

มาเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่น

กับ... ญี่ปุ่นรอบตัว



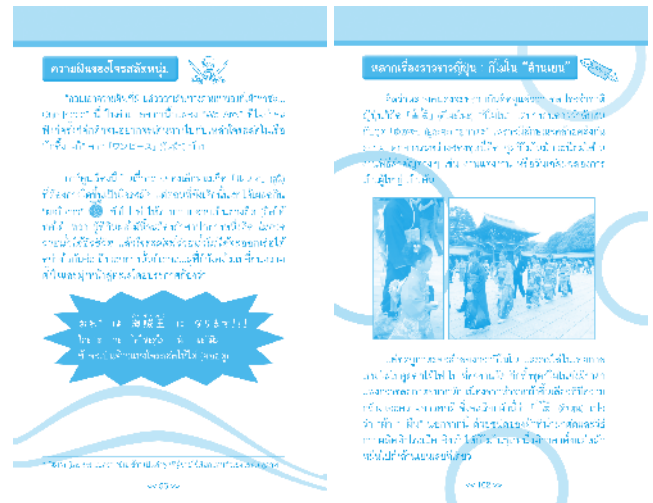
อนิล พยุงเกียรติคุณ
ฝ่ายธุรกิจสัมพันธ์ ส.อ.ท.

ญี่ปุ่นรอบตัว

ISBN: 978-974-443-484-5

ราคา 99 บาท

สำนักพิมพ์ภาษาและวัฒนธรรม



กอ ลัมน์ Book is life ในสองฉบับที่ผ่านมาก็ได้แนะนำหนังสือในซีรีส์ Lite&Learn ให้คุณผู้อ่านรู้จักกันไป 2 เล่มแล้วนะคะ นั่นคือ “ภาษาญี่ปุ่นกิน ชี้อป เทียว” กับ “ภาษาเกาหลี ก่าย จังแก” ซึ่งเป็นการสอนภาษาญี่ปุ่นและเกาหลีแบบ “เรียนไปเที่ยวไป” มาถึงฉบับนี้ก็จะขอแนะนำหนังสือในซีรีส์เดียวกันนี้อีกสักเล่ม ซึ่งถึงแม้ว่าหนังสือเล่มนี้จะไม่ได้พาคุณผู้อ่านไปเที่ยวที่ไหน แต่เชื่อหรือไม่ว่า เพียงแค่คุณหันไปมองรอบๆ ตัวก็เริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นได้แล้วเออละ...เราลองมาเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นจากเรื่องใกล้ๆ ตัวจาก “ญี่ปุ่นรอบตัว” กันเลยดีกว่า


หนังสือ “ญี่ปุ่นรอบตัว” เล่มนี้เหมาะสำหรับผู้ที่กำลังคิดจะเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่น แต่ก่อนที่จะเริ่มลงคอร์สเรียนอย่างจริงจัง ก็อยากจะให้มาอุ่นเครื่องทำความรู้จักภาษาญี่ปุ่นจากหนังสือเล่มนี้ก่อน โดยในเล่มนี้จะเริ่มจากการแนะนำตัวอักษร โครงสร้างประโยคและคำช่วยในภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น จากนั้นจึงเข้าสู่เนื้อหาที่แบ่งออกตามความสนใจ และเป็นเรื่องใกล้ตัวผู้เรียน เช่น จำนวนญี่ปุ่นที่จะได้พบในห้องเรียน ภาษาญี่ปุ่นกับการดูหนัง ศัพท์ญี่ปุ่นเกี่ยวกับแฟชั่น หรือแม้กระทั่งศัพท์แสลงที่คนญี่ปุ่นใช้กันในโลกออนไลน์ รูปแบบของหนังสือจะจัดออกมาให้เหมือนเว็บไซต์ และแบ่งแต่ละบทออกเป็นห้องเหมือนในเว็บไซต์ ซึ่งจะมีห้องต่างๆ ดังนี้ My Blog, Classroom, Manga Room, Healthy Room, Fashionable Room, Variety Room, Cyber Room

ทั้งนี้ ผู้อ่านสามารถเริ่มอ่านจากห้องใดก่อนก็ได้ ตามความสนใจของตนเอง อย่างคนที่สนใจเรื่องราวของการดูหนังก็จะได้รู้ศัพท์เกี่ยวกับการดูหนัง หรือรูปประโยคที่ตัวละครในการ์ตูนใช้ เช่น คนที่เคย

อ่านการ์ตูนเรื่อง One Piece อาจจะเคยเห็น “ลูฟี่” ตัวเอกของเรื่องพูดอยู่บ่อยๆ ว่า “ข้าจะเป็นจ้าวแห่งโจรสลัดให้ได้” ซึ่งในภาษาญี่ปุ่นจะพูดว่า 「おれは 海賊王 になります！」 (โอะระวะะ ไคโซะคุโอ นิ นะริมัด) นอกจากจะรู้ว่าลูฟี่พูดประโยคนั้นอย่างไรในภาษาญี่ปุ่นแล้ว ผู้อ่านจะได้เรียนรู้การใช้รูป 「～に なります」 ที่แปลว่า “จะกลายเป็น...” อีกด้วย ซึ่งเป็นรูปที่สามารถนำไปใช้ได้เวลาที่ต้องการบอก ว่า “จะเป็นอาชีพอะไรในอนาคต” เช่น 「せんせい になります」 (เซนเซ นิ นะริมัด) “จะเป็นครู”

