1)

Question No : 1-5

The following table shows the percentage (%) distribution of five different types of Cars (A-E) produced by a Company during two consecutive years 2019 and 2020. The total number of Cars produced was 4,50,000 in the year 2019 and 5,20,000 in the year 2020. Based on the data in the table, answer the questions 1-5 :

Year-wise Percentage Distribution of Production of Cars

Year	Type of Car Produced (in %)				
	A	B	C	D	E
2019	15%	25%	30%	10%	20%
2020	10%	30%	25%	25%	10%

निम्नलिखित सारणी 2019 और 2020 के लगातार 2 वर्षों के दौरान एक कंपनी के द्वारा उत्पादित कार (A-E) के 5 भिन्न प्रकारों के प्रतिशत (%) विसरण को दर्शाता है। वर्ष 2019 में उत्पादित कारों की कुल संख्या 4,50,000 और वर्ष 2020 में 5,20,000 थी सारणी में दिये गये आँकडों, पर आधारित 1–5 तक के प्रश्नों का उत्तर दीजिए।

कार के उत्पादन का वितरण का वर्ष वार प्रतिशत वितरण

वर्ष	उत्पादित कार का प्रकार (प्रतिशत में)				
	A	B	C	D	E
2019	15%	25%	30%	10%	20%
2020	10%	30%	25%	25%	10%

What was the difference in the production of number of Type-C cars between 2019 and 2020?

(1) 5000 (2) 7500

(3) 8500 (4) 2500

2019 और 2020 के बीच C प्रकार के कारों की संख्या के उत्पादन में कितना अंतर था?

(1) 5000 (2) 7500

(3) 8500 (4) 2500

[Question ID = 10240][Question Description = 101_00_General_46_OCT22_Q01]

1. 1 [Option ID = 10957]
2. 2 [Option ID = 10958]
3. 3 [Option ID = 10959]
4. 4 [Option ID = 10960]

2)

Question No : 1-5

The following table shows the percentage (%) distribution of five different types of Cars (A-E) produced by a Company during two consecutive years 2019 and 2020. The total number of Cars produced was 4,50,000 in the year 2019 and 5,20,000 in the year 2020. Based on the data in the table, answer the questions 1-5 :

Year-wise Percentage Distribution of Production of Cars

Year	Type of Car Produced (in %)				
	A	B	C	D	E
2019	15%	25%	30%	10%	20%
2020	10%	30%	25%	25%	10%

निम्नलिखित सारणी 2019 और 2020 के लगातार 2 वर्षों के दौरान एक कंपनी के द्वारा उत्पादित कार (A-E) के 5 भिन्न प्रकारों के प्रतिशत (%) विसरण को दर्शाता है। वर्ष 2019 में उत्पादित कारों की कुल संख्या 4,50,000 और वर्ष 2020 में 5,20,000 थी सारणी में दिये गये आँकडों, पर आधारित 1–5 तक के प्रश्नों का उत्तर दीजिए।

कार के उत्पादन का वितरण का वर्ष वार प्रतिशत वितरण

वर्ष	उत्पादित कार का प्रकार (प्रतिशत में)				
	A	B	C	D	E
2019	15%	25%	30%	10%	20%
2020	10%	30%	25%	25%	10%

If 85% of Type-E cars produced during 2019 and 2020 together are sold by the Company, then how many Type-E cars are left unsold by the company?

(1) 21825
(2) 29100
(3) 25200
(4) 21300

2019 और 2020 के दौरान सभी उत्पादित कारों के E प्रकार की 85% कंपनी द्वारा बिक्री की गई है, तब कंपनी के पास E प्रकार की कितनी कारें अभी विक्रय हेतु बची हुई हैं?

(1) 21825
(2) 29100
(3) 25200
(4) 21300

[Question ID = 10241][Question Description = 102_00_General_46_OCT22_Q02]

1. 1 [Option ID = 10961]
2. 2 [Option ID = 10962]
3. 3 [Option ID = 10963]
4. 4 [Option ID = 10964]

3)

Question No : 1-5

The following table shows the percentage (%) distribution of five different types of Cars (A-E) produced by a Company during two consecutive years 2019 and 2020. The total number of Cars produced was 4,50,000 in the year 2019 and 5,20,000 in the year 2020. Based on the data in the table, answer the questions 1-5 :

Year-wise Percentage Distribution of Production of Cars

Year	Type of Car Produced (in %)				
	A	B	C	D	E
2019	15%	25%	30%	10%	20%
2020	10%	30%	25%	25%	10%

निम्नलिखित सारणी 2019 और 2020 के लगातार 2 वर्षों के दौरान एक कंपनी के द्वारा उत्पादित कार (A-E) के 5 भिन्न प्रकारों के प्रतिशत (%) विसरण को दर्शाता है। वर्ष 2019 में उत्पादित कारों की कुल संख्या 4,50,000 और वर्ष 2020 में 5,20,000 थी सारणी में दिये गये आँकडों, पर आधारित 1–5 तक के प्रश्नों का उत्तर दीजिए।

कार के उत्पादन का वितरण का वर्ष वार प्रतिशत वितरण

वर्ष	उत्पादित कार का प्रकार (प्रतिशत में)				
	A	B	C	D	E
2019	15%	25%	30%	10%	20%
2020	10%	30%	25%	25%	10%

If the number of Type-A cars manufactured in 2020 was the same as that of 2019, then what would have been its approximate percentage share in the total production of 2020?

(1) 11% (2) 13%
(3) 15% (4) 9%

यदि A प्रकार की कारों की संख्या जिनका निर्माण 2020 में किया गया वह 2019 के समान थी, तब 2020 के कुल उत्पादन में इनका लगभग प्रतिशत भाग क्या रहा होगा?

(1) 11% (2) 13%
(3) 15% (4) 9%

[Question ID = 10242][Question Description = 103_00_General_46_OCT22_Q03]

1. 1 [Option ID = 10965]
2. 2 [Option ID = 10966]
3. 3 [Option ID = 10967]
4. 4 [Option ID = 10968]

4)

Question No : 1-5

The following table shows the percentage (%) distribution of five different types of Cars (A-E) produced by a Company during two consecutive years 2019 and 2020. The total number of Cars produced was 4,50,000 in the year 2019 and 5,20,000 in the year 2020. Based on the data in the table, answer the questions 1-5 :

Year-wise Percentage Distribution of Production of Cars

Year	Type of Car Produced (in %)				
	A	B	C	D	E
2019	15%	25%	30%	10%	20%
2020	10%	30%	25%	25%	10%

निम्नलिखित सारणी 2019 और 2020 के लगातार 2 वर्षों के दौरान एक कंपनी के द्वारा उत्पादित कार (A-E) के 5 भिन्न प्रकारों के प्रतिशत (%) विसरण को दर्शाता है। वर्ष 2019 में उत्पादित कारों की कुल संख्या 4,50,000 और वर्ष 2020 में 5,20,000 थी सारणी में दिये गये आँकड़ों, पर आधारित 1–5 तक के प्रश्नों का उत्तर दीजिए।

कार के उत्पादन का वितरण का वर्ष वार प्रतिशत वितरण

वर्ष	उत्पादित कार का प्रकार (प्रतिशत में)				
	A	B	C	D	E
2019	15%	25%	30%	10%	20%
2020	10%	30%	25%	25%	10%

What is the ratio of number of Type-C cars produced in 2019 to the number of Type-D cars produced in 2020?

(1) 29 : 27 (2) 23 : 22
(3) 27 : 26 (4) 27 : 23

वर्ष 2019 में उत्पादित C-प्रकार की कारों की संख्या का वर्ष 2020 में उत्पादित D-प्रकार की कारों की संख्याँ के साथ अनुपात क्या है?

(1) 29 : 27 (2) 23 : 22
(3) 27 : 26 (4) 27 : 23

[Question ID = 10243][Question Description = 104_00_General_46_OCT22_Q04]

1. 1 [Option ID = 10969]

2. 2 [Option ID = 10970]
3. 3 [Option ID = 10971]
4. 4 [Option ID = 10972]

5) Question No : 1-5

The following table shows the percentage (%) distribution of five different types of Cars (A-E) produced by a Company during two consecutive years 2019 and 2020. The total number of Cars produced was 4,50,000 in the year 2019 and 5,20,000 in the year 2020. Based on the data in the table, answer the questions 1-5 :

Year-wise Percentage Distribution of Production of Cars

Year	Type of Car Produced (in %)				
	A	B	C	D	E
2019	15%	25%	30%	10%	20%
2020	10%	30%	25%	25%	10%

निम्नलिखित सारणी 2019 और 2020 के लगातार 2 वर्षों के दौरान एक कंपनी के द्वारा उत्पादित कार (A-E) के 5 भिन्न प्रकारों के प्रतिशत (%) विसरण को दर्शाता है। वर्ष 2019 में उत्पादित कारों की कुल संख्या 4,50,000 और वर्ष 2020 में 5,20,000 थी सारणी में दिये गये आँकडों, पर आधारित 1−5 तक के प्रश्नों का उत्तर दीजिए।

कार के उत्पादन का वितरण का वर्ष वार प्रतिशत वितरण

वर्ष	उत्पादित कार का प्रकार (प्रतिशत में)				
	A	B	C	D	E
2019	15%	25%	30%	10%	20%
2020	10%	30%	25%	25%	10%

If the percentage production of Type-B cars in 2020 was the same as that of 2019, then what would have been the number of Type-B cars produced in 2020?

(1) 112500 (2) 120000

(3) 130000 (4) 135000

यदि B प्रकार की कारों का प्रतिशत उत्पादन 2020 में 2019 के समान रहा हो तब 2020 में उत्पादित कारों के B प्रकार की संख्या क्या रही होगी?

(1) 112500 (2) 120000

(3) 130000 (4) 135000

[Question ID = 10244][Question Description = 105_00_General_46_OCT22_Q05]

1. 1 [Option ID = 10973]
2. 2 [Option ID = 10974]
3. 3 [Option ID = 10975]
4. 4 [Option ID = 10976]

Topic:- GP_SH1_S1_B

1) IIT Bombay X is a non-profit MOOC platform developed by IIT Bombay using the open source platform ______________.

(1) Joomla (2) Sakai

(3) Drupal (4) Open edX

मुक्त स्रोत प्लेटफार्म __________ का उपयोग करते हुए, आई आई टी बांबे द्वारा विकसित आई आई टी बाम्बे एक गैर–लाभकारी एम ओ ओ सी (मूक) प्लेटफार्म है।

(1) जूमला (2) सकाई

(3) ड्रुपल (4) ओपेन ई.डी एक्स

[Question ID = 10245][Question Description = 106_00_General_46_OCT22_Q06]

1. 1 [Option ID = 10977]
2. 2 [Option ID = 10978]
3. 3 [Option ID = 10979]
4. 4 [Option ID = 10980]

2) The open source platform 'Course Builder' on which NPTEL courses are seen, was created by __________.

