

站在惊讶、敬畏与好奇的十字路口，你该怎样好好生活？
走出舒适区，进入一个突然之间一切皆有可能的世界吧。

JESSICA
HAGY

其实 你也可以 很有趣

[美] 杰西卡·哈吉 Jessica Hagy 著
甘晓丹 译

(In 10 Simple Steps) HOW TO BE INTERESTING



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

其实你也可以很有趣

[美] 杰西卡·哈吉 Jessica Hagy 著
甘晓丹 译



 新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目(CIP)数据

其实你也可以很有趣 / (美)哈吉著;甘晓丹译.

—北京:新世界出版社,2015.2

ISBN 978-7-5104-4930-7

I. ①其… II. ①哈… ②甘… III. ①心理学—通俗读物
IV. ①B84-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第074153号

著作权合同登记号:图字01-2013-8622号

First published in the United States as HOW TO BE INTERESTING:
In 10 Simple Steps

Copyright © 2013 by Jessica Hagy

Illustrations copyright © 2013 by Jessica Hagy

Published by arrangement with Workman Publishing Company, Inc.,
New York.

其实你也可以很有趣

作者:[美]杰西卡·哈吉

译者:甘晓丹

责任编辑:熊文霞 严匡正

责任印制:李一鸣 黄厚清

出版发行:新世界出版社

社址:北京西城区百万庄大街24号(100037)

发行部:(010) 6899 5968 (010) 6899 8733(传真)

总编室:(010) 6899 5424 (010) 6832 6679(传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版权部:+8610 6899 6306

版权部电子信箱:frank@nwp.com.cn

印刷:北京中印联印务有限公司

经销:新华书店

开本:787mm×1092mm 1/32

字数:26千字 印张:8.5

版次:2015年3月第1版 2015年3月第1次印刷

书号:ISBN 978-7-5104-4930-7

定价:32.00元

版权所有,侵权必究

凡购本社图书,如有缺页、倒页、脱页等印装错误,可随时退换。

客服电话:(010) 6899 8638

目 录

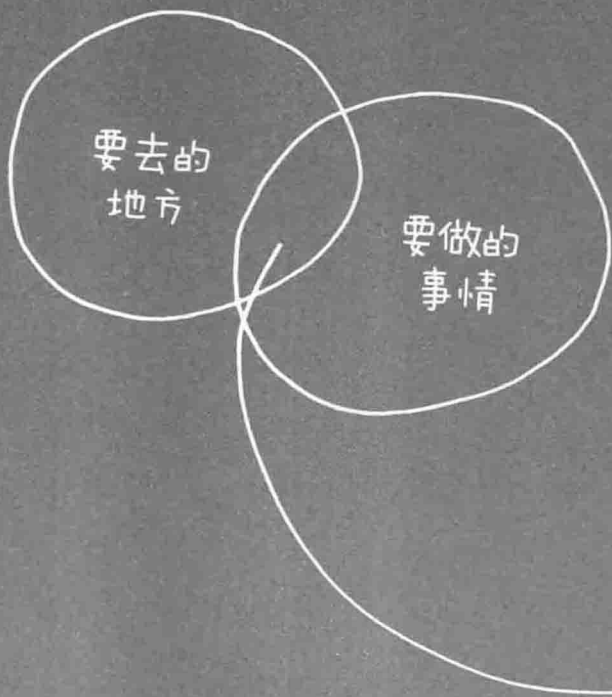
序	为什么要做个有趣的人?	1
第一步	去探索	3
第二步	分享你的发现	29
第三步	做点什么, 什么都行	55
第四步	欣然接受你的特别	81
第五步	寻找动机	107
第六步	别那么自负	133
第七步	试一下	159
第八步	不要随波逐流	185
第九步	勇敢一点	211
第十步	忽略叱责	237
后 记	总结	262
致 谢		265

