



POGLAVLJE 2:

Čitaoci

Trgovci nekretninama odavno koriste šalu koja glasi otprilike ovako:

P: Koje su tri najvažnije stvari u trgovini nekretninama?

O: Lokacija, lokacija, a treće i nije toliko važno.

Varijanta ove šale u kontekstu tehničkog pisanja glasi:

P: Koje su tri najvažnije stvari kod tehničkog pisanja?

O: Čitaoci.

Razumete? Vidite, tehnički pisci su zaista koncizni, tako da... ah, zaboravite.¹ U svakom slučaju, razumevanje potreba vaših čitalaca je od suštinskog značaja za pisanje dobrih dokumenata. Ovo poglavlje će vam pomoći da definišete svoju čitalačku publiku kroz niz pitanja, kao što su sledeća:

- Šta moji čitaoci već znaju o ovoj tehnologiji?
- Koji je maternji jezik mojih čitalaca?

Ako radite za kompaniju, vaše marketinško odeljenje bi trebalo da vam pomogne oko definisanja svoje čitalačke publike. U velikim kompanijama često postoje opširni rezultati istraživanja tržišta.

Zamišljanje svojih čitalaca

Koncept čitalačke publike je za neke pisce isuviše apstraktan. Da biste rešili ovaj problem, zamislite da se među vašim čitaocima nalazi neko koga poznajete. Nekim piscima je lakše da pišu za konkretnu osobu nego za grupu ljudi.

1. Verzija trgovaca nekretninama je mnogo zanimljivija. Lijem gorke suze nad svojom profesijom.

Nivo opšteg obrazovanja

Koliko opšteg obrazovanja imaju vaši čitaoci? Da li vaši čitaoci pohađaju srednju školu? Višu školu? Fakultet?

Čitaoci najviše vole tekstove koji su prikladni njihovom nivou opšteg obrazovanja. Ako se u pisanju ode isuviše "visoko", čitaoci će se osetiti glupim. Pisanje na suviše "niskom nivou" kod čitalaca stvara osećaj da traće svoje vreme.

U većini udžbenika možete da pročitate da za visoko obrazovane čitaoce treba pisati dugačke rečenice, a za manje obrazovane čitaoce kraće rečenice. Međutim, za dugačke rečenice nema mesta u tehničkim tekstovima; u tehničkom pisanju uvek treba težiti ka kratkim, jasnim rečenicama.

Takođe, u većini udžbenika stoji da treba da koristite odgovarajuću terminologiju u skladu sa obrazovanjem čitaoca. Drugim rečima, treba koristiti širi, sofisticiraniji rečnik za visoko obrazovane čitaoce i ograničeni, nesofisticirani rečnik za manje obrazovane čitaoce. Na kraju krajeva, nikako ne želite da vaši nedovoljno obrazovani čitaoci posežu za rečnikom nakon svake vaše rečenice.

Mnogi prozni pisci često ignorišu ovaj princip, preferirajući kitnjaste reči kao što su *lavrirt* i *pelen* da bi se sročili rečenice poput sledeće:

Kitnjasti fijaker trućkao se haotično kroz močvaru poput pijanog leptira koji se tetura kroz lavirint.

Prethodna rečenica je zaista kitnjasta; ipak, potrebno je vreme da shvatite o čemu je reč (ili, da li ovo uopšte ima neki smisao). S druge strane, dobro tehničko štivo treba da se čita brzo; čitaoci nemaju strpljenja da preterano analiziraju složene rečenice. Ipak, ako želite, zasigurno možete da ubacite i "velike" reči pod uslovom da su vaši čitaoci dovoljno obrazovani. Ponekad je najduža reč najkonciznija, jer bi upotreba više manjih reči mogla do izazove rasipanje pažnje. S druge strane, ako je rečnik sa kojim morate da baratate donekle ograničen, ne bi trebalo da se primoravate da koristite "impresivne" reči samo zato što su vaši čitaoci visoko obrazovani. Kod tehničkog pisanja, savršena reč je često ona najjednostavnija.