(1) Microsoft (2) Google

(3) Oracle (4) Wipro

मुक्त स्रोत प्लेटफार्म 'कोर्स बिल्डर' जिस पर एन पी टी ई एल पाठ्यक्रमों को संचालित किया जाता है, किसके द्वारा बनाया गया था?

(1) माइक्रोसॉफ्ट (2) गूगल

(3) ओरेकल (4) विप्रो

[Question ID = 10246][Question Description = 107_00_General_46_OCT22_Q07]

1. 1 [Option ID = 10981]
2. 2 [Option ID = 10982]
3. 3 [Option ID = 10983]
4. 4 [Option ID = 10984]

3) In a learner centered teaching environment, teachers

(1) recognise that all learners are unique and utilise different teaching styles

(2) do not provide structure and direction

(3) make decisions about how and what learners will learn

(4) do not facilitate learner's decision making process

विद्यार्थी केन्द्रित शिक्षण वातावरण में शिक्षक

(1) मानते है कि सभी शिक्षार्थी विशिष्ट है और इसीलिए वे विभिन्न शिक्षण शैली का प्रयोग करते हैं।

(2) संरचना व दिशा प्रदान नहीं करते हैं।

(3) निर्णय करते हैं कि शिक्षार्थी कैसे व क्या सीखेगें।

(4) शिक्षार्थियों की निर्णय लेने की प्रक्रिया को सुगम नहीं बनाते हैं।

[Question ID = 10247][Question Description = 108_00_General_46_OCT22_Q08]

1. 1 [Option ID = 10985]
2. 2 [Option ID = 10986]
3. 3 [Option ID = 10987]
4. 4 [Option ID = 10988]

4) Koulberg's theory of moral development comprises of following stages :

(A) Obedience orientation

(B) Intellectual disability orientation

(C) Rewards / Exchange orientation

(D) Law and order orientation

(E) Social contract orientation

Choose the ***most appropriate answer*** from the options given below :

(1) (A), (B), (C), (D) only

(2) (A), (C), (D), (E) only

(3) (B), (C), (D), (E) only

(4) (A), (B), (D), (E) only

कोलबर्ग के नैतिक विकास के सिद्धान्त में ये निम्नलिखित अवस्थाएँ समाविष्ट हैं :

(A) आज्ञापालन अभिमुखीकरण

(B) बौद्धिक निर्योग्यता अभिमुखीकरण

(C) पारितोषिक विनिमय अभिमुखीकरण

(D) कानून और व्यवस्था अभिमुखीकरण

(E) सामाजिक संविदा अभिमुखीकरण

नीचे दिए गए विकल्पों में से सबसे उपयुक्त उत्तर का चयन कीजिए :

(1) केवल (A), (B), (C), (D)

(2) केवल (A), (C), (D), (E)

(3) केवल (B), (C), (D), (E)

(4) केवल (A), (B), (D), (E)

[Question ID = 10248][Question Description = 109_00_General_46_OCT22_Q09]

1. 1 [Option ID = 10989]
2. 2 [Option ID = 10990]
3. 3 [Option ID = 10991]
4. 4 [Option ID = 10992]

5) Match List I with List II

List I Child Development		List II Feature	
(A)	Cliques	(I)	Less intimate, more loosely organized groups
(B)	Crowds	(II)	General sense of oneself along with all their beliefs, emotions and attitudes.
(C)	Identity	(III)	Exploration with a delay in commitment to personal and occupational choices
(D)	Moratorium	(IV)	Relatively small, friendship based groups

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (A)-(III), (B)-(IV), (C)-(I), (D)-(II)
(2) (A)-(II), (B)-(III), (C)-(IV), (D)-(I)
(3) (A)-(I), (B)-(II), (C)-(III), (D)-(IV)
(4) (A)-(IV), (B)-(I), (C)-(II), (D)-(III)

सूची-I के साथ सूची-II का मिलान कीजिए

सूची-I बाल-विकास		सूची-II लक्षण	
(A)	गुट	(I)	अल्प प्रगाढ़ता, अधिक निर्बंध रूप से संगठित समूह
(B)	भीड़	(II)	सभी विश्वासों, भावनाओं और अभिवृत्तियों के साथ स्वयं की सामान्य समझ
(C)	पहचान	(III)	वैयक्तिक और व्यवसायिक विकल्पों के लिए विलंबित प्रतिबद्धता के साथ अन्वेषण
(D)	विलंब-काल	(IV)	अपेक्षाकृत छोटे, मित्रता-आधारित समूह

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A)-(III), (B)-(IV), (C)-(I), (D)-(II)
(2) (A)-(II), (B)-(III), (C)-(IV), (D)-(I)
(3) (A)-(I), (B)-(II), (C)-(III), (D)-(IV)
(4) (A)-(IV), (B)-(I), (C)-(II), (D)-(III)

[Question ID = 10249][Question Description = 110_00_General_46_OCT22_Q10]

1. 1 [Option ID = 10993]
2. 2 [Option ID = 10994]
3. 3 [Option ID = 10995]
4. 4 [Option ID = 10996]

6) If a survey is conducted telephonically, which among the following statements is true?

(1) It improves quality of data
(2) It improves the validity research
(3) It reduces the cost of data collection
(4) It makes participants comfortable

यदि कोई सर्वेक्षण टेलिफोन के माध्यम से कराया जाता है तो निम्नलिखित में से कौन सा कथा सही है?

(1) इससे दत्त की गुणवत्ता में सुधार होता है।
(2) इससे विधिमान्यता शोध में सुधार होता है।
(3) इससे दत्त संग्रहण की लागत घट जाती है।
(4) इसके फलस्वरूप प्रतिभागी सहज महसूस करते हैं।

[Question ID = 10250][Question Description = 111_00_General_46_OCT22_Q11]

1. 1 [Option ID = 10997]

2. 2 [Option ID = 10998]
3. 3 [Option ID = 10999]
4. 4 [Option ID = 11000]

7) Match List I with List II

	List I Research forms		List II Description
(A)	Qualitative Research	(I)	File drawer problem
(B)	Quantitative Research	(II)	Convergence of findings based multiple methods
(C)	Triangulation	(III)	Statistical analysis
(D)	Metaanalysis	(IV)	Interpretive

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (A)-(III), (B)-(II), (C)-(IV), (D)-(I)

(2) (A)-(IV), (B)-(III), (C)-(II), (D)-(I)

(3) (A)-(I), (B)-(IV), (C)-(II), (D)-(III)

(4) (A)-(III), (B)-(II), (C)-(IV), (D)-(I)

सूची-I के साथ सूची-II का मिलान कीजिए

	सूची-I शोध के प्रकार		सूची-II विवरण
(A)	गुणवत्तापरक शोध	(I)	फाइल–ड्रॉअर प्रॉब्लेम
(B)	परिमाणात्मक शोध	(II)	बहु विधियों पर आधारित निष्कर्षों का अभिसरण
(C)	त्रिकोणीयता	(III)	सांख्यिकीय विश्लेषण
(D)	परा–विश्लेषण	(IV)	निर्वचनात्मक

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A)-(III), (B)-(II), (C)-(IV), (D)-(I)

(2) (A)-(IV), (B)-(III), (C)-(II), (D)-(I)

(3) (A)-(I), (B)-(IV), (C)-(II), (D)-(III)

(4) (A)-(III), (B)-(II), (C)-(IV), (D)-(I)

[Question ID = 10251][Question Description = 112_00_General_46_OCT22_Q12]

1. 1 [Option ID = 11001]
2. 2 [Option ID = 11002]
3. 3 [Option ID = 11003]
4. 4 [Option ID = 11004]

8) Following activities are related to the conduct of experiment in social research :

(A) Control the experimental environment

(B) Pilot test, revise and test

(C) Empathy with the participants

(D) Praising the good qualities of the participant

(E) Specify the treatment levels

Choose the most appropriate answer from the options given below :

(1) (A), (B), (C) only

(2) (B), (C), (E) only

(3) (C), (D), (E) only

(4) (A), (B), (E) only

निम्नलिखित कार्यकलाप सामाजिक शोध में प्रयोग करने से संबंधित हैं :

(A) प्रायोगिक परिवेश का नियंत्रण

(B) प्रायोगिक परीक्षण, पुनरीक्षण और परीक्षण

(C) प्रतिभागियों के साथ परानुभूति

(D) प्रतिभागी के अच्छे गुणों की सराहना करना

(E) व्यवहार के स्तरों को विनिर्दिष्ट करना

नीचे दिए गए विकल्पों में से सबसे उपयुक्त उत्तर का चयन कीजिए :

(1) केवल (A), (B), (C)

(2) केवल (B), (C), (E)

(3) केवल (C), (D), (E)

(4) केवल (A), (B), (E)

[Question ID = 10252][Question Description = 113_00_General_46_OCT22_Q13]

1. 1 [Option ID = 11005]
2. 2 [Option ID = 11006]
3. 3 [Option ID = 11007]
4. 4 [Option ID = 11008]

9) Given below are two statements :

Statement (I) : If the length of a psychological test is increased it improves both reliability and validity.

Statement (II) : Score of a test can be interpreted without referring to its norm.

In the light of the above statements, Choose the **most appropriate answer** from the options given below :

(1) Both Statement (I) and Statement (II) are correct

(2) Both Statement (I) and Statement (II) are incorrect

(3) Statement (I) is correct but Statement (II) is incorrect

(4) Statement (I) is incorrect but Statement (II) is correct

नीचे दो कथन दिए गए हैं :

कथन (I) : यदि किसी मनोवैज्ञानिक परीक्षण की लंबाई बढ़ाई जाती है तो इससे विश्वसनीयता और वैधता दोनों में सुधार होता है।

कथन (II) : किसी परीक्षण के प्राप्तांक की व्याख्या इसके मानक का संदर्भ लिए बिना की जा सकती है।

उपरोक्त कथन के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सबसे उपयुक्त उत्तर का चयन कीजिए :

(1) कथन (I) और (II) दोनों सही हैं

(2) कथन (I) और (II) दोनों गलत हैं

(3) कथन (I) सही है, लेकिन कथन (II) गलत है

(4) कथन (I) गलत है, लेकिन कथन (II) सही है

[Question ID = 10253][Question Description = 114_00_General_46_OCT22_Q14]

1. 1 [Option ID = 11009]
2. 2 [Option ID = 11010]
3. 3 [Option ID = 11011]
4. 4 [Option ID = 11012]

10) Which among the following is a valid criticism of experimental method in social sciences?

