

DALE CARNEGIE

ĐẮC
NHÂN
TÂM

*How to Win Friends
& Influence People*

Quyển sách đầu tiên và hay nhất của
mọi thời đại đưa bạn đến thành công

FIRST NEWS

NHÀ XUẤT BẢN TRẺ

LỜI GIỚI THIỆU

“Believe that you will succeed – and you will!”
“Tin rằng thành công – Bạn sẽ thành công!”
- Dale Carnegie

Đặc Nhân Tâm – *How To Win Friends and Influence People* của Dale Carnegie là quyển sách nổi tiếng nhất, bán chạy nhất và có tầm ảnh hưởng nhất của mọi thời đại. Tác phẩm đã được chuyển ngữ sang hầu hết các thứ tiếng trên thế giới và có mặt ở hàng trăm quốc gia. Đây là quyển sách duy nhất về thể loại *self-help* liên tục đứng đầu danh mục sách bán chạy nhất (*Best-selling Books*) do báo *The New York Times* bình chọn suốt 10 năm liền. Riêng bản tiếng Anh của sách đã bán được hơn 15 triệu bản trên thế giới. Tác phẩm có sức lan tỏa vô cùng rộng lớn – dù bạn đi đến bất cứ đâu, bất kỳ quốc gia nào cũng đều có thể nhìn thấy. Tác phẩm được đánh giá là quyển sách đầu tiên và hay nhất, có ảnh hưởng làm thay đổi cuộc đời của hàng triệu người trên thế giới.

Ở Việt Nam, tác phẩm *How to Win Friends and Influence People* của Dale Carnegie đã có hơn 50 năm gắn bó cùng bạn đọc Việt Nam qua bản dịch *Đắc Nhân Tâm* của học giả Nguyễn Hiến Lê và đã giúp nhiều thế hệ bạn đọc Việt Nam thành công trong cuộc sống. Trong suốt 50 năm ấy, *How to Win Friends and Influence People* từng nhiều lần được những người con của Dale chỉnh sửa, bổ sung cho phù hợp với thời đại mới. Rất nhiều ví dụ, dẫn chứng quá cũ đã được thay bằng những câu chuyện mới, mang tính thời đại và ý nghĩa hơn. Và đó cũng chính là mong muốn của Dale Carnegie lúc sinh thời. Ông vẫn hằng mong tác phẩm của mình có một sức sống hợp với thời đại và ngày càng lan tỏa, phát triển mãi.

Chính vì sự cập nhật mới của tác phẩm cũng như khát khao mang đến cho độc giả Việt Nam một tác phẩm thật sự giá trị về nghệ thuật giao tiếp và chinh phục lòng người, First News đã quyết định mua bản quyền ấn bản mới nhất và biên dịch lại tác phẩm nổi tiếng này.

Đắc Nhân Tâm - How to Win Friends and Influence People được First News mua bản quyền của Nhà xuất bản Simon & Schuster của Mỹ. Đây là bản dịch đầu tiên và duy nhất ở Việt Nam từ trước đến nay có bản quyền từ nhà xuất bản gốc và được sự đồng ý của gia đình Dale Carnegie.

Cũng như nhiều người đã từng chiêm nghiệm và thành công nhờ những triết lý trong quyển sách này, ông Phạm Phú Ngọc Trai, Chủ tịch và Tổng Giám đốc PepsiCo, Đông Dương, đã

chia sẻ cảm nhận sâu sắc của mình: “*Đắc Nhân Tâm* không đơn thuần là cách cư xử chỉ để được lòng người. Đó là một trong những nhân thức hình thành nhân cách con người theo những chuẩn giá trị được đa số đồng ý và chia sẻ. Trong cuộc sống, Đắc Nhân Tâm thể hiện qua sự quan tâm, tôn trọng những người quanh ta và xã hội mình đang sống. Trong kinh doanh, nó thể hiện sự công bằng (fairness) và tư duy cùng thắng (win-win). Trách nhiệm với cộng đồng, với xã hội qua sự đóng góp của bản thân từng con người và doanh nghiệp, hiểu theo “đắc nhân tâm”, sẽ không còn là sự “cố gắng làm hài lòng” hoặc “ban phát” mà chính là thước đo nhân cách, là hỗn phận và trách nhiệm của những người quản lý và doanh nghiệp đó”.

