

เลียนแบบ แอบยล

รินดา ก็นอว

พ่่านสำนักพิมพ์

“ศิลปะคือการขโมย - ART IS THEFT” Pablo Ruiz Picasso (จิตรกรเอกของโลก)

“การเลียนแบบคือมารดาของความคิดสร้างสรรค์” Kobayashi Hideo (นักวิจารณ์วรรณคดีชื่อดัง)

เพราะโลกนี้ไม่ได้มีอะไรใหม่ และไม่ได้เริ่มต้นจากศูนย์ ทุกสิ่งล้วนได้รับแรงบันดาลใจ (Inspiration) จากสิ่งที่มีอยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นงานศิลปะที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เพื่อสร้างผลงานชิ้นใหม่หรือสินค้า/บริการ ที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม (Innovation) ใหม่ ๆ ต่างก็เริ่มต้นมาจากการเลียนแบบ (Imitation) ความคิดที่มีอยู่เดิมทั้งสิ้น ซึ่งต้องทำผ่านวิธีการที่แบบเนียน แอบยล และยังต้องสร้างสรรค์อีกด้วย เพราะ “การลอกความคิด” กับ “ความคิดสร้างสรรค์” นั้น ต่างกันเพียงแค่ “เส้นแบ่ง” บางๆ

ถ้าจะยกตัวอย่างธุรกิจร้านกาแฟ 2 แห่งในประเทศญี่ปุ่นที่เรียกว่า “เลียนแบบจนได้ดี” และประสบความสำเร็จทั่วโลก ทุกคนก็คงจะนึกถึง “Starbucks” กับ “Doutor” ที่ต่างก็ใช้ร้านกาแฟในยุโรปเป็น “ตัวอย่าง” ในการ “เลียนแบบ” ด้วยกันทั้งคู่ เพราะผู้ก่อตั้งของทั้งสองร้านต่างเคยได้สัมผัสประสบการณ์ที่ดีจากร้านกาแฟในยุโรป จึงได้นำเอาแรงบันดาลใจนี้กลับไปสร้างเป็นร้านกาแฟในประเทศของตน จะมีข้อแตกต่างเล็กน้อยก็ตรงที่ Starbucks จะเลียนแบบร้านกาแฟในอิตาลี ส่วน Doutor จะเลียนแบบร้านกาแฟในฝรั่งเศสผสมกับร้านกาแฟในเยอรมัน แต่ทั้งสองแบรนด์ก็ล้วนเลียนแบบจากรูปแบบร้านกาแฟที่มีความเป็นมายาวนานที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวยุโรปที่ยังรักษาอย่างลึกซึ้งทั้งสิ้น

และถึงแม้ต้นแบบของร้านทั้งสองจะมาจากร้านกาแฟในยุโรปเหมือนกัน แต่คอนเซ็ปต์ของร้าน (Store Concept) ที่ตกผลึกออกมากลับแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง เพราะประเด็นสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จก็คือ “การมองส่วนที่เป็นแก่นหลักให้ออก” ซึ่งทั้ง Mr.Howard Schultz ผู้ก่อตั้งร้าน Starbucks ก็มองออกมาว่า “การมีบาร์สต๊าฟกับความรู้สึกผูกพันและเป็นกันเองระหว่างลูกค้าด้วยกันคือสิ่งที่สำคัญที่สุด” ส่วน Mr.Toriba Hiromichi ผู้ก่อตั้งร้าน Doutor เอง ก็มีมุมมองที่คล้ายคลึงกัน คือ มองว่า “สไตล์ขั้นต็มนี้แหละ..ที่จะเป็นรูปแบบขั้นสุดท้ายของร้านกาแฟ” จะเห็นได้ว่าทั้งคู่ต่างเลือกเลียนแบบเฉพาะส่วนที่เป็นแก่นหลัก แล้วนำมาปรับแต่งให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมวัฒนธรรม และสภาพความเป็นอยู่ของประเทศตนเอง จนทำให้เกิดเป็นสิ่งที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวของร้านในที่สุด