(1) Impossible to conduct in social situation

(2) Artificiality of laboratory condition

(3) Unavailability good experiments in social sciences

(4) Social research problems cannot be studied experimentally

सामाजिक विज्ञान में निम्नलिखित में से क्या प्रायोगिक विधि की विधि-मान्य आलोचना है?

(1) सामाजिक स्थिति में इसे करना असंभव है।

(2) प्रयोगशाला की दशा का कृत्रिम स्वरूप।

(3) सामाजिक विज्ञान में अच्छे प्रयोग का उपलब्ध नहीं होना।

(4) सामाजिक शोध की समस्याओं का अध्ययन प्रायोगिक आधार पर नहीं किया जा सकता है।

[Question ID = 10254][Question Description = 115_00_General_46_OCT22_Q15]

1. 1 [Option ID = 11013]
2. 2 [Option ID = 11014]
3. 3 [Option ID = 11015]
4. 4 [Option ID = 11016]

11) In communication, meanings refer to a person's

(1) Notions about the world

(2) Internal responses to a message

(3) Subsuming messages for suppression

(4) External responses only

सम्प्रेषण में व्यक्ति के कथन का अभिप्राय निम्न में से किससे है?

(1) विश्व के बारे में धारणा

(2) किसी संदेश पर अभ्यांतरिक अनुक्रिया

(3) निग्रह के लिए संदेशों को सम्मिलित करना

(4) केवल बाह्य अनुक्रिया

[Question ID = 10255][Question Description = 116_00_General_46_OCT22_Q16]

1. 1 [Option ID = 11017]
2. 2 [Option ID = 11018]
3. 3 [Option ID = 11019]
4. 4 [Option ID = 11020]

12) Which of the following are true with regard to mass communication?

(A) Messages are prepared by non-professionals

(B) Messages are prepared by professionals

(C) Messages are rapidly disseminated

(D) Messages are supposed to be understood

(E) Media audiences are homogenous

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (A), (B), (C) only

(2) (C), (D), (E) only

(3) (B), (C), (D) only

(4) (A), (D), (E) only

जन संचार के संबंध में निम्नलिखित में से कौन से कथन सही हैं?

(A) संदेश गैर वृत्तिकों द्वारा तैयार किए जाते हैं।

(B) संदेश वृत्तिकों द्वारा तैयार किए जाते हैं।

(C) संदेशों का तेजी से प्रसार किया जाता है।

(D) संदेशों से अपेक्षा की जाती है कि वे बोधगम्य हों।

(E) मीडिया के आग्राहक समांगी होते हैं।

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) केवल (A), (B), (C)

(2) केवल (C), (D), (E)

(3) केवल (B), (C), (D)

(4) केवल (A), (D), (E)

[Question ID = 10256][Question Description = 117_00_General_46_OCT22_Q17]

1. 1 [Option ID = 11021]
2. 2 [Option ID = 11022]
3. 3 [Option ID = 11023]
4. 4 [Option ID = 11024]

13) Given below are two statements :

Statement (I) : The disadvantage of inter-personal communication is the availability of immediate feedback.

Statement (II) : The greatest advantage of mass communication is its delayed feedback

In the light of the above statements, Choose the **most appropriate answer** from the options given below :

(1) Both Statement (I) and Statement (II) are correct

(2) Both Statement (I) and Statement (II) are incorrect

(3) Statement (I) is correct but Statement (II) is incorrect

(4) Statement (I) is incorrect but Statement (II) is correct

नीचे दो कथन दिए गए हैं :

कथन (I) : अन्तः वैयक्तिक संचार का दोष तात्कालिक प्रतिपुष्टि की उपलब्धता है।

कथन (II) : जन संचार का सबसे बड़ा लाभ इसकी विलंबित प्रतिपुष्टि है।

उपरोक्त कथन के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सबसे उपयुक्त उत्तर का चयन कीजिए :

(1) कथन (I) और (II) दोनों सही हैं

(2) कथन (I) और (II) दोनों गलत हैं

(3) कथन (I) सही है, लेकिन कथन (II) गलत है

(4) कथन (I) गलत है, लेकिन कथन (II) सही है

[Question ID = 10257][Question Description = 118_00_General_46_OCT22_Q18]

1. 1 [Option ID = 11025]
2. 2 [Option ID = 11026]
3. 3 [Option ID = 11027]
4. 4 [Option ID = 11028]

14) Identify the correct sequence of information processing in communication

(A) Input

(B) Output

(C) Data entry

(D) Processing

(E) Storage

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (A), (B), (E), (D), (C)

(2) (B), (D), (E), (A), (C)

(3) (C), (A), (D), (E), (B)

(4) (A), (C), (D), (E), (B)

संचार में सूचना प्रक्रमण के सही अनुक्रम को चिह्नित कीजिए :

(A) आदान (इनपुट)

(B) प्रतिफल (आउटपुट)

(C) दत्त की प्रविष्टि (डाटा एन्ट्री)

(D) संसाधन (प्रोसेसिंग)

(E) भंडारण (स्टोरेज)

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A), (B), (E), (D), (C)

(2) (B), (D), (E), (A), (C)

(3) (C), (A), (D), (E), (B)

(4) (A), (C), (D), (E), (B)

[Question ID = 10258][Question Description = 119_00_General_46_OCT22_Q19]

1. 1 [Option ID = 11029]
2. 2 [Option ID = 11030]
3. 3 [Option ID = 11031]
4. 4 [Option ID = 11032]

15) Match List I with List II

	List I		List II
	Medium		User vehicle
(A)	Newspaper	(I)	URSA mini pro
(B)	Radio	(II)	Satellite dishes
(C)	Television	(III)	Electro magnetic waves
(D)	Film	(IV)	Rubber plate

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (A)-(IV), (B)-(III), (C)-(II), (D)-(I)

(2) (A)-(III), (B)-(II), (C)-(I), (D)-(IV)

(3) (A)-(II), (B)-(I), (C)-(IV), (D)-(III)

(4) (A)-(I), (B)-(II), (C)-(III), (D)-(IV)

·सूची-I के साथ सूची-II का मिलान कीजिए

	सूची-I		सूची-II
	माध्यम		प्रयोक्ता वाहक
(A)	समाचार पत्र	(I)	यू आर एस ए मिन्नी प्रो
(B)	रेडियो	(II)	सैटेलाइट डिशेज
(C)	टेलिवीजन	(III)	इलेक्ट्रोमैग्नेटिक वेव्स
(D)	फिल्म	(IV)	रबड़ प्लेट

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A)-(IV), (B)-(III), (C)-(II), (D)-(I)

(2) (A)-(III), (B)-(II), (C)-(I), (D)-(IV)

(3) (A)-(II), (B)-(I), (C)-(IV), (D)-(III)

(4) (A)-(I), (B)-(II), (C)-(III), (D)-(IV)

[Question ID = 10259][Question Description = 120_00_General_46_OCT22_Q20]

1. 1 [Option ID = 11033]
2. 2 [Option ID = 11034]
3. 3 [Option ID = 11035]
4. 4 [Option ID = 11036]

16) In a test consisting of 150 questions carrying 1 mark each, Rishab answered 80% of the first 75 questions correctly. What percent of the other 75 questions does he need to answer correctly to score 60% overall?

(1) 20 (2) 40

(3) 50 (4) 60

प्रत्येक के लिए 1 अंक वाले 150 प्रश्नों की एक परीक्षण में रिषभ वे पहले 75 प्रश्नों में से 80% के सही उत्तर दिए। कुल 60% प्राप्तांक प्राप्त करने के लिए शेष 75 प्रश्नों में से कितने प्रतिशत के उसे सही उत्तर देने होंगे?

(1) 20 (2) 40

(3) 50 (4) 60

[Question ID = 10260][Question Description = 121_00_General_46_OCT22_Q21]

1. 1 [Option ID = 11037]
2. 2 [Option ID = 11038]
3. 3 [Option ID = 11039]
4. 4 [Option ID = 11040]

17) The simple interest on a sum of money is 1/9 of the principal and the number of years is equal to the rate percent per annum. The rate percent per annum is :

(1) 3% (2) 0.33%

(3) 3.33% (4) 2.33%

किसी धनराशि पर साधारण ब्याज मूल धन का 1/9 है और वर्षों की संख्या प्रतिवर्ष दर प्रतिशत के बराबर है। प्रति वर्ष दर प्रतिशत है :

(1) 3% (2) 0.33%

(3) 3.33% (4) 2.33%

[Question ID = 10261][Question Description = 122_00_General_46_OCT22_Q22]

1. 1 [Option ID = 11041]
2. 2 [Option ID = 11042]
3. 3 [Option ID = 11043]
4. 4 [Option ID = 11044]

18) Given below are two statements :

Statement (I) : One-fourth of sixty percent of a number is equal to two-fifth of twenty percent of another number. Then the respective ratio of the first number to the second number is 8:15.

Statement (II) : A student is studying for a test from 11:00 am to 8:00 pm on weekdays and one-third of that time on Saturday. On Sunday, he takes a break and goes for a movie. The fractional part of the entire week that the student is studying is 3/7.

In the light of the above statements, choose the correct answer from the options given below :

(1) Both Statement (I) and Statement (II) are true

(2) Both Statement (I) and Statement (II) are false

(3) Statement (I) is true but Statement (II) is false

(4) Statement (I) is false but Statement (II) is true

नीचे दो कथन दिए गए हैं :

कथन (I) : किसी संख्या के साठ प्रतिशत का एक चौथाई किसी अन्य संख्या के बीस प्रतिशत के दो बटा पांचवें भाग के बराबर है। तब पहली संख्या और दूसरी संख्या का अनुपात क्रमश 8 : 15 है।

कथन (II) : कोई विद्यार्थी किसी परीक्षा के लिए सप्ताह के अन्य दिन 11 बजे प्रातः से 08 बजे रात्रि तथा शनिवार को उक्त समय के एक तिहाई होते पढ़ाई करता है। रविवार को वह छुट्टी करता है और मूवी देखने
जाता है। पूरे सप्ताह विद्यार्थी द्वारा की जाने वाली पढ़ाई का आंशिक भाग 3/7 है।

उपरोक्त कथन के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) कथन (I) और (II) दोनों सत्य हैं

(2) कथन (I) और (II) दोनों असत्य हैं

(3) कथन (I) सत्य है, लेकिन कथन (II) असत्य है

(4) कथन (I) असत्य है, लेकिन कथन (II) सत्य है

[Question ID = 10262][Question Description = 123_00_General_46_OCT22_Q23]

1. 1 [Option ID = 11045]
2. 2 [Option ID = 11046]
3. 3 [Option ID = 11047]
4. 4 [Option ID = 11048]

19) Given below are two statements :

Statement (I) : A man sells his goods at 10% profit. If he sells his goods at 15% profit, he gets ₹ 160 more. The cost price of his goods is ₹ 4,200.

