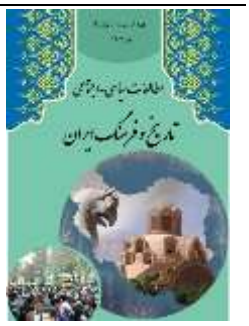
Journal Website

Article history:
Received 25 July 2026
Revised 18 November 2026
Accepted 25 November 2026
Initial Publication 25 November 2026
Final Publication 11 December 2026

Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History

Volume 5, Issue 3, pp 1-21



Qualitative Documentary Analysis of the Consequences of New Media and Cognitive Warfare for the Political Behavior of the Younger Generation

Mohammad. Raja Parniyan[1], Ghaffar. Zarei[1*], Amin. Ravanbod[1]

[1] Department of Political Science, Lam.C., Islamic Azad University, Lamerd, Iran

*** Corresponding author email address**: ghafarzarei@yahoo.com

A r t i c l e I n f o

Article type:
Original Research

How to cite this article:
Raja Parniyan, M., Zarei, G., & Ravanbod, A. (2026). Qualitative Documentary Analysis of the Consequences of New Media and Cognitive Warfare for the Political Behavior of the Younger Generation. *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History, 5*(3), 1-21.

© 2026 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

A B S T R A C T

This study aimed to analyze and prioritize the consequences of new media and cognitive warfare for the political behavior of the younger generation and to explain the cognitive, emotional, and political mechanisms resulting from the interaction between these two factors. This applied study employed a qualitative documentary approach based on content analysis. Data were collected through the examination of relevant domestic and international scientific sources, articles, reports, and previous studies. The retrieved evidence was analyzed through open coding, categorization, and axial coding, while MAXQDA was used to organize and analyze the qualitative data and extract the final codes and themes. The trustworthiness of the findings was evaluated according to Lincoln and Guba's criteria of transferability, credibility, confirmability, and dependability, and coding reliability was assessed through inter-rater agreement. In the final stage, the fuzzy analytic hierarchy process was employed to determine the relative importance and priority of the main identified consequences. The analytical findings revealed four overarching consequences: manipulation of political perception and reactive behaviors, cognitive and emotional dependence on media, weakening of political trust and identity cohesion, and changes in patterns of political participation and action. Fuzzy prioritization showed that manipulation of perception and reactive behaviors had the greatest relative importance (weight = 0.3159), followed by cognitive and emotional dependence on media (0.2492), weakening of political trust and identity cohesion (0.2236), and changes in political participation and action patterns (0.2113). The resulting hierarchy indicates that the cognitive and emotional mechanisms associated with new media and cognitive warfare exert a more substantial influence on young people's political behavior than changes in the form of political participation alone. The interaction of new media and cognitive warfare may orient the political behavior of the younger generation toward cognitive dependence, emotionalized political responses, declining political trust, and reactive forms of political action. Accordingly, strengthening media literacy, critical thinking skills, and cognitive resilience should constitute central components of educational, media, and policymaking interventions targeting younger populations.

Keywords: *New Media, Cognitive Warfare, Political Behavior, Younger Generation, Qualitative Documentary Analysis, Media Literacy.*

EXTENDED ABSTRACT

The rapid expansion of digital technologies and social media has transformed the ways in which younger generations encounter political information, construct political identities, and participate in public affairs. New media are no longer merely channels for transmitting political messages; rather, they have evolved into interactive environments in which political meanings are produced, circulated, interpreted, challenged, and reproduced. Young people, as some of the most active users of digital platforms, increasingly rely on social networks, online news platforms, influencers, algorithmically curated content, and peer networks to understand political developments and express political preferences. Consequently, political participation has expanded beyond conventional activities such as voting, party membership, and formal civic engagement to include online mobilization, hashtag activism, political content sharing, networked protest, and digital advocacy (Khan & Fatima, 2025; Nyianle, 2025; Santos et al., 2025; Wan Husin & Zainurin, 2025). Research has further indicated that digital communication environments can promote political awareness and facilitate civic engagement while simultaneously exposing young users to polarization, misinformation, emotional manipulation, and fragmented political discourse (Alodat, 2023; Behrouzi, 2025; Matthes, 2022; Qosja, 2022).

The political effects of new media are therefore neither inherently positive nor uniformly negative. Their consequences depend on patterns of media use, political trust, users' information literacy, social contexts, and the characteristics of the content to which individuals are exposed. Social media can facilitate rapid access to political information, reduce the costs of participation, and create opportunities for networked political engagement. At the same time, personalized algorithms and selective exposure may reinforce pre-existing beliefs, produce echo chambers, intensify political polarization, and reduce exposure to opposing viewpoints. Studies focusing on Generation Z have emphasized that political communication is increasingly intertwined with lifestyle, personal identity, influencers, and informal digital networks (Solihat, 2024; Venus et al., 2025). Political identity may also be shaped by social media content and by users' perceptions of institutional conditions, including corruption and political legitimacy (Jia & Lee, 2025). Likewise, digital movements and hashtag-based activism can contribute to the formation of cognitive maps through which young people interpret political and social events (Mueller, 2025).

A particularly important challenge in this environment is the spread of misinformation, emotionally charged content, and manipulative narratives. Young people encounter large volumes of competing information in digital spaces, where the speed of circulation often exceeds the capacity for careful verification. Exposure to false or misleading information can influence political judgment, affect emotional responses, and undermine confidence in established information sources (Kops, 2025; Nguyen et al., 2025). Emotional arousal can further influence how users process fake news, making affective content especially significant in shaping political perceptions (Adeeb & Mirhoseini, 2023). Political misinformation and hateful communication may also increase polarization and reduce social cohesion (Vasist, 2023). Accordingly, political information literacy has become central to understanding whether young users can critically evaluate sources, distinguish reliable information from manipulation, and form independent political judgments (Political Information Literacy Working, 2023).

These developments intersect with the emerging concept of cognitive warfare. Cognitive warfare refers to systematic efforts to influence perception, judgment, beliefs, decision-making, and behavior by targeting the cognitive domain. Unlike traditional forms of information warfare, it integrates psychological, informational, technological, and social mechanisms and increasingly exploits digital

platforms, behavioral data, artificial intelligence, and targeted communication (Conde, 2025; Deppe & Schaal, 2024). Contemporary analyses conceptualize the human mind itself as a strategic battlefield in which narratives, emotions, identity vulnerabilities, and cognitive biases may be deliberately exploited (Marjanović & Smiljanic, 2025). Manipulative narratives can alter collective perceptions, weaken informational resilience, and influence political decision-making, particularly when they are repeatedly disseminated through fast-moving digital networks (Paziuk et al., 2025). Iranian studies have similarly emphasized manipulation of narratives, distortion of reality, erosion of trust, and the weakening of cognitive resilience as central concerns in cognitive warfare (Mohammadi Fateh et al., 2024; Rezaei & Ebrahimi, 2024; Tavassoli Tabaei Zavareh, 2023).

The younger generation may be particularly exposed to these processes because much of its political socialization now occurs in digitally mediated environments. Evidence from Iran has shown that social networks contribute to changes in political socialization, participation, and patterns of political activism among young people (Abou Karam, 2023; Abouli et al., 2022; Ahmadpour Torkmani et al., 2020; Golafshannia et al., 2025). Nevertheless, existing research has often examined new media, misinformation, political participation, and cognitive warfare as separate phenomena. A more integrated framework is therefore required to identify how these forces interact and which consequences are most important in shaping youth political behavior. Accordingly, the present study aimed to qualitatively analyze and prioritize the consequences of new media and cognitive warfare for the political behavior of the younger generation.