Không còn nữa khái niệm giới hạn Đắc Nhân Tâm là nghệ thuật thu phục lòng người, là làm cho tất cả mọi người yêu mến mình. Đắc Nhân Tâm của thời đại mới đòi hỏi sự hiện diện của cái Tâm, cái Tâm và cái Tài trong mỗi người chúng ta. Đắc Nhân Tâm trong ý nghĩa đó cần được thu đắc bằng sự hiểu rõ bản thân, thành thật với chính mình, hiểu biết và quan tâm đến những người xung quanh để nhìn ra và khơi gợi những tiềm năng ẩn khuất nơi họ, giúp họ phát triển lên một tầm cao mới. Đây chính là nghệ thuật cao nhất về con người và chính là ý nghĩa sâu sắc nhất đúc kết từ những nguyên tắc vàng của Dale Carnegie.

Đồng cảm với mục đích tốt đẹp của First News và mong muốn góp phần phát triển nét văn hóa ứng xử “Đắc Nhân Tâm” ở Việt Nam, Trường Doanh nhân Đắc Nhân Tâm® - đại diện chính thức của tổ chức Dale Carnegie tại Việt Nam – đã đồng

HOW TO WIN FRIENDS & INFLUENCE PEOPLE

hành với First News để giới thiệu quyển sách "đầu tiên và hay nhất mọi thời đại về nghệ thuật giao tiếp và ứng xử", quyển sách đã từng mang đến thành công và hạnh phúc cho hàng triệu người trên khắp thế giới.

Chân thành chúc các bạn sẽ tìm được những điều bổ ích và thành công với quyển sách đặc biệt này.

- First News

QUYỂN SÁCH CỦA MỌI THỜI ĐẠI

Khi xuất bản lần đầu tiên vào năm 1936, tác phẩm "*How to Win Friends and Influence People*" của Dale Carnegie chỉ in có năm nghìn bản. Cả Dale Carnegie và nhà xuất bản Simon & Schuster đều không ngờ rằng ngay khi phát hành, quyển sách đã trở thành một hiện tượng đáng kinh ngạc trong ngành xuất bản Hoa Kỳ. Simon & Schuster phải tái bản liên tục mới kịp đáp ứng đủ nhu cầu của bạn đọc. Trong suốt nhiều thập kỷ tiếp theo và cho đến tận bây giờ, tác phẩm này vẫn chiếm vị trí số một trong danh mục sách bán chạy nhất và trở thành một sự kiện có một không hai trong lịch sử ngành xuất bản thế giới và được đánh giá là một quyển sách có tầm ảnh hưởng nhất mọi thời đại.

Dale Carnegie đã từng nói kiếm được một triệu đô-la còn dễ dàng hơn là sáng tạo ra một cụm từ tiếng Anh thông dụng. "*How to win friends and influence people*" đã trở thành một cụm

từ nổi tiếng được sử dụng nhiều đến mức chính người tạo ra nó cũng không ngờ đến. Cụm từ này và những giá trị trong tác phẩm của Dale Carnegie đã được đề cập, trích dẫn, bàn luận, ứng dụng trong vô vàn tình huống khác nhau của cuộc sống. Tác phẩm đã được dịch sang hơn 45 ngôn ngữ trên thế giới. Và, thật diệu kỳ, quyển sách chưa bao giờ bị lạc hậu bởi thời gian. Mỗi thế hệ đều cảm nhận, khám phá từ quyển sách cách tư duy, cách ứng xử và cách sống mới mẻ, thú vị và rất hữu ích cho cuộc sống của chính mình.

