



Codice del candidato:

Državni izpitni center



P 0 6 2 A 1 0 2 1 1

II SESSIONE D'ESAME

# LINGUA ITALIANA

Prova scritta 1

Analisi del testo non letterario

**Mercoledì 23 agosto 2006 / 30 minuti**

*Al candidato è consentito l'uso della penna stilografica o della penna a sfera. Al candidato è consegnato il fascicolo con allegato il testo - staccabile - da analizzare e due schede di valutazione.*

**PROVA DI MATURITÀ PER GLI ISTITUTI TECNICI**

## 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 sulla scheda di valutazione.

Questa prova d'esame comprende 10 quesiti. Per rispondere alle domande, leggi attentamente le indicazioni date all'interno.

**Durante la prova d'esame non si possono usare libri di testo o di consultazione, il cancellino o altro materiale. È d'obbligo l'uso della penna stilografica o a sfera.**

Scrivi in modo leggibile.

Trovi indicati in margine i punti che puoi conseguire rispondendo correttamente alle domande.

Abbi fiducia in te stesso e nelle tue capacità.

Buon lavoro.

*Questa prova ha 8 pagine, di cui 3 vuote.*



## Prova scritta 1: allegato

Leggi attentamente il seguente articolo e risolvi i quesiti che trovi nella prova.

### *La leggenda del logo segreto*

Uno stilista che odia la pubblicità e vuole vendere poco. È l'incredibile storia di Nigo, trentenne creativo di Tokio ormai riverito come un santone

**di Matteo Persivale**

Uno stilista allergico alle interviste, che odia la pubblicità, che gioca a nascondino con i giornalisti, che mostra con dispiacere le sue creazioni, che dà disposizioni a commessi e commesse dei suoi negozi di non lasciar fotografare gli abiti esposti e di non vendere nulla a redattrici di moda e *stylist* non autorizzati.

Magliette costosissime (anche 300 dollari) fabbricate in serie limitata e vendute in negozi introvabili, nascosti dietro insegne anonime in località non pubblicizzate.

Un logo che non è un logo, ma una citazione: il capoccione peloso e francamente poco amichevole di uno scimmione del film "Il Pianeta delle scimmie". Leggende metropolitane crescono a dismisura sullo stilista misterioso che ovviamente non ama farsi fotografare, e quando accetta tiene davanti agli occhi grandi occhiali da sole e calcato sulla testa un cappellino nero. Si dice che nella sua villa di Tokio ci sia la più grande collezione d'auto sportive del Giappone. Che tenga in casa centinaia di scimmie impagliate. Che sia quasi un *idiot savant* ai limiti dell'autismo, che si anima soltanto quando disegna le sue creazioni o quando scrive musica, perchè oltre allo stilista fa anche il compositore-*deejay*. E che ovviamente tra i suoi adepti abbia dato vita a un culto della personalità più degno di un santone che di uno stilista.

Benvenuti nel mondo di **Nigo**, il ragazzo giapponese che a soli 33 anni come creatore della linea di *streetwear* "A Bathing Ape" (abbreviazione per iniziati: BAPE) è stato eletto "re della giungla urbana" dalla stampa giapponese ed è diventato rapidamente un *cult* per fanatici dello *street-style* mondiale, dai ragazzi dei *rave* londinesi ai *rapper* americani come i **Beastie Boys**.

Più santone che stilista, Nigo ha due ossessioni: la fantascienza de "Il Pianeta delle Scimmie" e i motivi mimetici che, scrive una rivista nipponica: «sono diventati per i ragazzi quello che le lettere incrociate su sfondo marrone di **Louis Vuitton** rappresentano per le signore eleganti».

La sua ricetta è semplice: edizioni limitate, «a me non piace essere vestito come tutti gli altri» afferma

lo stilista. E allora ecco giacche in 25 esemplari, magliette numerate in 250 o massimo 300 esemplari, da vendere in boutique da carbonari celate dietro l'anonimo marchio "Nowhere Ltd". Insomma, secondo lo stesso Nigo si tratta di una "lifestyle company" più che un *brand* di moda (ed ecco così il parrucchiere "Bape Cuts" e il "Bape Café" e i dischi dell'etichetta "Ape Sounds").