Statement (II) : A man spends 80% of his earnings. His earnings increased by 25% and his expenses increased by 20%. The man's savings thus increased by 45%.

In the light of the above statements, choose the **correct answer** from the options given below :

(1) Both Statement (I) and Statement (II) are true

(2) Both Statement (I) and Statement (II) are false

(3) Statement (I) is true but Statement (II) is false

(4) Statement (I) is false but Statement (II) is true

नीचे दो कथन दिए गए हैं :

कथन (I) : कोई व्यक्ति 10% लाभ पर अपना माल बेचता है। यदि वह 15% लाभ पर बेचेगा तो उसे 160 रु. और मिलेंगे। उसके माल का लागत मूल्य 4,200 रु. है।

कथन (II) : कोई व्यक्ति अपनी आय का 80% खर्च करता है। उसकी आय में 25% और उसके खर्च में 20% की बढ़ोत्तरी हुई। इस प्रकार उस व्यक्ति की बचत में 45% की बढ़ोत्तरी हुई।

उपरोक्त कथन के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) कथन (I) और (II) दोनों सत्य हैं

(2) कथन (I) और (II) दोनों असत्य हैं

(3) कथन (I) सत्य है, लेकिन कथन (II) असत्य है

(4) कथन (I) असत्य है, लेकिन कथन (II) सत्य है

[Question ID = 10263][Question Description = 124_00_General_46_OCT22_Q24]

1. 1 [Option ID = 11049]
2. 2 [Option ID = 11050]
3. 3 [Option ID = 11051]
4. 4 [Option ID = 11052]

20) A man who can swim 48 meter/minute in still water swims 200 meter against the current and 200 meter with the current. If the difference between these two times is 10 minutes, then what is the speed of the current?

(1) 30 meter/minute (2) 31 meter/minute

(3) 29 meter/minute (4) 32 meter/minute

कोई व्यक्ति जो शांत जल में 48 मीटर/मिनट की दर से तैर सकता है, 200 मीटर धारा के विरुद्ध और 200 मीटर धारा के साथ तैरता है। यदि इन दोनों समयों के बीच का अंतर 10 मिनट है तो धारा की गति क्या है?

(1) 30 मीटर/मिनट (2) 31 मीटर/मिनट

(3) 29 मीटर/मिनट (4) 32 मीटर/मिनट

[Question ID = 10264][Question Description = 125_00_General_46_OCT22_Q25]

1. 1 [Option ID = 11053]
2. 2 [Option ID = 11054]
3. 3 [Option ID = 11055]
4. 4 [Option ID = 11056]

21) Given below are two statements : One is labelled as Assertion (A) and the other is labeled as Reason (R).

Assertion (A) : A valid deductive argument with all true premises will lead to a true conclusion.

Reason (R) : In a valid deductive argument, the conclusion follows from the premises with absolute necessity.

In the light of the above statements, choose the **correct answer** from the options given below :

(1) Both (A) and (R) are true and (R) is the correct explanation of (A)

(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

नीचे दो कथन दिए गए हैं : एक अभिकथन (Assertion A) के रूप में लिखित है तो दूसरा उसके कारण (Reason R) के रूप में :

अभिकथन (A) : सभी सत्य आधारवाक्य वाला वैध निगनात्मक तर्क सत्य निष्कर्ष की ओर ले जाएगा।

कारण (R) : एक वैध निगमनात्मकतर्क में, निष्कर्ष उसके आधार वाक्यों से अनिवार्य रूप से निकलेगा।

उपरोक्त कथनों के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A) और (R) दोनों सत्य हैं और (R), (A) की सही व्याख्या है

(2) (A) और (R) दोनों सत्य हैं, लेकिन (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है

(3) (A) सत्य है, लेकिन (R) असत्य है

(4) (A) असत्य है, लेकिन (R) सत्य है

[Question ID = 10265][Question Description = 126_00_General_46_OCT22_Q26]

1. 1 [Option ID = 11057]
2. 2 [Option ID = 11058]
3. 3 [Option ID = 11059]
4. 4 [Option ID = 11060]

22) Match List I with List II

	List I		List II
	In a square of opposition		Resultant
(A)	'A' being given as true	(I)	'O' is undetermined
(B)	'E' being given as true	(II)	'I' is undetermined
(C)	'I' being given as true	(III)	'I' is true
(D)	'O' being given as true	(IV)	'I' is false

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (A)-(II), (B)-(IV), (C)-(I), (D)-(III)

(2) (A)-(IV), (B)-(I), (C)-(III), (D)-(II)

(3) (A)-(I), (B)-(IV), (C)-(II), (D)-(III)

(4) (A)-(III), (B)-(IV), (C)-(I), (D)-(II)

सूची-I के साथ सूची-II का मिलान कीजिए

	सूची-I		सूची-II
	विरोधी वर्ग		निष्कर्ष
(A)	'A' को सत्य के रूप में माना गया है	(I)	'O' अनिश्चित है
(B)	'E' को सत्य के रूप में माना गया है	(II)	'I' अनिश्चित है
(C)	'I' को सत्य के रूप में माना गया है	(III)	'I' सत्य है
(D)	'O' को सत्य के रूप में माना गया है	(IV)	'I' असत्य है

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A)-(II), (B)-(IV), (C)-(I), (D)-(III)

(2) (A)-(IV), (B)-(I), (C)-(III), (D)-(II)

(3) (A)-(I), (B)-(IV), (C)-(II), (D)-(III)

(4) (A)-(III), (B)-(IV), (C)-(I), (D)-(II)

[Question ID = 10266][Question Description = 127_00_General_46_OCT22_Q27]

1. 1 [Option ID = 11061]
2. 2 [Option ID = 11062]
3. 3 [Option ID = 11063]
4. 4 [Option ID = 11064]

23) Which one of the following formal fallacies is committed in the given argument?

All snakes are reptiles.

Some snakes are poisonous creatures.

Therefore all poisonous creatures are reptiles.

(1) Fallacy of Illicit process of major term

(2) Fallacy of Illicit process of minor term

(3) Fallacy of undistributed middle term

(4) Fallacy of four terms

दिए गए तर्क में कौन से अनकारिक दोष है :

सभी सर्प सरीसृप हैं।

कुछ सर्प विषैले जीव होते हैं।

अतः सभी विषैले जीव सरीसृप हैं।

(1) मुख्य पद का अवैध प्रक्रिया दोष

(2) अमुख्य पद का प्रक्रिया दोष

(3) माध्यम पद का अवितरित दोष

(4) चतुष्पद दोष

[Question ID = 10267][Question Description = 128_00_General_46_OCT22_Q28]

1. 1 [Option ID = 11065]
2. 2 [Option ID = 11066]
3. 3 [Option ID = 11067]
4. 4 [Option ID = 11068]

24) Given below are two statements :

Statement I : An inference which is based on the middle term being only positively related to the major term is called Kevalānvayi.

Statement II : In Kevalānvayi anumana, the knowledge of vyapti between the middle and major terms is arrived at through the method of argument in absence.

In the light of the above statements, choose the *correct* answer from the options given below :

(1) Both Statement I and Statement II are true

(2) Both Statement I and Statement II are false

(3) Statement I is true but Statement II is false

(4) Statement I is false but Statement II is true

नीचे दो कथन दिए गए हैं :

कथन (I) : साध्य पद से हेतु पद के सकारात्मक संबंध पर आधारित अनुमिति केवल अन्वयी कहलाता है।

कथन (II) : केवल अन्वयी अनुमान में हेतु और साध्य पद के बीच व्याप्ति का ज्ञान अप्रस्तुतान्वय विधि के माध्यम से होता है।

उपरोक्त कथन के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) कथन (I) और (II) दोनों सत्य हैं

(2) कथन (I) और (II) दोनों असत्य हैं

(3) कथन (I) सत्य है, लेकिन कथन (II) असत्य है

(4) कथन (I) असत्य है, लेकिन कथन (II) सत्य है

[Question ID = 10268][Question Description = 129_00_General_46_OCT22_Q29]

1. 1 [Option ID = 11069]
2. 2 [Option ID = 11070]
3. 3 [Option ID = 11071]
4. 4 [Option ID = 11072]

25) Given below are two statements : One is labelled as Assertion (A) and the other is labeled as Reason (R).

Assertion (A) : Sound is non eternal, because it is caused.

Reason (R) : The middle term does not prove the eternality of sound but it's non-eternality.

In the light of the above statements, choose the correct answer from the options given below :

(1) Both (A) and (R) are true and (R) is the correct explanation of (A)

(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

नीचे दो कथन दिए गए हैं : एक अभिकथन (Assertion A) के रूप में लिखित है तो दूसरा उसके कारण (Reason R) के रूप में :

अभिकथन (A) : ध्वनि अशाश्वत है क्योंकि यह उत्पन्न होती है।

कारण (R) : 'हेतु', 'ध्वनी' की शाश्वतता प्रमाणित नहीं करता है अपितु इसकी अ-शाश्वतता को स्थापित करती है।

उपरोक्त कथनों के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A) और (R) दोनों सत्य हैं और (R), (A) की सही व्याख्या है

(2) (A) और (R) दोनों सत्य हैं, लेकिन (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है

(3) (A) सत्य है, लेकिन (R) असत्य है

(4) (A) असत्य है, लेकिन (R) सत्य है

[Question ID = 10269][Question Description = 130_00_General_46_OCT22_Q30]

1. 1 [Option ID = 11073]
2. 2 [Option ID = 11074]
3. 3 [Option ID = 11075]
4. 4 [Option ID = 11076]

26) A software is termed as an open source software if

(1) the developer company is open 24×7

(2) its source code is available to share, study and modify

(3) it can be downloaded from the Internet

(4) it is available free of cost

किसी सॉफ्टवेयर को ओपन सोर्स सॉफ्टवेयर कहा जाता है यदि

(1) डेवलपर कंपनी चौबीसों घंटे सातों दिन खुली है।

(2) इसका सोर्स कोड साझा किए जाने, अध्ययन और संशोधन के लिए उपलब्ध है।

(3) इसे इंटरनेट से डाउनलोड किया जा सकता है।

(4) यह निःशुल्क उपलब्ध है।

[Question ID = 10270][Question Description = 131_00_General_46_OCT22_Q31]

1. 1 [Option ID = 11077]
2. 2 [Option ID = 11078]
3. 3 [Option ID = 11079]
4. 4 [Option ID = 11080]

27) Identify the correct arrangement of the following different types of computer networks in the descending order of their geographic area coverage.

