



Codice del candidato:

Državni izpitni center



P 1 7 1 A 1 0 2 1 1

SESSIONE PRIMAVERILE

LINGUA ITALIANA

Prova scritta 1

Analisi del testo non letterario

Lunedì, 29 maggio 2017 / 60 minuti

*Sono consentiti i seguenti strumenti e sussidi:
penna stilografica o penna a sfera.*

Il candidato riceve due schede di valutazione.

Il testo non letterario in allegato è staccabile.

PROVA DI MATURITÀ PROFESSIONALE

INDICAZIONI PER IL CANDIDATO

Leggi attentamente le seguenti indicazioni.

Non voltare pagina e non risolvere i quesiti prima del via dell'insegnante preposto.

Incolla o scrivi il tuo numero di codice nello spazio apposito su questa pagina in alto e sulle due schede di valutazione.

La prova d'esame comprende 21 quesiti. I punti in totale sono 30. In margine ad ogni quesito sono indicati i punti che puoi conseguire.

Scrivi le risposte nello spazio apposito con la penna stilografica o con la penna a sfera. Scrivi in corsivo in modo leggibile. Nel rispondere ai quesiti fai attenzione alle indicazioni che ti vengono fornite. Se sbagli, depenna e scrivi la risposta corretta. Le risposte e le correzioni illeggibili saranno valutate con 0 punti. Fai attenzione che le risposte siano corrette grammaticalmente.

Abbi fiducia in te stesso e nelle tue capacità. Buon lavoro.

Questa prova ha 12 pagine, di cui 4 vuote.



Prova scritta 1: allegato

Cronache

I ragazzi che cambieranno il mondo

Stesso stile, stessa musica, stesse ansie e, soprattutto, stessa voglia

Da una ricerca mondiale di Mtv, il ritratto della generazione dei “Millennials”

GIUSEPPE BOTTERO

Nascosti dietro la sciarpa di Marco Simoncelli. Mascherati da zombie sotto la pioggia di New York. Spazzini improvvisati in piazza Tahrir al Cairo. Separati da un oceano, ma connessi dagli smartphone. I sociologi li chiamano «Millennials»: sono i ragazzi nati tra la fine degli Anni 80 e i primi 90, tre volte più numerosi rispetto ai fratelli maggiori della «Generazione X», i primi a essere cresciuti in un ambiente completamente digitale.

Attraverso un'indagine condotta in 15 Paesi diversi, Mtv ha provato a raccontare come cambiano i sogni, le vite, le abitudini. Con risultati sorprendenti: le frontiere, mentali o fisiche, non esistono più, cancellate da Facebook, Twitter, YouTube. Gli oltre 6500 giovani sentiti dalla tv tramite questionari, forum e focus group sono proiettati verso il futuro, sempre connessi, innamorati delle famiglie non convenzionali di cui fanno parte, pronti a mettersi in gioco per farcela. Sognano la felicità e il successo, credono che l'amore, la verità e la fede siano più importanti rispetto ai vecchi cliché del «sesso, droga & rock and roll». L'80 per cento degli intervistati non riesce ad immaginarsi senza Internet, quasi uno su due preferirebbe rinunciare ad un viaggio piuttosto che restare 24 ore senza i social network.

I «Millennials» hanno sfatato le previsioni di chi temeva che la tecnologia isolasse dal mondo: è l'esatto contrario. I «new media» non sostituiscono i canali di relazione tradizionali ma sono diventati uno strumento di espressione di sé, un modo per allargare la rete e conoscere nuove persone. Più in fretta, e meglio. «Solo quando i Millennials entreranno in politica - profetizza l'economista Jeffrey Sachs - le cose cambieranno». Senza rivoluzioni, ma con una sveglia globale suonata a colpi di tweet.

