence
- 4) Conflict

இன்றைய செய்திகள், கதைகள் ஆகியவற்றில் மேலாதிக்கம் செய்வது

- 1) மட்டுப்படுத்தல்
- 2) இணைவு
- 3) விளைவுகள்
- 4) நெருக்கடிகள்

26. The process of collecting information about the external marketing environment is

- 1) Environmental management
- 2) Environmental scanning
- 3) Marketing management
- 4) Marketing research

புறச்சந்தைச் சூழலியல் சார்ந்த தரவுகளைச் சேகரிக்கும் நடைமுறை

- 1) சூழலியல் நிர்வாகம்
- 2) சூழலியல் ஸ்கேனிங்
- 3) சந்தை நிர்வாகம்
- 4) சந்தை ஆய்வு

27. Which of the following is a recommended strategy for retailers when consumers select the outlet first and the brand second?

- 1) Appropriate pricing
- 2) Brand availability advertising
- 3) Brand image management
- 4) Price special on brands

நுகர்வோர் பொருளைத் தேர்வு செய்து பின் தரமானதாகப் பார்க்கும் போது எந்த உத்திமுறை விற்பனையாளர்க்கு பரிந்துரைக்கப்படுகிறது?

- 1) போதிய விலை
- 2) தரம் கூறும் விளம்பரம்
- 3) தரத்தை கணிக்கும் நிர்வாகம்
- 4) தரத்திற்கான சிறப்பு விலை

28. 'ACORN', a segmentation analysis technique, stands for which of the following?

- 1) A Corresponding Official Residential Notation
- 2) A Classification of Reported Nationals
- 3) A Classification of Residential Neighbourhoods
- 4) A Countrywide Official Resources Navigation

'ACORN' என்பது குறிப்பிடுவது

- 1) தொடர்புடைய அலுவலக வாழிடக் குறி
- 2) அளிக்கப்பட்ட தேசியவாளர்களது வகைபாடு
- 3) அயலிடத்து வாழ்வோர்களது வகைபாடு
- 4) நாடெங்கும் உள்ள அதிகாரபூர்வ மூலவள வழி கண்டறியும் நிலப்படம்

29. Setting the p level at 0.01 increases the chances of making a

- 1) Type I error
- 2) Type II error
- 3) Type III error
- 4) Type I and II error

p அளவு 0.01 எனில் இந்த வகைத் தவறு நேர வாய்ப்புக்கள் மிகுதி

- 1) வகை I தவறு
- 2) வகை II தவறு
- 3) வகை III தவறு
- 4) வகை I மற்றும் II தவறு

30. The importance of measurement in quantitative research is that:

- 1) It allows us to delineate fine differences between people or cases
- 2) It provides a consistent device or yardstick
- 3) It allows for precise estimates of the degree of relationship between concepts
- 4) All of the above

எண்ணியல் ஆய்வு

- 1) மக்களிடையே நுண் வேறுபாடுகளை அறியச் செய்வது
- 2) நிலையான அலகு அளவீடு தருகிறது
- 3) கருத்தாக்கங்களுக்கு இடையிலான சுருக்க மதிப்பீட்டைத் தருகிறது
- 4) மேற்சொன்ன அனைத்தும்

31. What is meant by the term "grounded theory"?

- 1) Theories should be tested by rigorous scientific experiments
- 2) As a social researcher, it is important to keep your feet on the ground
- 3) Theories should be grounded in political values and biases
- 4) Theoretical ideas and concepts should emerge from the data

அடித்தளக் கொள்கை என்பதன் பொருள் யாது?

- 1) அறிவியல்பூர்வச் சோதனைகளின் மூலம் கொள்கைகள் மதிப்பிடப்பட வேண்டும்
- 2) சமூக ஆய்வாளர் என்ற முறையில் நீங்கள் பூமியில் கால் பதித்தல் இன்றியமையாதது
- 3) அரசியல் வழியே மதிப்புக்களையும் நடுநிலை தவறியமையையும் கொண்டு கொள்கைகள் அமைதல் வேண்டும்
- 4) சேகரித்தத் தரவுகளிலிருந்து கொள்கைக்கான கருத்தாக்கங்கள் உருவாதல் வேண்டும்

32. In Broadcast Journalism, the term 'cue' is used for :

- 1) Written Introduction read by a newsreader that links into audio or video
- 2) Prioritizing news items and giving headlines
- 3) Written part of news story
- 4) Shots used in a picture sequence

ஒலிபரப்பில் 'சமிக்கை குறிப்பு' என்பது

- 1) முன்னுரை
- 2) செய்திகள் வடிவமைத்தல்
- 3) செய்தி அறிக்கையின் எழுது
- 4) பட ஒழுங்கு இடையில் பயன்படுத்தப்படும் தாட்கள்

33. Who encouraged first the philosophy Television without frontiers?

- 1) European Union
- 2) China
- 3) Canada
- 4) The United States of America

எல்லைகளில்லா தொலைக்காட்சி தத்துவத்தை முதலில் ஊக்குவித்தது

- 1) ஐரோப்பிய யூனியன்
- 2) சீனா
- 3) கனடா
- 4) அமெரிக்க ஐக்கிய நாடு

34. Expression of opinion as to the public conduct of public servants is not

- 1) a breach of privilege
- 2) contempt of public servants
- 3) violation of service protection
- 4) defamatory

பொதுப் பணியாளரது பொதுநடத்தை சார் கருத்துத் தெரிவித்தல் என்பது இது அன்று

- 1) சிறப்புரிமைச் சட்ட மீறல்
- 2) அவமதிப்பு
- 3) பணி பாதுகாப்பு மீறல்
- 4) அவதூறு

35. If a publication is half the size of a broadsheet, it is called

- 1) Tabloid
- 2) Digest
- 3) Single dummy
- 4) Double dummy

ஒரு வெளியீடு பரந்த தாளின் அரை வடிவம் எனில் இது

- 1) டேப்ளாய்டு
- 2) டைஜஸ்ட்
- 3) ஒருபுற டம்மி
- 4) இருபுற டம்மி

36. What Danial Lerner considered as a major component to be in ones personality in the process of development communication?

