**توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في انجاز وظائف العلاقات العامة**

 إن لجهاز العلاقات العامة وظائف متعددة أهمها البحث، التخطيط، الاتصال، التقييم والتقويم، التنسيق، الرقابة، وقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي على هذه الوظائف تغيرات واضحة، حيث بدا جليا استفادة هذه الوظائف من مميزات مواقع التواصل الاجتماعي وعليه سنتطرق لبعض هذه الوظائف وكيف استفادت من مواقع التواصل الاجتماعي

* **البحث**: إذ أتاحت الوسائل التفاعلية الجديدة إمكانية إضافية لإجراء بحوث العلاقات العامة من دراسة وتحليل واتجاهات الجماهير الأساسية مثلا من خلال تحليل الصفحات والمنشورات الالكترونية، كما تسمح أيضا غرف الدردشة ومجموعات النقاش بإجراء البحوث المسحية، كما أن للمؤسسات جانبا من الاستفادة من هذه المواقع إذ بإمكانها معرفة آراء جمهورها ومستهلكيها من خلال طبيعة نوع تفاعلاتهم وتحليل تعليقاتهم، الأمر الذي بإمكانه تحسين جودة منتجات المؤسسة وبناء علاقة جيدة مع الجماهير من خلال تلبيتها لرغباتهم.
* **التخطيط**: تقوم العلاقات العامة في هذه الوظيفة بصياغة الأهداف الإستراتيجية بشكل قابل للقياس، وفق صياغة لأهداف إجرائية تمكن من تحقيق الأهداف الإستراتيجية.

وتشير الباحثة "**باين**" إلى أن الاستراتيجة الأكثر أهمية بالنسبة للمنظمات المعاصرة هي بناء العلاقات مع الجمهور، وتؤكد على أن مواقع التواصل الاجتماعي جزء من هذه الإستراتيجية، وبإمكان العلاقات العامة أن تدمجها مع خططها الاستراتيجة لأنها تحقق لها عدة أهداف كتحقيق الفهم المتبادل بين المنظمة والجمهور.

* **الاتصال**: لقد أجبرت التطورات التكنولوجية في مجال علوم الإعلام والاتصال ممارسي العلاقات العامة على ضرورة تدارك هذه التطورات والحرص على الاستفادة منها، إذ أصبح واضحا أن وسائل الإعلام التقليدية لوحدها لن تكون كافية إذ لم يكن هناك اتصال مباشر بين المنظمات وجماهيرها المستهدفة من قبل دون وسائط تقوم بذلك (وسائل الإعلام) بينما فتحت مواقع التواصل الاجتماعي كأحد هذه التطورات بميزتها التفاعلية اتصالا تفاعليا مباشرا بين المؤسسات والجماهير.
* **التقويم**: تساعد هذه الوظيفة ممارسي العلاقات العامة على معرفة المعلومات المرتدة عن النتائج المبذولة في برامجها، وقد قدمت مواقع التواصل الاجتماعي مساعدات لممارسي العلاقات العامة في هذه الوظيفة من خلال اتجاهات الجماهير نحو برامج العلاقات العامة وتحليل آرائهم ودراسة تفاعلاتهم مع ما تنشره هذه المنظمات وكذا تتبع التغيرات والتطورات التي تحدث مع مرور الوقت (مع تنفيذ برامج وحملات العلاقات العامة) والقيام بتحليل كمي لأعداد ونسبة الجمهور الذي وصلته برامج وحملات العلاقات العامة