E i canali regolari di diffusione del messaggio pubblicitario (come appunto pagine di pubblicità sui giornali, *spot*, manifesti) vengono sostituite dal passaparola nelle comunità *underground*, in quelle internazionali della musica e della moda più aggressiva.

E se Nigo teme la stampa di massa (famoso l'aneddoto - vero - dei commessi che impedirono a un fotografo del "New York Times" di fotografare i vestiti esposti in negozio e si rifiutarono di vendere qualunque cosa alla giornalista, che uscì a

mani vuote) si abbandona volentieri, da geniccio dell'autopromozione, ai grandi marchi multinazionali. E ha dunque accettato di disegnare la lattina della **Pepsi** giapponese (rosa *shocking*, a motivi ancora una volta mimetici) e ha firmato una serie (limitata, s'intende) di scarpe per la **Adidas**, le "Adidas Bape" che i collezionisti si contendono a suon di centinaia, di dollari su aste private e via Internet (attenzione ai

falsi, Bape significa anche cura maniacale per i dettagli come le asole per i laccetti e il *design* della linguetta, tutte cose mancanti nell'imitazione *made in China*. E le misure degli originali, essendo nate per il mercato giapponese, sono quasi tutte sotto il 42). Nigo ha perfino detto sì a **Microsoft**, che gli ha commissionato una copertura in vinile (mimetica, poteva essere altrimenti?) per la sua console di videogiochi "X-Box".

A Nigo piace aprire negozi introvabili (nel quartiere di Harajuku una sua boutique già oggetto di leggende metropolitane è tanto *underground* da essere situate letteralmente *underground*, in un sotterraneo senza finestre e una sola porta): nei quali, come ha scritto il londinese "Observer": «Se siete fortunati le commesse si degneranno di vendervi qualcosa». Nel segno dell'*underground*, ovviamente. E della scimmia extraterrestre.



PAGINA VUOTA

**Leggi l'articolo che trovi in allegato e risolvi i quesiti che trovi qui di seguito.**

1. Qual è il simbolo che appare frequentemente sulle magliette di Nigo.

---

Spiega perché ha scelto questo simbolo?

---

(2)

2. Come spiega lo stilista la scelta di questi capi così strani e fabbricati in pochi esemplari?

---

(1)

3. Nelle seguenti frasi tratte dal testo, spiega il significato dei termini evidenziati.

a) "Uno stilista *allergico* alle interviste, che odia la pubblicità, che gioca a nascondino

con i giornalisti...": \_\_\_\_\_

b) "Più santone che stilista, Nigo ha due ossessioni: la fantascienza de "Il Pianeta delle Scimmie" e i motivi mimetici che, scrive una rivista *nipponica*...":

---

(2)

4. La stampa giapponese ha eletto Nigo "*re della giungla urbana*". Spiega il significato dell'espressione.

---

(2)

5. Come definiresti il testo.

a) Espressivo-argomentativo.

b) Espressivo-informativo.

c) Espressivo-narrativo.

(1)

6. Quali sono le occupazioni di Nigo?

\_\_\_\_\_ (2)

7. Parole come: *brand, underground, deejay*, come vengono definite in grammatica?

\_\_\_\_\_ (2)

8. Che cosa pensi del tipo di moda che fa Nigo?  
Argomenta la tua risposta in modo adeguato.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (4)

9. Spiega il significato che ha nel primo paragrafo del testo l'affermazione:  
“...*che gioca a nascondino con i giornalisti,...*”

\_\_\_\_\_  
Di solito che cosa significa invece “*giocare a nascondino*”  
\_\_\_\_\_ (2)

10. Individua nel testo una frase con il congiuntivo e ricopiala qui sotto.

\_\_\_\_\_  
Di che tempo del congiuntivo si tratta \_\_\_\_\_ (2)

PAGINA VUOTA

PAGINA VUOTA