- 1) Sympathy
- 2) Apathy
- 3) Empathy
- 4) Telepathy

டேனியல் லெர்னர், முன்னேற்ற தகவல் தொடர்பியலில் முக்கிய நபர் அவரது கருத்துரு

- 1) இரக்கம்
- 2) பற்றின்மை
- 3) ஒத்துணர்வாற்றல்
- 4) முன்னறிதல்

37. The amended Article 19(2) contains grounds on which reasonable restrictions can be placed on the freedom of speech. Which of the following is not such a ground?
- 1) Defamation and public order
 - 2) Security of the state and contempt of court
 - 3) Decency and morality
 - 4) Bad translation

19 (2) சட்டத் திருத்தம் பேச்சுத் சுதந்திரத்தால் எந்த காரணமுடைய தடைகளை விதிக்கிறது?

- 1) அவதூறு, பொது ஒழுங்கு
- 2) அரசு பாதுகாப்பு, நீதிமன்ற அவமதிப்பு
- 3) நாகரிகமற்ற, மதிப்பற்ற
- 4) தவறான மொழிபெயர்ப்பு

38. Which of the following is accepted as being India's first feature film?

- 1) Light of Asia
- 2) Shaheed
- 3) Raja Harishchandra
- 4) Saint Tukaram

இந்தியாவின் முதல் திரைப்படம்

- 1) ஆசிய ஜோதி
- 2) ஷாகித்
- 3) ராஜா அரிச்சந்திரா
- 4) புனித துகாராம்

39. In which country, long before Gutenberg, was a separate script produced only for the purposes of printing?

- 1) China
- 2) India
- 3) Vietnam
- 4) Korea

எந்த நாடு குட்டன்பர்க்கிக்கு முன் இந்நோக்குடன் பிரதிகளை அச்சிட்டது?

- 1) சீனா
- 2) இந்தியா
- 3) வியட்நாம்
- 4) கொரியா

40. Which will not be the part of the PR strategy of a soft-drink company that has been accused of letting more level of pesticides in their product than the permissible limit?
- 1) Arranging media persons 'factory visit
 - 2) Releasing ads defending the company
 - 3) Arranging media persons 'interview with the CEO
 - 4) Spreading information about other companies violating similar norms

எல்லையற்ற நச்சுசார் பூச்சிக் கொல்லியைக் கொண்ட குளிர்பான நிறுவனத்தின் பொது உறவு உத்தி எதுவன்று?

- 1) ஊடக நண்பர்களை தொழிற்சாலை விசிட்டுக்கு அழைத்துச் செல்வது
- 2) பெறுவதைக் காக்கும் விளம்பரங்கள் வெளியிடல்
- 3) CEOவுடன் நேர்காணலுக்கு ஊடக நண்பர்களை அழைத்தல்
- 4) பிற நிறுவனங்கள் விதிமுறைகளை கையாளவில்லை என்று செய்தி பரப்பல்

41. If a journalist uses a substantial amount of content written by someone else in his own writing without attributing it to the original source, the journalist is accused of having indulged in

- 1) Content theft
- 2) Plagiarism
- 3) Property right violation
- 4) Counterfeiting

இதழாளர் பிறர் ஆக்கத்தைப் பயன்படுத்தி அவரைக் கூறாதுவிட்டால், இத்தவறு இழைத்தவர் ஆகிறார்

- 1) உள்ளடக்கத் திருட்டு
- 2) காப்பியடித்தல்
- 3) சொத்துரிமை மீறல்
- 4) போலித்தனம்

42. In India the frequency of FM channels varies from

- 1) 68-88 MHz
- 2) 87.5-108 MHz
- 3) 108-218 MHz
- 4) 218-238 MHz

இந்தியாவில் எப்எம் அலைவரிசை இதிலிருந்து இது வரை

- 1) 68-88 MHz
- 2) 87.5-108 MHz
- 3) 108-218 MHz
- 4) 218-238 MHz

43. Audiophile refers to

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1) Audio mixer | 2) Volume control |
| 3) Fan of Audios | 4) Audio system |

ஆடியோபிலி என்பது

- | | |
|---------------|-------------------------|
| 1) ஒலி கலப்பு | 2) ஒலி அளவு கட்டுப்பாடு |
| 3) ஒலி பரவல் | 4) ஒலி அமைப்பு |

44. *Understanding Media* was written by

- 1) Harold Innis
- 2) Paul Lazarsfeld
- 3) Marshal McLuhan
- 4) Sonia Livingstone

‘ஊடக புரிதல்’ எழுதியவர்

- 1) ஹரால்டு இன்னிஸ்
- 2) பால் லாசர்ஃபீல்டு
- 3) மார்சல் மக்லுகன்
- 4) சோனியா லிவிங்ஸ்டன்

45. *Public Opinion* was written by

- | | |
|-----------------|--------------------|
| 1) Wilbur Smith | 2) Walter Lippmann |
| 3) Noam Chomsky | 4) Wilbur Schramm |

‘பொதுக் கருத்து’ எழுதியவர்

- | | |
|-------------------|--------------------|
| 1) வில்பர் ஸ்மித் | 2) வால்டர் லிப்மன் |
| 3) நோவம் சோம்ஸ்கி | 4) வில்பர் ஸ்கிரம் |

46. USP means

- 1) Unique Source Product
- 2) Unique Scientific Product
- 3) Unique Selling Proposition
- 4) Unique System Product

USP என்பது

- 1) தனித்துவ மூலப்பொருள்
- 2) தனித்துவ அறிவியல் உற்பத்தி பொருள்
- 3) தனித்துவ விற்பனை அளவீடு
- 4) தனித்துவ அமைப்பு உற்பத்தி