Methods and Materials

This study was applied in terms of purpose and adopted a qualitative documentary and content-analysis approach. The required information was collected through the systematic examination of relevant scientific publications, domestic and international articles, reports, previous research projects, and materials available through academic and online databases. The documentary evidence was reviewed to identify concepts and variables related to the consequences of new media and cognitive warfare for the political behavior of young people.

The qualitative analytical process involved open coding, categorization, and axial coding. The extracted concepts were first coded at the open-coding level, after which conceptually related codes were grouped into broader categories and themes. MAXQDA software was used to organize, manage, and analyze the qualitative data and to facilitate the extraction and consolidation of codes and categories. The analytical process continued until theoretical adequacy was achieved and additional documents no longer produced substantively new categories.

The trustworthiness of the qualitative analysis was assessed according to the Lincoln and Guba framework, including transferability, credibility, confirmability, and dependability. Reliability was additionally evaluated through inter-rater agreement. Two individuals external to the main research process were trained to independently code five selected documents or articles. Agreement percentages for these five cases were 86.05%, 82.4%, 81.1%, 73.53%, and 82.1%, all exceeding the 70% threshold and indicating acceptable coding reliability.

Following the qualitative synthesis, the identified consequences were organized into final macro-level dimensions. In the next stage, the fuzzy analytic hierarchy process was used to rank these dimensions according to their relative importance. A fuzzy pairwise comparison matrix was constructed, and the

extent analysis method was used to obtain non-normalized and subsequently normalized weights for the final indicators.

Findings

The qualitative coding process initially identified 35 subthemes associated with the consequences of new media and cognitive warfare. The consequences of new media included increased speed and intensity of political information circulation, formation of fluid political identities, increased online political participation, reduced trust in official media, networked political activism, greater political polarization, superficial political analysis, increased exposure to misinformation, personalization of political messages, weakening of elite authority, emotionalization of politics, virtual social pressure, changes in political mobilization, increased influence of political influencers, symbolic protest behaviors, reduced tolerance of opposing views, and greater cognitive dependence on platforms.

The consequences associated with cognitive warfare included manipulation of political perception, weakening of critical judgment, increased institutional distrust, cognitive confusion, institutionalization of competing narratives, targeted polarization of public opinion, erosion of social capital, induction of political helplessness, normalization of false information, stimulation of negative political emotions, engineering of mental priorities, weakening of identity cohesion, increased reactive political behavior, short-term changes in political orientation, and reduced sustainable political participation.

Through axial coding and thematic consolidation, these findings were reduced to four overarching consequences. Two were primarily associated with new media: “changes in patterns of political participation and action” and “cognitive and emotional dependence on media.” Two were primarily associated with cognitive warfare: “weakening of political trust and identity cohesion” and “manipulation of perception and reactive behaviors.”

The fuzzy AHP results demonstrated clear differences in the relative importance of these four dimensions. Manipulation of perception and reactive behaviors received the highest normalized weight of 0.3159 and ranked first. Cognitive and emotional dependence on media ranked second with a weight of 0.2492. Weakening of political trust and identity cohesion ranked third with a weight of 0.2236. Changes in patterns of political participation and action received a weight of 0.2113 and ranked fourth. Thus, the findings indicated that cognitive and behavioral manipulation was the most important consequence, whereas changes in the outward forms of political participation, although still substantial, had the lowest relative priority among the four major consequences.

Discussion and Conclusion

The findings demonstrate that the political consequences of new media and cognitive warfare extend far beyond visible changes in political participation. The highest priority assigned to manipulation of perception and reactive behaviors suggests that the most significant effects occur at the level of how young people interpret political reality, evaluate information, and respond to political stimuli. Political behavior may therefore be altered before it becomes visible in conventional indicators such as voting, protest, or civic participation. Changes in perception, attention, emotional orientation, and judgment may function as upstream processes that eventually shape observable political actions.

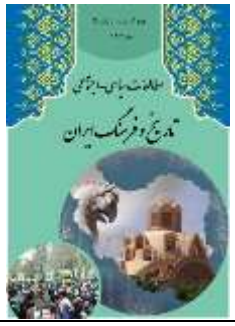
The second-ranked dimension, cognitive and emotional dependence on media, further indicates that digital platforms increasingly serve not only as sources of information but also as frameworks through which political events are interpreted. Continuous exposure to personalized content, rapidly changing information flows, social validation mechanisms, and emotionally stimulating material can make political

judgments more dependent on network dynamics. Such dependence may encourage short-term political orientations and reduce the stability of political evaluations.

The weakening of political trust and identity cohesion emerged as another major consequence. Repeated exposure to conflicting narratives, misinformation, polarization, and targeted cognitive operations may gradually reduce confidence in political institutions, traditional information sources, and political elites. At the same time, fragmented media environments can complicate the formation of stable political identities and reduce tolerance for opposing viewpoints. This dimension is especially important because declining trust and weakened identity cohesion can affect both the quality and sustainability of political participation.

Changes in patterns of political participation and action ranked fourth but remained an important outcome. New media provide young people with faster, less costly, and more flexible channels for political expression, mobilization, and networked activism. However, the findings suggest that changes in participation should not automatically be interpreted as evidence of deeper or more informed political engagement. Online activity may be highly reactive, symbolic, short-lived, or emotionally driven. The quality of participation therefore depends on the cognitive and informational conditions under which it develops.

Overall, the study reveals an interconnected process in which new media transform the structure of political communication while cognitive warfare exploits the vulnerabilities created within this environment. Their combined effects may move youth political behavior toward greater cognitive dependence, emotionalization, declining trust, polarized identity, superficial analysis, and reactive political action. The findings therefore highlight the importance of strengthening media literacy, political information literacy, critical thinking, source evaluation, emotional self-regulation, and cognitive resilience among young people. Educational institutions, media organizations, and policymakers should focus not merely on restricting harmful information but on developing young citizens' capacity to critically interpret complex information environments. Such an approach can help preserve the participatory benefits of new media while reducing vulnerability to manipulation and the adverse consequences of cognitive warfare.



مطالعات سیاسی–اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران

دوره ۵، شماره ۳، صفحه ۲۱-۱

وبسایت مجله

تاریخچه مقاله
دریافت شده در تاریخ ۳ مرداد ۱۴۰۵
اصلاح شده در تاریخ ۲۷ آبان ۱۴۰۵
پذیرفته شده در تاریخ ۴ آذر ۱۴۰۵
اولین انتشار در تاریخ ۴ آذر ۱۴۰۵
انتشار نهایی در تاریخ ۲۰ آذر ۱۴۰۵

تحلیل کیفی اسنادی پیامدهای رسانه‌های نوین و جنگ شناختی بر رفتار سیاسی نسل جوان

محمد رجا پرنیان[۱]، غفار زارعی[۱*]، امین روان بد[۱]

۱. گروه علوم سیاسی، واحد لامرد، دانشگاه آزاد اسلامی، لامرد، ایران

***ایمیل نویسنده مسئول:** ghafarzarei@yahoo.com

اطلاعات مقاله

نوع مقاله
پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:
رجا پرنیان، محمد.، زارعی، غفار.، و روان بد، امین. (۱۴۰۵). تحلیل کیفی اسنادی پیامدهای رسانه‌های نوین و جنگ شناختی بر رفتار سیاسی نسل جوان. *مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*، ۵(۳)، ۲۱-۱.

© ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل و اولویت‌بندی پیامدهای رسانه‌های نوین و جنگ شناختی بر رفتار سیاسی نسل جوان و تبیین سازوکارهای شناختی، هیجانی و سیاسی ناشی از تعامل این دو عامل انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر رویکرد، کیفی و مبتنی بر تحلیل اسنادی و تحلیل محتوا بود. داده‌های پژوهش از طریق بررسی منابع علمی، مقالات، گزارش‌ها و مطالعات مرتبط داخلی و خارجی گردآوری و با استفاده از کدگذاری باز، مقوله‌بندی و کدگذاری محوری تحلیل شدند. تحلیل داده‌های کیفی و استخراج کدها و مضامین با استفاده از نرم‌افزار MAXQDAانجام شد. اعتبار یافته‌ها بر اساس معیارهای لینکلن و گوبا شامل قابلیت انتقال، اعتبار، تأییدپذیری و اعتمادپذیری بررسی شد و پایایی کدگذاری با روش توافق درونی ارزیابی گردید. در مرحله نهایی، برای تعیین اهمیت نسبی پیامدهای اصلی از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی فازی استفاده شد. نتایج تحلیلی نشان داد چهار پیامد کلان شامل دستکاری ادراک و رفتارهای واکنشی، وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها، تضعیف اعتماد و انسجام هویت سیاسی، و تغییر در الگوهای مشارکت و کنش سیاسی، ساختار اصلی تأثیر رسانه‌های نوین و جنگ شناختی بر رفتار سیاسی نسل جوان را تشکیل می‌دهند. بر اساس اوزان نهایی، دستکاری ادراک و رفتارهای واکنشی با وزن ۰.۳۱۵۹ بالاترین اهمیت را داشت و پس از آن وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها با وزن ۰.۲۴۹۲، تضعیف اعتماد و انسجام هویت سیاسی با وزن ۰.۲۲۳۶ و تغییر در الگوهای مشارکت و کنش سیاسی با وزن ۰.۲۱۱۳ قرار گرفتند. این الگو نشان می‌دهد اثرگذاری شناختی و هیجانی بیش از تغییر صرف در شکل مشارکت سیاسی، در بازآرایی رفتار سیاسی نسل جوان نقش دارد. رسانه‌های نوین و جنگ شناختی در تعامل با یکدیگر می‌توانند رفتار سیاسی نسل جوان را به سوی وابستگی شناختی، هیجانی‌شدن، کاهش اعتماد سیاسی و کنش‌های واکنشی سوق دهند؛ ازاین‌رو، توسعه سواد رسانه‌ای، تقویت تفکر انتقادی و ارتقای تاب‌آوری شناختی باید در کانون سیاست‌های آموزشی و رسانه‌ای مرتبط با جوانان قرار گیرد.

کلیدواژگان: *رسانه‌های نوین، جنگ شناختی، رفتار سیاسی، نسل جوان، تحلیل کیفی اسنادی، سواد رسانه‌ای.*

مقدمه

رسانه‌های نوین در دو دهه اخیر از جایگاه ابزارهای صرف انتقال اطلاعات فراتر رفته و به یکی از مهم‌ترین محیط‌های شکل‌گیری ادراک، هویت، نگرش و رفتار سیاسی نسل جوان تبدیل شده‌اند. گسترش شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های اشتراک محتوا، رسانه‌های تعاملی و سازوکارهای الگوریتمی موجب شده است جوانان نه‌تنها دریافت‌کننده پیام‌های سیاسی، بلکه تولیدکننده، بازنشرکننده و تفسیرکننده فعال این پیام‌ها باشند. در چنین محیطی، مرز میان مصرف رسانه‌ای، ارتباطات اجتماعی و کنش سیاسی به‌تدریج کمرنگ شده و اشکال جدیدی از مشارکت، بسیج، اعتراض، هویت‌یابی و جامعه‌پذیری سیاسی شکل گرفته است. مطالعات مختلف نشان داده‌اند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند دسترسی جوانان به اطلاعات سیاسی را تسهیل کنند، فرصت‌های مشارکت را گسترش دهند و زمینه حضور فعال‌تر آنان در عرصه عمومی را فراهم سازند، اما همین محیط می‌تواند به انتشار اطلاعات نادرست، قطبی‌شدن دیدگاه‌ها و شکل‌گیری واکنش‌های سیاسی هیجانی نیز منجر شود (Behrouzi, 2025; Khan & Fatima, 2025; Nyianle, 2025; Wan Husin & Zainurin, 2025). بنابراین، تحلیل رفتار سیاسی نسل جوان در شرایط کنونی بدون توجه هم‌زمان به ساختار رسانه‌های دیجیتال و سازوکارهای شناختی اثرگذاری آن‌ها امکان‌پذیر نیست.

یکی از مهم‌ترین تحولات ناشی از گسترش رسانه‌های نوین، تغییر ماهیت مشارکت سیاسی جوانان است. مشارکت سیاسی در الگوهای سنتی عمدتاً از طریق رأی‌دادن، عضویت در احزاب، شرکت در تجمعات و ارتباط با نهادهای رسمی تعریف می‌شد، اما فضای دیجیتال طیفی از کنش‌های کم‌هزینه، سریع و شبکه‌ای، از جمله تولید و بازنشر محتوای سیاسی، مشارکت در کارزارهای مجازی، استفاده از هشتگ‌ها، اظهار نظر عمومی و سازمان‌دهی شبکه‌ای را به این حوزه افزوده است. بررسی مشارکت جوانان در محیط‌های مختلف نشان می‌دهد نوع و شدت استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند با سطح مشارکت سیاسی، شکل بیان دیدگاه‌های سیاسی و نحوه بسیج اجتماعی آنان ارتباط داشته باشد (Alodat, 2023; Barati, 2023; Matthes, 2022; Qosja, 2022). همچنین شواهد مربوط به ایران نشان داده‌اند که شبکه‌های اجتماعی در جامعه‌پذیری سیاسی، تغییر الگوهای مشارکت و انتقال کنش سیاسی از ساختارهای رسمی به محیط‌های شبکه‌ای نقش قابل‌توجهی دارند (Abouli et al., 2022; Ahmadpour Torkmani et al., 2020; Kanaaninassab et al., 2020; Sardarnia et al., 2019). این تحول به‌ویژه درباره نسل جوان اهمیت دارد؛ زیرا بخش مهمی از ارتباطات اجتماعی، دریافت اخبار و تجربه روزمره این نسل در محیط دیجیتال شکل می‌گیرد.

پژوهش‌های جدیدتر نیز نشان می‌دهند که تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی جوانان خطی و یک‌سویه نیست و عوامل متعددی از جمله اعتماد سیاسی، انگیزه‌های هویتی، هنجارهای اجتماعی، تجارب شخصی، ساختار شبکه‌ای و ویژگی‌های محتوای رسانه‌ای در آن نقش دارند. برای مثال، مشارکت سیاسی دیجیتال می‌تواند از طریق ایجاد شبکه‌های حمایتی، تسهیل بسیج جمعی و تبدیل تجارب فردی به روایت‌های مشترک افزایش یابد، در حالی که کاهش اعتماد به نهادهای رسمی ممکن است جوانان را به استفاده بیشتر از فضای مجازی برای بیان مطالبات سیاسی سوق دهد (Santos et al., 2025). از سوی دیگر، اعتماد سیاسی در کنار شیوه مصرف رسانه‌ای می‌تواند تعیین کند که حضور در شبکه‌های اجتماعی به مشارکت انتخاباتی منجر شود یا به انفعال و فاصله‌گیری سیاسی بینجامد (Arrazak & Adnan, 2025). مطالعات انجام‌شده در حوزه دموکراسی دیجیتال نیز نقش رسانه‌های اجتماعی را در توسعه اشکال تازه مشارکت دانشجویان و جوانان برجسته کرده‌اند (Khan & Fatima, 2025; Nyianle, 2025). در همین راستا، بررسی نسل Z نشان می‌دهد که ارتباطات دیجیتال به بخش جدایی‌ناپذیر از نحوه تعریف مسائل سیاسی و انتخاب شیوه‌های مشارکت این نسل تبدیل شده است (Solihat, 2024).

