

Journalism & Mass Communication
Paper III

वृत्तपत्रविद्या आणि जनसंज्ञापन

प्रश्नपत्रिका III

Time Allowed : 2½ Hours]

[Max. Marks : 200

Instructions : This paper consists of **four** sections I, II, III and IV. Questions in all these sections are to be answered according to the instructions given in the concerned sections.

सूचना : या प्रश्नपत्रिकेत एकूण चार (4) भाग I, II, III आणि IV आहेत. प्रत्येक भागात त्या भागाच्या स्वतंत्र सूचना दिलेल्या आहेत.

SECTION-I (भाग-I)

Instructions : In this section you have to answer in **500** words, *one* of the questions from Q. 1(a) and 1(b), and *one* of the questions from Q. 2(a) and 2(b). Each question carries **20** marks.

सूचना : या भागातील प्र. 1(a) व 1(b) यापैकी **एका**, तसेच प्र. 2(a) व 2(b) यापैकी **एका** प्रश्नाचे उत्तर प्रत्येकी **500** शब्दांत लिहायचे आहे. प्रत्येक प्रश्नाला **20 (वीस)** गुण आहेत.

1. (a) "Most of the audience measurement exercises like TRP, IRS etc. fail to reflect the real popularity of media content in India and they have been reduced mostly to currency of transaction between media owners and advertisers." Explain the statement.

"टी.आर.पी., आय.आर.एस. या सारख्या माध्यम ग्राहकमापनाच्या व्यवस्था भारतातील माध्यमांमधील आशयाची खरी लोकप्रियता जोखण्यात अपयशी ठरतात. त्यामुळे या व्यवस्था माध्यम मालक आणि जाहिरातदार यांच्यातील व्यवहारांचे केवळ एक चलन बनून राहिल्या आहेत." हे विधान स्पष्ट करा.

OR/किंवा

(b) Which of the six normative functionalist theories of press according to you better explain the contemporary media normative system in India ? Why ?

वृत्तपत्रांसाठी असलेल्या सहा नियमनात्मक कार्यवादी सिद्धान्तांपैकी कोणता सिद्धान्त भारतातील समकालीन नियमन व्यवस्था अधिक योग्य प्रकारे स्पष्ट करू शकतो ? का ?

SECTION-IV (भाग-IV)

Instructions : The passage is to be read by only those candidates who are answering the entire paper in English language. Read it carefully and answer the five questions (Q. 15 to Q. 19) following it, each in about 30 words. Each question carries 5 marks.

Another trend accentuated by heightened competition is increased commercialism. It is not surprising that as media companies have become larger and more diverse, they have sought more opportunities to finance their expanded operations. And faced with shrinking audience and migrating advertising money (to other entrainment sources), mainline media have increasingly sold more advertising space using less quality control.

Deregulation of electronic media, which removed meaningful accountability, certainly has contributed to this trend. It has made it much easier for station owners and network companies to view their businesses as serving advertisers instead of audiences—although the two goals have never been mutually exclusive. The new mindset is that if you consolidate operations—by owning two national networks, two local TV stations, or a bundle of radio stations—you not only save costs but can provide advertisers with a more targeted comprehensive solution to their needs. Large multifaceted business operations almost always create a strong corporate culture in which finding ways to enhance their products for customers is paramount objective. In a deregulatory environment, the captains of that corporate culture are given more latitude to regard advertisers as their primary customers. As a result, the signs are everywhere that commercial broadcasting is a changed business; with more emphasis on finding ways to better serve advertisers than audiences.

सूचना : जे परीक्षार्थी सर्व उत्तरपत्रिका मराठी भाषेतून लिहिणार आहेत, त्यांच्यासाठी खालील परिच्छेद आहे. परिच्छेद काळजीपूर्वक वाचा व नंतर त्याखाली दिलेल्या पाच (प्र. 15 ते प्र. 19) प्रश्नांची उत्तरे प्रत्येकी साधारणपणे 30 शब्दांत लिहा. प्रत्येक प्रश्नाला 5 गुण आहेत.

वाढत्या स्पर्धेमुळे दृढ होत चाललेला एक नवा प्रवाह म्हणजे माध्यमांचे वाढते व्यापारीकरण. माध्यम कंपन्या मोठ्या आणि वैविध्यपूर्ण होत चालल्याने वाढत्या विस्तारकार्यासाठी पैसा उभारण्याच्या नवनव्या संधी त्या शोधत आहेत. घटता ग्राहक वर्ग आणि निसटते जाहिरात उत्पन्न (इतर करमणुकीच्या साधनांकडे जाणारे !) यांमुळे मुख्य प्रवाहातील माध्यमे जाहिरातींना अधिक जागा देत आहेत. मात्र त्यावरील त्यांचे दर्जात्मक नियंत्रण मात्र कमी होत चालले आहे.

16. What are the implications of deregulation of the media ?
माध्यमे नियंत्रणमुक्त करण्याचे काय परिणाम झाले आहेत ?

17. How does cross-media ownership help consolidate media business ?
बहुमाध्यमांची मालकी मिळाल्याने माध्यम-उद्योग बळकट होण्यास कशी मदत होते ?

18. Why does the author say that the media is more interested in serving the advertisers than the audiences ?
माध्यमांना प्रेक्षकांऐवजी जाहिरातदारांना सेवा पुरवण्यात अधिक रस आहे असे लेखकाने का म्हटले आहे ?

19. Is the passage applicable to Indian media scenario ? How ?
हा परिच्छेद भारतीय माध्यम व्यवसायाला लागू होतो का ? कसा ?

AUG - 19311/III

ROUGH WORK

AUG - 19311/III

ROUGH WORK

AUG - 19311/III

ROUGH WORK

AUG - 1931/III

ROUGH WORK