47. *Many Voices and One World* was authored by

- | | |
|--------------------|-------------------|
| 1) William McLuhan | 2) Sean Macbride |
| 3) Henry Kissinger | 4) Mahatma Gandhi |

பல குரல்கள் ஒரு உலகம் எழுதியவர்

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| 1) வில்லியம் மக்லூகன் | 2) சீயான் மக்பிரைடு |
| 3) ஹென்றி கிஸ்ஸிங்கர் | 4) மகாத்மா காந்தி |

48. *Simplify* was the advertising slogan of

- | | |
|---------------|--------------------|
| 1) Air Deccan | 2) Spice jet |
| 3) Air India | 4) Indian Airlines |

எளிமையாதல் என்ற விளம்பர முழக்கம் யாருடையது?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| 1) ஏர் டெக்கான் | 2) ஸ்பைஸ் ஜெட் |
| 3) ஏர் இந்தியா | 4) இந்தியன் ஏர்லைன்ஸ் |

49. Theodore Adorno is associated with

- 1) Toronto School
- 2) Frankfurt School
- 3) London School
- 4) Cambridge School

தியோடர் அடர்னா இதனுடன் ஒப்புடையது

- 1) டொரண்டோ பள்ளி
- 2) பிரான்பர்ட் பள்ளி
- 3) இலண்டன் பள்ளி
- 4) கேம்பிரிட்சு பள்ளி

50. *Empire and Communication* was authored by

- | | |
|--------------------|------------------|
| 1) Harold Lasswell | 2) Harold Innis |
| 3) Daniel Lerner | 4) Keval J Kumar |

‘தகவல் தொடர்பு சாம்ராஜ்ஜியம்’ என்பதை எழுதியவர்

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1) ஹரால்டு லாஸ்வல் | 2) ஹரால்டு இன்னிஸ் |
| 3) டேனியல் லேர்னர் | 4) கேவல் ஜே குமார் |

51. Match the newspapers with the places of main editions :

	List 1				List 2			
a)	The Hindu				1.	New Delhi		
b)	Times of India				2.	Chennai		
c)	Telegraph				3.	Mumbai		
d)	Hindustan Times				4.	Kolkatta		
	a	b	c	d				
1)	4	3	2	1				
2)	2	3	4	1				
3)	4	2	3	1				
4)	2	4	3	1				

செய்தித்தாள்களையும், இடங்களையும் பொருத்துக :

	பட்டியல் 1				பட்டியல் 2			
a)	இந்து				1.	புது தில்லி		
b)	டைம்ஸ் ஆப் இந்தியா				2.	சென்னை		
c)	டெலிகிராப்				3.	மும்பை		
d)	இந்துஸ்தான் டைம்ஸ்				4.	கொல்கத்தா		
	a	b	c	d				
1)	4	3	2	1				
2)	2	3	4	1				
3)	4	2	3	1				
4)	2	4	3	1				

52. Match the lists :

	List 1				List 2			
a)	Dateline				1.	Reporter's name		
b)	Byline				2.	Date and Place of Publication		
c)	Ear panel				3.	Advertisements in the masthead		
d)	Slug				4.	Label given to article in production		
	a	b	c	d				
1)	4	3	2	1				
2)	2	1	3	4				
3)	4	2	3	1				
4)	2	4	3	1				

பட்டியலைப் பொருத்துக :

	பட்டியல் 1				பட்டியல் 2			
a)	செய்திதாள் வரி				1.	சேகரித்தவர் பெயர்		
b)	உப வரி				2.	தேதி, இடம் வெளியீட்டிடம்		
c)	காதொலிச் செய்தி				3.	விளம்பரம்		
d)	மந்தம்				4.	உற்பத்தியாளர் லேபிள்		
	a	b	c	d				
1)	4	3	2	1				
2)	2	1	3	4				
3)	4	2	3	1				
4)	2	4	3	1				

53. Match the lists :

	List 1			
a)	<i>Pather Panchali</i>			
b)	<i>Elipathayam</i>			
c)	<i>Uthiripookal</i>			
d)	<i>Meghe Dhaka Tara</i>			
	a	b	c	d
1)	4	3	2	1
2)	3	2	4	1
3)	4	2	3	1
4)	2	4	3	1

பட்டியலை இணைக்க :

பட்டியல் 1

a)	பதேர் பாஞ்சாலி			
b)	எலிபத்தாயம்			
c)	உதிரிப்பூக்கள்			
d)	மேகதாகா தாரா			
	a	b	c	d
1)	4	3	2	1
2)	3	2	4	1
3)	4	2	3	1
4)	2	4	3	1

List 2

1. *Ritwik Ghatak*
2. *Adoor Gopalakrishnan*
3. *Satyajit Ray*
4. *Mahendran*

பட்டியல் 2

1. ரித்விட் கட்டக்
2. அடூர் கோபாலக்கிருஷ்ணன்
3. சத்யஜித் ராய்
4. மகேந்திரன்

54. Match the lists :

	List 1			
a)	Antonio Gramsci			
b)	Karl Marx			
c)	Noelle Neumann			
d)	David Manning White			
	a	b	c	d
1)	4	3	2	1
2)	2	3	4	1
3)	4	2	3	1
4)	2	1	3	4

பட்டியலை பொருத்துக :

	பட்டியல் 1			
a)	அன்டோனியா கிராம்ஸிலி			
b)	கார்ல் மார்க்ஸ்			
c)	நோயல் நியுமன்			
d)	டேவிட் மன்னிங் வொயிட்			
	a	b	c	d
1)	4	3	2	1
2)	2	3	4	1
3)	4	2	3	1
4)	2	1	3	4