در کنار فرصت‌های مشارکتی، ویژگی‌های فنی و محتوایی رسانه‌های نوین می‌توانند جهت‌گیری سیاسی جوانان را نیز تحت تأثیر قرار دهند. الگوریتم‌های پیشنهاد محتوا، شخصی‌سازی پیام‌ها، تکرار اطلاعات همسو با نگرش قبلی کاربران و شکل‌گیری اجتماعات همفکر می‌توانند محیطی ایجاد کنند که در آن جوانان بیشتر با روایت‌های خاص مواجه شوند. این وضعیت احتمال شکل‌گیری اتاق‌های پژواک، تقویت باورهای پیشین و کاهش مواجهه با دیدگاه‌های متفاوت را افزایش می‌دهد. در این میان، اینفلوئنسرها و تبلیغات سیاسی دیجیتال نیز به بازیگران تأثیرگذار تبدیل شده‌اند و می‌توانند از طریق ترکیب پیام سیاسی با سبک زندگی، هویت و ارتباط شبه‌شخصی با مخاطب بر نگرش‌ها و ترجیحات نسل Z اثر بگذارند (Venus et al., 2025). همچنین محتوای شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در فرآیند شکل‌گیری هویت سیاسی جوانان نقش داشته باشد و این ارتباط تحت تأثیر ارزیابی آنان از وضعیت نهادهای سیاسی، از جمله ادراک فساد، تقویت یا تضعیف شود (Jia & Lee, 2025). پژوهش‌های مرتبط با هشتگ‌ها و جنبش‌های دیجیتال نیز نشان داده‌اند که تعامل مستمر با روایت‌های شبکه‌ای قادر است چارچوب‌های شناختی مورد استفاده جوانان برای تفسیر مسائل سیاسی و اجتماعی را بازسازی کند (Mueller, 2025). از سوی دیگر، نوع پوشش رسانه‌ای و به‌ویژه محتوای تصویری و عاطفی می‌تواند توجه سیاسی و آمادگی برای کنش را در میان دانشجویان و جوانان افزایش دهد (Asghar et al., 2025).

اهمیت این موضوع زمانی بیشتر می‌شود که انتشار اطلاعات نادرست، اخبار جعلی و محتوای دستکاری‌شده به‌عنوان یکی از ویژگی‌های محیط اطلاعاتی معاصر مورد توجه قرار گیرد. حجم بالای اطلاعات و سرعت گردش آن در رسانه‌های اجتماعی، فرصت کاربران برای ارزیابی اعتبار منابع را کاهش می‌دهد و می‌تواند پردازش شناختی اخبار سیاسی را دشوار سازد. مطالعات نشان داده‌اند که واکنش جوانان به اطلاعات نادرست تحت تأثیر عوامل شناختی، هیجانی و اجتماعی متعدد قرار دارد و هنوز درباره چگونگی مواجهه گروه‌های مختلف جوانان با این نوع اطلاعات خلأهای قابل‌توجهی وجود دارد (Kops, 2025). مواجهه با اخبار جعلی نیز می‌تواند علاوه بر تأثیر بر قضاوت و ادراک، پیامدهایی برای وضعیت روانی نوجوانان و جوانان و شیوه‌های مقابله آنان با محیط اطلاعاتی داشته باشد (Nguyen et al., 2025). هیجان نیز در نحوه دریافت و پذیرش اطلاعات جعلی نقش مهمی دارد و محتوایی که پاسخ‌های عاطفی شدید ایجاد می‌کند ممکن است پیش از ارزیابی عقلانی پیام، قضاوت مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد (Adeeb & Mirhoseini, 2023). ازاین‌رو، مسئله صرفاً درست یا نادرست بودن یک خبر نیست، بلکه نحوه پردازش، بازنمایی و تبدیل اطلاعات به ادراک و کنش سیاسی اهمیت اساسی دارد (Adams & Adams, 2023).

از این منظر، مفهوم سواد اطلاعات سیاسی و سواد رسانه‌ای به یکی از مؤلفه‌های کلیدی در توضیح میزان آسیب‌پذیری یا مقاومت نسل جوان در برابر محیط پیچیده اطلاعاتی تبدیل شده است. سواد اطلاعات سیاسی تنها به دسترسی به اخبار محدود نیست، بلکه توانایی ارزیابی منبع، تشخیص سوگیری، مقایسه روایت‌ها، تشخیص اطلاعات گمراه‌کننده و شکل‌دادن به قضاوت مستقل را نیز شامل می‌شود (Political Information Literacy Working, 2023). استفاده اطلاعاتی از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند بیان سیاسی را تقویت کند، اما کیفیت این اثر به نحوه استفاده، اعتبار منابع و ظرفیت کاربران برای ارزیابی محتوا وابسته است (Bohn, 2024). در مقابل، اطلاعات نادرست سیاسی و محتوای نفرت‌محور قادرند شکاف‌های اجتماعی را تشدید کرده و قطبی‌شدن را افزایش دهند (Vasist, 2023). افزون بر این، انتقال اطلاعات گمراه‌کننده در رسانه‌های اجتماعی ممکن است تنها به نگرش آنلاین محدود نماند و در شرایط خاص با پیامدهای رفتاری و حتی رخدادهای دنیای آفلاین ارتباط پیدا کند (Arayankalam, 2021). بنابراین، کاهش توانایی تمایز میان اطلاعات معتبر و دستکاری‌شده می‌تواند نسل جوان را از یک کنشگر آگاه دیجیتال به مخاطبی آسیب‌پذیر در برابر مهندسی ادراک تبدیل کند.

در این نقطه، مفهوم «جنگ شناختی» اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. جنگ شناختی را می‌توان سطحی از رقابت و منازعه دانست که میدان اصلی آن ذهن انسان و هدف آن اثرگذاری بر ادراک، باور، قضاوت، تصمیم‌گیری و رفتار است. این مفهوم فراتر از تبلیغات یا عملیات

روانی سنتی قرار می‌گیرد، زیرا از ظرفیت داده‌های بزرگ، شبکه‌های اجتماعی، فناوری‌های نوظهور، تحلیل رفتار و ارتباطات هدفمند برای جهت‌دهی به فرآیندهای شناختی بهره می‌گیرد. تحلیل مفهومی جنگ شناختی نشان می‌دهد که این پدیده دارای ماهیتی چندلایه است و عناصر اطلاعاتی، روان‌شناختی، فناورانه و اجتماعی را به یکدیگر پیوند می‌دهد (Deppe & Schaal, 2024). در همین راستا، ظهور مفهوم «هوش شناختی» نیز بیانگر حرکت عملیات اطلاعاتی جدید به سوی شناخت دقیق‌تر محیط ادراکی و آسیب‌پذیری‌های شناختی مخاطبان است (Conde, 2025). جنگ شناختی از این منظر، ذهن انسان را به میدان نبرد تبدیل می‌کند و به‌جای اتکا به اجبار فیزیکی، از سازوکارهایی چون تحریک هیجانات، بهره‌برداری از سوگیری‌های شناختی، دستکاری روایت‌ها و بازتعریف واقعیت استفاده می‌کند (Marjanović & Smiljanic, 2025). فراترکیب ادبیات این حوزه نیز نشان داده است که جنگ شناختی بر مجموعه‌ای از مبانی نظری مرتبط با اقناع، چارچوب‌سازی، عملیات روانی و نبرد روایت‌ها استوار است (Mohammadi Fateh et al., 2024).