La Rete

Quasi due su tre vivrebbero come un vero incubo un giorno intero senza Internet

Ore su Facebook, Twitter, blog. E nel frattempo tv, cellulare, chat. Se uno sommasse tutte le attività dei «Millennials» scoprirebbe che la loro giornata non dura 24 ore ma 30. Non è «Ritorno al futuro», ma l'effetto multitasking: la capacità dei nativi digitali di fare due o più cose contemporaneamente, di sovrapporre le comunicazioni. Un dialogo infinito, che esplode davanti ad uno smartphone: mentre scrivono sms leggono la mail, mentre chiamano scaricano applicazioni. Per loro, che non parlano di tecnologia ma si limitano a viverla, un mondo senza Rete è inconcepibile.

Il bene comune

Hanno poca fiducia nei politici, ma l'80 per cento ammira "chi si dedica ai propri sogni"

Sono tanti, tantissimi: 80 milioni di ragazzi iper-connessi e informati come non mai. Individualisti, determinati, ma molto più attenti, rispetto ai fratelli maggiori, al bene comune. Nessuna voglia di ribellione, ma la convinzione che saranno loro a cambiare la società.

C'è un filo rosso che lega i «Millennials» alla generazione del Sessantotto: figli del boom economico e demografico, capaci di inventare un linguaggio nuovo, di comunicare sempre più in fretta. «Per provare a capirli bisogna cambiare prospettiva: ci sono sempre più persone che si impegnano, ma fuori dai partiti, dalle segreterie.



I modelli

Per il 77 per cento è la mamma, mentre il 75 per cento vuole una famiglia tradizionale

Prima la mamma, poi Lady Gaga. Chi va a caccia di poster attaccati ai muri delle camerette per provare a raccontare una generazione rischia di restare deluso. Più facile trovarci le foto dei genitori, ai primi posti della classifica sugli eroi dei ragazzi.

Mamma è il modello per il 77 per cento dei «Millennials» sentiti da Mtv, papà per il 74, gli amici per il 73. Merito - dicono i ragazzi - di nuclei familiari che, anche se atipici, sono riusciti a rimanere una fortezza, un nido.

Il mondo

Prima generazione globale hanno valori e abitudini convergenti in ogni continente

Gli stessi sorrisi, gli stessi eroi. Le stesse ansie, aspirazioni, prospettive. Non c'è differenza tra i ragazzi di quindici Paesi diversi interpellati da Mtv. Tutte le frontiere sono alle spalle, ma non è una questione geografica, nemmeno politica. I «Millennials» sono la prima generazione globale, con valori, abitudini e modi pensare convergenti in ogni continente, ma non sono una tribù. Stili, espressioni e interessi sono sempre più variegati, fluidi. Merito di Internet, ma non solo.

Spiega Laura Odasso, 28 anni, cuore e cervello in fuga che, dal Maghreb a Strasburgo passando per Torino, prova a raccontare l'integrazione: «La parola chiave è mixité. Stiamo vivendo un momento di cambiamenti sociali molto intensi. I figli delle coppie miste sono la metafora perfetta di una situazione in cui ci troviamo tutti. È l'altra faccia della globalizzazione: la necessità, per i ragazzi, di far sentire la propria voce». I «Millennials», spiega Odasso, «sono gli attori protagonisti del cambiamento sociale, si sono accorti molto prima delle generazioni precedenti che nulla è fisso, che tutto è in movimento ed è in questo movimento che rivendicano diritti e la possibilità di esprimersi». Hanno capito la forza profonda della socialità orizzontale, senza perdere l'individualismo. Hanno valori forti, condivisi: per 7 su dieci le scorciatoie non sono ammesse.

E Lady Gaga, in tutto questo? Si è trasformata in un'icona globale perché esalta i difetti e, nonostante i travestimenti eccessivi, tra il glamour e l'horror, riesce, cambiando pelle, a rimanere autentica. Il valore irrinunciabile per l'81 dei giovani.

(Fonte: www.lastampa.it, 04/12/2011)



Leggi l'articolo che trovi in allegato e risolvi i quesiti.