Iskustvo i ekspertiza

Koliko iskustva vaši čitaoci imaju sa ovom tehnologijom ili temom? Da li su vaši čitaoci već prošli formalnu obuku za ovu tehnologiju?

Ako su vaši čitaoci već upoznati sa temom, možete da krenete sa višeg nivoa nego što biste krenuli da čitaoci nikada nisu čuli za ono o čemu pišete. Nikada ne omalovažavajte obučene čitaoce objašnjavanjem tema koje su već savladali. Kada pišete za iskusne čitaoce, slobodno upotrebljavajte žargon i akronime. S druge strane, ako su vaši čitaoci neiskusni, morate pažljivo definisati sve tehničke pojmove. Na primer, kada pišete nešto za profesionalne programere, sledeći pasus je prikladan:

Proizvod obezbeđuje opsežan Java API.

Ako bi se iste informacije predstavljale čitaocima koji nisu programeri, pasus bi trebalo da izgleda ovako:

Proizvod obezbeđuje opsežan Application Programming Interface (API). Programeri mogu da koriste ovaj API kako bi proširili mogućnosti našeg proizvoda ili integrisali druge softverske proizvode sa našim proizvodom. API-ji za naš proizvod su pisani u Javi, popularnom programskom jeziku.

Inače, ukoliko čitaoci nisu programeri, možda ih neće suviše zanimati tehnički detalji, tako da pasus poput sledećeg (u kom je potpuno izostavljen akronim API) može biti podjednako efektivan:

Obezbeđujemo uputstva pomoću kojih vaši programeri mogu da prošire mogućnosti proizvoda. Drugim rečima, ako proizvod onakav kakvog ga kupite ne zadovoljava u potpunosti vaše potrebe, vaši programeri ga mogu prilagoditi.

Moguće je da su vaši čitaoci u prošlosti imali brojna negativna iskustva. Da li su vaši čitaoci skeptični po pitanju ove tehnologije? Nikada ne ignorišite negativna očekivanja. Na primer, razmotrimo sledeći pasus iz uputstva za mobilni telefon:

Možda ćete imati problema kod dobijanja signala od vašeg starog mobilnog telefona. U nekim slučajevima, razlog za to može da bude nedovoljan broj centralnih odašiljača. Naša mreža odašiljača osigurava stalni doomet signala. U drugim slučajevima, vaš stari mobilni telefon možda neće imati dovoljno snage da prenese dovoljno jak signal. Zahvaljujući poboljšanjima u tehnologiji izrade baterija, novi mobilni telefon može da prenese znatno jači signal.

Brojnost čitalaca

U nekim situacijama možete da se vežete za demografski precizno definisanu grupu ljudi. Na primer, kada pišete laboratorijski izveštaj za nejasnu tematiku, skoro svi vaši čitaoci će biti stručnjaci u toj oblasti.

U drugim situacijama, krug čitalaca može biti širok. Na primer, razmotrimo koliko će ljudi pročitati uputstvo za mobilni telefon. Među njima će postojati velike razlike i u starosnom dobu i obrazovanju. Neki čitaoci možda nikada pre nisu koristili mobilni telefon, dok neki od njih verovatno svakodnevno koriste mobilni telefon poslednjih 15 godina.

Za neke treće situacije, broj čitalaca može da bude negde između prethodna dva primera. Recimo, razmotrimo primer uputstva za administriranje Windows sistema. Ciljna grupa ovog uputstva verovatno će biti profesionalni sistem administratori sa popriličnim iskustvom kada je u pitanju Windows. Međutim, uputstvo će možda koristiti i brojni amateri koji žele da nauče da administriraju svoje PC računare kod kuće.

Mnogo je teže pisati za širi krug čitalaca nego za manju grupu. Kada pišete za širi krug čitalaca, trebalo bi da se pridržavate sledećeg:

- Najveći deo sadržaja posvetite manje iskusnim čitaocima.
- Napišite par naprednih poglavlja ili odlomaka za iskusne čitaoce. Eksplicitno naznačite ta poglavlja i sekcije napomenom "Za napredne čitaoce".