จะเห็นได้ว่า ทั้ง Starbucks และ Doutor ต่างเลือกเลียนแบบเฉพาะส่วนที่เป็นแก่นหลักจากโลกที่อยู่ห่างไกลออกไป แล้วนำมาปรับแต่งให้สอดคล้องกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และสภาพความเป็นอยู่ของประเทศตนเอง จนทำให้เกิดเป็นสิ่งที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวขึ้นมา ซึ่งในความเป็นจริง การสร้างกลไกธุรกิจตามภาพร่างที่วาดไว้ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย เพราะไม่ใช่ว่าจะสามารถเลือกองค์ประกอบที่เหมาะสมขึ้นมาได้ทั้งหมดตั้งแต่แรกได้อย่างถูกต้องเสมอไป ระหว่างทางจึงต้องเรียนรู้ทั้งจากความสำเร็จ และความล้มเหลว ต้องลองผิดลองถูกหลายต่อหลายครั้ง ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นกระบวนการทำงานที่หนักหน่วง และต้องใช้ความอดทนสูง แต่ถ้ามองในทางตรงกันข้าม ภาระงานที่ต้องอาศัยความอดทนอย่างมากรื่องที่เป็นเสมือนกุญแจไปสู่ความสำเร็จของร้านกาแฟทั้งสอง เพราะถ้าไม่อดทนต่อความยากลำบาก นวัตกรรมจากการเลียนแบบก็จะไม่เกิดขึ้น

คุณ Toriba ยังได้กล่าวถึงตรรกะของความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจากการเลียนแบบไว้ว่า “ดูแล้วเอาอย่าง ค้นคว้าวิจัย และเลียนแบบอย่างเต็มที่ แล้วระหว่างกระบวนการข้างต้น ทักษะความสามารถเฉพาะตัวของเราจะเพิ่มสูงขึ้นระดับหนึ่ง และเมื่อทักษะความสามารถของเราเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงจุดหนึ่ง เอกลักษณ์เฉพาะตัวของเราจะเกิดขึ้นได้เอง”

เนื้อหาส่วนหนึ่งจากเรื่อง “การถอดแบบจำลองของธุรกิจร้านกาแฟ” จากหนังสือ เลียนแบบ แอบยล

เขียนโดย Tatsuhiko Inoue แปลโดย ประวีติ เพียรเจริญ

TPA news



เลียนแบบ แอบยล

ผู้แต่ง

Tatsuhiko Inoue

ผู้แปล

ประวีติ เพียรเจริญ

สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.

สั้นๆ ง่ายๆ ใช้ได้ทันที

อาทิตย์ ติ่มเวล
สำนักพิมพ์ภาคประชาสังคม

หลาย คนที่เรียนภาษาญี่ปุ่นไปได้ประมาณหนึ่งคงรู้สึกว่ “สามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นได้มากขึ้นแล้ว แต่ก็ยังพูดด้วยสำนวนที่ตรงกับสิ่งที่ตัวเองอยากจะพูดไม่ได้” สำหรับคนที่เรียนมายังไม่เคยอะมาก เวลาจะสื่อสารอะไรก็จะเกิดอาการติดๆ ขัดๆ คือนึกภาษาไทยออกกะว่าจะอยากจะพูดแบบนี้ๆ แต่ภาษาญี่ปุ่นนี่เขาพูดกันยังไง แล้วแค่พูดได้ก็ยังไม่ถือว่าประสบความสำเร็จด้วยนะ ต้องพูดให้เป็นแบบที่คนญี่ปุ่นเขาพูดกันจริงๆ ด้วย เอละสิ ทำยังไงดี แต่ไม่ต้องห่วงครับ เรามีตัวช่วยมาให้แล้ว “200 วลีญี่ปุ่น พูดสั้นทันที ระดับต้น-กลาง”