رسانه‌های نوین به دلیل سرعت، گستره و قابلیت هدف‌گیری دقیق مخاطبان، زیرساخت مناسبی برای اجرای عملیات شناختی فراهم کرده‌اند. روایت‌های دستکاری‌شده می‌توانند از طریق تکرار، بازترکیب اطلاعات واقعی و نادرست، استفاده از تصاویر و پیام‌های احساسی و ایجاد انبوهی از روایت‌های متناقض، اطمینان مخاطب نسبت به امکان شناخت واقعیت را کاهش دهند. مطالعه روایت‌های دستکاری‌شده در بستر جنگ روسیه و اوکراین نشان می‌دهد که عملیات شناختی قادر است ادراک جمعی، انسجام اجتماعی و تصمیم‌گیری را تحت تأثیر قرار دهد (Paziuk et al., 2025). در جنگ‌های ترکیبی نیز رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به بخش مهمی از محیط عملیاتی تبدیل شده‌اند و کارکرد آنان از اطلاع‌رسانی فراتر رفته و به شکل‌دهی ادراک، ایجاد سردرگمی و هدایت روایت‌ها گسترش یافته است (Sabzevari et al., 2025). از این منظر، جنگ شناختی با بهره‌گیری از ظرفیت‌های فضای دیجیتال تلاش می‌کند بدون تغییر مستقیم واقعیت خارجی، نحوه تفسیر واقعیت را تغییر دهد؛ فرآیندی که می‌تواند برای نسل جوان، به دلیل میزان بالای حضور در محیط‌های دیجیتال، اهمیت بیشتری داشته باشد.

یکی از پیامدهای محتمل این فرآیند، هیجانی‌شدن و واکنشی‌شدن رفتار سیاسی است. مواجهه مداوم با پیام‌هایی که بر ترس، خشم، احساس تهدید، هویت گروهی یا تقابل «ما» و «دیگران» تأکید دارند، می‌تواند فضای لازم برای ارزیابی انتقادی مسائل سیاسی را محدود سازد. بررسی اثرات روان‌شناختی پوپولیسم سیاسی در رسانه‌های اینترنتی نشان داده است که مواجهه جوانان با گفتمان‌های قطبی‌کننده می‌تواند با افزایش خصومت، پاسخ‌های هیجانی و کاهش اعتماد به نهادهای سنتی همراه باشد (Osmani, 2025). فرهنگ عامه و تولیدات رسانه‌ای روزمره نیز در شکل‌دهی نگرش‌های سیاسی نسل جوان نقش دارند و فیلم، موسیقی، بازی‌های دیجیتال و اینفلوئنسرها می‌توانند به‌طور غیرمستقیم در جامعه‌پذیری و جهت‌دهی سیاسی مشارکت کنند (Jangizehi et al., 2024). شواهد مربوط به رفتار رأی‌دهی نیز نشان داده‌اند که فعالیت‌هایی مانند دنبال‌کردن صفحات سیاسی، عضویت در گروه‌های آنلاین و اشتراک‌گذاری محتوا با نگرش‌ها و تصمیم‌های انتخاباتی جوانان مرتبط است (Iqbal et al., 2024). در عین حال، تأثیر رسانه دیجیتال بر کنش سیاسی به زمینه اجتماعی وابسته است و ممکن است در محیط‌های برخوردار از سرمایه اجتماعی و سازمان‌دهی مدنی به مشارکت سازنده‌تر و در شرایط ضعف اعتماد اجتماعی به پراکندگی و ناکارآمدی کنش‌ها منجر شود (Hansen et al., 2025).

در ایران نیز پیوند میان رسانه‌های نوین، نسل جوان و رفتار سیاسی طی سال‌های اخیر برجسته‌تر شده است. مطالعات نشان می‌دهند فضای مجازی در تغییر الگوهای کنشگری و مشارکت انتخاباتی نسل جوان نقش داشته و مشارکت را از قالب‌های صرفاً سنتی به اشکال شبکه‌ای و دیجیتال سوق داده است (Golafshannia et al., 2025). بررسی کنشگری نسل Z در ایران نیز نشان می‌دهد رسانه‌های اجتماعی فضایی مهم برای بیان مطالبات، سازمان‌دهی ارتباطات و بازنمایی هویت سیاسی این نسل فراهم کرده‌اند (Abou Karam, 2023). همچنین برخی پژوهش‌های داخلی، رسانه‌های اجتماعی را عاملی مؤثر در افزایش آگاهی سیاسی و گسترش اشکال جدید مشارکت مدنی معرفی کرده‌اند

(Behrouzi, 2025). در شرایط بحران و تعارض نیز رسانه‌ها می‌توانند در شکل‌گیری ادراک تهدید، همبستگی جمعی و سرمایه اجتماعی نقش‌آفرین باشند (Ghorbani, 2025). این وضعیت نشان می‌دهد پیامدهای رسانه‌های نوین الزاماً منفی یا مثبت نیستند، بلکه برآیند تعامل میان ساختار رسانه، نوع محتوا، ویژگی‌های مخاطب و زمینه سیاسی و اجتماعی هستند.

هم‌زمان، ادبیات داخلی بر آسیب‌پذیری نسل جوان در برابر جنگ شناختی و ضرورت توسعه سازوکارهای مقاومت شناختی تأکید کرده است. مطالعات متمرکز بر نسل Z در ایران، ضعف سواد رسانه‌ای، ویژگی‌های فرهنگی و شدت حضور در فضای مجازی را از عوامل مؤثر بر میزان مواجهه و اثرپذیری از عملیات شناختی دانسته‌اند (Rezaei & Ebrahimi, 2024). در تحلیل‌های نظری داخلی نیز جنگ شناختی به‌عنوان تلاشی برای تغییر باورها، ادراکات و رفتارهای سیاسی از طریق تأثیرگذاری بر نظام شناختی جامعه مطرح شده و تقویت تاب‌آوری در برابر آن ضروری دانسته شده است (Eraqi et al., 2022). در تبیین مؤلفه‌های این پدیده نیز تحریف واقعیت، نبرد روایت‌ها، القای ناامیدی و تغییر ادراک عمومی از جمله مؤلفه‌های اساسی مورد توجه قرار گرفته‌اند (Tavassoli Tabaei Zavareh, 2023). بر همین مبنا، راهبردهایی مانند آگاهی‌بخشی، تبیین، تقویت اعتماد و توسعه سواد رسانه‌ای به‌عنوان ابزارهای مواجهه با عملیات شناختی پیشنهاد شده‌اند (Fakouri Rava et al., 2024; Mousavi, 2025). چنین رویکردی نشان می‌دهد مقابله با جنگ شناختی صرفاً مسئله‌ای امنیتی نیست، بلکه مستلزم توسعه ظرفیت شناختی و تحلیلی شهروندان، به‌ویژه جوانان، است.

با وجود حجم رو به رشد مطالعات در زمینه رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی، بخش قابل‌توجهی از تحقیقات، پیامدهای رسانه‌های نوین و جنگ شناختی را به‌صورت جداگانه بررسی کرده‌اند. برخی پژوهش‌ها بر مشارکت، جامعه‌پذیری و هویت سیاسی متمرکز بوده‌اند و برخی دیگر دستکاری ادراک، اطلاعات نادرست یا عملیات شناختی را مورد توجه قرار داده‌اند؛ در نتیجه، هنوز چارچوبی یکپارچه برای توضیح نحوه هم‌افزایی این دو دسته عوامل در شکل‌دهی رفتار سیاسی نسل جوان به‌ویژه در زمینه ایران به اندازه کافی توسعه نیافته است. مرور نظام‌مند مطالعات رسانه‌های اجتماعی و رفتار سیاسی جوانان نیز ضمن تأیید نقش رسانه‌ها در افزایش دسترسی و مشارکت، به وجود پیامدهای متعارضی همچون قطبی‌شدن، اتاق‌های پژواک، اطلاعات نادرست و کاهش اعتماد اشاره می‌کند (Wan Husin & Zainurin, 2025). پژوهش‌های مربوط به رفتار سیاسی جوانان نیز نشان می‌دهند که روابط میان مصرف رسانه‌ای و رفتار سیاسی به زمینه اجتماعی و نوع استفاده وابسته است (Qosja, 2023). از سوی دیگر، مطالعات جدید درباره جوانان و اطلاعات نادرست، همچنان از وجود خلأ در شناخت دقیق واکنش‌های شناختی این گروه حکایت دارند (Kops, 2025). همین پیچیدگی ضرورت عبور از تحلیل‌های تک‌بعدی و حرکت به سوی مدلی را مطرح می‌کند که پیامدهای شناختی، هیجانی، هویتی و مشارکتی را در کنار یکدیگر بررسی کند.