(A) MAN

(B) WAN

(C) LAN

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (A), (B), (C)

(2) (B), (C), (A)

(3) (B), (A), (C)

(4) (C), (A), (B)

कंप्यूटर नेटवर्कों के निम्नलिखित भिन्न प्रकारों के उनके भौगोलिक क्षेत्र कवरेज के अनुसार सही अवरोही क्रम की पहचान करें :

(A) MAN (एम ए एन)

(B) WAN (डब्ल्यु ए एन)

(C) LAN (एल ए एन)

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A), (B), (C)

(2) (B), (C), (A)

(3) (B), (A), (C)

(4) (C), (A), (B)

[Question ID = 10271][Question Description = 132_00_General_46_OCT22_Q32]

1. 1 [Option ID = 11081]
2. 2 [Option ID = 11082]
3. 3 [Option ID = 11083]
4. 4 [Option ID = 11084]

28) Given below are two statements in respect of Computers :

Statement (I) : A DVD-ROM is an optical storage media and it can be written many times.

Statement (II) : Software is loaded into secondary storage from RAM and is then executed by CPU.

In the light of the above statements, Choose the *correct answer* from the options given below :

(1) Both Statement (I) and Statement (II) are true

(2) Both Statement (I) and Statement (II) are false

(3) Statement (I) is true but Statement (II) is false

(4) Statement (I) is false but Statement (II) is true

नीचे दो कथन दिए गए हैं जो कंप्यूटरों से संबंधित हैं :

कथन (I) : डीवीडी-रोम (DVD-ROM) एक ऑप्टिकल स्टोरेज मीडिया है और इस पर अनेक बार लिखा जा सकता है।

कथन (II) : सॉफ्टवेयर रैम (RAM) से सेकेंडरी स्टोरेज में डाला जाता है और तत्पश्चात इसे सी पी यू द्वारा निष्पादित किया जाता है।

उपरोक्त कथन के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) कथन (I) और (II) दोनों सत्य हैं

(2) कथन (I) और (II) दोनों असत्य हैं

(3) कथन (I) सत्य है, लेकिन कथन (II) असत्य है

(4) कथन (I) असत्य है, लेकिन कथन (II) सत्य है

[Question ID = 10272][Question Description = 133_00_General_46_OCT22_Q33]

1. 1 [Option ID = 11085]
2. 2 [Option ID = 11086]
3. 3 [Option ID = 11087]
4. 4 [Option ID = 11088]

29) Which of the following file formats are appropriate for distributing video files across the internet?

(A) .FLA

(B) .MP3

(C) .WMA

(D) .AIF

(E) .AVI

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (B) and (C) only

(2) (A) and (E) only

(3) (D) and (E) only

(4) (C) and (D) only

इंटरनेट पर वीडियो फाइलों के वितरण के लिए निम्नलिखित में से कौन से फाइल फॉर्मेट उपयुक्त हैं?

(A) .FLA

(B) .MP3

(C) .WMA

(D) .AIF

(E) .AVI

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) केवल (B) और (C)

(2) केवल (A) और (E)

(3) केवल (D) और (E)

(4) केवल (C) और (D)

[Question ID = 10273][Question Description = 134_00_General_46_OCT22_Q34]

1. 1 [Option ID = 11089]
2. 2 [Option ID = 11090]
3. 3 [Option ID = 11091]
4. 4 [Option ID = 11092]

30) Match List I with List II

	List I (File extension)		List II (File type)
(A)	mp3	(I)	image
(B)	xls	(II)	music
(C)	jpeg	(III)	database
(D)	mdb	(IV)	spreadsheet

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (A)-(I), (B)-(IV), (C)-(II), (D)-(III)

(2) (A)-(II), (B)-(IV), (C)-(I), (D)-(III)

(3) (A)-(II), (B)-(IV), (C)-(III), (D)-(I)

(4) (A)-(III), (B)-(II), (C)-(I), (D)-(IV)

सूची-I के साथ सूची-II का मिलान कीजिए

	सूची-I (फाइल एक्सटेंशन)		सूची-II (फाइल टाइप)
(A)	mp3	(I)	इमेज
(B)	xls	(II)	म्यूजिक
(C)	jpeg	(III)	डाटाबेस
(D)	mdb	(IV)	स्प्रेडशीट

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A)-(I), (B)-(IV), (C)-(II), (D)-(III)

(2) (A)-(II), (B)-(IV), (C)-(I), (D)-(III)

(3) (A)-(II), (B)-(IV), (C)-(III), (D)-(I)

(4) (A)-(III), (B)-(II), (C)-(I), (D)-(IV)

[Question ID = 10274][Question Description = 135_00_General_46_OCT22_Q35]

1. 1 [Option ID = 11093]
2. 2 [Option ID = 11094]
3. 3 [Option ID = 11095]
4. 4 [Option ID = 11096]

31) Identify the correct sequence of average noise levels in increasing order of their magnitude from different sources.

(A) City street corner

(B) Conversational speech

(C) Highway

(D) Aircraft noise during take off

(E) Typical office

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (E), (A), (B), (C), (D)

(2) (E), (B), (A), (C), (D)

(3) (B), (E), (A), (C), (D)

(4) (B), (E), (A), (D), (C)

विभिन्न स्रोतों से उत्पन्न औसत ध्वनि स्तरों की मात्रा के सही आरोही क्रम की पहचान करें।

(A) शहर की सड़क का कोना

(B) वार्तालाप संभाषण

(C) राजमार्ग

(D) उड़ान भरते समय वायुयान की ध्वनि

(E) सामान्य कार्यालय

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (E), (A), (B), (C), (D)

(2) (E), (B), (A), (C), (D)

(3) (B), (E), (A), (C), (D)

(4) (B), (E), (A), (D), (C)

[Question ID = 10275][Question Description = 136_00_General_46_OCT22_Q36]

1. 1 [Option ID = 11097]
2. 2 [Option ID = 11098]
3. 3 [Option ID = 11099]
4. 4 [Option ID = 11100]

32) Given below are two statements : One is labelled as Assertion (A) and the other is labeled as Reason (R).

Assertion (A) : Energy produced from biomass is considered 'carbon neutral'.

Reason (R) : Biomass does not add CO_2 to the atmosphere.

In the light of the above statements, choose the *most appropriate answer* from the options given below :

(1) Both (A) and (R) are correct and (R) is the correct explanation of (A)

(2) Both (A) and (R) are correct but (R) is NOT the correct explanation of (A)

(3) (A) is correct but (R) is not correct

(4) (A) is not correct but (R) is correct

नीचे दो कथन दिए गए हैं : एक अभिकथन (Assertion A) के रूप में लिखित है तो दूसरा उसके कारण (Reason R) के रूप में :

अभिकथन (A) : जैव संहति (बायोमास) से उत्पन्न उर्जा को 'कार्बन उदासीन' माना जाता है।

कारण (R) : जैव संहति (बायोमास) वातावरण में CO_2 नहीं बढ़ाता है।

उपरोक्त कथनों के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सबसे उपयुक्त उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं और (R), (A) की सही व्याख्या है

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, लेकिन (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है

(3) (A) सही है, लेकिन (R) सही नहीं है

(4) (A) सही नहीं है, लेकिन (R) सही है

[Question ID = 10276][Question Description = 137_00_General_46_OCT22_Q37]

1. 1 [Option ID = 11101]
2. 2 [Option ID = 11102]
3. 3 [Option ID = 11103]
4. 4 [Option ID = 11104]

33) What is the correct order of Global Warming Potential (GWP) of following atmospheric chemical species?

(A) Chlorofluro Carbon (CFC)

(B) Methane (CH_4)

(C) Carbon dioxide (CO_2)

(D) Nitrous oxide (N_2O)

Choose the correct answer from the options given below :

(1) D > B > C > A

(2) C < B < D < A

(3) A > B > C > D

(4) A < C < D < B

निम्नलिखित वातावरणीय रसायनों के ग्लोबल वार्मिंग पोटेंशियल (जी डब्ल्यु पी) का सही क्रम क्या है?

(A) क्लोरोफ्लोरो कार्बन (सी एफ सी)

(B) मीथेन (CH_4)

(C) कार्बन डाइऑक्साइड (CO_2)

(D) नाइट्रस ऑक्साइड (N_2O)

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) D > B > C > A

(2) C < B < D < A

(3) A > B > C > D

(4) A < C < D < B

[Question ID = 10277][Question Description = 138_00_General_46_OCT22_Q38]

1. 1 [Option ID = 11105]
2. 2 [Option ID = 11106]
3. 3 [Option ID = 11107]
4. 4 [Option ID = 11108]

34) Given below are two statements :

Statement I : Classical smog is formed when oxides of nitrogen combine with particulate matter especially in summer season.

Statement II : Classical smog reduces atmospheric visibility to a great extent.

In the light of the above statements, choose the **correct answer** from the options given below :

(1) Both Statement I and Statement II are true

(2) Both Statement I and Statement II are false

(3) Statement I is true but Statement II is false

(4) Statement I is false but Statement II is true

नीचे दो कथन दिए गए हैं :

कथन (I) : विशेषतः गर्मी के मौसम में नाइट्रोजन के ऑक्साइड्स का पार्टिकुलेट मैटर के साथ संयोजन से क्लासिकल स्मॉग बनता है।

कथन (II) : क्लासिकल स्मॉग वायुमंडल की दृश्यता बहुत हद तक घटा देता है।

उपरोक्त कथन के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

(1) कथन (I) और (II) दोनों सत्य हैं

(2) कथन (I) और (II) दोनों असत्य हैं

(3) कथन (I) सत्य है, लेकिन कथन (II) असत्य है

(4) कथन (I) असत्य है, लेकिन कथन (II) सत्य है

[Question ID = 10278][Question Description = 139_00_General_46_OCT22_Q39]

1. 1 [Option ID = 11109]
2. 2 [Option ID = 11110]
3. 3 [Option ID = 11111]
4. 4 [Option ID = 11112]

35) Source of arsenic pollution in the ground water is

(1) Industrial ettluents (2) Deep underground formations

(3) Dyeing industries (4) Agricultural wastes

भू जल में आर्सेनिक प्रदूषण का स्रोत है :

(1) औद्योगिक कचरा (2) गहन भूमिगत विरचन

(3) रंजक उद्योग (4) कृषि अपशिष्ट

[Question ID = 10279][Question Description = 140_00_General_46_OCT22_Q40]

1. 1 [Option ID = 11113]
2. 2 [Option ID = 11114]
3. 3 [Option ID = 11115]

4. 4 [Option ID = 11116]

36) In ancient Indian education system. learners were given training in following occupations in the fields of

(A) Architecture

(B) Animal Husbandary

(C) Agriculture

(D) Administration

(E) Dairy farming

Choose the correct answer from the options given below :

(1) (A). (C). (E) only

(2) (B). (C). (E) only

(3) (A). (B). (C). (E) only

(4) (B). (C). (D). (E) only

प्राचीन भारतीय शिक्षा पद्धति में, अधिगमकर्ताओं को निम्नलिखित वृत्तिगत क्षेत्रों में प्रशिक्षण प्रदान किया गया था :

(A) स्थापत्य

(B) पशु–पालन

(C) कृषि

(D) प्रशासन

(E) डेरी–उद्योग

Choose the correct answer from the options given below :

(1) केवल (A). (C). (E)

(2) केवल (B). (C). (E)

(3) केवल (A). (B). (C). (E)

(4) केवल (B). (C). (D). (E)

[Question ID = 10280][Question Description = 141_00_General_46_OCT22_Q41]

1. 1 [Option ID = 11117]
2. 2 [Option ID = 11118]
3. 3 [Option ID = 11119]
4. 4 [Option ID = 11120]

37) Which among the following was proposed by Kothari commission vis-a-vis language?

