

## چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر رسانه های ارتباط جمعی در آگاهی سیاسی شهروندان اردبیل می باشد. روش پژوهش حاضر به صورت کتابخانه ای و میدانی است. پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی و پس رویدادی است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه شهروندان (زنان و مردان) اردبیل که در سال ۹۲-۹۶ در این شهرستان ساکن هستند را تشکیل می دهد. تعداد شهروندان ۲۰ سال به بالا در این شهرستان حدود ۵۲۹۳۷۴ نفر است، که با استفاده از جدول مورگان تعداد ۳۶۸ نفر از این شهروندان، به عنوان نمونه مورد آزمون قرار می گیرند. برای بررسی داده ها ابتدا از آمار توصیفی متشکل از میانگین، انحراف معیار، همچنین جداول فراوانی و درصد فراوانی، برای آزمون فرضیه ها از ضریب همبستگی اسپرمن، پیرسون، استفاده شده است. نتایج بدست آمده نشان می دهد بین رسانه های ارتباط جمعی و آگاهی سیاسی شهروندان رابطه وجود دارد. با بالا رفتن میزان استفاده از رسانه های ارتباط جمعی، شبکه های اجتماعی، تلویزیون و مطبوعات شهروندان گروه مورد مطالعه؛ میزان آگاهی سیاسی آنان نیز بالاتر می رود.

کلمات کلیدی: رسانه های ارتباط جمعی - شبکه مجازی - تلویزیون - مطبوعات - آگاهی سیاسی