List 2

1. Super Structure
2. Hegemony
3. Spiral of Silence
4. Gatekeeping

பட்டியல் 2

1. உயர் கட்டமைப்பு
2. கூட்டமைப்பு
3. மவுனச் சுருள்
4. வாயில் காப்பு

55. Match the lists :

List 1		List 2	
a) Survey		1. Study of Content	
b) Focus Group		2. Sampling	
c) Content Analysis		3. Study of Signs	
d) Semiotics		4. Study of Group responses	
a	b	c	d
1) 4	3	2	1
2) 2	3	4	1
3) 4	2	3	1
4) 2	4	1	3

பட்டியல் இடுக :

பட்டியல் 1		பட்டியல் 2	
a) அளவை		1. உள்ளடக்க அளவு	
b) முனைப்பு குழு		2. மாதிரி	
c) உள்ளடக்கப் பகுப்பாய்வு		3. குறியியல்	
d) சொல்லாய்வு		4. குழு பதில்கள்	
a	b	c	d
1) 4	3	2	1
2) 2	3	4	1
3) 4	2	3	1
4) 2	4	1	3

56. Arrange the media laws in a chronological order :

- 1) Press and Registration of Books Act, Official Secrets Act, Cable Television Regulation Act and IT Act
- 2) IT Act, Press and Registration of Books Act, Official Secrets Act, Cable Television Regulation Act
- 3) Cable Television Regulation Act, IT Act, Press and Registration of Books Act and Official Secrets Act
- 4) Press and Registration of Books Act, Official Secrets Act, IT Act and Cable Television Regulation Act

ஊடகச் சட்டங்களை ஆண்டு முறையில் வரிசை செய்க :

- 1) அச்ச மீறல் சட்டம், அலுவலக இரகசிய சட்டம், கேபிள் தொலைக்காட்சிச் சட்டம், ஐ.டி. சட்டம்
- 2) ஐ.டி. சட்டம், நூல் பதிவு சட்டம், அலுவலக இரகசிய சட்டம், தொலைக்காட்சி ஒழுங்குமுறைச் சட்டம்
- 3) கேபிள் தொலைக்காட்சி ஒழுங்குச் சட்டம், அச்ச நூல் பதிவுச் சட்டம், அலுவலக ரகசியச் சட்டம்
- 4) அச்ச நூல் பதிவுச் சட்டம், அலுவலக இரகசியச் சட்டம், கேபிள், தொலைக்காட்சி ஒழுங்குச் சட்டம்

57. What is the sequence in writing process?

- 1) Contextualisation, Gathering Information and Writing
- 2) Contextualisation, Gathering Information, Conceptualisation and Writing
- 3) Gathering Information, Conceptualisation, Writing and Contextualisation
- 4) Writing, Conceptualisation, Contextualisation and Gathering Information

எழுதுமுறையின் ஒருங்கமைவு எது?

- 1) பொருள் கூற்றமைவு, தரவு சேகரிப்பு, எழுதுதல்
- 2) பொருள் கூற்றமைவு, தரவு சேகரிப்பு, கருத்தாக்கம், எழுதுதல்
- 3) தரவு சேகரிப்பு, கருத்தாக்கம், எழுதுதல், பொருள் கூற்றமைவு
- 4) எழுதுதல், கருத்தாக்கம், பொருள் கூற்றமைவு, தகவல் சேகரிப்பு

58. What is the sequence in film production process?

- 1) Conceptualisation of story, story board, production, post production
- 2) Post production, production, conceptualisation of story, story board
- 3) Story board, conceptualisation of story, production and pre production
- 4) Story board, conceptualisation, pre production and productions

படத் தயாரிப்பு வரிசைகளை எழுதுக

- 1) கதைக் கருத்தாக்கம், கதை அட்டை, தயாரிப்பு, பின் தயாரிப்புப் பணி
- 2) பின் தயாரிப்புப் பணி, தயாரிப்பு, கருத்தாக்கக் கதை, கதை அட்டை
- 3) கதை அட்டை, கருத்தாக்கம் கதை, முன் மற்றும் பின் தயாரிப்புப் பணி
- 4) கதை அட்டை, கருத்தாக்கம், முன், பின் தயாரிப்புப் பணி

59. What is the sequence of period of publications of these books

- 1) The Passing of Traditional Society, Many Voices and One World, Understanding Media and Bias in Communication
- 2) Many Voices and One World, Understanding Media, The Passing of Traditional Society and Bias in Communication
- 3) The Bias in Communication, The Passing of Traditional Society, Understanding Media and Many Voices and One World,
- 4) Understanding Media, Many Voices and One World, Understanding Media and Bias in Communication

இப்புத்தகங்கள் வெளியீட்டு காலளவு ஒருங்கமைவு

- 1) மரபுச் சமூக நகர்வு, பல குரல்கள், ஒரு உலகம், ஊடகப் புரிதல், ஊடகங்களும், தகவல் தொடர்புப் பாரபட்சமும்
- 2) பலகுரல்கள், ஒரு உலகம், ஊடகப் புரிதல், மரபு சார் சமூக நகர்வு, ஊடகங்களும் தகவல் தொடர்புப் பாரபட்சமும்
- 3) தகவல் தொடர்புப் பாரபட்சம், மரபு சார் சமூக நகர்வு, ஊடகப் புரிதல், பல குரல்கள் ஒரு உலகம்
- 4) ஊடகப் புரிதல், பல குரல்கள், ஒரு உலகம், ஊடகங்களும், தகவல் தொடர்பில் பாரபட்சமும்

60. What is the sequence of period of films?

- 1) Keechaka Vatam, Kalidoss, Parasakthi and Andha Naal
- 2) Kalidoss, Parasakthi, Keechaka Vatam and Andha Naal
- 3) Andha Naal, Kalidoss, Parasakthi and Keechaka Vatham
- 4) Kalidoss, Parasakthi, Andha Naal and Keechaka Vatam

இத்திரைப்படங்களின் கால வரிசை ஒழுங்கு

- 1) கீசக வதம், காளிதாஸ், பராசக்தி, அந்த நாள்
- 2) காளிதாஸ், பராசக்தி, கீசக வதம், அந்த நாள்
- 3) அந்த நாள், காளிதாஸ், பராசக்தி, கீசக வதம்
- 4) காளிதாஸ், பராசக்தி, அந்த நாள், கீசக வதம்,

61. Assertion (A) : Confidentiality of news sources is difficult to maintain these days.

Reason (R) : Media persons have become part of the system for personal gains as well as politically ambitious in democratic societies.