Ako vreme i novac nisu problem, vaša organizacija bi trebalo da se obrati širem krugu čitalaca preko dva zasebna dokumenta:

- Jedan namenjen neiskusnim čitaocima
- Jedan namenjen iskusnim čitaocima

Maternji jezik

Koji procenat vaših čitaoca čita engleski jezik kao maternji? Koliko dobro vaši čitaoci uopšte čitaju tekstove na engleskom jeziku?

Pisanje u oblasti tehnologije

Engleski je postao dominantan tehnički i naučni jezik širom sveta. Većina tehničara i naučnika iz celog sveta razume tekstove na engleskom jeziku. U mnogim evropskim zemljama, ljudi iz tehničkih krugova literaturu na engleskom jeziku razumeju podjednako dobro kao i čitaoci iz Velike Britanije ili Sjedinjenih Američkih Država.

Koliko se engleski jezik prožima kroz svet tehnike?

Dvojica kolega - inženjeri iz Danske i Švedske - održavaju nedeljne telekonferencije. (Danski i švedski jezik su prilično slični.) Pitao sam danskog inženjera koji su jezik govorili tokom telekonferencije. Odgovorio mi je: "Govorio sam mu na danskom, a on mi je odgovarao na švedskom. Kada smo imali problema da se razumemo, govorili bismo engleski".

Mnogi jezici - na primer, kineski - značajno se razlikuju od engleskog. U takvim zemljama ljudi iz sveta tehnike često teže razumeju tekstove na engleskom jeziku nego ljudi iz evropskih zemalja. Ako tekst nije napisan na maternjem jeziku čitaoca, moguće je da će mu promaći nijanse. Napomenimo da čak i male greške u razumevanju tehničkog teksta mogu dovesti do katastrofalnih tehničkih problema.

Kada pišete za krug čitalaca u kom će biti veći broj njih sa nekim drugim maternjim jezikom, pratite sledeće smernice:

- **Strogo poštujte gramatička pravila** - čak i ona dosadna. Na primer, ako pišete za čitaoce sa drugim maternjim jezikom, u redu je razdvojiti infinitive. Međutim, razdvojeni infinitivi mogu da zbune čitaoce kojima je engleski maternji jezik. Recimo, razmotrite sledeće pasuse koji su slični, ali nisu sasvim identični. Verzija 1 sadrži razdvojene infinitive, dok to nije slučaj u verziji 2. Čitaocima sa drugim maternjim jezikom verzija 2 će biti razumljivija od verzije 1.
1. The filter causes high-frequency notes to gently and sweetly pass. (Filter izaziva blago i fino prolaženje visoko-frekventnih tonova.)
 2. The filter causes high-frequency notes to pass gently and sweetly. (Zahvaljujući filteru prolaženje visoko-frekventnih tonova biće blago i fino.)

- **Izbegavajte akronime koji nisu opšte poznati.** (U redu je koristiti opšte poznate akronime.) Čitaoci kojima je engleski jezik maternji lako mogu da pogode značenje ne toliko poznatih akronima, dok to može da bude problem kod čitalaca kojima je engleski jezik nije maternji.
- **Koristite uprošćeni rečnik.** Uopšteno govoreći, ljudi kojima engleski jezik nije maternji obično raspolazu manjim fondom reči engleskog jezika u poređenju sa onima kojima je engleski jezik maternji.

Koja je reč jednostavna?

Koji je od sledećih glagola na engleskom jeziku najjednostavniji (u srpskom jeziku glagol "koristiti")?

- use
- utilize
- employ

Ljudi kojima je engleski jezik maternji sigurno bi izabrali "use" kao najjednostavniji glagol. Na kraju krajeva, najkraći je i najčešće korišćen. S druge strane, ljudi kojima je maternji jezik francuski možda bi pre izabrali glagole "utilize" i "employ" jer su srodni često upotrebljavanim francuskim glagolima.