ในหนังสือเราจะเจอกับวลีสั้นๆ ที่เป็นภาษาปากซึ่งใช้ในชีวิตประจำวันจำนวนถึง 200 วลีด้วยกัน โดยจะแบ่งหมวดหมู่ตามความหมาย เช่น วลีที่แสดงความประหลาดใจ และการถาม วลีที่เป็นคำถาม และการยืนยัน วลีที่ใช้แสดงความคิดเห็น และความรู้สึก เป็นต้น พอเลือกวลีที่ตรงกับความรู้สึกที่อยากจะสื่อสารได้แล้ว ก็ต้องรู้จักประกอบของแต่ละวลีด้วย ไม่ใช่ผสมสี่ผสมห้าใช้ไปโดยไม่รู้โอหะมีหวังหายเจ็บกลับมาแน่นอน โดยในแต่ละวลีจะมีความหมายให้ วลีไหนแปลว่าอะไร รู้ความหมายแล้วก็ต้องรู้ด้วยว่าจะเอาไปใช้ยังไงให้ถูกกาลเทศะ เพราะอย่างที่บอกไปว่ามันเป็น “ภาษาปาก” เพราะฉะนั้นมันอาจจะใช้ไม่ได้กับทุกคน ทุกสถานะ เป็นต้นว่า วลีนี้แฝงการตำหนิหรือแสดงอารมณ์ไม่ได้ตั้งใจ ถ้าจะเอาไปใช้กับคนที่อาวุโสกว่าก็คงจะไม่งาม ถัดมาก็จะเป็นส่วนของตัวอย่างสถานการณ์และตัวอย่างบทสนทนา แต่แต่ละตัวอย่างบทสนทนามีความเป็นธรรมชาติสูงมาก มีระดับภาษาที่หลากหลาย เสมือนเหตุการณ์ต่างๆ ที่เราอาจจะได้เจอในชีวิตประจำวัน เพราะแต่ละวันๆ เราต้องเจอกับผู้คนหลากหลายสถานะ และที่สำคัญเลยคือ ตัวอย่างเยอะมาก สามารถเลือกสรรลักษณะการพูดแต่ละวลีไปใช้ตามสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย และได้ผลมากที่สุด

ความพิเศษของหนังสือเล่มนี้ จริงๆ จะว่าพิเศษก็ไม่เชิงนะครับ แต่ “ซีดีประกอบ” หนังสือเล่มนี้คือดีมาก ๆ มันดีตรงที่เสียงภาษาญี่ปุ่นในนั้นไม่มีเสียงกรงใจใครใดๆ ทั้งสิ้น พูดแบบเป็นธรรมชาติของคนญี่ปุ่น ประโยคไหนต้องแสดงอารมณ์ยังไงถึงจะสื่อสารได้ตรง

ความหมาย ก็สามารถรับรู้ได้ผ่านอารมณ์ในน้ำเสียงนั่นเอง อารมณ์ดีใจ เสียใจ เบื่อ เศร้า ชูบชิบนิหนทา ตกใจ สงสัย ฯลฯ สิ่งนี้เป็นสิ่งดีนะครับ เพราะนอกจากจะได้รับรู้อารมณ์ในการสื่อสารที่ถูกต้องแล้วยังได้ฝึกพูดตามด้วยสำเนียง และความเร็วในแบบที่ชีวิตจริงเขาทำกันด้วย นี่คือความพิเศษที่อยากจะบอกต่อครับ

หนังสือเล่มนี้เหมาะกับผู้เรียนในระดับต้นตอนปลายขึ้นไป แล้วต้นตอนปลายหน้าตามันเป็นยังไง ต้นตอนปลายก็คือ คนที่เรียนภาษาญี่ปุ่นมาระยะหนึ่งแล้ว สามารถอ่าน เขียน และสื่อสารภาษาญี่ปุ่นพื้นฐานได้บ้างแล้ว เช่น ทักทาย ถามราคา บอกวัน-เวลา หรืออะไรต่างๆ ที่ควรจะทำได้แล้วนั่นเอง เพราะฉะนั้นหนังสือเล่มนี้จึงไม่เหมาะกับผู้เรียนหน้าใหม่ที่ใหม่จริงๆ ใหม่แกะกล่อง เพราะจะรู้สึกว่หนังสือเล่มนี้ยาก แต่ขึ้นชื่อว่าระดับต้น เจอของแข็งอย่างคินจิเข้าไปก็คงปวดหัวกันซะทุกราย ไม่ต้องห่วงครับ คินจิทุกตัวในเล่มนี้มีพริ้งงานะ (หรือเสียงอ่านคินจิที่เป็นอักษรฮิรางานะ) กำกับทุกตัวเลยไม่ว่าคินจิตัวนั้นจะเคยออกมาแล้วกี่ครั้งก็ตาม เอาเป็นว่า ถ้าอยากให้ตัวเองพัฒนาทักษะการพูดขึ้นไปอีกระดับให้ใกล้เคียงความเป็นญี่ปุ่นมากขึ้นละก็ หนังสือเล่มนี้เป็นเพื่อนแท้ของคุณครับ



200 วลีญี่ปุ่น พูดสั้นทันที ระดับต้น-กลาง

จำนวนหน้า 232 หน้า
ราคา 255 บาท (ซีดี 1 แผ่น)
ISBN 978-974-443-740-2