- 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

உறுதி வாக்கியம் (A) : இந்நாளில் செய்திகளின் மந்தணத் தன்மையைக் காப்பது கடினமாக உள்ளது

காரணம் (R) : ஊடக மனிதர்கள், சுய லாபம், ஜனநாயகச் சமூகங்களின் அரசியல் விருப்புகளுடன் நிறுவன அமைப்பில் இயங்குதல்

- 1) (A), (R) இரண்டும் உண்மை
- 2) (A), (R) இரண்டும் உண்மை. (R), (A)வுக்கான சரியான விளக்கமன்று
- 3) (A) உண்மை. ஆனால் (R) மெய்யன்று
- 4) (A) மெய்யன்று ஆனால் (R) மெய்

62. Assertion (A) : With exposure to global media, the organic model of development is lost sight of

Reason (R) : Western values and consumerism have taken over the mind set of common people exposed to Western culture through media.

- 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.

உறுதிவாக்கியம் (A) : உலக ஊடக அறிமுகத்தால், முன்னேற்றக் கருவி மாதிரிக் கருத்தாக்கம் கண்களை விட்டு மறைந்து விட்டது

காரணம் (R) : ஊடக வழி மேற்கத்தில் கலாச்சாரத்தைப் பார்த்த பொதுமக்களின் மனத்தில் மேற்கத்திய விழுமியங்களும், நுகர்வும் நிலைபெறுகிறது

- 1) (A), (R) இரண்டும் மெய்
- 2) (A), (R) இரண்டும் மெய். (R), (A)வுக்கான சரியான விளக்கமன்று
- 3) (A) உண்மை. ஆனால் (R) மெய்யன்று
- 4) (A) மெய்யன்று ஆனால் (R) மெய்

63. Assertion (A) : Self-regulation by media in India is a Myth

Reason (R) : Media tabloidization is a reality in India and there is no statutory code of ethics to control them.

- 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.

உறுதிவாக்கியம் (A) : இந்தியாவில் ஊடக வழி சுய ஒழுங்கு என்பது கற்பிதம்

காரணம் (R) : ஊடகக் குறுஞ்செய்தியியல் இன்றைய இந்தியாவின் நடைமுறையாகி விட்டது. அவற்றைக் கட்டுப்படுத்துவதற்குச் சட்ட வரம்பிற்குட்பட்ட விழுமிய நெறிகள் இல்லை.

- 1) (A), (R) இரண்டும் உண்மை
- 2) (A), (R) இரண்டும் உண்மை. ஆனால் (R), (A)வுக்கான சரியான விளக்கமன்று
- 3) (A) மெய். ஆனால் (R) மெய்யன்று
- 4) (A) மெய்யன்று ஆனால் (R) மெய்

64. Assertion (A) : The tribe of eminent newspaper editors has vanished from India

Reason (R) : The corporatisation of Indian press and the focus on profits have made it difficult for conscientious people to enter the profession.

- 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.

உறுதிவாக்கியம் (A) : செய்தித்தாளின் சிறந்த எடிட்டரினம் இந்தியாவிலிருந்து மறைந்து விட்டது

காரணம் (R) : இந்திய அச்ச நிறுவனமாக்கலும் இலாபம் நோக்கும் அக்கறையும் விழிப்புணர்வும் மிக்க மக்களை இத்தொழில் மேற்சொன்னத் தயங்கச் செய்கிறது.

- 1) (A), (R) இரண்டும் மெய்
- 2) (A), (R) இரண்டும் மெய். ஆனால் (R), (A)வுக்கான சரியான விளக்கமன்று
- 3) (A) மெய். ஆனால் (R) மெய்யன்று
- 4) (A) மெய்யன்று ஆனால் (R) மெய்

65. Assertion (A) : Proper and effective use of ICT can change the face of rural development in India.

Reason (R) : Projects like e-seva and Bhoomi were responsible for the success of rural initiatives as they provided e-literacy kits to kids in these States of Andhra Pradesh and Karnataka.

- 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.

உறுதிவாக்கியம் (A) : சரியாகவும், வீச்சோடும் தகவல் தொழில்நுட்ப பல்லூடகம் பயன்படுத்தப்பட்டால் கிராமப்புற இந்தியாவின் மேம்பாட்டுக்கான முகத்தையே அது மாற்றி அமைக்கும்

காரணம் (R) : கர்நாடகத்திலும், ஆந்திராவிலும், கிராமப்புறச் சிறுவரிடமிருந்து மின் கல்வி தரும் பாடப் பொருட்களைத் தந்து, பயிற்றுவித்த ஈ.-சேவா, பூமி ஆகிய ஆய்வுத் திட்டம் மிகச் சிறந்த வெற்றியைப் பெற்றுள்ளன

- 1) (A), (R) இரண்டும் மெய்
- 2) (A), (R) இரண்டும் மெய். ஆனால் (R), (A)வுக்கான சரியான விளக்கமன்று
- 3) (A) மெய். ஆனால் (R) மெய்யன்று
- 4) (A) மெய்யன்று ஆனால் (R) மெய்

Passage 1

Direction : Read the following passage and answer questions below:

Many studies have revealed that groups interacting via computers have more equal participation among members than groups interacting face-to-face. The general explanation for the effect is that people feel less inhibited when interacting through a computer network as a result of the reduction in social cues that provide information regarding one's status in the group. Because people communicating electronically are less aware of social differences, they feel a greater sense of anonymity and detect less individuality in others. However, it is important to note that this finding was observed across a variety of communication technologies.

