

**“Questo
è veramente
figo!”. Come gli
adolescenti L2
aumentano il
volume dei loro
enunciati**

L'intensificazione nell'italiano L2
scritto nelle scuole dell'Alto Adige/Südtirol

Eurac Research
Istituto di linguistica applicata
Viale Druso, 1
39100 Bolzano
T +39 0471 055 100
linguistics@eurac.edu
www.eurac.edu

DOI <https://doi.org/10.57749/9V6Y-CS14>

Autrice: Stefania Spina
Progetto grafico: Eurac Research

© Eurac Research, 2023



Questa pubblicazione é distribuita con licenza Creative Commons Commons Attribuzione 4.0 Internazionale (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), che permette il riutilizzo, la condivisione, la modifica, la distribuzione e la riproduzione con qualsiasi mezzo o formato, purché sia data adeguata menzione di paternità, si fornisca un link alla licenza Creative Commons e si indichi se sono state effettuate modifiche.

Il progetto è stato finanziato dalla Provincia Autonoma di Bolzano/Bozen (legge provinciale n. 14 del 13 dicembre 2006 “Ricerca e innovazione”) nell’ambito del programma “Mobilità internazionale di ricercatrici e ricercatori 2022”

Content

Qual è il tema del progetto?	4
Quali sono i mezzi linguistici con cui l'italiano intensifica un aggettivo?	5
L'intensificazione è diffusa in italiano, e in particolare negli adolescenti delle scuole superiori?	7
Quali sono i soggetti considerati dal progetto?	8
Quali erano gli obiettivi del progetto? Che metodo è stato usato?	9
Quali sono i risultati dell'analisi di questi testi?	11
In che modo questi risultati possono tradursi in strategie didattiche per insegnare l'intensificazione agli apprendenti sudtirolesi di italiano L2?	12

Qual è il tema del progetto?

Il progetto *L'intensificazione nell'italiano L2 scritto nelle scuole dell'Alto Adige/Südtirol* ha avuto come oggetto il tema dell'intensificazione: la possibilità, cioè, di **graduare una qualità secondo una scala che tende verso l'alto**. Ad esempio, essere in grado di dire che un film è bello, ma anche che è:

molto bello
bellissimo
davvero bello
incredibilmente bello
bello **da morire**.

La capacità di “alzare il volume” di un enunciato, scegliendo di intensificare una qualità, e dunque di esprimere una valutazione soggettiva su quella qualità, usando una delle diverse risorse offerte dall'italiano, deve essere acquisita da studenti e studentesse L2 nel corso del loro processo di apprendimento.

L'obiettivo del progetto è stato quindi quello di studiare **in che modo chi apprende l'italiano come L2 nelle scuole dell'Alto Adige/Südtirol è in grado di usare le risorse messe a disposizione dalla lingua italiana per intensificare gli aggettivi**.

Quali sono i mezzi linguistici con cui l'italiano intensifica un aggettivo?

L'italiano intensifica l'aggettivo:

- attraverso la modifica dell'aggettivo stesso, cioè attraverso mezzi **morfologici** (*bellissimo, strapieno, ultrarapido*)
- per mezzo dell'aggiunta di altre parole, soprattutto prima dell'aggettivo (*molto bello, del tutto nuova, davvero veloce*), e a volte anche dopo l'aggettivo (*stanco morto, bagnato fradicio*), cioè attraverso mezzi **sintattici**.

La costruzione sintattica **avverbio + aggettivo** è la più utilizzata, specialmente con l'avverbio **molto**.

Questa costruzione è suddivisa in tre sottotipi diversi, a seconda che l'avverbio sia:

- un avverbio di grado, che indica un alto livello della qualità espressa dall'aggettivo ma non arriva all'estremo più alto (*molto, tanto, così, notevolmente, estremamente...*).
Sono tanto felice.
Sono estremamente preoccupata.
È un elemento altamente positivo.
- un **avverbio di completezza** (*del tutto, completamente, assolutamente*), che occupa l'estremo più alto della scala.
Il tedesco per me è una lingua **completamente** nuova
Sei **del tutto** sicuro che non pioverà?
- un **avverbio di specificazione** (*proprio, davvero*), che attira l'attenzione sulla specificità di quella qualità.
Quel ristorante è **davvero** caro!
È **proprio** bella la tua macchina nuova!