Pisanje za čitaoce koji ne pripadaju tehničkim krugovima i engleski jezik im nije maternji

Kada pišete za ljude bez tehničkog obrazovanja kojima engleski jezik nije maternji, ne možete da pretpostavite da razumeju engleski. Istina, mnogi vaši čitaoci (posebno Evropljani) će sasvim dobro razumeti engleski, ali mnogi neće. U tim slučajevima, vaša organizacija mora da obezbedi prevod dokumentacije na maternje jezike čitalaca.

Na primer, dokumentacija većeg softverskog proizvoda može da sadrži sledeće:

- Uputstva za programere i sistem administratore, za koje nije neophodno obezbediti prevod.
- Uputstva i online help za krajnje korisnike, koji moraju da budu prevedeni.

U određenim situacijama, dokumentacija može da se sastoji isključivo od grafikona, koji ne moraju da se prevedu. Recimo, smernice za raspakivanje mogu da se daju isključivo pomoću slika.

Kulturološke razlike

U kojoj meri vaši čitoci mogu da razumeju kulturološke reference?

Pisci ponekad pogrešno pretpostavljaju da, ako čitaoci govore isti jezik, pripadaju istoj kulturi. Ključna pravila za pisanje tehničkog ili naučnog štiva za čitaoce iz celog sveta bila bi:

- Izbegavajte sleng.
- Birajte primere i metafore koje će imati smisla u više različitih kultura.
- Obratite pažnju na fundamentalne razlike u prezentaciji.
- Ne vređajte.

Sleng

Čak i među čitaocima kojima je engleski jezik maternji, sleng često uvodi zabunu - Britanci, Amerikanci i Australijanci ne razumeju uvek žargon onih drugih. (Šta uopšte znače reči *bangers* i *mash*?)

Bejzbol zauzima značajno mesto u američkom slengu. Sledeća rečenica je sasvim smisljena u zemljama u kojima je bejzbol omiljen, kao što su Sjedinjene Američke Države i Japan:

Project Walrus hit a home run for the company.

Naravno, Britanci bi rekli da metafora sa bejzbolom nije ista kao kad se prave metafore na temu kriketa.

Mnogi pisci smatraju da pojmovi vezani za ragbi/fudbal mogu da budu prihvatljivi u više kultura jer je reč o "univerzalnoj" igri. Ipak, imajte na umu da bi mnogi američki čitaoci pre pojeli fudbalsku loptu nego otišli na utakmicu, i da fudbalski sleng nije prikladan za američku publiku.

Okay je Okay

Zanimljivo je to što izgleda da svi razumeju značenje američkog sleng izraza okay ili OK. U stvari, ova reč je toliko prihvaćena da se našla u slengu drugih jezika.

Primeri

I pored uveravanja u suprotno, ispostavilo se da je svet jedno užasno veliko mesto. Teško je dati primere koji imaju smisla u bilo kom delu sveta. Na primer, razmotrimo sledeći naizgled bezazleni pasus:

Kada se primeni električna sila, povećava se naelektrisanje kondenzatora, slično kao što se stanje na vašem bankovnom računu povećava kada radite. Zatim, ako je naelektrisanje potrebno, kondenzator ga oslobađa, slično kao što smanjujete iznos na svom računu kada napišete ček.

Da li je prethodni primer prihvatljiv za više različitih kultura? Na žalost, nije. Lični bankovni računi nisu poznati u Japanu. Pre nego što utrošite isuviše energije na primer, pozabavite se istraživanjem.

Takoreći univerzalna kulturološka referenca

Stanovnici naše planete potiču iz različitih religijskih, jezičkih ili političkih sistema. Međutim, svi smo gledali američke filmove. Mnogi čitaoci ne znaju ništa o vrtovima u Kjotu, ili plantažama čaja u Indiji, ali većina zna ko je R2D2.