Many studies have also showed no evidence of the participation equalization effect in computer-mediated groups. Most showed that status differences among participants were displayed in their interaction in the computer-mediated setting. One explanation for the inconsistency of findings across studies is that status differences among members within the groups may have been differentially salient across studies. When members' identities were known or were available visually, the status differences in the number of contributions and perceived influence of those contributions were maintained in the computer-mediated setting. When they were not or when members' contributions were anonymous, the participation equalization effect was more likely to occur. In the studies mentioned above, the computer sessions were at least as long as those face-to-face group meetings; however, the amount and the rate of communication in the computer-mediated setting were much less. Another possible technological explanation for greater egalitarian participation patterns in the computer-mediated settings is that electronic group members have the ability to participate without interruption, since turn-taking is not a norm in a computer-mediated environment. Studies have also revealed that computer-mediated groups exchange less information and are less likely to repeat information in their decisions than face-to-face groups. In some cases, this reduction can lead to poorer outcomes for newly formed groups.

பத்தி 1

கீழே தரப்பட்டுள்ள பத்தியைப் படிக்கவும் கீழே தரப்பட்டுள்ள வினாக்களுக்கு விடை தருக

கணினிகளின் வழி உரையாடிக் கொள்ளும் குழுக்களின் உறுப்பினர்களுக்கு இடையிலான பங்கேற்பு, முகத்துக்கு முகம் உரையாடும் குழுக்களை விடச் சம பங்கேற்பினைக் கொண்டதாக இருப்பதைப் பல ஆய்வுகள் உறுதி செய்கின்றன. ஒருவரது சமூகத் தகுதி பற்றிய தகவலைச் சொல்லும் சமூகக் க்யூக்கள் கணினி நெட்வொர்க் வழி குழுக்களாகத் தகவலைப் பரிமாறும் போது குறைவு ஆதலால் தயக்கமின்றிப் பேச முடிகிறது என்ற பொதுவான விளக்கம் தரப்படுகிறது ஏனெனில் மின்னூடக வழி தொடர்பு கொள்வோர் சமூக வேறுபாடுகளைப் பற்றித் தெரிந்திருப்பதில்லை. பிறரைப் பற்றித் தனிப்பட்ட நிலையில் எதுவும் தெரியாதவர்களாக இருப்பதால் ஒரு அடையாளமற்ற தன்மையைக் காண முடிகிறது. எவ்வாறாயினும் பல்வேறு தொழில்நுட்பத் தகவல் பரிமாற்றங்களுக்குரிய ஆய்வு முடிவுகளைக் காண்பது இன்றிமையாதது.

கணினி வழித் தகவல் பரிமாற்றக் குழுக்களின், பங்கேற்புச் சமன் விளைவுக்குப் பல ஆய்வுகள். ஒரு சான்றும் காட்டவில்லை. பங்கேற்பாளரது சமூகத் தகுதி தகவல் பரிமாற்றத்தில் பங்கு வகிப்பதைப் பல ஆய்வுகள் சுட்டிக் காட்டியுள்ளன. சமூகத் தகுதி வேறுபாடுகள் வெவ்வேறாகப் பல ஆய்வுகளில் சொல்லப்பட்டுள்ளதால், நிலைதகவு இல்லாமை உள்ளது. உறுப்பினர்களது சமூகத் தகுதி தெரிய வரும்போது தகவல் தொடர்பில் நேரும் பாதிப்புகள் அறியப்பட இயலவில்லை. ஆனால் அடையாளமற்ற தன்மை உள்ள போது பங்கேற்புச் சமன்விளைவு மிகுதியாக நேர வாய்ப்புள்ளமை உறுதி செய்யப்பட்டுள்ளது. கணினி வழித் தொடர்பியல் முகத்துக்கு முகம் தொடர்பு கொள்வது போலவே நீண்ட நேரம் நீடித்ததைக் காரணமாக உரையாடுபவரது உரையாடலில் குறுக்கீடு எழ வாய்ப்பு இல்லாமையும் ஒருவர் மாற்றி ஒருவர் பேசும் முறையும் கணினி வழித் தொடர்பியலில் இல்லாதிருப்பதும் சொல்லப்படுகிறது. குறைவான அளவு தகவலை பரிமாறப்படுவதும், முகத்து முகம் பேசும் போது பேசியது பேசல் கணினி வழி உரையாடலில் இல்லாதிருப்பதும் சொல்லப்பட்டுள்ளது. சிலவற்றில் குறைவான தகவல் பரிமாற்றம், புதிதாக உருவான குழுக்களில் வறிய விளைவே உண்டாக்கக் காண முடிகிறது.

66. People are less inhibited to converse in a

- 1) Computer-mediated situation
- 2) Situation where one does not have to reveal his/her status
- 3) Face-to-face interaction
- 4) Group

மக்கள் இவ்வகை உரையாடலில் குறைந்த தயக்கத்தையே கொண்டுள்ளனர்

- 1) கணினி வழி சூழல்
- 2) தனது சமூகத் தகுதியைக் கூற தேவையிராத சூழல்
- 3) முகத்துடன் முகம் பார்த்து உரையாடல்
- 4) குழு

67. Though communicating online thinned status differences, participation equalization occurred only when,

- 1) The two have already met in person
- 2) One does not have an awareness of the other's status
- 3) Anonymity is maintained online
- 4) Visual identities of those involved are not known

ஆன்லைன் தகவல் தொடர்பியல், 'தகுதி வேறுபாடுகள் மெலிவுற்ற போதிலும், பங்கேற்புச் சமன் எப்போது ஏற்படுகிறது எனில்'