หรือคนที่ชอบแชท หรือชอบท่องโลกไซเบอร์ แนะนำให้อ่านห้อง Cyber Room ก่อนก็ได้ คุณจะเรียนรู้ศัพท์อัปเดตที่หนุ่มสาวชาวญี่ปุ่นชอบใช้อย่าง 「なら」 (นะอุ, นาว) ที่ทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษคือ “now” นั่นเอง ใช้เพื่อบอกในความหมายว่า “ตอนนี้ (ฉัน) กำลังทำอะไรอยู่” เช่น 「オフィス なら」 (โอะฟิสุ นะอุ) “ตอนนี้อยู่ออฟฟิศละ” ถือเป็นการเรียนรู้ไวยากรณ์ในรูปแบบที่อ่านง่ายและสนุกอีกแบบหนึ่ง

นอกจากนี้ท้ายบทแต่ละบทยังมีคอลัมน์ “หลากหลายเรื่องราวญี่ปุ่น” ซึ่งเป็นเกร็ดความรู้ด้านวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่บางเรื่องคุณอาจจะไม่เคยรู้มาก่อน

ก่อนจะจบในฉบับนี้ขอฝากข่าวกันอีกหน่อยว่า สำหรับในปี 2555 นี้ หนังสือในชุดซีรีส์ Lite&Learn นี้ยังมีออกมาอีกหลายเล่มเลยทีเดียว ไม่ว่าจะเป็นภาษาญี่ปุ่น เกาหลี หรือจีน (น้องใหม่ล่าสุด) ใครที่ชอบอ่านหนังสือภาษาแนวสบายๆ แบบนี้เตรียมเก็บเงินซื้อกันให้ครบชุดได้เลย 



“เปลี่ยน Friend เป็น Fan...ผูกใจไว้กับแบรนด์ตลอดกาล”

เขียนโดย KYOI Yoshihiko (เคียวอิ โยชิฮิโกะ)

แปลโดย ประวดี เพ็ญเจริญ

ISBN 9789744435071

ราคา 220 บาท

สำนักพิมพ์ ส.ส.น.

Book is Life ฉบับนี้ขออิงกระแสโซเชียลเน็ตเวิร์ค ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการสื่อสารของคนในยุคนี้ สังเกตได้จากข่าวคราวในปัจจุบัน จะมีข่าวสารที่มีต้นสายปลายเหตุมาจากโลกออนไลน์อยู่บ่อยๆ สะท้อนถึงพฤติกรรมของคนในสังคมที่เปิดรับการสื่อสารในโลกออนไลน์เป็นช่องทางหลักกันไปแล้ว อาทิ Twitter, Facebook และ Application อื่นๆ อีกมากมายที่อำนวยความสะดวกไว้มอบรับความต้องการของผู้บริโภค เมื่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง ก็กระทบถึงนักการตลาดที่ต้องการหากวิธีการสื่อสารและการหากกลยุทธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อชนะใจผู้บริโภคให้ได้

หนังสือ **“เปลี่ยน Friend เป็น Fan...ผูกใจไว้กับแบรนด์ตลอดกาล”** จากสำนักพิมพ์ ส.ส.ท. มาแนะนำเพื่อให้ผู้อ่านและนักการตลาด รู้ทันต่อกระแสอันร้อนแรงของสื่อออนไลน์ หนังสือเล่มนี้นำเสนอเนื้อหาแนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้าง **“ความผูกพันทางใจในระยะยาว”** ระหว่างผู้คนกับองค์กรธุรกิจ โดยอาศัยเครื่องมือที่มีอิทธิพลอย่าง **“โซเชียลมีเดีย”** มาสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงระดับจิตใจของผู้บริโภค ด้วยการตอบสนองต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจของคนในสังคมปัจจุบัน ทำให้เข้าใจถึงอิทธิพลของโซเชียลมีเดีย ที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ผลกระทบของโซเชียลมีเดียที่มีต่อวงการโฆษณา อธิบายหลักการโฆษณาแบบเดิมๆ และการสื่อสาร การโฆษณา รูปแบบต่างๆ ที่หมดสมัยไปแล้ว

นอกจากนี้ ผู้เขียนยังเผยถึงแนวทางของการตลาดต่อจากนี้ไป ที่นักการตลาดยุคใหม่ควรจะต้องคำนึงเพื่อพิชิตใจผู้บริโภคในยุคโซเชียลมีเดีย รวมไปถึงรูปแบบวิธีการสื่อสารเพื่อให้แบรนด์สินค้าจะสามารถแทรกเข้าไปอยู่ในใจของผู้คน จนกลายเป็นแบรนด์ที่พวกเขา

รักและผูกพันกับตราสินค้าในระยะยาว ซึ่งนับจากนี้วงการโฆษณาจะไม่ใช่แค่เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอีกต่อไป แต่จะทำให้องค์กรธุรกิจและผู้บริโภค รู้จักและใกล้ชิดกันมากขึ้น

ใครที่กำลังมองหาคู่มือเพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด **“เปลี่ยน Friend เป็น Fan...ผูกใจไว้กับแบรนด์ตลอดกาล”** เล่มนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับนักโฆษณาและนักการตลาดในยุคปัจจุบันที่จะช่วยให้ทราบถึงเทรนด์ของการทำโฆษณาในอนาคตและรู้เท่าทันกระแสการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้คนของยุคโซเชียลมีเดีย จนสามารถนำสื่อใหม่ไปใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพอีกด้วย 