Prezentacija

Svi često zaboravljamo koliko mnogi od svakodnevnih detalja nisu univerzalni. Recimo, uzmimo za primer sledeći datum:

1/3/05

Čitaoci iz Amerike interpretirali bi prethodni datum kao 3. januar 2005. (January 3, 2005). Čitaoci iz Evrope bi rekli da je to 1. mart 2005. (1 March, 2005). Da bi se sprečila pogrešna interpretacija datuma, bolje je jasno naznačiti mesec, kao u sledećem primeru:

1 March 2005

U nekim zemljama novac se izražava samo celobrojnim vrednostima, dok se u drugim zemljama novčani iznosi izražavaju pomoću realnih brojeva. U nekim kulturama zarezi se koriste za grupisanje po tri cifre u većem broju, dok neke druge nacije u istu svrhu koriste tačku. Da bi se izbegla zabuna, morate da obezbedite više primera iste vrednosti.

Ne vređajte

U štivima namenjenim za više kulturoloških grupa nastoje se izbeći bilo kakve uvrede. Na primer, ljudi prikazani na fotografijama treba da budu pristojno odeveni, a sva hrana bi trebalo da bude vegetarijanska. Iako je teško, morate da budete praktični. Primera radi, ako se piše o dijetama koje uključuju masnoće, u redu je opisati meso.

Motivisanje čitalaca

Čitaoci čitaju prozu zato što žele, a tehničku literaturu zato što moraju.

Pisci često zaboravljaju da se zapitaju zašto bi neko uopšte čitao njihov dokument. Sledeća lista predstavlja par opštih odgovora:

- Ljudi čitaju uputstva da bi naučili kako se nešto radi. Čitaoci proučavaju uputstva kako bi naučili da gledaju kroz novi teleskop, kako bi pripremali hranu u novoj mikrotalasnoj pećnici ili kako bi pisali kôd na novom programskom jeziku.
- Ljudi čitaju uputstva sa referencama kako bi brzo pronašli potrebne informacije. Ovakvu vrstu uputstava čitaoci često koriste kao podsetnike za činjenice koje znaju od pre.
- Naučnici čitaju laboratorijske izveštaje kako bi bili u toku, kako bi procenili napredak svojih kolega, ili kako bi razmotrili opcije za naredne eksperimentalne korake.

Kada planirate pisanje nekog dokumenta, uvek razmotrite moguće načine za motivisanje čitalaca.

U kakvom su emocionalnom stanju vaši čitaoci?

Brzo zamislite - u kakvom se emocionalnom stanju nalazi čitalac odlomka "Kako zameniti gumu" u uputstvu automobila? Koliko je manijakalan čitalac koji traži kodove fatalnih grešaka na poleđini uputstva za softver? Koliko dobro pacijent koji je upravo čuo stresnu dijagnozu može da razume lekarove instrukcije?

Mnoga uputstva nikada ne bi bila pročitana da se nije desila katastrofa. Kada pišete o problematičnim situacijama, zapamtite sledeće:

- **Uzrujani čitaoci ne razmišljaju uvek racionalno.** Možda bi bilo dobro da određene odlomke počnete uveravanjem čitaoca da je tekući problem rešiv.
- **Uzrujani čitaoci su verovatno izuzetno nestrpljivi.** Morate im obezbediti koncizne odgovore.

Da biste pomogli uzrujanim čitaocima, razmotrite sledeće sugestije:

- U uputstvima obezbedite odlomak pod naslovom "Otkrivanje i otklanjanje grešaka".
- Pobrinite se da različite vrste problematičnih situacija budu navedene u indeksu i sadržaju uputstva.

Medijum i poruka

Da li će vaši čitaoci dobiti štampani primerak dokumenta ili će dokument imati samo u elektronskom obliku? Ako imaju elektronsku verziju, da li tehnologija omogućava korišćenje hiperlinkova? Da li će čitaoci čitati dokument od početka do kraja ili će nasumično birati stranice?