- 1) இருவரும் முன்பே சந்தித்தவர்கள்
- 2) ஒருவர் மற்றவரது தகுதி பற்றிய விழிப்புணர்வு இல்லாதவராயிருத்தல்
- 3) அடையாளமற்ற தன்மை ஆன்லைனில் நிலை நிறுத்தப்படுகிறது
- 4) பங்கேற்பாளரது காட்சி அடையாளங்கள் தெரியாத நிலை

68. The amount or rate of communication in computer-mediated environs was less because,

- 1) Online interactions are not obligatory
- 2) Sense of egalitarianism prevails
- 3) Face-to-face communications take long durations
- 4) Groups participate without interruption and repeats

கணினி வழித் தொடர்பியலில் பரிமாற்றப்படும் தகவல் அளவு குறைவாக இருப்பதன் காரணம்,

- 1) ஆன்லைன் உரையாடல்கள் விரும்பச் சார்ந்தது அன்று
- 2) சமச்சீரமைவு நிலை உள்ளமை
- 3) முகத்துக்கு முகமான உரையாடல் நீண்ட கால அளவீடுகள்
- 4) குழுக்கள் தடையின்றிப் பங்கேற்கின்றதும் திரும்பத் திரும்பத் தொடர்பு கொள்வதும்

69. The essence of the passage is that

- 1) Computer-mediated interactions prevent display of status
- 2) The question of interference does not arise
- 3) Face-to-face interaction reveals one's identity
- 4) Online interactions provide avenues for equal participation

மேலே தரப்பட்ட பத்தியின் மையக் கருத்து

- 1) கணினி வழி தொடர்பியலில் சமூகத் தகுதி வெளிப்படாமல் காக்கப்படுகிறது
- 2) இடையீடு எனும் வினா எழ வாய்ப்பில்லை
- 3) முகத்துக்கு முகத்தகவல் பரிமாற்றம் ஒருவரது அடையாளத்தை வெளிப்படுத்துகிறது
- 4) ஆன்லைன் உரையாடல், சம பங்கேற்புக்கான தளமாகத் திகழ்கிறது

Passage 2

Direction : Read the following passage and answer questions below :

The broadest and most abstract of the external factors that influence consumer behavior is culture, or the complexity of learned meanings, values, norms and customs shared by members of a society. Cultural norms and values offer direction and guidance to members of a society in all aspects of their lives, including their consumption behavior. It is becoming increasingly important to study the impact of culture on consumer behavior as marketers expand their international marketing efforts. Each country has certain cultural traditions, customs, and values that marketers must understand as they develop marketing programmes.

Marketers must also be aware of changes that may be occurring in a particular culture and the implications of these changes for their advertising and promotional strategies and programmes. Indian culture continually goes through many changes that have direct implications for advertising. Marketing researchers monitor these changes and their impact on the ways companies market their products and services.

While marketers recognize that culture exerts a demonstrable influence on consumers, they often find it difficult to respond to cultural differences in different markets. The subtleties of various cultures are often difficult to understand and appreciate, but marketers must understand the cultural context in which consumer purchase decisions are made and adapt their advertising and promotional programmes accordingly. Within a given culture are generally found smaller groups or segments whose beliefs, values, norms and patterns of behavior set them apart from the larger cultural mainstream. These subcultures may be based on age, geographic, religious, racial, and/or ethnic differences. A number of subcultures exist with India. Marketers develop specific marketing programmes for various products and services for these target markets.

பத்தி 2

கீழே தரப்பட்ட பத்தியைப் படித்து, வினாக்களுக்கு விடை தருக.

நுகர்வோர் நடத்தையைப் பாதிக்கும் கூறுகள் பண்பாடு, கற்ற பொருண்மைகள், விழுமியங்கள், சமூக உறுப்பினர்கள் பகிர்ந்து கொள்ளும் பழக்க வழக்கக் கருத்துகள் என்பன பண்பாட்டுக் கூறுகள் சமூக உறுப்பினர்களுக்கு வாழ்வு முழுதும் திசை காட்டி வழிநடத்துகிறது. நடத்தையில் பண்பாட்டின் பங்கு பற்றி அறிதலும், சர்வதேச சந்தை முயற்சிகள் விரிவாக்கத்திற்கு உதவுகிறது. ஒவ்வொரு நாடும் சில பண்பாட்டு மரபுகள், பழக்க வழக்கம், விழுமியம் கொண்டதாக இருப்பதால், சந்தை முயற்சிகளை மேற்கொள்ளுமுன் சந்தையாளர் அது பற்றி அறிதல் இன்றியமையாதது

ஒரு குறிப்பிட்ட பண்பாட்டில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் விளம்பரம், விற்பனை மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் ஆகியவற்றிலும் மாற்றத்தைக் கொண்டுவருகின்றன. இந்திய பண்பாடு பல்வேறு மாற்றங்களைச் சந்திக்கின்றன. அவை விளம்பரத்திலும் நேரடி விளைவுகளைச் செய்கின்றன. அங்காடி ஆய்வாளர்கள் அம்மாற்றங்களைக் கணக்கில் கொண்டு, தங்கள் பொருட்கள், சேவைகளுக்கான விளம்பரங்களை அமைக்கின்றனர்

அங்காடியாளர்கள் நுகர்வோரில் பண்பாட்டு மாற்றங்கள் ஏற்படுத்தும் பாதிப்புகளைக் கண்டு, நுகர்வோரது பொருள் தேர்வு முடிவுகள் அதன்படி அமைதலைப் புரிந்தவர்களாக தங்கள் விளம்பரங்களையும், செயல்பாடுகளையும், அமைத்துக் கொள்கின்றனர். பண்பாட்டில் சிறிய குழுக்கள் நம்பிக்கைகள் வாங்குமுன் மாற்றத்தைப் பொறுத்து அமைகிறது. பெரிய குழுக்களில் இந்நிலை குறைவு உப பண்பாடுகள் வயது, நிலவியல், சமயவியல், இனவியல் வேறுபாடுகளது தளத்தில் உருவாகின்றன. இந்தியாவில் எண்ணற்ற உப குழுக்கள் உள்ளன. அங்காடியாளர்கள் பொருட்தயாரிப்பு விற்பனை, சேவைகளில் அங்காடி இலக்காளர்களைக் கொண்டு செய்கின்றனர்.

