

JUNIOR LYCEUM ANNUAL EXAMINATIONS 2002
Educational Assessment Unit - Education Division

FORM 3

SOCIAL STUDIES (GENERAL)

TIME: 1hr 30mins

Isem: _____

Klassi: _____

TAQSIMA A

Imla l-vojt b'dawn il-kliem:

dmirijiet; drawwa; drittijiet; enerġija; gvern; mezzi ta' komunikazzjoni; poplu; primarju; reklam; saħħa.

1. Kull bniedem mhux biss għandu jistenna li jingħata u jgawdi d-_____ tiegħu mingħand l-oħrajn, iżda għandu wkoll iwettaq id-_____ tiegħu lejn ħaddieħor.
2. Kull _____ li għandu l-poplu tixhed il-karattru tiegħu.
3. L-_____ taqdi l-bniedem biex flok juża jdejh jinqeda biha biex jaħdem għadd bla qies ta' oġġetti.
4. Il-bdiewa u s-sajjeda nsibuhom fis-settur _____.
5. Iċ-ċittadini kollha ta' l-istess pajjiż meħudin flimkien jiffurmaw _____.
6. Meta jitla' partit fil-_____ ikollu d-dmir li jwettaq dawk il-liġijiet li kien wiegħed lill-poplu.
7. Ir-_____ huwa dak li jiġbed l-attenzjoni b'avviż pubbliku bil-għan li jinbiegħ prodott jew servizz.
8. Il-_____ joffru divertiment, jinfurmaw u jgħallmu.
9. Il-WHO qiegħda taħdem kontinwament biex tgħolli l-livell ta' _____ fil-pajjiżi kollha tad-dinja.

(10 marki)

TAQSIMA B

Fisser dawn il-kliem:

1. Valuri

2. Settur Sekondarju

3. Xogħol Volontarju

4. Sens Ċiviku

5. Demokrazija

6. Riżorsi naturali

7. Information Technology (IT)

8. Saħħa

9. Abbuż tad-drogi

10. Soċjeta'

(20 marka)

TAQSIMA Ċ

Agra din is-silta u wieġeb il-mistoqsijiet:

Ħafna huma dawk il-konsumaturi li jixtru oġġetti li ma jkunux tassew jeħtieġu għax joqogħdu għat-tentazzjoni tar-riklamar. Il-konsumatur hu espost għar-riklamar il-ħin kollu. Kull riklam hu maħsub li jkun persważiv u għalhekk l-aġġettivi, il-kliem bombastiku, is-superlattivi ma jonqsu qatt. Jintużaw il-kuluri, il-mużika, il-moviment, is-sess, il-personalita' ta' atturi u sportivi magħrufa. Tentazzjoni oħra ta' nfiq eżagerat u li bilfors 'il quddiem ikun xkiel u nkwieta l-aktar għan-nisa huma l-kosmetiċi fejn insibu li bihom isiru isbaħ jew aktar żgħażaġħ milli fil-fatt huma.

(Malta ir-Repubblika Tagħna, Patri Dijonisju Mintoff o.f.m.)

1. X'inhum reklam?

(2)

2. Għalfejn jintużaw ir-reklami?

(3)

3. Semmi 5 mezzi li jużaw ir-reklami biex jikkonvincuna nixtru?

- a. _____
- b. _____
- c. _____
- d. _____
- e. _____ (5)

4. Immaġina li l-ġenituri jagħtuk Lm5 pocket money fil-ġimgħa. Jekk jispiċċaw ma tistax titlobhom aktar. Kif taħseb li ser tonfoq dawn il-flus?

(10)

(20

marka)

TAQSIMA D

Agħzel TNEJN (2) minn dawn u iktib madwar 80 kelma dwar kull waħda:

- 1. Imġiba ċivika
- 2. Drittijiet u dmirijiet tal-konsumatur
- 3. Servizzi li jgħinuk biex tagħzel u ssib xogħol
- 4. Ix-xogħol tat-Trade Unions
- 5. Opportunitajiet f'Malta għal waqt il-ħin ħieles
- 6. Id-dimensjoni globali tal-mezzi ta' komunikazzjoni
- 7. Is-servizzi tas-saħħa f'Malta.

(15X2=30marka)

TAQSIMA E

Agħżel WIEĦED (1) minn dawn u iktib mhux inqas minn 200 kelma dwaru:

1. Ċittadini b'saħħithom jagħmlu soċjeta' b'saħħitha
2. Ir-rwoli u l-funzjonijiet tal-mezzi tal-komunikazzjoni għandhom implikazzjonijiet soċjali. X'tifhem b'dan?
3. L-importanza tax-xogħol fil-ħajja tal-bniedem
4. Nistgħu nqattgħu l-ħin liberu b'mod kostruttiv u b'mod distruttiv. Veru dan?
5. Jien kif nista' nagħmel differenza fis-soċjeta'?

(20 marka)