Altre risorse sintattiche per intensificare gli aggettivi sono:

- la duplicazione dell'aggettivo stesso
la macchina è nuova nuova
- l'uso di **costruzioni convenzionali**, in cui l'aggettivo è intensificato da un altro aggettivo che lo segue, in modo da formare costruzioni cristallizzate
stanco morto, innamorato pazzo, pieno zeppo

- l'uso di **paragoni**, in cui l'aggettivo è messo a confronto con sostantivi che costituiscono il **prototipo di quella qualità**
buono come il pane, felice come un bambino, dolce come il miele
- l'uso di **costruzioni iperboliche**, introdotte da preposizioni e di registro tendenzialmente informale
bello da morire / da impazzire / da pazzi

La tabella sintetizza i tipi di intensificazione dell'aggettivo in italiano, con degli esempi.

N.	Tipi e forme di intensificazione	Esempi
1	Superlativo: suffisso -issimo	<i>La macchina è velocissima</i>
2	Superlativo: prefissi stra-, ultra-, mega-, arc-, iper-, super-, extra-	<i>La macchina è superveloce Il cinema è strapieno</i>
3a	Avverbi di grado (boosters): molto, notevolmente, estremamente, profondamente, altamente, fortemente, terribilmente	<i>La macchina è molto veloce Il film era terribilmente noioso</i>
3b	Avverbi di completezza (maximisers): totalmente, assolutamente, completamente, interamente, pienamente, del tutto	<i>La macchina è del tutto nuova Ne sono completamente sicura</i>
3c	Avverbi di specificazione (focus adverbs): davvero, veramente, proprio, appunto, realmente,	<i>La macchina è davvero veloce Il film era proprio bello</i>
4	Paragoni prototipici: <i>buono come il pane, felice come un bambino, dolce come il miele, veloce come il vento</i>	<i>Il prof è buono come il pane Dopo la verifica Luca era felice come un bambino</i>
5	Costruzioni convenzionali aggettivo+aggettivo <i>innamorato pazzo, ubriaco fradicio, stanco morto, nuovo fiammante, pieno zeppo</i>	<i>Dopo la verifica di italiano ero stanco morto Con quel temporale sono arrivata a scuola bagnata fradicia</i>
6	Duplicazione dell'aggettivo nuovo nuovo	<i>La mia macchina è nuova nuova</i>
7	Costruzioni iperboliche con da + nome o infinito <i>da morire, da impazzire, da piangere, da pazzi, da paura...</i>	<i>Roma è bella da impazzire / da pazzi</i>

L'intensificazione è diffusa in italiano, e in particolare tra chi frequenta le scuole superiori?

L'intensificazione è una costruzione molto usata in italiano, sia nello scritto che nel parlato. Di seguito alcuni esempi di testi italiani che contengono un'intensificazione. Si tratta di titoli di giornale.

SESTO CREMONESE

CRONACA

Pullman **strapieno**, «Serve un secondo bus»

1

HOME / SCIENZE & TECH / ALIMENTAZIONE E BENESSERE

Pesce **pieno zeppo** di mercurio, un gravissimo rischio per la tua salute: ecco quale non devi mangiare

2

Sabato, 21 maggio 2022

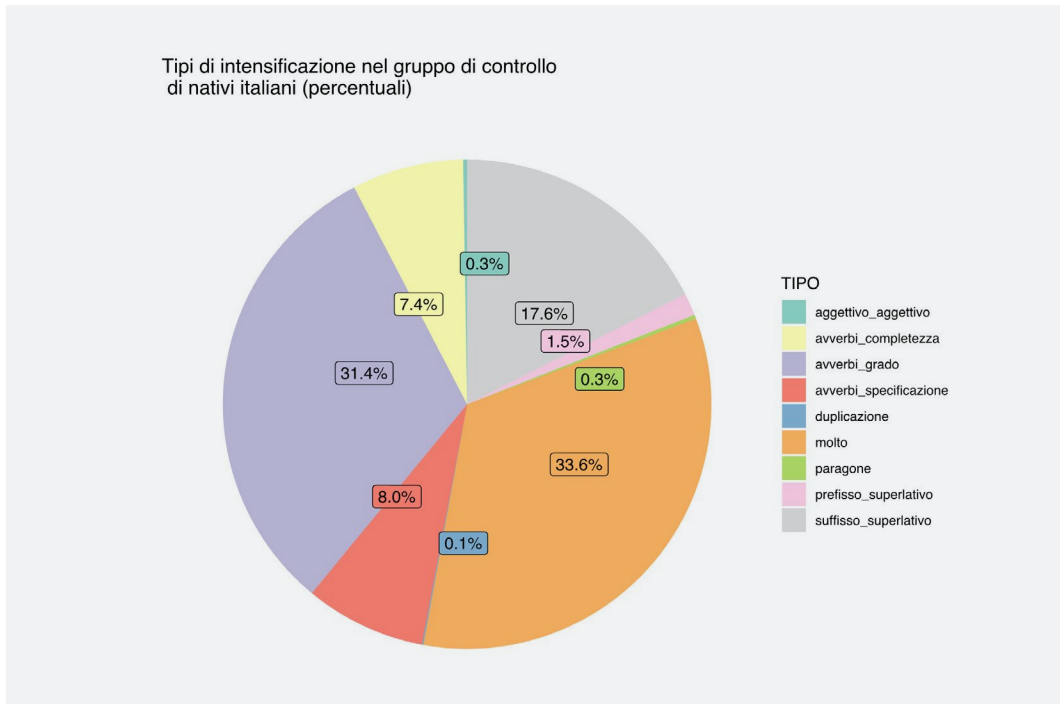
Fedez **felice come un bambino** con il cantante dei Blink 182 a Milano. VIDEO