افزون بر این، پژوهش‌های موجود نشان می‌دهند که نسل جوان در برابر رسانه‌های دیجیتال صرفاً مخاطبی منفعل نیست و می‌تواند در شرایط مناسب از همین ابزارها برای افزایش مشارکت، توسعه شبکه‌های مدنی و بیان مطالبات بهره گیرد؛ بنابراین، مسئله اصلی نه حذف یا محدودسازی رسانه‌های نوین، بلکه شناخت سازوکارهایی است که آثار توانمندساز یا آسیب‌زای آن‌ها را تعیین می‌کنند. بررسی مشارکت سیاسی دیجیتال نشان می‌دهد اشکال شبکه‌ای کنش می‌توانند فرصت‌هایی برای فعال‌شدن سیاسی جوانان فراهم سازند (Alodat, 2023; Santos et al., 2025). در مقابل، مواجهه با اطلاعات تحریف‌شده، پیام‌های هیجانی و محیط‌های قطبی می‌تواند جهت این مشارکت را تغییر دهد و به رفتارهای کوتاه‌مدت، واکنشی یا مبتنی بر قضاوت‌های سطحی بینجامد (Adeeb & Mirhoseini, 2023; Vasist, 2023). در نتیجه، اهمیت تحلیلی موضوع در آن است که تغییر الگوهای مشارکت سیاسی، وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها، تضعیف اعتماد و انسجام هویت سیاسی و دستکاری ادراک و رفتارهای واکنشی نه به‌صورت پدیده‌هایی مستقل، بلکه به‌عنوان اجزای به‌هم‌پیوسته یک فرآیند مورد مطالعه قرار گیرند.

بر این اساس، خلأ اصلی پژوهشی را می‌توان فقدان تحلیل منسجم و اولویت‌بندی‌شده از مجموعه پیامدهای رسانه‌های نوین و جنگ شناختی بر رفتار سیاسی نسل جوان دانست؛ خلأیی که در شرایط گسترش سریع فناوری‌های ارتباطی، توسعه ابزارهای هوش مصنوعی، شخصی‌سازی فزاینده محتوا و افزایش پیچیدگی عملیات اطلاعاتی اهمیت بیشتری یافته است. شناخت اینکه کدام پیامدها در سطح شناختی، هیجانی، هویتی و رفتاری از اهمیت بیشتری برخوردارند، می‌تواند علاوه بر توسعه ادبیات نظری ارتباطات سیاسی، مبنایی برای طراحی برنامه‌های سواد رسانه‌ای، آموزش تفکر انتقادی، تقویت تاب‌آوری شناختی و تدوین سیاست‌های متناسب با ویژگی‌های نسل جوان فراهم کند. این ضرورت با توجه به یافته‌های مرتبط با تأثیر رسانه‌های دیجیتال بر مشارکت، هویت و تصمیم‌گیری سیاسی و نیز تحول ماهیت عملیات شناختی در محیط رسانه‌ای معاصر برجسته‌تر می‌شود (Conde, 2025; Deppe & Schaal, 2024; Paziuk et al., 2025; Venus et al., 2025). از این منظر، تحلیل هم‌زمان رسانه‌های نوین و جنگ شناختی می‌تواند تصویر دقیق‌تری از سازوکارهای جدید شکل‌دهی به رفتار سیاسی نسل جوان ارائه کند و پیوند میان ساختار رسانه‌ای، فرآیند شناختی و پیامد سیاسی را روشن سازد.

هدف پژوهش حاضر تحلیل کیفی اسنادی و اولویت‌بندی پیامدهای رسانه‌های نوین و جنگ شناختی بر رفتار سیاسی نسل جوان است.

روش‌شناسی

به طور کلی روش های تحقیق در علوم رفتاری را می توان با توجه به دو ملاک هدف تحقیق و نحوه گردآوری داده ها، طبقه بندی نمود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی از نوع همبستگی می باشد. این پژوهش توصیفی است، زیرا هدف آن توصیف عینی، واقعی و منظم حوادث، رویدادها و موضوعات مرتبط با حیطه پژوهش است. تحقیق توصیفی تحقیقی است که هدف آنها توصیف شرایط یا پدیده های مورد بررسی است. این تحقیق از جمله تحقیقات کاربردی بوده که برای پیشبینی رفتار نسل جوان طراحی شده است. از لحاظ عدم دسترسی به آزمایشگاه نیز در زمره تحقیقات توصیفی می باشد. از حیث ماهیت تحقیق نیز منجمله تحقیقات ارزیابی بشمار می رود. اطلاعات و داده های مورد نیاز در این تحقیق به روش کتابخانه ای که اطلاعات مورد نیاز جهت تدوین مبانی نظری تحقیق که مرحله مهمی از یک کار تحقیقاتی را شامل می شود، با مراجعه به مراکز مختلف دانشگاهی، تحقیقاتی و با مطالعه نشریات معتبر علمی داخلی و خارجی و مجموعه مقالات موجود و گزارشات و نتایج مطالعات طرحها و پروژه ها و سوابق تحقیقات صورت گرفته مورد بازبینی قرار خواهد گرفت. همچنین با استفاده از شبکه اینترنت و مراجعه به سایت‌های مرتبط مطالب مورد نظر استخراج و استفاده خواهد شد. جهت تجزیه تحلیل اطلاعات از تکنیک تحلیل محتوا استفاده شده است.

یافته‌ها

ازآنجاکه هدف این پژوهش شناسایی پیامدهای رسانه‌های نوین و جنگ شناختی بر رفتار سیاسی نسل جوان است، تجزیه‌وتحلیل یافته های این فصل بصورت تجزیه و تحلیل یافته های کیفی انجام می‌شود. در واقع متغیرهای مورد نیاز مدل پژوهش از اسناد و مقاله ها استخراج شده و روابط بین آنها تعیین می‌گردد. در راستای تحلیل داده‌ها، ابتدا روایی پژوهش مطابق روش لینکلن و گوبا (۱۹۸۰) و پایایی پژوهش براساس روش توافق درونی بررسی شده، سپس آمار توصیفی اسناد و مقاله شوندگان ارائه گردیده و سپس به تحلیل داده‌ها، جهت استخراج کدها و مقوله‌ها و روابط بین آنها در نرم افزار مکس کیودا پرداخته شده است. در پژوهش حاضر جهت بررسی روایی پژوهش از روش لینکلن و گوبا (۱۹۸۰) که بر اساس چهار عنصر قابلیت انتقال، قابلیت اعتبار، قابلیت اعتماد و قابلیت تایید شکل گرفته و روایی ابزار را تایید نمود، استفاده گردید.

جدول ۱

روایی پژوهش طبق روش لینکلن و گوبا (۱۹۸۰)

شاخص	فرایند
قابلیت انتقال[1]	نظرسنجی از خبرگانی که در تحقیق حاضر شرکت نداشتند.
قابلیت اعتبار[2]	صرف زمان کافی برای پژوهش و تایید داده‌های اسناد و مقاله توسط اسناد و مقاله شوندگان.
قابلیت تایید[3]	مستندسازی و رعایت همه گامهای طی شده در پژوهش و مستندات در فرایندهای پژوهش.
قابلیت اعتماد[4]	ثبت تمام جزئیات و یادداشت همه موارد در مرحله اسناد و مقاله و انجام آن.