(1) Use of mother tongue as a medium of instruction

(2) Use of Hindi as a medium of instruction

(3) Two-language formula

(4) Three language formula

भाषा के संदर्भ में कोठारी आयोग का निम्नलिखित में से क्या प्रस्ताव था?

(1) अनुदेशन माध्यम के रूप में मातृ भाषा का प्रयोग

(2) अनुदेशन माध्यम के रूप में हिंदी का प्रयोग

(3) द्वि-भाषा सूत्र

(4) त्रि-भाषा सूत्र

[Question ID = 10281][Question Description = 142_00_General_46_OCT22_Q42]

1. 1 [Option ID = 11121]
2. 2 [Option ID = 11122]
3. 3 [Option ID = 11123]
4. 4 [Option ID = 11124]

38) As envisaged in National Education Policy (2020), all Higher Educational Institutions will aim to have a student strength of ———— by 2040.

(1) ≥ 5000 (2) ≥ 4000

(3) ≥ 3000 (4) ≥ 2500

जैसा कि राष्ट्रीय शिक्षा नीति (2020) में विचार किया गया है कि वर्ष 2040 तक सभी उच्च शैक्षिक संस्थाओं में विद्यार्थियों की संख्या होने का लक्ष्य ———— होगा।

(1) ≥ 5000 (2) ≥ 4000

(3) ≥ 3000 (4) ≥ 2500

[Question ID = 10282][Question Description = 143_00_General_46_OCT22_Q43]

1. 1 [Option ID = 11125]
2. 2 [Option ID = 11126]
3. 3 [Option ID = 11127]
4. 4 [Option ID = 11128]

39) Given below are two statements : One is labelled as Assertion (A) and the other is labeled as Reason (R).

Assertion (A) : Universities and higher education institutions are the important foundations to the growth of any country.

Reason (R) : Intellectual property right acts as a shield for invention to be misused by third parties.

In the light of the above statements, choose the *most appropriate answer* from the options given below :

(1) Both (A) and (R) are correct and (R) is the correct explanation of (A)

(2) Both (A) and (R) are correct but (R) is NOT the correct explanation of (A)

(3) (A) is correct but (R) is not correct

(4) (A) is not correct but (R) is correct

नीचे दो कथन दिए गए हैं : एक अभिकथन (Assertion A) के रूप में लिखित है तो दूसरा उसके कारण (Reason R) के रूप में :

अभिकथन (A) : किसी भी राष्ट्र की संवृद्धि के लिए विश्वविद्यालय और उच्चतर शिक्षण संस्थान महत्वपूर्ण आधार होते हैं।

कारण (R) : तीसरे पक्ष द्वारा आविष्कारों का दुरुपयोग रोकने में बौद्धिक संपदा अधिकार तक कवच की तरह कार्य करता है।

उपरोक्त कथनों के आलोक में, नीचे दिए गए विकल्पों में से सबसे उपयुक्त उत्तर का चयन कीजिए :

(1) (A) और (R) दोनों सही हैं और (R), (A) की सही व्याख्या है

(2) (A) और (R) दोनों सही हैं, लेकिन (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है

(3) (A) सही है, लेकिन (R) सही नहीं है

(4) (A) सही नहीं है, लेकिन (R) सही है

[Question ID = 10283][Question Description = 144_00_General_46_OCT22_Q44]

1. 1 [Option ID = 11129]
2. 2 [Option ID = 11130]
3. 3 [Option ID = 11131]
4. 4 [Option ID = 11132]

40) In the context of vocational education, the organisation 'NSDC' is

(1) National Skill Development Council

(2) National Skill Development Corporation

(3) National Skill Documentation Centre

(4) National Sector Development Corporation

व्यावसायिक शिक्षा के संदर्भ में, 'एन एस डी सी' संगठन का आशय है :

(1) नेशनल स्किल डेवलपमेन्ट काउंसिल

(2) नेशनल स्किल डेवलपमेन्ट कार्पोरेशन

(3) नेशनल स्किल डाक्यूमेन्टेशन सेन्टर

(4) नेशनल स्किल डेवलपमेन्ट कार्पोरेशन

[Question ID = 10284][Question Description = 145_00_General_46_OCT22_Q45]

1. 1 [Option ID = 11133]
2. 2 [Option ID = 11134]
3. 3 [Option ID = 11135]
4. 4 [Option ID = 11136]

Topic:- GP_SH1_S1_C

1) Read the following passage and answer questions from 46 to 50.

Television is a cultural commodity. It works within an economically determined capitalist economy, but when we have said that about it we have said both much and remarkably little. There is a financial economy within which wealth circulates, and a cultural economy within which meanings and pleasures circulate, and the relationship between them is not as deterministic as some theorists have proposed. In the financial economy, television symbolises programmes and advertisements, not textuality. A programme is a commodity produced and then sold to distributors. In distribution, its role changes and it becomes not a commodity, but a producer, and what it produces is a new commodity, the audience which is then, in its turn, sold as a commodity to advertisers. The ramifications of this financial economy are fascinating. Here the role shift undergone by the programme in the financial economy-that from commodity to producer-is now undergone by the audience, who are left as a commodity sold to the advertiser. But in the cultural economy the audience rejects its role as a commodity and becomes a Producer, a Producer of meanings and pleasures, and at this moment stops being 'an audience' and becomes different materialisations of the process that we call "viewing television". While the metaphor of a cultural economy is a productive one, we must not let it blind us to differences between it and the financial. Meanings and pleasures do not circulate in the cultural economy in the same way that wealth does in the financial. In the first place there is no exchange of money at the point of sale or consumption. Television appears to be free, however, it may be actually paid for. Payment has no direct relationship to consumption-people can consume as much as they wish and what they wish with no thought of what they are able to afford.

निम्नलिखित गद्यांश को पढ़ें और प्रश्न सं. 46 से 50 तक के उत्तर दें :

टेलीविजन एक सांस्कृतिक वस्तु है। यह आर्थिक रूप से निर्धारित पूंजीवादी अर्थव्यवस्था के भीतर कार्य करता है, लेकिन जब हम इसके बारे में ऐसा कहते हैं तो हमारा कथन पर्याप्त के साथ-साथ अत्यंत अपर्याप्त भी होता है। एक वित्तीय अर्थव्यवस्था होती है जिसके भीतर धन परिचालित होता है और एक सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था होती है जिसके भीतर अर्थ और आनन्द परिचालित होते है और इन दोनों के मध्य का संबंध उतना निश्चयात्मक नहीं होता जितना कुछ सिद्धांतकारों ने प्रस्तावित किया है। वित्तीय अर्थव्यवस्था में टेलीविजन कार्यक्रमों और विज्ञापनों का प्रतीक है न कि विषय-वस्तु का । कोई कार्यक्रम एक उत्पादित वस्तु है जो बाद में वितरकों को बेची जाती है। वितरण की प्रक्रिया के दौरान इसकी भूमिका परिवर्तित हो जाती है और यह एक वस्तु से एक उत्पादक में बदल जाता है और इसके द्वारा जो वस्तु उत्पादित की जाती है, वह होता है दर्शक, जिसे बाद में एक उत्पाद की तरह विज्ञापनकर्त्ताओं को बेचा जाता है। इस वित्तीय अर्थव्यवस्था के फलितार्थ अत्यंत रोचक है। यहां वित्तीय अर्थव्यवस्था में कार्यक्रम के भूमिका परिवर्तन -वस्तु से उत्पादक बनता - की प्रक्रिया से अब दर्शकों को गुजरना पड़ता है जिन्हें एक उत्पाद के रूप में विज्ञापनकर्त्ताओं को बेच दिया जाता है। किंतु सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में दर्शक उत्पाद के रूप में अपनी भूमिका को खारिज कर देता है और स्वयं एक उत्पादक बन बैठता है, अर्थ और प्रसन्नता का उत्पादक, और इस क्षण में वह 'दर्शक', की भूमिका को त्याग कर "टेलीविजन देखने" की प्रक्रिया के भिन्न भौतिकीकरण बन जाता है। हालांकि सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था का रूपक उत्पादक स्वरूप का है, इससे हमें सांस्कृतिक और वित्तीय अर्थव्यवस्था के बीच के अंतरों को अनदेखा नहीं करना चाहिए। सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में अर्थ और आनन्द उस तरह परिचालित नहीं होते जैसे वित्तीय अर्थव्यवस्था में धन परिचालित होता है। पहली बात तो यह है कि बिक्री अथवा उपभोग बिंदु पर धन का कोई लेन-देन नहीं होता है। टेलीविजन निःशुल्क प्रतीत होता है, बहरहाल, हो सकता है कि इसके लिए भुगतान किया गया है। भुगतान का उपभोग से कोई प्रत्यक्ष संबंध नहीं है। लो - बिना अपने सामर्थ्य की चिंता किए जितना चाहें और जिसका चाहें उपभोग कर सकते हैं।

When we consider television as a product , then it operates in a/an

(1) Deterministic cultural system (2) Circulatory commercial system

(3) Audience power system (4) Distributive pleasure system

जब हम टेलीविजन को एक उत्पाद मानते हैं तो यह

(1) निश्चयात्मक सांस्कृतिक तंत्र में प्रचालित होता है (2) चक्रीय व्यवसायिक तंत्र में प्रचालित होता है

(3) दर्शक शक्ति तंत्र के प्रचालित होता है (4) वितरणात्मक आनन्द तंत्र में प्रचालित होता है

[Question ID = 10285][Question Description = 146_00_General_46_OCT22_Q46]

1. 1 [Option ID = 11137]
2. 2 [Option ID = 11138]
3. 3 [Option ID = 11139]
4. 4 [Option ID = 11140]

2) Read the following passage and answer questions from 46 to 50.