1. Cerchia le tre risposte corrette che rispondano al quesito di seguito: Che cosa distingue i Millennials dalla Generazione X?

- A Sono più attenti al bene comune
- B Sono più rivoluzionari
- C Sono tre volte più numerosi
- D Sono senza ideali
- E Non sono proiettati verso il futuro
- F Sono cresciuti in un ambiente digitale
- G Sono nazionalisti

(1 punto)

2. Dalla ricerca condotta da Mtv, risulta che i giovani di Paesi diversi hanno abitudini e modi di pensare comuni. Che cosa ha contribuito all'integrazione?

(1 punto)

3. Per i giovani, quale ruolo hanno assunto i social network?

(1 punto)

4. Secondo Jeffrey Sachs, quando i giovani potranno cambiare il mondo?

(1 punto)

5. Perché i Millennials non potrebbero vivere senza i mezzi tecnologici?

(2 punti)

6. In che modo i giovani considerano la famiglia?

(1 punto)



7. Quali sono gli ideali dei Millennials?

(1 punto)

8. Secondo Laura Odasso com'è la società in cui vivono i Millennials?

(1 punto)

9. All'inizio del paragrafo riguardante *"I modelli"*, è scritta la frase:

"Chi va a caccia di poster attaccati ai muri delle camerette per provare a raccontare una generazione rischia di restare deluso".

Per quale motivo i poster sono considerati dal giornalista una fonte di informazione?

(2 punti)

10. Per quale motivo Lady Gaga rappresenta un mito agli occhi dei Millennials?

(1 punto)

11. Spiega il significato dell'espressione *"il ritratto della generazione"*.

(1 punto)

12. Scrivi una frase in cui il termine *ritratto* abbia un altro significato.

(1 punto)



13. Spiega il significato delle espressioni: *famiglie non convenzionali*, *nuclei familiari atipici*.

(2 punti)

14. Spiega il significato dell'aggettivo nell'espressione: generazione *globale*.

(1 punto)

15. Scrivi tre forestierismi che trovi nel testo.

(1 punto)

16. Spiega il significato del prefisso contenuto nella parola *iper-connesso*, e forma con esso altre tre parole.

(2 punti)

17. Trasforma le frasi nominali del sottotitolo in frasi con soggetto e verbo (scegli i verbi appropriati).

“Stesso stile, stessa musica, stesse ansie e, soprattutto, stessa voglia”.

(2 punti)

18. Spiega il significato che ha il verbo *profetizzare* nella frase seguente:

“Solo quando i Millennials entreranno in politica - profetizza l'economista Jeffrey Sachs - le cose cambieranno”.

In questa frase il verbo *profetizzare* significa: _____

(1 punto)



19. Chi sono i modelli dei giovani?

(2 punti)

20. Analizza la diversa funzione grammaticale del *che* nelle due frasi seguenti:

“I ragazzi che cambieranno il mondo”

Che ha funzione di: _____

“Nessuna voglia di ribellione, ma la convinzione che saranno loro a cambiare la società.”

Che ha funzione di: _____

(2 punti)

21. Cerchia la risposta vera (V) o falsa (F) che risponda al seguente quesito: Mtv ha condotto un'indagine sui comportamenti e valori dei giovani. Quali risultati sono emersi?

- | | | |
|--|---|---|
| I giovani si trovano a disagio in famiglia perché non è convenzionale. | V | F |
| I giovani sono pronti a mettersi in gioco per farcela. | V | F |
| I giovani sognano la felicità e il successo. | V | F |
| I giovani non credono nell'amore e nella fede. | V | F |
| I giovani preferirebbero viaggiare realmente anziché virtualmente. | V | F |
| I giovani, attraverso i «new media», conoscono nuove persone. | V | F |

(3 punti)



Pagina vuota



Pagina vuota



Pagina vuota



Pagina vuota