جهت ارزیابی پایایی پژوهش از دو نفر که خارج از موضوع پژوهش بودند، پس از توضیحات و آموزشهای لازم درخواست شد که ۵ مورد از اسناد و مقاله‌ها را کدگذاری نمایند تا بتوان میزان پایایی را اندازه گیری و مقایسه نمود.

جدول ۲

پایایی پژوهش با روش میزان اتفاق درونی

اسناد و مقاله	تعداد کد استخراج شده از اسناد و مقاله	تعداد توافقات	درصد اتفاق نظر یا پایایی آزمون
مقاله ۱	۴۳	۳۷	۸۶.۰۵٪
مقاله ۴	۵۱	۴۲	۸۲.۴٪
مقاله ۵	۳۷	۳۰	۸۱.۱٪
مقاله ۹	۳۴	۲۵	۷۳.۵۳٪
مقاله ۱۱	۲۸	۲۳	۸۲.۱٪

همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌شود، میزان توافق درونی برای ۵ اسناد و مقاله بالاتر از ۷۰ درصد می‌باشد که نشان دهنده پایایی قابل قبول برای اسناد و مقاله‌های انجام شده و کدهای استخراجی توسط محقق می‌باشد. به منظور استخراج متغیرهای مورد نیاز مدل پژوهش در حل مسائل حوزه کاری خبرگان، روش‌های متعددی به کار گرفته می‌شود. این روش ها می توانند به طرق گوناگون دسته بندی شوند. یک طریقه رایج، دسته بندی این روش ها بر اساس نحوه دریافت دانش از خبره است. بر این اساس دو دسته ی استخراج مستقیم و استخراج غیرمستقیم دانش مطرح می گردد. روش های مستقیم، به طور مستقیم به درخواست توضیح از خبره در رابطه با چگونگی انجام کار می پردازند. شرط لازم برای اینکه این روش ها به موفقیت دست یابند این است که خبره به اندازه کافی توانایی و رضایت برای به اشتراک گذاری دانش خود داشته باشد. در این روش اطلاعات به سهولت توسط خبره بیان می شوند، البته به غیر از مواردی که خبره به قدری فعالیت مورد نظر را تکرار کرده است که اطلاعات راجع به آن برای خبره بدیهی به نظر می رسند. روش‌های غیرمستقیم به منظور دست یابی به اطلاعاتی به کار گرفته می شوند که به راحتی توسط خبره قابل بیان نیستند. البته دسته بندی روش ها علاوه بر نحوه تعامل با خبره، بر اساس نوع اطلاعاتی که به دست می دهند نیز صورت می گیرد، که در این بخش به آنها اشاره خواهد شد. در این پژوهش از روش مستقیم استفاده شده است و پس از انجام اسناد و مقاله برای درک و استخراج متغیرهای مورد نیاز پژوهش این مفاهیم ابتدا کدگذاری باز، سپس مقوله بندی شده و در نهایت کدگذاری محوری جهت استخراج الگوی پژوهش انجام شده است. با بررسی داده‌های اسناد و مقاله، استخراج سایر مفاهیم نیز به همین ترتیب صورت گرفته است. این فرایند در جدول زیر به طور کامل نشان داده شده است.

[1] Transferability
[2] Credibility
[3] Confirmation
[4] Reliability

جدول ۳

فرایند کدگذاری باز اسناد و مقاله با خبرگان

کد	پیامد شناسایی‌شده	کد	پیامد شناسایی‌شده
پیامدهای رسانه‌های نوین		پیامدهای جنگ شناختی	
NM۱	افزایش سرعت و شدت گردش اطلاعات سیاسی	CW۱	دستکاری ادراک سیاسی
NM۲	شکل‌گیری هویت سیاسی سیال و ناپایدار	CW۲	تضعیف قدرت قضاوت انتقادی
NM۳	افزایش مشارکت سیاسی آنلاین	CW۳	افزایش بی‌اعتمادی نهادی
NM۴	کاهش اعتماد به رسانه‌های رسمی	CW۴	ایجاد سردرگمی شناختی
NM۵	تقویت کنشگری سیاسی شبکه‌ای	CW۵	نهادینه‌سازی روایت‌های رقیب
NM۶	گسترش قطبی‌شدگی سیاسی	CW۶	قطبی‌سازی هدفمند افکار عمومی
NM۷	ساده‌سازی و سطحی‌شدن تحلیل‌های سیاسی	CW۷	فرسایش سرمایه اجتماعی
NM۸	افزایش مواجهه با اطلاعات نادرست	CW۸	القای احساس ناتوانی سیاسی
NM۹	شخصی‌سازی پیام‌های سیاسی	CW۹	عادی‌سازی اطلاعات جعلی
NM۱۰	تضعیف مرجعیت نخبگان سیاسی	CW۱۰	تحریک هیجانات سیاسی منفی
NM۱۱	تقویت سیاست احساسی و هیجانی	CW۱۱	مهندسی اولویت‌های ذهنی
NM۱۲	افزایش فشار اجتماعی مجازی	CW۱۲	تضعیف انسجام هویتی
NM۱۳	تغییر الگوهای بسیج سیاسی	CW۱۳	افزایش کنش‌های سیاسی واکنشی
NM۱۴	هم‌زمانی مصرف سیاسی و سرگرمی	CW۱۴	تغییر جهت‌گیری‌های سیاسی کوتاه‌مدت
NM۱۵	افزایش اثرگذاری اینفلوئنسرهای سیاسی	CW۱۵	کاهش مشارکت سیاسی پایدار
NM۱۶	تضعیف مرزهای خصوصی و عمومی		
NM۱۷	افزایش رفتارهای اعتراضی نمادین		
NM۱۸	بازتعریف مفهوم مشارکت سیاسی		
NM۱۹	کاهش تحمل دیدگاه‌های مخالف		
NM۲۰	افزایش وابستگی شناختی به پلتفرم‌ها		

همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌شود، ۳۵ مضمون فرعی از دل اسناد و مقاله‌ها شناسایی شدند.

مرحله بعد از شناسایی و استخراج کدها از اسناد و مقاله‌ها، نوبت به تعیین مقوله‌ها و جمع‌بندی مفاهیم می‌رسد. در این بخش با توجه به مفاهیم کدها، مقوله‌ها یا ابعاد اصلی مدل تعیین گردیده است.

جدول ۴

مفاهیم و مضمون های به دست آمده از داده های کیفی

پیامدهای رسانه‌های نوین			پیامدهای جنگ شناختی		
اصلی	مضمون	عناصر تشکیل‌دهنده	اصلی	مضمون	عناصر تشکیل‌دهنده
NM-T۱	دگرگونی الگوهای مشارکت سیاسی	NM۳، NM۵، NM۱۳، NM۱۷، NM۱۸	CW-T۱	دستکاری ادراک و قضاوت سیاسی	CW۱، CW۲، CW۴، CW۱۱
NM-T۲	تضعیف مرجعیت و اعتماد سیاسی	NM۴، NM۱۰، NM۱۶، NM۱۹	CW-T۲	بی‌ثبات‌سازی اعتماد و سرمایه اجتماعی	CW۳، CW۷، CW۱۵
NM-T۳	هیجانی‌شدن و سطحی‌سازی سیاست	NM۷، NM۱۱، NM۱۴، NM۱۵	CW-T۳	مهندسی هیجانات و واکنش‌های سیاسی	CW۸، CW۱۰، CW۱۳
NM-T۴	قطبی‌سازی و فشار اجتماعی مجازی	NM۶، NM۱۲، NM۱۹	CW-T۴	تضعیف هویت و انسجام سیاسی	CW۵، CW۱۲

NM-T۵	وابستگی شناختی و اطلاعاتی	NM۱، NM۸، NM۹، NM۲۰	CW-T۵	عادی‌سازی تحریف و اطلاعات جعلی CW۶، CW۹، CW۱۴

در جدول(۵) نتایج تبدیل کدهای مفهومی به مضمون که در واقع به عنوان شاخص هم در مدل ذکر شده است.