Television is a cultural commodity. It works within an economically determined capitalist economy, but when we have said that about it we have said both much and remarkably little. There is a financial economy within which wealth circulates, and a cultural economy within which meanings and pleasures circulate, and the relationship between them is not as deterministic as some theorists have proposed. In the financial economy, television symbolises programmes and advertisements, not textuality. A programme is a commodity produced and then sold to distributors. In distribution, its role changes and it becomes not a commodity, but a producer, and what it produces is a new commodity, the audience which is then, in its turn, sold as a commodity to advertisers. The ramifications of this financial economy are fascinating. Here the role shift undergone by the programme in the financial economy-that from commodity to producer-is now undergone by the audience, who are left as a commodity sold to the advertiser. But in the cultural economy the audience rejects its role as a commodity and becomes a Producer, a Producer of meanings and pleasures, and at this moment stops being 'an audience' and becomes different materialisations of the process that we call "viewing television". While the metaphor of a cultural economy is a productive one, we must not let it blind us to differences between it and the financial. Meanings and pleasures do not circulate in the cultural economy in the same way that wealth does in the financial. In the first place there is no exchange of money at the point of sale or consumption. Television appears to be free, however, it may be actually paid for. Payment has no direct relationship to consumption-people can consume as much as they wish and what they wish with no thought of what they are able to afford.

निम्नलिखित गद्यांश को पढ़ें और प्रश्न सं. 46 से 50 तक के उत्तर दें :

टेलीविजन एक सांस्कृतिक वस्तु है। यह आर्थिक रूप से निर्धारित पूंजीवादी अर्थव्यवस्था के भीतर कार्य करता है, लेकिन जब हम इसके बारे में ऐसा कहते हैं तो हमारा कथन पर्याप्त के साथ-साथ अत्यंत अपर्याप्त भी होता है। एक वित्तीय अर्थव्यवस्था होती है जिसके भीतर धन परिचालित होता है और एक सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था होती है जिसके भीतर अर्थ और आनन्द परिचालित होते है और इन दोनों के मध्य का संबंध उतना निश्चयात्मक नहीं होता जितना कुछ सिद्धांतकारों ने प्रस्तावित किया है। वित्तीय अर्थव्यवस्था में टेलीविजन कार्यक्रमों और विज्ञापनों का प्रतीक है न कि विषय-वस्तु का । कोई कार्यक्रम एक उत्पादित वस्तु है जो बाद में वितरकों को बेची जाती है। वितरण की प्रक्रिया के दौरान इसकी भूमिका परिवर्तित हो जाती है और यह एक वस्तु से एक उत्पादक में बदल जाता है और इसके द्वारा जो वस्तु उत्पादित की जाती है, वह होता है दर्शक, जिसे बाद में एक उत्पाद की तरह विज्ञापनकर्त्ताओं को बेचा जाता है। इस वित्तीय अर्थव्यवस्था के फलितार्थ अत्यंत रोचक है। यहां वित्तीय अर्थव्यवस्था में कार्यक्रम के भूमिका परिवर्तन -वस्तु से उत्पादक बनता - की प्रक्रिया से अब दर्शकों को गुजरना पड़ता है जिन्हें एक उत्पाद के रूप में विज्ञापनकर्त्ताओं को बेच दिया जाता है। किंतु सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में दर्शक उत्पाद के रूप में अपनी भूमिका को खारिज कर देता है और स्वयं एक उत्पादक बन बैठता है, अर्थ और प्रसन्नता का उत्पादक, और इस क्षण में वह 'दर्शक', की भूमिका को त्याग कर "टेलीविजन देखने" की प्रक्रिया के भिन्न भौतिकीकरण बन जाता है। हालांकि सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था का रूपक उत्पादक स्वरूप का है, इससे हमें सांस्कृतिक और वित्तीय अर्थव्यवस्था के बीच के अंतरों को अनदेखा नहीं करना चाहिए। सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में अर्थ और आनन्द उस तरह परिचालित नहीं होते जैसे वित्तीय अर्थव्यवस्था में धन परिचालित होता है। पहली बात तो यह है कि बिक्री अथवा उपभोग बिंदु पर धन का कोई लेन-देन नहीं होता है। टेलीविजन निःशुल्क प्रतीत होता है, बहरहाल, हो सकता है कि इसके लिए भुगतान किया गया है। भुगतान का उपभोग से कोई प्रत्यक्ष संबंध नहीं है। लो - बिना अपने सामर्थ्य की चिंता किए जितना चाहें और जिसका चाहें उपभोग कर सकते हैं।

In distribution television becomes

(1) Cultural commodity
(2) Producer of a new commodity
(3) Purveyor of textuality
(4) A source of theorisation

वितरण के दौरान, टेलीविजन बन जाता है :

(1) सांस्कृतिक वस्तु (2) एक नई वस्तु का उत्पादक

(3) विषयवस्तु का पर्यवेक्षक (4) सैद्धांतिकी स्रोत

[Question ID = 10286][Question Description = 147_00_General_46_OCT22_Q47]

1. 1 [Option ID = 11141]
2. 2 [Option ID = 11142]
3. 3 [Option ID = 11143]
4. 4 [Option ID = 11144]

3)

Read the following passage and answer questions from 46 to 50.

Television is a cultural commodity. It works within an economically determined capitalist economy, but when we have said that about it we have said both much and remarkably little. There is a financial economy within which wealth circulates, and a cultural economy within which meanings and pleasures circulate, and the relationship between them is not as deterministic as some theorists have proposed. In the financial economy, television symbolises programmes and advertisements, not textuality. A programme is a commodity produced and then sold to distributors. In distribution, its role changes and it becomes not a commodity, but a producer, and what it produces is a new commodity, the audience which is then, in its turn, sold as a commodity to advertisers. The ramifications of this financial economy are fascinating. Here the role shift undergone by the programme in the financial economy-that from commodity to producer-is now undergone by the audience, who are left as a commodity sold to the advertiser. But in the cultural economy the audience rejects its role as a commodity and becomes a Producer, a Producer of meanings and pleasures, and at this moment stops being 'an audience' and becomes different materialisations of the process that we call "viewing television". While the metaphor of a cultural economy is a productive one, we must not let it blind us to differences between it and the financial. Meanings and pleasures do not circulate in the cultural economy in the same way that wealth does in the financial. In the first place there is no exchange of money at the point of sale or consumption. Television appears to be free, however, it may be actually paid for. Payment has no direct relationship to consumption-people can consume as much as they wish and what they wish with no thought of what they are able to afford.

निम्नलिखित गद्यांश को पढ़ें और प्रश्न सं. 46 से 50 तक के उत्तर दें :

टेलीविजन एक सांस्कृतिक वस्तु है। यह आर्थिक रूप से निर्धारित पूंजीवादी अर्थव्यवस्था के भीतर कार्य करता है, लेकिन जब हम इसके बारे में ऐसा कहते हैं तो हमारा कथन पर्याप्त के साथ-साथ अत्यंत अपर्याप्त भी होता है। एक वित्तीय अर्थव्यवस्था होती है जिसके भीतर धन परिचालित होता है और एक सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था होती है जिसके भीतर अर्थ और आनन्द परिचालित होते है और इन दोनों के मध्य का संबंध उतना निश्चयात्मक नहीं होता जितना कुछ सिद्धांतकारों ने प्रस्तावित किया है। वित्तीय अर्थव्यवस्था में टेलीविजन कार्यक्रमों और विज्ञापनों का प्रतीक है न कि विषय-वस्तु का । कोई कार्यक्रम एक उत्पादित वस्तु है जो बाद में वितरकों को बेची जाती है। वितरण की प्रक्रिया के दौरान इसकी भूमिका परिवर्तित हो जाती है और यह एक वस्तु से एक उत्पादक में बदल जाता है और इसके द्वारा जो वस्तु उत्पादित की जाती है, वह होता है दर्शक, जिसे बाद में एक उत्पाद की तरह विज्ञापनकर्त्ताओं को बेचा जाता है। इस वित्तीय अर्थव्यवस्था के फलितार्थ अत्यंत रोचक है। यहां वित्तीय अर्थव्यवस्था में कार्यक्रम के भूमिका परिवर्तन -वस्तु से उत्पादक बनता - की प्रक्रिया से अब दर्शकों को गुजरना पड़ता है जिन्हें एक उत्पाद के रूप में विज्ञापनकर्त्ताओं को बेच दिया जाता है। किंतु सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में दर्शक उत्पाद के रूप में अपनी भूमिका को खारिज कर देता है और स्वयं एक उत्पादक बन बैठता है, अर्थ और प्रसन्नता का उत्पादक, और इस क्षण में वह 'दर्शक', की भूमिका को त्याग कर "टेलीविजन देखने" की प्रक्रिया के भिन्न भौतिकीकरण बन जाता है। हालांकि सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था का रूपक उत्पादक स्वरूप का है, इससे हमें सांस्कृतिक और वित्तीय अर्थव्यवस्था के बीच के अंतरों को अनदेखा नहीं करना चाहिए। सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में अर्थ और आनन्द उस तरह परिचालित नहीं होते जैसे वित्तीय अर्थव्यवस्था में धन परिचालित होता है। पहली बात तो यह है कि बिक्री अथवा उपभोग बिंदु पर धन का कोई लेन-देन नहीं होता है। टेलीविजन निःशुल्क प्रतीत होता है, बहरहाल, हो सकता है कि इसके लिए भुगतान किया गया है। भुगतान का उपभोग से कोई प्रत्यक्ष संबंध नहीं है। लो - बिना अपने सामर्थ्य की चिंता किए जितना चाहें और जिसका चाहें उपभोग कर सकते हैं।

What are the ramifications of television as a commodity in financial economy?

(1) Making huge profits
(2) Importance to distribution channels
(3) Audience for advertisers
(4) Enculturisation of audience

वित्तीय अर्थव्यवस्था में एक वस्तु के रूप में टेलीविजन के क्या फलितार्थ हैं?

(1) अत्यधिक लाभ कमाना
(2) वितरण चैनलों को महत्व
(3) विज्ञापनकर्त्ताओं के लिए दर्शक
(4) दर्शक का सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में सांस्कृतिकरण

[Question ID = 10287][Question Description = 148_00_General_46_OCT22_Q48]

1. 1 [Option ID = 11145]
2. 2 [Option ID = 11146]
3. 3 [Option ID = 11147]
4. 4 [Option ID = 11148]

4)

Read the following passage and answer questions from 46 to 50.