3

Il grafico seguente mostra che in un corpus di testi scritti a scuola da adolescenti delle scuole superiori italiane fuori dall'Alto Adige/ Südtirol tutti i tipi di intensificazione sono usati, tranne le costruzioni iperboliche. Le costruzioni più frequenti sono quelle con *molto + aggettivo* (33,6%), *gli avverbi di grado o booster* (31,4%) e i *superlativi col suffisso -issimo* (17,6%).

- 1 Cinzia Franciò: “Pullman strapieno, «Serve un secondo bus»”, La Provincia Cremona, 16 dicembre 2019. <https://www.laprovinciacr.it/news/cronaca/236847/pullman-strapieno-serve-un-secondo-bus.html> (01.12.2023).
- 2 Senza autore: “Pesce pieno zeppo di mercurio, un gravissimo rischio per la tua salute: ecco quale non devi mangiare”, Libero Quotidiano.it, 23 aprile 2021. <https://www.liberoquotidiano.it/news/scienze-tech/alimentazione-e-benessere/26991882/pesce-pieno-zeppo-mercurio-gravissimo-rischio-salute-quale-non-devi-mangiare.html> (01.12.2023).
- 3 Senza autore: “Fedez felice come un bambino con il cantante dei Blink 182 a Milano”, affaritaliani.it, 21 maggio 2022. https://www.affaritaliani.it/milano/fedez-felice-come-un-bambino-con-il-cantante-dei-blink-182-a-milano-video-797311.html?refresh_ce (01.12.2023).

7



Quali sono i soggetti considerati dal progetto?

Abbiamo considerato specificamente gli **studenti e le studentesse delle scuole superiori**. Il fenomeno dell'intensificazione è infatti particolarmente rilevante durante l'adolescenza, perché rappresenta la fascia di età in cui intensificare una qualità è una pratica comunissima, al punto che ogni generazione tende a creare un proprio insieme di espressioni intensificate che vengono di conseguenza adottate diffusamente anche come marca di appartenenza al gruppo "adolescenti", e che invecchiano e diventano obsolete in breve tempo.

Quali erano gli obiettivi del progetto? Che metodo è stato usato?

Nel corso del progetto, abbiamo analizzato in che modo un ambiente multilingue come quello dell'Alto Adige/Südtirol influenza l'uso di una costruzione articolata come quella dell'intensificazione, prendendo come target del nostro studio un campione rappresentativo di iscritti e iscritte al penultimo anno delle scuole superiori in lingua tedesca della provincia di Bolzano. Abbiamo utilizzato un corpus chiamato **Kolipsi-1**, elaborato da Eurac Research, che contiene circa 2.000 testi scritti da 1.000 studenti frequentanti la scuola in lingua tedesca. Ogni studente ha prodotto due brevi composizioni, una di tipo narrativo e una di tipo argomentativo. Ecco un esempio di testo narrativo:

Ciao Barbara,

Come hai sentito ho deciso di andare con mio marito in montagna o al mare a fare una vacanza. Siccome è nostra prima vacanza dopo tre anni voglio che sia speciale. Per questo ho pensato tanto, però la decisione non è facile, e adesso ti chiedo aiuto. Le due possibilità sono Sardegna e l'alpe di Siusi. Quando penso al mare mi viene in mente mio tempo bellissimo con mia famiglia, con la quale sono andato ogni anno al mare. Gente tranquilla, tempo bellissimo e passeggiate lungo la spiaggia. Queste cose mi vengono in mente quando penso al mare. In montagna non sono stato tante volte, due o tre volte penso. Anche in montagna è bello e posso fare delle passeggiate a bel tempo, però quando penso a vacanze mi viene in mente per prima cosa sole e mare. Mio marito preferisce l'Alpe di Siusi, perché vuole vedere montagne e respirare l'aria fresca.

