

Nome e cognome: .....

Data: ...../...../.....

**B1. Con quale intenzione l'autore ha scritto questo testo?**

- A. Descrivere gli effetti della pubblicità sulla società
- B. Informare i lettori sulle modalità con cui si fa pubblicità
- C. Presentare i diversi tipi di pubblicità
- D. Esprimere la sua opinione sulla pubblicità

**B2. L'autore, Piero Ottone, è un giornalista. Ricopia le parole del primo capoverso (righe 1-8) da cui puoi capirlo.**

.....

**B3. Perché l'autore afferma che la pubblicità «è l'ossigeno del capitalismo» (righe 3-4)?**

- A. Stimola i consumatori a fare maggiori acquisti
- B. È molto costosa e ha bisogno di grandi capitali
- C. Esiste solo nei paesi capitalisti
- D. Caratterizza la società moderna

**B4. A che momento del passato si riferisce l'autore con l'espressione "fino all'altro ieri" (riga 5)?**

- A. Ad alcuni giorni prima
- B. A quando esisteva ancora l'URSS
- C. A quando *Times Square* era il cuore di New York
- D. A prima che la pubblicità diventasse una componente determinante della società

**B5. Che cosa ha convinto il *New York Times* a pubblicare annunci a pagamento in prima pagina?**

- A. L'esigenza dell'editore di aumentare i guadagni
- B. Il desiderio di migliorare e rinnovare il quotidiano
- C. La necessità di vincere la concorrenza
- D. La volontà di compiacere gli inserzionisti

**B6. La decisione presa dal *New York Times* di pubblicare annunci in prima pagina viene definita "saggia" perché, secondo l'autore, in questo modo**

- A. il giornale ha dimostrato di essere il miglior quotidiano del mondo
- B. è più facile per i lettori trovare gli annunci economici
- C. si aumenta il numero di pagine dedicate alla pubblicità
- D. la prima pagina del giornale risulta più vivace e attraente

**B7. Che cosa significa l'espressione "per converso" (riga 13)?**

- A. Al contrario
- B. Per inciso
- C. Di conseguenza
- D. Per questo

**B8. Nel testo alla riga 15 si legge: «Ma gli elogi della pubblicità preludono a una critica». Che cosa significa "preludono"?**

- A. Seguono
- B. Presentano
- C. Preannunciano
- D. Deludono

**B9. Qual è l'oggetto della critica dell'autore?**

- A. La pubblicità trasmessa in televisione
- B. Gli annunci troppo invasivi sulla stampa
- C. Le troppe insegne pubblicitarie nelle città
- D. La pubblicità frivola e priva di significato

**B10. Alla riga 17 si legge: «Mi sono chiesto quale ne fosse l'origine». A che cosa si riferisce "ne"?**

- A. All'entusiasmo
- B. Alla televisione
- C. alla pubblicità
- D. Al senso di fastidio

**B11. Alla riga 21 si dice: «L'una sta al suo posto, l'altra è imperiosa e invasiva». Scrivi, nel seguente campo di testo, a che cosa "l'una" e "l'altra" si riferiscono rispettivamente, dividendo i due riferimenti con il punto e virgola**

a. "l'una" si riferisce a: .....

b. "l'altra" si riferisce a: .....

**B12. Con la frase «detengo il potere decisionale» (riga 23), l'autore intende riferirsi alla possibilità di**

- A. cambiare canale quando si trasmettono spot pubblicitari in televisione
- B. decidere se leggere il giornale o guardare un programma televisivo
- C. vedere solo i programmi televisivi in cui si trasmette poca pubblicità
- D. scegliere di leggere o meno un articolo o un'inserzione pubblicitaria

**B13. Che cosa rende la pubblicità in tv fastidiosa? Indica quali tra le seguenti argomentazioni sono effettivamente utilizzate nel testo dall'autore e quali no (metti soltanto una crocetta per ogni riga).**

	Argomentazione usata	Argomentazione non usata
a. Lo spettatore è costretto a sottostare a decisioni non sue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. La pubblicità in tv è raramente di buon gusto, spesso è sgradevole	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. La pubblicità interrompe arbitrariamente i programmi che si stanno seguendo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. È sgradevole vedere accostati messaggi pubblicitari alla notizia di eventi drammatici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**B14. Con l'espressione "passaggio repentino" (riga 28) si intende un passaggio**

- A. improvviso
- B. risoluto
- C. programmato
- D. graduale

**B15. In base al testo, perché la pubblicità in tv può danneggiare, anziché favorire, chi paga gli spot?**

- A. Gli spot pubblicitari sono molto costosi e non sempre aumentano le vendite dei prodotti reclamizzati
- B. Gli spettatori sono maldisposti nei confronti dei prodotti reclamizzati quando gli spot sono troppo assillanti
- C. Chi paga gli spot si irrita quando gli spot pubblicitari non sono graditi agli spettatori
- D. Gli spettatori associano il prodotto reclamizzato al programma e, se questo non piace, anche il prodotto non viene venduto

**B16. Che cosa si può fare, a parere dell'autore, per limitare i danni della pubblicità televisiva?**

- A. Convincere chi paga gli spot a eliminare quelli più fastidiosi
- B. Evitare i messaggi pubblicitari frivoli e irriverenti
- C. Collocare meglio gli spot nei programmi e diminuirne la durata
- D. Proibire gli spot pubblicitari mentre si trasmettono notizie tragiche

**B17. L'articolo si intitola «La pubblicità mi piace, ma non se è obbligatoria». Quale tipo di pubblicità, secondo l'autore, è obbligatoria?**

- A. Gli annunci a pagamento sui quotidiani
- B. I cartelloni pubblicitari
- C. Le insegne luminose nelle piazze
- D. Gli spot televisivi

**B18. Il testo è suddiviso in 4 capoversi (dal rientro al punto a capo). Ad ognuno è stato attribuito un titolo. Metti i titoli nello stesso ordine che hanno i capoversi nel testo, numerandoli da 1 a 4.**

	Paragrafo numero
a. L'invasione della pubblicità televisiva	.....
b. I giornali e la pubblicità	.....
c. Il potere decisionale non funziona con la tv	.....
d. La pubblicità, simbolo di modernità	.....

**B19. Scegli tra le seguenti affermazioni quella che sintetizza meglio il contenuto dell'articolo che hai letto.**

- A. I messaggi pubblicitari di ogni tipo sono invasivi e fastidiosi e purtroppo non vi è modo di difendersi
- B. La pubblicità è in genere utile e anche gradevole, ma questo dipende dai "media" che la veicolano
- C. La pubblicità nella nostra società è una presenza inevitabile, ma tutto sommato gradevole
- D. La pubblicità televisiva, gli annunci pubblicitari, le insegne fanno parte della nostra vita di uomini moderni