

Seat Number: - _____

Duration: 2 ½ hrs

633621123

Marks:- 75

Note:- 1) All questions are compulsory.

2) Figures to the right indicate maximum marks.

- प्रश्न 1 नेटफ्लिक्स च्या युगात मॅक्लुहानची ग्लोबल व्हिलेज ची संकल्पना ही स्पष्ट करा Co2,3 (U/A) (15)
- प्रश्न 2 अ सार्वजनिक क्षेत्रात इंटरनेट (Co1,2 U/A) (7)
- ब समाजावर होणारा नवीन माध्यमांचा परिणाम (Co2,3 U/A) (8)
- किंवा
- अ भारतीय संस्कृति आणि माध्यम (Co2,3,U/A) (7)
- ब स्त्रीवाद (Co2,3,U/A) (8)
- प्रश्न 3 अ मैजिक बुलेट थेअरी कशी काम करते? (Co2,,U/R) (7)
- ब सार्वजनिक मत निर्मितीमध्ये माध्यम उपयुक्त ठरते का (Co,2.3-U/A) (8)
- किंवा
- अ ब राजकारणाच्या संदर्भात प्रचार सिद्धांत कसा कामी येतो (Co2 (U/A) (8)
- ब माध्यमांमध्ये धर्माचे प्रतिनिधित्व (Co2,3,U/A) (7)
- प्रश्न 4 अ "माध्यम हाच संदेश" यावर तुमचे मत मांडा (Co2.3 (U/A/E)
- ब LGBT गटाच्या माध्यमातील प्रस्तुतिकरणातून त्यांची ओळख कशी तयार होते ते उदाहरणासह स्पष्ट करा (Co2.3 (U/A/E)
- प्रश्न 5 टिपा लिहा (कोणत्याही 3) (15)
- 1 ब्रॉडिंगमध्ये हायपोडर्मिक नीडल थिअरीची उपयुक्तता Co1 ,2 (u)
 - 2 ओटीटी प्लेटफार्म Co1 ,2 (u)
 - 3 टू स्टेप प्लो Co1 ,2 (u)
 - 4 माध्यमाची नवीन साधने Co1 ,2 (u)
 - 5 तरुणांमध्ये इंटरनेटचे महत्त्व Co1 ,2 (u)

Seat Number: - _____

Duration: 2 ½ hrs

633021123

Marks:- 75

Note:- 1) All questions are compulsory.

2) Figures to the right indicate maximum marks.

Q1) McLuhan's concept of Global Village in the age of Netflix (CO2, 3U/A) (15)

Q2A) Internet as public sphere (CO1, 2 U/A) (7)

Q2B) New Media Influence on society (CO2,3 U/A) (8)

OR

Q2A) Indian Culture and Media (CO2,3U/A) (8)

Q2B) Feminism (CO2,3 U/A) (7)

Q3A) How does Magic Bullet Theory work ?(CO2 (R/U) 8 (8)

Q3B) Does Media helps in formation of public opinion? (CO2,3 (U/A) (8)

OR

Q3A) How do propaganda theory is used in politics? (CO2 (U/A) (7)

Q3B) Representation of religion in media (CO2,3 (U/A) (8)

Q4A) Give your opinion on the "The medium is the message" (CO2,3 (U/A/E) (7)

Q4B) How the representation in media gives identity to LGBT Group? Explain
(CO2,3 (U/A/E) (8)

Q5) Short noes (Any Three) (15)

1) Hypodermic Niddle Theory's use in branding (CO,1, 2 (U)

2) OTT Platform (CO1,2 (U)

3) Two Step Flow (CO1,2 (U)

4) Tools of new media (CO1, 2 (U)

5) Importance of Internet in youth (CO2, 3 (U/A)