Forse ha ragione. Al mare sono stato tante volte, forse questa volta è meglio che andiamo in montagna.

Cosa ne pensi tu Barbara?

Ci sentiamo. ..

Ciao, tua Maria.

Da questo corpus, con l'aiuto di un software di analisi linguistica, sono state estratte tutte le frasi che contengono l'intensificazione di un aggettivo. Ecco alcuni esempi:

*Ma anche le montagne sono **molto rilassante** e puoi prendere anche lì il sole come in spiaggia.*

L1 = tedesco, scuola di Bolzano

*Ma la cosa non buona è che gli alberghi sono **costosissimi**. Anche nei paesi vicini.*

L1 = tedesco, scuola di Brunico

*In montagna puoi fare passeggiate **lunghe** attraversando paesaggi impressionanti con montagne mozzafiato.*

L1 = ladino, scuola di Malles

*Senti cosa è successo alcuni giorni fa a Maria, **davvero incredibile** in che guaio si è messa con le proprie mani.*

L1 = tedesco/italiano, scuola di Silandro

Ma anche le vacanze in montagna sarebbero **ben interessanti**.

L1 = tedesco, scuola di Bressanone

La spiaggia è **bellissima**, spaziosa e il mare è **bello trasparente**.

L1 = ladino, scuola di Merano

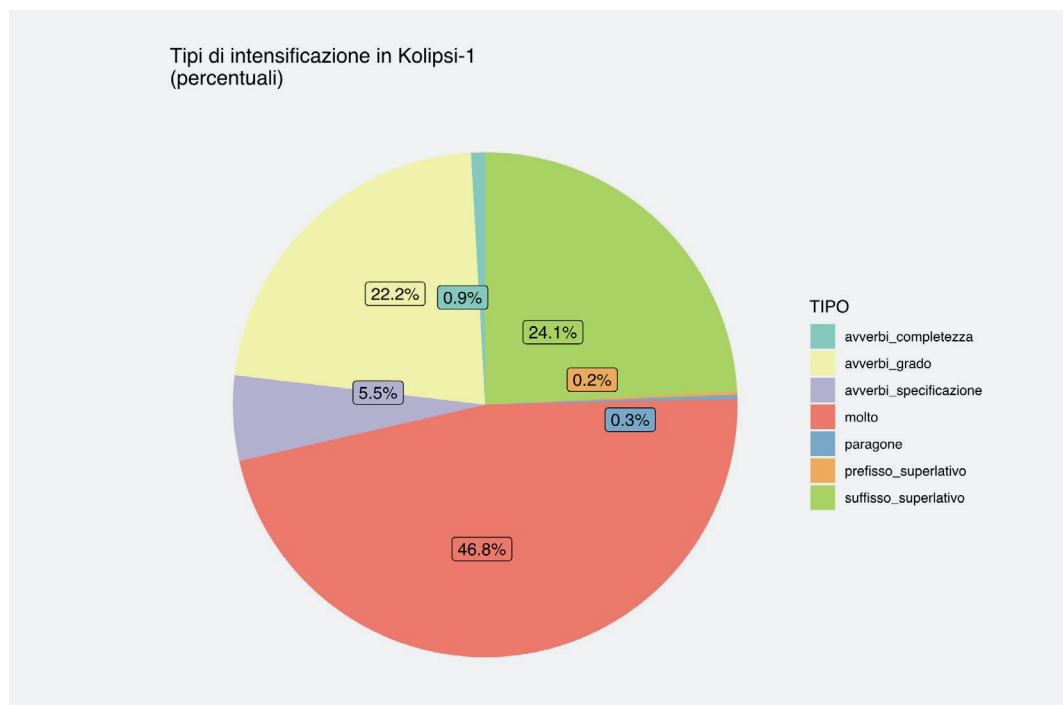
Avevamo sempre un bel tempo e la sabbia lì era **bianca come la neve**.

L1 = tedesco, scuola di Merano

Un grafico simile al precedente, riferito questa volta ai testi del corpus Kolipsi-1, mostra che chi frequenta le scuole superiori in lingua tedesca in Alto Adige/Südtirol usa meno tipi di intensificazione rispetto a chi frequenta le scuole in lingua italiana.