70. Cultural norms and values of a society offer directions,

- 1) On consumers' lifestyle practices
- 2) People's buying power
- 3) Understanding the members' consumption behaviour
- 4) For formulating marketing strategies

பண்பாட்டு நெறிமுறைகள் மற்றும் சமூக விழுமியங்கள் சரியான வழியைக் கொடுக்கின்றன.

- 1) நுகர்வோரது வாழ்வு நடைமுறைகளைத் திசைப்படுத்துகிறது
- 2) மக்களின் வாங்கும் அதிகாரம்
- 3) உறுப்பினர்களது நுகர்வு நடத்தை புரிதல்
- 4) அங்காடி உத்திகளை வடிவமைக்கிறது

71. Marketing researchers monitor the _____ that have direct impact on advertising.

- 1) Cultural changes
- 2) Lifestyle variations
- 3) Social values
- 4) Media influences

அங்காடி ஆய்வாளர்கள் _____ விளம்பரத்தில் நேரடி தாக்கம் தருவதை ஒருங்கமைக்கின்றன.

- 1) பண்பாட்டு மாற்றங்கள்
- 2) வாழ்வியல் வேறுபாடுகள்
- 3) சமூக விழுமியங்கள்
- 4) ஊடகத் தாக்கம்

72. Though subtleties of various cultures are difficult to understand, marketers of products must determine their promotional strategies based on,

- 1) The mindset of the consumers
- 2) The policies of the government
- 3) Consumers' purchase decisions in the cultural contexts
- 4) The seasonal variations in consumer decisions

வெவ்வேறு பண்பாடுகளின் உப பகுப்புகள் உணர்தற்கு அரியது பொருள் உற்பத்தியாளர்கள் அங்காடிப்படுத்தும் உத்திகளை கீழ்க்கண்ட தளத்தில் அமைக்கின்றனர்

- 1) நுகர்வோரது மனவமைதி
- 2) அரசின் கொள்கைகள்
- 3) பண்பாடுகள் நுகர்வோரது வாங்கு முடிவுகள்
- 4) நுகர்வோர் முடிவுகளில் நேரும் பருவகால மாற்றங்கள்

73. How can advertisers become more successful in a complex cultural scenario?

- 1) By planning promotions based on subcultural segments of the population
- 2) By dividing the market into various segments based on consumer demographics
- 3) By applying the psychographic factors of the consumers in the promotions
- 4) By reaching the consumer at his door

கடின பண்பாட்டுச் சூழலில் எங்ஙனம் விளம்பரக்காரர்கள் வெற்றியடைகின்றனர்?

- 1) மக்கள் தொகையின் உப பண்பாட்டுப் பிரிவுக்குக்கேற்பத் திட்டமிடுகின்றனர்
- 2) அங்காடியை பல்வேறு பகுப்புகளாக நுகர்வோர் தகவலமைப்புக்கேற்பக் காண்கின்றனர்
- 3) மேம்பாட்டில் நுகர்வோரது உளவியல் கூறுகளைப் பொருத்திக் காண்கின்றனர்
- 4) நுகர்வோரை அவரது வாசலில் காணுதல்

74. Assertion (A) : Advertisers use several strategies to make consumers re-purchase their own brands.

Reason (R) : The concept of bounce-back coupons continue to prevail among the popular selling strategies of advertisers.

- 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.

உறுதிவாக்கியம் (A) : விளம்பரக்காரர்கள் பல்வேறு உத்திகளை, தங்கள் பொருட்களையே திரும்பவும் வாங்குவதற்கேற்ப பயன்படுத்துகின்றனர்

காரணம் (R) : விளம்பரக்காரர்களின் பிரபல விற்பனை உத்திகளில் செல்லத்தகு கூப்பன்களை ஒப்பீடுக் கருத்தாக்க வழி தொடர்ந்து நடைமுறையில் உள்ளது

- 1) (A), (R) இரண்டும் மெய்
- 2) (A), (R) இரண்டும் மெய். ஆனால் (R), (A)வுக்கான சரியான விளக்கமன்று
- 3) (A) உண்மை. ஆனால் (R) மெய்யன்று
- 4) (A) மெய்யன்று ஆனால் (R) மெய்

75. Assertion (A) : Account Planning is a process that involves conducting research and gathering all relevant information about a client's product or service, brand, and consumers in the target audience.

Reason (R) : The account planner's work involves providing the key decision-makers with all the information they require to make an intelligent decision. It plays an important role during creative strategy development by driving the process from the customers' point of view.

- 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.

உறுதிவாக்கியம் (A) : ஒரு பொருள், சேவை, பிராண்ட், நுகர்வோர், இலக்கு பார்வையாளர் பற்றிய ஆய்வு செய்து, தகவல் சேகரித்துச் செயல்படுவதை, கணக்கு திட்டமிடல் எனலாம்.

காரணம் (R) : கணக்குத் திட்டமிடலாளரது பணி முக்கிய முடிவு எடுப்பவர்களிடம் அனைத்துத் தகவல்களையும் சமர்ப்பித்தல் புத்திசாலித்தனமான முடிவு எடுக்கச் செய்தல், நுகர்வோர் நோக்கில் படைப்பாக்க உத்தி முன்னேற்றத்துக்கு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

- 1) (A), (R) இரண்டும் சரி
- 2) (A), (R) இரண்டும் சரி. ஆனால் (R), (A)வுக்கான சரியான விளக்கமன்று
- 3) (A) உண்மை. ஆனால் (R) மெய்யன்று
- 4) (A) மெய்யன்று ஆனால் (R) மெய்

ROUGH WORK