

Necessity の必要性

1. 君のスピーチに必要性はあるか？

そのスピーチをして社会的にどんないいことがあるかを明示しないと、そのスピーチ自体の価値を下げってしまう…。ジャッジさんは全員のスピーチの中で一番、早急に対処しなければならないこと、緊急性、ことの重大さを一番感じたスピーチを評価する。解決が後でもいいならそれを First Priority にしないのです。

2. Target を考える

Target になりうるのは Audience に共通する概念。

あなたがスピーチしている目の前にいるのはほとんどが日本人で日本社会に住んでいて大学生で ESS に所属している英語が好きな人たち。その人たちにどんなことをどんな風に言ったら一番刺さるのか？アメリカの景気が悪いよ。といっても何も起こらないけど、日本の景気に影響してるよ！っていうと自分ごとになる。

3. それはいつでもよくない？

今この瞬間もアフリカの食糧危機で子供が死んでいるかもしれないのにそれよりも

今この問題、主張が大切だ！という必要性を発信しなければならない。

そうじゃなければアフリカのスピーチをした人に、コロナのスピーチをした人に緊急性の点で負けてしまう…。他の社会問題よりもあなたに直接関係があって深刻なんです！今私たちにとってはこの問題を考えなければ大変なことになる。と言ってあげる。みなさんは大学生だから今、親と離れ離れになる前にやっておくことがあります。と言ってあげれば、今しかできない。という希少価値がそのスピーチの価値に変わる。

Why Now?