Iskreno rečeno, ja ne verujem da je medijum poruka. (Više sam pristalica mišljenja da je poruka poruka.) Ipak, mudar pisac uvek ima na umu medijum preko kog će se dokument čitati.

Očigledna prednost pisanja za Web je to što možete da obezbedite hiperlinkove. Sa hiperlinkovima možete da se oslonite i na druge izvore za predstavljanje delova priče. Hiperlinkovi su posebno korisni ako pišete za širi krug čitalaca. Mogu da preusmere novajlije na definicije ili uvodni deo, bez gubljenja fokusa u štivu.

Ako pišete za Web, kako će čitaoci doći do vašeg dokumenta? Da li će im vaš dokument biti polazna tačka, ili će ih hiperlink odvesti do nekog drugog mesta? Da preformulišem pitanje, koliko će vaši čitaoci biti upoznati sa temom o kojoj pišete pre nego što otvore vaš dokument?

Štampani primerci nisu izumrli - bar ne još uvek. Iako papir ima brojne nedostatke, nudi mnogo veću rezoluciju od elektronskog oblika (do dva reda veličine, u zavisnosti od toga kako računate). Osim toga, većina slika će bolje izgledati na papiru nego na web stranici. Mnogi čitaoci smatraju da se dugački dokumenti lakše čitaju ako su u štampanom, a ne elektronskom obliku. Takođe, zbog svoje relativne trajnosti i opipljivosti, mnogi čitaoci imaju više poverenja u štampane primerke. U opštem slučaju, za sve pravne transakcije papir je i još uvek neophodan. Ljudi jednostavno imaju utisak da je štampani primerak "stvarniji" od elektronskog.

Da li će vaši čitaoci čitati dokument u celosti, od korica do korica? Verovatno neće. Moderni čitaoci jednostavno nemaju dovoljno vremena ili strpljenja da čitaju dokumentaciju redom i u celosti. Većina čitalaca tehničko štivo prelista i zaustavi se na ponekoj stranici i poglavlju. Ali, to ne znači da je čitanje od početka do kraja izumrlo. Na kraju krajeva, proza i dalje dobro stoji po tom pitanju. Ipak, zahvaljujući World Wide Webu, većina čitalaca kada je reč o tehničkoj literaturi preferira nasumično biranje stranica dok ne pronađu tražene činjenice.

U zavisnosti od medijuma, možete da upotrebite detalje koji privlače pažnju čitalaca, kao što su citati, sporedni tekstovi ili fotografije.

Zamislite da ste čitalac

Kod podučavanja koje zahteva veliku koncentraciju, predavači često kažu svojim studentima da pokušaju da se stave u ulogu objekta sa kojim se manipuliše. Tako skulptori zamišljaju skulpturu kao produžetak svog tela, ili strelci "postaju" strele. Kod tehničkog pisanja, mudar autor se povremeno postavlja u ulogu čitaoca. Drugim rečima, autor povremeno prestaje da piše, počinje da čita i zamišlja da po prvi put čita štivo kao što bi to bio slučaj sa željenom čitalačkom publikom.

Poistovećivanje sa čitaocima verovatno je najteža veština kojom pisci moraju da ovladaju. Morate istovremeno da razmišljate na dva različita načina - kao stručnjak i početnik. Na primer, dok pišete kako se rukuje novim medicinskim instrumentom koji ste izmislili, morate da zamislite kako će taj instrument izgledati lekaru koji ga vidi po prvi put. Često ćete morati da se vratite korak unazad i da se zapitate, da sam ja na lekarovom mestu, da li bih ovo razumeo?

Najbolji način da se stavite u ulogu čitaoca je da stvarno počnete da čitate. Tj. morate da radite stvari koje će raditi vaši čitaoci. Na primer, pretpostavimo da softverski inženjer kreira novi Application Programming Interface (API). Klasična greška koju pisci prave je dokumentovanje jedino načina kako ovaj API radi, umesto da se dokumentuje kako drugi programeri mogu da iskoriste taj API. Da bi se API dokumentovao, pisac treba najpre da zamisli da je čitalac koji će koristiti API za pisanje aplikacije sa praktičnom primenom iz stvarnog života. Drugim rečima, pisac bi trebalo da koristi API na identičan način kao i njegovi budući čitaoci. Na osnovu ovog iskustva, pisac će naučiti ne samo kako bi proizvod trebalo da radi, već će uvideti i kakva su ograničenja proizvoda u praksi.

