

1. 文書の価値

三つに大別される。テクニカルライティングでは「有用性」に照準を当てる。

- ・芸術性
 - －読み手に美を感じさせる
- ・娯楽性
 - －読み手を楽しませる
- ・有用性
 - －読み手に有用な情報を伝達する

2. 有用な情報であるための条件

少なくとも共有可能性、新規性または独自性（あるいは両方）、読み手のコミュニティに対する貢献を含むこと。

- ・共有可能性（大前提）
 - －取り上げられたテーマ、話題、内容等が他者によって理解・共有可能であること
- ・新規性
 - －取り上げられたテーマ、話題、内容等が既存の事例・類似例に対して何らかの新鮮さを含むこと
ex. 新しい発明品、発見物、技術、概念、分類（法）、視点、問題解決手法 etc.
- ・独自性
 - －取り上げられたテーマ、話題、内容等が何らかの独自性（他に類を見ない性質）を含むこと
ex. 独自の発明品、技術、概念、分類（法）、視点、問題解決手法 etc.
 - －「独自の目的のために再定義されたもの」も含む
- ・読み手のコミュニティに対する貢献
 - －取り上げられたテーマ、話題、内容等が読み手の属するコミュニティに対して何らかの貢献をするものであること
ex. 既存の知識に対する問題点の指摘、修正、補足、既知の問題・課題に対する取り組み、課題・問題解決に向けた実行可能性のある提案、課題・問題解決の手がかりとなる資料の提供 etc.
 - －「たった一人の読み手」に対して作られる文書は想定しない（テクニカルライティングでは扱わない）。実際の読み手が一人であったとしても、その読み手は「何らかのコミュニティを代表する一人」であると想定される

3. 価値ある文書を作るための絶対的な原則

文書の価値は読み手が決める。このことは文書作成における絶対的な原則である。

- ・情報の伝達は保証されない（努力目標としてのみ成立する）
- ・読み手が価値を認めた文書こそが「価値のある文書」
- ・2.の条件は、読み手が価値を感じることを蓋然性を高めるための指標（自分がそのつもりでも、読み手が認めなければ価値は生まれない）