



## مقدمات بهره‌گیری از جمع‌سپاری در مدیریت نوآوری سازمان‌های رسانه‌ای

محسن مشرقی<sup>۱</sup>

صابر نوری محب<sup>۲</sup>

### چکیده

امروزه رسانه‌ها در رقابت با یکدیگر، ملزم به داشتن خلاقیت و نوآوری هستند. این پژوهش سعی دارد تا از فرصتی به نام جمع‌سپاری در خدمت مدیریت نوآوری صحبت کند. در این پژوهش، مدیریت نوآوری، رسانه‌های اجتماعی و جمع‌سپاری مورد بررسی قرار گرفته و در آخر کاربرد انواع جمع‌سپاری در مراحل مختلف مدیریت نوآوری تحلیل شده است. نوآوری رسانه‌ای گره‌خورده با نوآوری اجتماعی است و یقیناً آن رسانه‌ای در خلاقیت و فرآیند مدیریت نوآوری برگ برنده را در دست خواهد داشت که بتواند از ظرفیت جامعه و خرد جمعی آن استفاده کند. جمع‌سپاری یکی از بهترین روش‌ها برای رسیدن به این مهم است که سازمان‌های رسانه‌ای برای خلاقیت و نوآوری باید به آن توجه ویژه داشته باشند.

واژگان کلیدی: جمع‌سپاری، مدیریت نوآوری، رسانه‌های اجتماعی، نوآوری

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

[mohsenmashreqi@gmail.com](mailto:mohsenmashreqi@gmail.com)

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

[sabernoorimoheb@gmail.com](mailto:sabernoorimoheb@gmail.com)