★ 为了赶走无聊。

★ 从而拥有自己的标志，
不留下遗憾。

★ 而最重要的，是因为你
可以。



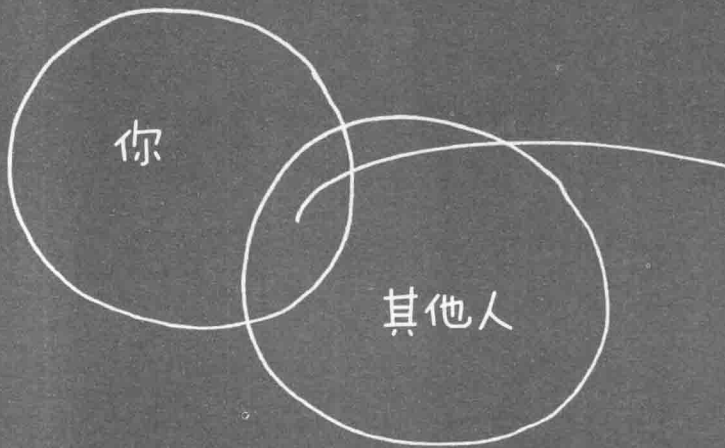


第一步

去探索。

→ 无限可能

发散思维、周游各地、分享观点。
无趣的人才总宅在小房间里。



和陌生

人性

人变了。

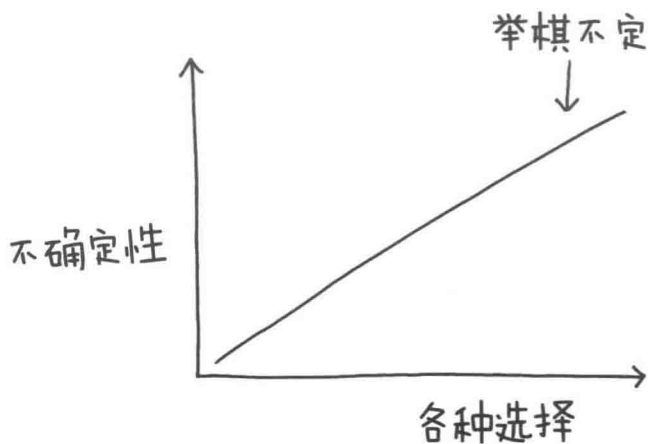
没有人能确切见识过你的所有。
没有人能完全经历过你的足迹。
没有人能恰好感受到你的感受。

去发现个中缘由吧。

擲

骰

子。

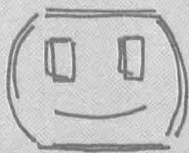
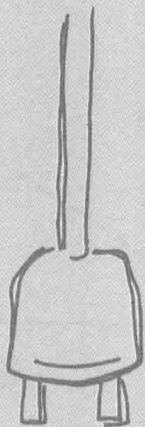


要走多远？掷骰子看看。七个街区吧。

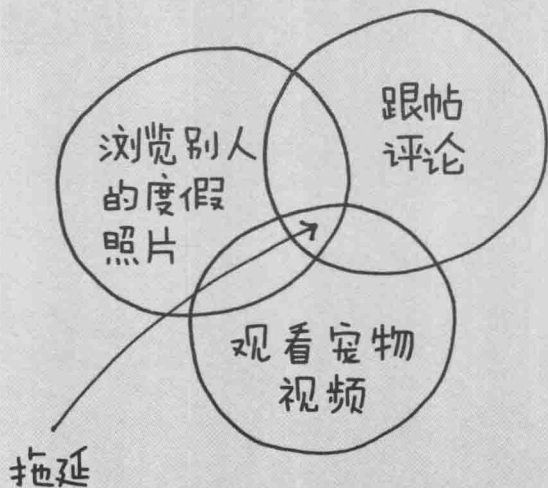
坐不坐火车？掷到偶数就买票吧。

两个骰子就可以带你去任何地方，还可以替你在细枝末节的决定上节省大量时间。

放两个骰子在口袋里，一切会因此变得有趣。

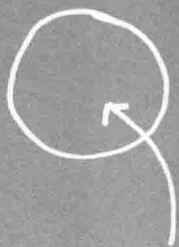


拔掉电源。



没有地图，你可以发现未知地带。
让别人找不到你。在旅途中与人聊天。
不去看别人的新鲜事，去发现自我。
电子产品正把你束缚在一个你熟知的世界中。

把它们统统关掉，去探索新的地方吧。



你的舒适区

去感受，

奇迹发生
的地方

去接触。

感受尴尬。

感受嘲笑。感受冒险。

接触奇怪的事情&情境。

接触狂野的想法。

接触让你多索的事情。

接触奇怪的景色、全新的声音。

相信我。

会很有意思的。

唱唱



真实度

与别人的期许对着干。

为有罪者辩护。

质疑纯洁。

看看哪些事实是观点，哪些观点是事实。

每个故事都有许多面，每一面都要有人讲。

反调。

★



相信人数

★ 神话、广告、政治许诺、都市传说