

# Il Questioning, l'arte di fare domande

*È una nuova tematica formativa che può avere diversi livelli di applicazione. Favorisce la circolazione delle informazioni strategiche e insegna a risolvere i problemi in modo creativo.*

Il Questioning è stato sviluppato in contesti aziendali evoluti, in particolare nell'ambito di una importante azienda farmaceutica, Knoll-Ravizza, acquisita recentemente dal gruppo statunitense Abbott.

Nel corso di seminari effettuati presso le sedi della società, con la partecipazione di quadri medio-alti, è stato individuato un originale filone di elaborazione delle informazioni che si basa sulla capacità di formulare domande. Inoltre sono state sperimentate nuove metodologie di interazione formativa, tra cui lo "Squiz".

Il Questioning, metodologia intesa come "capacità di fare domande utili ed essenziali", può tuttavia essere egregiamente applicato anche in tutti quei percorsi formativi che privilegiano un apprendimento veloce, attivo e maturo di nuove competenze e comportamenti. È infatti stato utilizzato con successo anche in seminari destinati alle risorse umane del mondo bancario, come know-how "trasversale" all'interno di un organico percorso strutturato in tre momenti formativi distinti ma integrabili: "Apprendimento facile", "Sviluppo della memoria" e "Lettura rapida", destinati sia ai collaboratori sia ai responsabili di unità operative.

Questo percorso è stato messo a punto in particolare presso alcuni istituti bancari del Nord Italia, come la Banca Popolare di Verona, Banco S. Geminiano e S. Prospero.

Il Questioning, che è una metodologia cognitiva o particolare "forma mentis" da cui deriva "l'arte di far domande", serve in primo luogo a "porre questioni" in modo costruttivo e a stimolare l'interlocutore a uscire dal suo quadro di riferimento consolidato per esplorare nuove vie, alternative, possibili soluzioni.

Quando "non c'è tempo" per cercare tutte le informazioni utili per affrontare un problema o comunicare una serie di dati complessi, è necessario pensare e lavorare per priorità. Pertanto, invece di attendere che "l'altro" arrivi - con i suoi tempi - a darmi il dato che mi interessa o ritengo più strategico, è utile chiedere per avere questa stessa informazione e non un'altra, selezionando all'interno di un vasto mosaico o "set" di sequenze informative.



Chiedere prima o subito "la cosa che interessa" significa by-passare le informazioni di seconda classe per arrivare istantaneamente all'"essenza" di un problema.

Il Questioning è connesso con "la velocità" del pensiero, attribuisce un vettore ai processi di domanda-risposta, e un orientamento specifico alla loro rapida soluzione.

Inoltre la metodologia del Questioning sviluppa i processi auto-interrogativi. Prima del "pensiero esterno", è necessario sviluppare il "pensiero interno". Per saper chiedere, occorre "chiedersi".

Domande stupide evocano risposte e processi cognitivi inferiori. In definitiva, la qualità della risposta dipende in

una certa misura anche da come poniamo la domanda ai nostri interlocutori.

Quindi, in ambito aziendale, il Questioning favorisce e implementa la ricerca e la circolazione delle informazioni strategiche, ovvero le più utili.

Un approccio alla ricerca delle informazioni che sviluppa le capacità personali al Questioning è lo "Squiz". Consiste in un processo di formulazione delle domande che procede "al contrario" rispetto al consueto operare logico del pensiero.

Se generalmente, infatti, si utilizza il tradizionale modello scolastico tradizionale secondo il quale ogni domanda ha la sua risposta, nello "Squiz" si impara e si sperimenta che "non vi è risposta senza relativa domanda".

Il quiz è l'esempio più eclatante di questa abitudine psicologica a ragionare esclusivamente in termini entropici, di domanda-risposta. A scuola, come nei quiz televisivi, domina il principio del trovare o formulare la corretta risposta, l'esatta informazione che soddisfa la domanda.

Tuttavia la domanda è posta da altri e, spesso, contiene implicitamente un indirizzo di risposta. Chi fa la domanda "confina" l'area di indagine, il sapere, la ricerca.

Saper trovare la risposta implica la capacità di saper rintracciare una informazione/soluzione in un ambito predefinito di conoscenze o di obiettivi.

Saper formulare domande richiede invece proprio questo saper "confinare", delimitare da un "tutto", l'area operativa del pensiero che interessa.

Chiedere prevede maggiormente il saper pensare, mentre rispondere richiede l'essere in grado di trovare o elaborare l'informazione.

L'allenamento allo Squiz non ha lo scopo di mettere in secondo piano la capacità di "rispondere", ma di affiancare a questa abilità quella complementare del saper chiedere.

Il processo del pensiero richiede la capacità di formulare sia domande sia risposte, all'interno dei processi mentali di uno stesso individuo, o di un team di lavoro, di una organizzazione.

Solo in questo caso si sviluppa un circuito virtuoso per cui il pensiero, come una dinamo, si autoriproduce e si autogenera, contenendo in sé l'energia che scaturisce dai due poli domanda/input, output/risposta.

Roberto Provana