Poistovećivanje sa čitaocom

Ponekad nije praktično bukvalno se poistovećivati sa čitaocima. Ipak, možete da se uživite čitanjem sličnih dokumenata neposredno pre pisanja svog dokumenta. Na primer, pretpostavimo da morate da napišete specifikaciju za svoje kolege. Pre nego što počnete da pišete uzmite par starih specifikacija koje su pisale vaše kolege. Šta vam se dopalo u tim specifikacijama? Šta vas je zbunilo? Šta vas je iritalo? Kada napravite nacrt svoje specifikacije, emulirajte dobre delove, a izbacite loše. Bolje da vi "osetite bol" nego vaši čitaoci.

Istinsko poistovećivanje je teško postići. Na kraju krajeva, treba preći dugačak put od stručnjaka do početnika i nazad. Ovo je jedan od primarnih razloga zbog kojih je bolje da pisanje obavi neko drugi, a ne sam izumitelj.

Zaključak

Dok se pripremate za pisanje, korisno je skicirati ciljnu čitalačku publiku na način koji je predstavljen u tabeli 2.1. Ja sam bio slobodan da je popunim na osnovu planova koje sam pravio pre pisanja ove knjige. Napominjem da sam kao olakšavajuću okolnost imao opsežno marketinško istraživanje nad ciljnom grupom čitalaca.

Tabela 2.1 Ciljna čitalačka publika ove knjige

Pitanje	Odgovor
Koliko opšteg obrazovanja poseduje ciljna čitalačka grupa?	Ciljnu čitalačku grupu u proseku čine magistri, uglavnom iz oblasti tehnike ili naučnih disciplina.
Koliko iskustva ciljna čitalačka grupa već ima kada je reč o pisanju tehničke ili naučne dokumentacije?	Svi čitaoci su sigurno već pisali tehničku dokumentaciju, bilo u školi ili na poslu. Manji broj čitalaca može da se pohvali bogatijim iskustvom. Skoro niko u ciljnoj grupi nije stručnjak.
Kakva je predispozicija ciljne čitalačke grupe za izloženu materiju?	Za većinu čitalaca pisanje tehničke i naučne dokumentacije predstavlja svakodnevni posao; zanemarljiva manjina uživa u tome.
Da li je ciljna grupa čitalaca strogo fokusirana ili je šira?	Ciljna grupa je opravdano fokusirana u pogledu matematičkih i analitičkih sposobnosti.
Koji procenat čitalaca iz ciljne grupe može da čita engleski jezik kao maternji?	Skoro 85% čita engleski jezik kao maternji. Preostalih 15% su ljudi iz sveta tehnike koji mogu komotno da čitaju (i pišu) na engleskom jeziku.
Koji procenat čitalaca iz ciljne grupe može da razume moje američke kulturološke reference?	Otprilike 75% čitalaca iz ciljne grupe živi ili je živelo u Severnoj Americi. Pošto 25% živi negde drugde, moram da vodim računa o kulturološkim referencama.
Kakvu će vrstu primera čitaoci iz ciljne grupe preferirati?	Čitaocima iz ciljne grupe najviše odgovaraju naučni primeri. Međutim, kako se čitaoci bave različitim disciplinama, trebalo bi da koristim primere o opštim naučnim principima koje će većina čitalaca znati.
Zašto bi neko iz ciljne grupe hteo da čita ovu knjigu?	Pripadnici ciljne grupe žele da poboljšaju svoje veštine pisanja, možda da bi sada završili neki konkretan zadatak, ili možda žele lakše da realizuju dugoročnije planove za svoju karijeru.