In particolare, **non usa**:

- le **costruzioni convenzionali** aggettivo + aggettivo (*stanco morto*)
- la **duplicazione** dell'aggettivo (*una macchina nuova nuova*)



I testi di Kolipsi-1 sono stati confrontati anche con altri testi simili, scritti da coetanei e coetanee di madrelingua italiana, provenienti da scuole di altre regioni italiane. Anche da questi testi abbiamo estratto tutte le frasi che contengono l'intensificazione di un aggettivo.

Quali sono i risultati dell'analisi di questi testi?

Eccone in sintesi alcuni:

- per intensificare gli aggettivi, **gli e le apprendenti usano soprattutto gli avverbi di grado**. Tra questi **molto** rappresenta il 47% di tutte le intensificazioni tra chi ha l'italiano come L2 mentre per chi ha l'italiano come L1 solo il 34%;
- tra tutti gli avverbi, **quelli usati di meno da chi ha l'italiano come L2 sono quelli di completezza** mentre per chi ha l'italiano come L1 sono il 7% di tutti i tipi di intensificazione;
- nonostante il **superlativo in -issimo** non esista in tedesco, il superlativo è usato abbastanza spesso, soprattutto con aggettivi molto comuni (**bellissimo**);
- ci sono tre tipi di intensificazione che non viene mai usata da chi ha l'italiano come L2: la **duplicazione** dell'aggettivo, le **costruzioni convenzionali** aggettivo + aggettivo e le **costruzioni iperboliche**. Queste ultime non sono usate nemmeno dagli chi ha l'italiano come L1;
- **chi ha l'italiano come L2 usa l'intensificazione degli aggettivi un po' più di chi ha l'italiano come L1**. Questo perché **le persone madrelingua hanno delle competenze lessicali maggiori** e sono in grado di usare aggettivi originariamente già intensificati come ad esempio *straziante* o *devastante*. Quindi, invece che *un dolore straziante*, chi sta imparando l'italiano scrive *un dolore molto grande*;
- in generale, **si tende a ripetere spesso la stessa forma di intensificazione** che si è imparata e di cui ci si sente sicuri: *molto* + aggettivo, *bellissimo*. Chi ha l'italiano come L1 sa diversificare molto di più i tipi e le diverse forme di intensificazione.

In che modo questi risultati possono tradursi in strategie didattiche per insegnare l'intensificazione a chi apprende l'italiano come L2 nelle scuole dell'Alto Adige/Südtirol?

Le differenze più rilevanti nell'uso di intensificazione tra studenti e studentesse di italiano L2 e L1 non riguardano la quantità di intensificazioni utilizzate, ma **la loro diversificazione**. Ci sono inoltre alcuni tipi di intensificazione che non compaiono quasi mai, sebbene siano abbastanza diffusi in italiano. Alcune strategie didattiche utili potrebbero essere le seguenti:

- stimolare studenti e studentesse a **usare tipi di intensificazione diversi da molto + aggettivo**, ad esempio chiedendo loro di sostituire nei testi prodotti questa forma molto comune con altre forme equivalenti;
- prevedere attività specifiche sugli **avverbi di completezza** (**completamente, assolutamente, interamente, del tutto** ecc.), che sono, tra i tipi di intensificazione di ampia diffusione tra i parlanti nativi, quelli meno utilizzati;
- portare esempi anche di tipi di intensificazione **meno diffusi**, come le costruzioni **convenzionali aggettivo + aggettivo** (**stanco morto, pieno zeppo**), la **duplicazione** dell'aggettivo, i **paragoni prototipici** (**pieno come un uovo, dolce come il miele**) o le **costruzioni iperboliche** (**da pazzi, da morire**), anche per sensibilizzare chi apprende l'italiano alle differenze di registro. Questi tipi di intensificazione sono infatti tendenzialmente usati in registri più informali;
- stimolare studenti e studentesse a usare il **superlativo col suffisso -issimo anche con aggettivi meno comuni**. I dati mostrano, infatti, che il superlativo è usato spesso da chi apprende/studia l'italiano nelle scuole in Alto Adige/Südtirol, ma quasi esclusivamente con l'aggettivo **bello**, e dunque nella forma molto frequente **bellissimo**.

Eurac Research
Istituto di linguistica applicata
Viale Druso 1
39100 Bolzano
T +39 0471 055 100
linguistics@eurac.edu
www.eurac.edu