Một vấn đề rất đáng được nêu lên: Tại sao phải đánh giá lại một tác phẩm mà sự thành công và nổi tiếng của nó đã được minh chứng qua thực tiễn của mọi thời đại? Tại sao phải hiện đại hóa một tác phẩm đã được xem là kinh điển, là một biểu tượng văn hóa của nhân loại?

Để trả lời câu hỏi trên, trước hết chúng ta cần hiểu rằng Dale Carnegie đã dành tâm huyết cả cuộc đời mình để viết nên tác phẩm này. *"How to Win Friends and Influence People"* đã được dùng làm tài liệu chính cho các bài giảng và các cuộc nói chuyện về *"Thuật đối nhân xử thế và giao tiếp hiệu quả"* của Dale Carnegie và những thế hệ diễn giả sau này. Cho đến trước khi qua đời vào năm 1955, ông vẫn không ngừng bổ sung và cập nhật những kinh nghiệm sống của mình vào tác phẩm này trong mỗi lần tái bản để quyển sách luôn phù hợp với tư duy của thời đại mới. Dường như không ai nhạy cảm bằng Dale Carnegie trong cảm nhận về xu hướng phát triển của các mối quan hệ và cuộc sống nội tâm con người. Nếu như Dale Carnegie còn sống, chắc

chấn ông sẽ vẫn tiếp tục bổ sung, cập nhật để tác phẩm tâm huyết của mình luôn đồng hành, sống mãi với thời gian.

Tên tuổi của nhiều nhân vật nổi tiếng từ trước những năm 1930 từng được đề cập, trích dẫn trong các lần xuất bản trước của quyển sách này không còn quen thuộc với bạn đọc ngày nay nữa. Một số dẫn chứng và ví dụ minh họa đã lạc hậu với hiện tại. Do đó, trong lần xuất bản mới nhất này, chúng tôi cập nhật và bổ sung những ví dụ, dẫn chứng để làm nổi bật hơn những ý tưởng tinh tế, tầm nhìn và những kinh nghiệm có giá trị vĩnh hằng của Carnegie. Thật vậy, Dale Carnegie đã viết như ông đã nghĩ, đã nói và đã sống bằng cả trái tim mình, một trái tim chân thành, giàu lòng trắc ẩn và luôn tràn đầy nhiệt huyết.

Từng ngày, từng giờ, hàng triệu người trên khắp thế giới vẫn đang đọc tác phẩm bất hủ này của Carnegie. Quyển sách đã giúp thay đổi cuộc đời của rất nhiều người tốt đẹp hơn. Chúng tôi trân trọng giới thiệu với bạn đọc ấn bản cập nhật mới này và tin tưởng nó sẽ đem lại cho bạn sự thành công và hạnh phúc trong cuộc sống.

DOROTHY CARNEGIE



www.lib.hau.edu.vn - www.lib.hau.edu.vn - www.lib.hau.edu.vn - www.lib.hau.edu.vn - www.lib.hau.edu.vn

LỜI TÁC GIẢ DALE CARNEGIE

“ĐẮC NHÂN TÂM”
RA ĐỜI NHƯ THẾ NÀO?

Trong 35 năm đầu thế kỷ hai mươi, các nhà xuất bản ở Mỹ đã in trên 200.000 đầu sách khác nhau. Hầu hết chúng đều nhằm chần vã thất bại về doanh thu. Giám đốc một trong những nhà xuất bản lớn nhất trên thế giới cho tôi biết rằng dù nhà xuất bản của ông đã có bảy mươi lăm năm kinh nghiệm song vẫn thất bại 7 trên 8 đầu sách đã in trong năm.

Như vậy, tại sao tôi vẫn quyết tâm viết cuốn sách này và sau khi hoàn tất, tôi còn tâm đắc đọc đi đọc lại rất nhiều lần?

Từ năm 1912, tôi giảng dạy nghệ thuật kinh doanh ở New York. Ban đầu, với kinh nghiệm thực tế, tôi dạy học viên cách