

УДК 658.3  
ББК 65.291.21  
К79

В книге упоминаются социальные сети Instagram и/или Facebook, принадлежащие компании Meta Platforms Inc., деятельность которой по реализации соответствующих продуктов на территории Российской Федерации запрещена.

Креативность / Пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2022. —  
К79 206 с. — (Серия «Harvard Business Review: 10 лучших статей»).

ISBN 978-5-9614-8041-2

*Harvard Business Review* — ведущий деловой журнал с многолетней историей. В новой книге серии «Harvard Business Review: 10 лучших статей» собраны лучшие материалы о креативности. Как быстро находить нестандартные решения для сложных проблем? Что нужно, чтобы раскрыть творческий потенциал членов команды и создать условия для появления прорывных идей? Какие принципы креативной организации помогли Pixar стать лидером компьютерной анимации? Статьи из этого сборника помогут руководителям и сотрудникам развивать креативное мышление, замечать новые возможности в любых ситуациях и воплощать новаторские идеи, которые принесут пользу всей компании.

УДК 658.3  
ББК 65.291.21

*Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ, для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу [mylib@alpina.ru](mailto:mylib@alpina.ru).*

ISBN 978-5-9614-5626-4 (серия)  
ISBN 978-5-9614-8041-2 (рус.)  
ISBN 978-1-63369-995-3 (англ.)

© 2020 Harvard Business School Publishing Corporation  
Published by arrangement with Harvard Business Review  
Press (USA) via Alexander Korzhenevski Agency (Russia)  
© Издание на русском языке, перевод, оформление.  
ООО «Альпина Паблишер», 2022

# Содержание

<b>ВОССТАНОВИТЕ СВОЮ КРЕАТИВНУЮ УВЕРЕННОСТЬ.....</b>	<b>7</b>
<i>Том Келли, Дэвид Келли</i>	
<b>КАК УБИТЬ ТВОРЧЕСКУЮ ИНИЦИАТИВУ.....</b>	<b>19</b>
<i>Тереза Амабиле</i>	
<b>КАК СТУДИЯ РИХАР ВНЕДРИЛА КОЛЛЕКТИВНОЕ ТВОРЧЕСКОЕ НАЧАЛО .....</b>	<b>45</b>
<i>Эд Кэтмелл</i>	
<b>КАК ЗАСТАВИТЬ РАБОТАТЬ КОЛЛЕКТИВНЫЙ МОЗГ КОМПАНИИ.....</b>	<b>65</b>
<i>Дороти Леонард, Сьюзен Строс</i>	
<b>НАЙДИТЕ НОВОЕ ТАМ, ГДЕ ВЫ МЕНЬШЕ ВСЕГО ЭТОГО ОЖИДАЕТЕ.....</b>	<b>87</b>
<i>Тони МакКафри, Джим Пирсон</i>	
<b>БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ЛЮБОПЫТСТВА.....</b>	<b>101</b>
<i>Франческа Джино</i>	
<b>ВОПЛОЩЕНИЕ ПРОРЫВНЫХ ИДЕЙ.....</b>	<b>119</b>
<i>Сирил Буке, Жан-Луи Барсу, Майкл Вейд</i>	

<b>СОТРУДНИЧЕСТВО С КРЕАТИВНЫМИ КОЛЛЕГАМИ.....</b>	<b>141</b>
<i>Кимберли Эльсбах, Брук Браун-Сарачино, Фрэнсис Флинн</i>	
<b>ТВОРЧЕСТВО ПОД ДУЛОМ ПИСТОЛЕТА .....</b>	<b>149</b>
<i>Тереза Амабиле, Констанс Хэдли, Стивен Крамер</i>	
<b>СТРАТЕГИИ НУЖНО ТВОРЧЕСТВО .....</b>	<b>171</b>
<i>Адам Бранденбургер</i>	
<b>КАК СОЗДАТЬ КУЛЬТУРУ НОВАТОРСТВА .....</b>	<b>185</b>
<i>Адам Грант</i>	
<b>ОБ АВТОРАХ.....</b>	<b>203</b>