Television is a cultural commodity. It works within an economically determined capitalist economy, but when we have said that about it we have said both much and remarkably little. There is a financial economy within which wealth circulates, and a cultural economy within which meanings and pleasures circulate, and the relationship between them is not as deterministic as some theorists have proposed. In the financial economy, television symbolises programmes and advertisements, not textuality. A programme is a commodity produced and then sold to distributors. In distribution, its role changes and it becomes not a commodity, but a producer, and what it produces is a new commodity, the audience which is then, in its turn, sold as a commodity to advertisers. The ramifications of this financial economy are fascinating. Here the role shift undergone by the programme in the financial economy-that from commodity to producer-is now undergone by the audience, who are left as a commodity sold to the advertiser. But in the cultural economy the audience rejects its role as a commodity and becomes a Producer, a Producer of meanings and pleasures, and at this moment stops being 'an audience' and becomes different materialisations of the process that we call "viewing television". While the metaphor of a cultural economy is a productive one, we must not let it blind us to differences between it and the financial. Meanings and pleasures do not circulate in the cultural economy in the same way that wealth does in the financial. In the first place there is no exchange of money at the point of sale or consumption. Television appears to be free, however, it may be actually paid for. Payment has no direct relationship to consumption-people can consume as much as they wish and what they wish with no thought of what they are able to afford.

निम्नलिखित गद्यांश को पढ़ें और प्रश्न सं. 46 से 50 तक के उत्तर दें :

टेलीविजन एक सांस्कृतिक वस्तु है। यह आर्थिक रूप से निर्धारित पूंजीवादी अर्थव्यवस्था के भीतर कार्य करता है, लेकिन जब हम इसके बारे में ऐसा कहते हैं तो हमारा कथन पर्याप्त के साथ-साथ अत्यंत अपर्याप्त भी होता है। एक वित्तीय अर्थव्यवस्था होती है जिसके भीतर धन परिचालित होता है और एक सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था होती है जिसके भीतर अर्थ और आनन्द परिचालित होते है और इन दोनों के मध्य का संबंध उतना निश्चयात्मक नहीं होता जितना कुछ सिद्धांतकारों ने प्रस्तावित किया है। वित्तीय अर्थव्यवस्था में टेलीविजन कार्यक्रमों और विज्ञापनों का प्रतीक है न कि विषय-वस्तु का । कोई कार्यक्रम एक उत्पादित वस्तु है जो बाद में वितरकों को बेची जाती है। वितरण की प्रक्रिया के दौरान इसकी भूमिका परिवर्तित हो जाती है और यह एक वस्तु से एक उत्पादक में बदल जाता है और इसके द्वारा जो वस्तु उत्पादित की जाती है, वह होता है दर्शक, जिसे बाद में एक उत्पाद की तरह विज्ञापनकर्ताओं को बेचा जाता है। इस वित्तीय अर्थव्यवस्था के फलितार्थ अत्यंत रोचक है। यहां वित्तीय अर्थव्यवस्था में कार्यक्रम के भूमिका परिवर्तन -वस्तु से उत्पादक बनता - की प्रक्रिया से अब दर्शकों को गुजरना पड़ता है जिन्हें एक उत्पाद के रूप में विज्ञापनकर्त्ताओं को बेच दिया जाता है। किंतु सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में दर्शक उत्पाद के रूप में अपनी भूमिका को खारिज कर देता है और स्वयं एक उत्पादक बन बैठता है, अर्थ और प्रसन्नता का उत्पादक, और इस क्षण में वह 'दर्शक', की भूमिका को त्याग कर "टेलीविजन देखने" की प्रक्रिया के भिन्न भौतिकीकरण बन जाता है। हालांकि सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था का रूपक उत्पादक स्वरूप का है, इससे हमें सांस्कृतिक और वित्तीय अर्थव्यवस्था के बीच के अंतरों को अनदेखा नहीं करना चाहिए। सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में अर्थ और आनन्द उस तरह परिचालित नहीं होते जैसे वित्तीय अर्थव्यवस्था में धन परिचालित होता है। पहली बात तो यह है कि बिक्री अथवा उपभोग बिंदु पर धन का कोई लेन-देन नहीं होता है। टेलीविजन निःशुल्क प्रतीत होता है, बहरहाल, हो सकता है कि इसके लिए भुगतान किया गया है। भुगतान का उपभोग से कोई प्रत्यक्ष संबंध नहीं है। लो - बिना अपने सामर्थ्य की चिंता किए जितना चाहें और जिसका चाहें उपभोग कर सकते हैं।

How viewing television in a cultural economy affects the audience?

(1) Audience assume a new role

(2) They become a new commodity

(3) They cannot differentiate between the financial economy and cultural economy

(4) Audience restrict the circulation of meanings and pleasures

किसी सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में टेलीविजन देखना दर्शक को किस प्रकार प्रभावित करता है?

(1) दर्शक एक नई भूमिका में आ जाता है

(2) वे एक नवीन वस्तु बन जाते हैं

(3) वे वित्तीय अर्थव्यवस्था और सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था के बीच भेद नहीं कर सकते

(4) दर्शक अर्थों और आनन्दों के परिचालन को सीमित कर देते हैं

[Question ID = 10288][Question Description = 149_00_General_46_OCT22_Q49]

1. 1 [Option ID = 11149]
2. 2 [Option ID = 11150]
3. 3 [Option ID = 11151]
4. 4 [Option ID = 11152]

5) Read the following passage and answer questions from 46 to 50.

Television is a cultural commodity. It works within an economically determined capitalist economy, but when we have said that about it we have said both much and remarkably little. There is a financial economy within which wealth circulates, and a cultural economy within which meanings and pleasures circulate, and the relationship between them is not as deterministic as some theorists have proposed. In the financial economy, television symbolises programmes and advertisements, not textuality. A programme is a commodity produced and then sold to distributors. In distribution, its role changes and it becomes not a commodity, but a producer, and what it produces is a new commodity, the audience which is then, in its turn, sold as a commodity to advertisers. The ramifications of this financial economy are fascinating. Here the role shift undergone by the programme in the financial economy-that from commodity to producer-is now undergone by the audience, who are left as a commodity sold to the advertiser. But in the cultural economy the audience rejects its role as a commodity and becomes a Producer, a Producer of meanings and pleasures, and at this moment stops being 'an audience' and becomes different materialisations of the process that we call "viewing television". While the metaphor of a cultural economy is a productive one, we must not let it blind us to differences between it and the financial. Meanings and pleasures do not circulate in the cultural economy in the same way that wealth does in the financial. In the first place there is no exchange of money at the point of sale or consumption. Television appears to be free, however, it may be actually paid for. Payment has no direct relationship to consumption-people can consume as much as they wish and what they wish with no thought of what they are able to afford.

निम्नलिखित गद्यांश को पढ़ें और प्रश्न सं. 46 से 50 तक के उत्तर दें :

टेलीविजन एक सांस्कृतिक वस्तु है। यह आर्थिक रूप से निर्धारित पूंजीवादी अर्थव्यवस्था के भीतर कार्य करता है, लेकिन जब हम इसके बारे में ऐसा कहते हैं तो हमारा कथन पर्याप्त के साथ-साथ अत्यंत अपर्याप्त भी होता है। एक वित्तीय अर्थव्यवस्था होती है जिसके भीतर धन परिचालित होता है और एक सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था होती है जिसके भीतर अर्थ और आनन्द परिचालित होते है और इन दोनों के मध्य का संबंध उतना निश्चयात्मक नहीं होता जितना कुछ सिद्धांतकारों ने प्रस्तावित किया है। वित्तीय अर्थव्यवस्था में टेलीविजन कार्यक्रमों और विज्ञापनों का प्रतीक है न कि विषय-वस्तु का । कोई कार्यक्रम एक उत्पादित वस्तु है जो बाद में वितरकों को बेची जाती है। वितरण की प्रक्रिया के दौरान इसकी भूमिका परिवर्तित हो जाती है और यह एक वस्तु से एक उत्पादक में बदल जाता है और इसके द्वारा जो वस्तु उत्पादित की जाती है, वह होता है दर्शक, जिसे बाद में एक उत्पाद की तरह विज्ञापनकर्त्ताओं को बेचा जाता है। इस वित्तीय अर्थव्यवस्था के फलितार्थ अत्यंत रोचक है। यहां वित्तीय अर्थव्यवस्था में कार्यक्रम के भूमिका परिवर्तन -वस्तु से उत्पादक बनता - की प्रक्रिया से अब दर्शकों को गुजरना पड़ता है जिन्हें एक उत्पाद के रूप में विज्ञापनकर्त्ताओं को बेच दिया जाता है। किंतु सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में दर्शक उत्पाद के रूप में अपनी भूमिका को खारिज कर देता है और स्वयं एक उत्पादक बन बैठता है, अर्थ और प्रसन्नता का उत्पादक, और इस क्षण में वह 'दर्शक', की भूमिका को त्याग कर "टेलीविजन देखने" की प्रक्रिया के भिन्न भौतिकीकरण बन जाता है। हालांकि सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था का रूपक उत्पादक स्वरूप का है, इससे हमें सांस्कृतिक और वित्तीय अर्थव्यवस्था के बीच के अंतरों को अनदेखा नहीं करना चाहिए। सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में अर्थ और आनन्द उस तरह परिचालित नहीं होते जैसे वित्तीय अर्थव्यवस्था में धन परिचालित होता है। पहली बात तो यह है कि बिक्री अथवा उपभोग बिंदु पर धन का कोई लेन-देन नहीं होता है। टेलीविजन निःशुल्क प्रतीत होता है, बहरहाल, हो सकता है कि इसके लिए भुगतान किया गया है। भुगतान का उपभोग से कोई प्रत्यक्ष संबंध नहीं है। लो - बिना अपने सामर्थ्य की चिंता किए जितना चाहें और जिसका चाहें उपभोग कर सकते हैं।

What is unique about television audience in a cultural economy?

(1) They are non-stop producers of meanings

(2) They cannot fathom the finer nuances of financial economy

(3) They do not pay for content consumption

(4) They can consume as much sans affordability

सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था में टेलीविजन दर्शक के बारे में विशिष्ट बात क्या है?

(1) वे अर्थों के निर्बाध उत्पादक होते हैं।

(2) वे वित्तीय अर्थव्यवस्था की सूक्ष्म विशेषताओं को नहीं समझ सकते हैं।

(3) वे विषय-वस्तु उपभोग के लिए भुगतान नहीं करते हैं।

(4) वे सामर्थ्य के बिना भी जितना चाहें उतना उपभोग कर सकते हैं।

[Question ID = 10289][Question Description = 150_00_General_46_OCT22_Q50]

1. 1 [Option ID = 11153]
2. 2 [Option ID = 11154]
3. 3 [Option ID = 11155]
4. 4 [Option ID = 11156]