جدول ۵

مفاهیم ومضمون های نهایی

مولفه اصلی	پیامد کلان ۱	عناصر تشکیل‌دهنده
رسانه‌های نوین	تغییر در الگوهای مشارکت و کنش سیاسی	NM-T۱، NM-T۴
	وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها	NM-T۲، NM-T۳، NM-T۵
جنگ شناختی	تضعیف اعتماد و انسجام هویت سیاسی	CW-T۱، CW-T۲، CW-T۴
	دستکاری ادراک و رفتارهای واکنشی	CW-T۳، CW-T۵

فرایند جمع آوری داده ها تا جایی ادامه پیدا می کند که محقق در داده ها به مرز اشباع برسد و مفاهیم مرتبط با پدیده مورد نظر که توسط اسناد و مقاله شوندگان مختلف مطرح می شوند تکراری شده و مطلب جدیدی به مدل اضافه نشود. جدول زیر چگونگی تحقق این معیار در پژوهش حاضر را نشان می دهد:

جدول ۶

چگونگی تحقق کفایت نظری

پیامدهای اصلی	فراوانی کدهای باز	تعداد مفاهیم	تکمیل مفاهیم قبلی	ظهور مقولات جدید	تکمیل مقولات قبلی
تغییر در الگوهای مشارکت و کنش سیاسی	۸۳	۴۵	-	۱۱	
وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها	۶۲	۶۱	۱۶	۳	۲
تضعیف اعتماد و انسجام هویت سیاسی	۶۹	۶۷	۶		۱
دستکاری ادراک و رفتارهای واکنشی	۴۸	۶۹	۲		

در ادامه جهت رتبه بندی از تکنیک فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی استفاده شده که نتایج آن در ادامه آورده شده است:

پس از آنکه جدول مقایسات زوجی با اعداد مثلثی فازی تشکیل شد، با استفاده از روش EA، نسبت بزرگی شاخصها نسبت به هم محاسبه شده و بر اساس آن نیز وزن غیر بهنجار(**w'**)هر شاخص بدست آمده است. اوزان غیر بهنجار، هنجار شده و اوزان بهنجار (W) حاصل شده است. نحوه انجام محاسبات در زیر آمده است :

جدول ۷

ماتریس تصمیم فازی

S۱	۱۷.۰۰۰	۲۵.۰۰۰	۳۳.۰۰۰	۰.۰۰۷	۰.۰۰۸	۰.۰۱۲	۰.۱۱۸	۰.۲۱۲	۰.۳۹۳
S۲	۲۱.۰۰۰	۲۹.۰۰۰	۳۷.۰۰۰	۰.۰۰۷	۰.۰۰۸	۰.۰۱۲	۰.۱۴۶	۰.۲۴۶	۰.۴۴۰
S۳	۱۹.۰۰۰	۲۷.۰۰۰	۳۳.۰۰۰	۰.۰۰۷	۰.۰۰۸	۰.۰۱۲	۰.۱۳۲	۰.۲۲۹	۰.۳۹۳
S۴	۲۷.۰۰۰	۳۷.۰۰۰	۴۱.۰۰۰	۰.۰۰۷	۰.۰۰۸	۰.۰۱۲	۰.۱۸۸	۰.۳۱۴	۰.۴۸۸

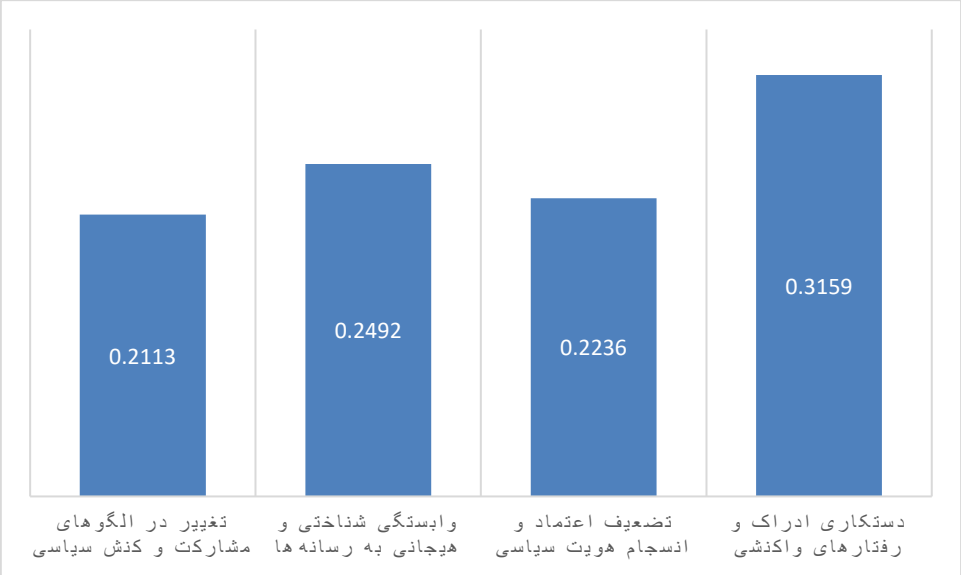
جدول ۸

نتایج اوزان شاخص

	w۱	w۲	w۳	w۴
w	۰.۲۱۱۳	۰.۲۴۹۲	۰.۲۲۳۶	۰.۳۱۵۹

شکل ۱

اولویت بندی متغیرهای شاخص های منابع انسانی



جدول ۸

اولویت بندی متغیرهای اصلی

اولویت	وزن	معیار	ردیف
۴	۰.۲۱۱۳	تغییر در الگوهای مشارکت و کنش سیاسی	۱
۲	۰.۲۴۹۲	وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها	۲
۳	۰.۲۲۳۶	تضعیف اعتماد و انسجام هویت سیاسی	۳
۱	۰.۳۱۵۹	دستکاری ادراک و رفتارهای واکنشی	۴

با توجه به جدول (۸) ملاحظه می گردد با توجه به وزن اصلی بدست آمده بترتیب شاخص های دستکاری ادراک و رفتارهای واکنشی، وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها، تضعیف اعتماد و انسجام هویت سیاسی و تغییر در الگوهای مشارکت و کنش سیاسی از بیشترین و کمترین اهمیت در گروه برخوردار هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که پیامدهای رسانه‌های نوین و جنگ شناختی بر رفتار سیاسی نسل جوان را می‌توان در چهار محور کلان شامل «دستکاری ادراک و رفتارهای واکنشی»، «وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها»، «تضعیف اعتماد و انسجام هویت سیاسی» و «تغییر در الگوهای مشارکت و کنش سیاسی» سازمان‌دهی کرد. نتایج اولویت‌بندی نیز نشان داد که دستکاری ادراک و رفتارهای واکنشی با وزن ۰.۳۱۵۹ در رتبه نخست قرار دارد و پس از آن وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها با وزن ۰.۲۴۹۲، تضعیف اعتماد و

انسجام هویت سیاسی با وزن ۰.۲۲۳۶ و تغییر در الگوهای مشارکت و کنش سیاسی با وزن ۰.۲۱۱۳ قرار گرفته‌اند. این ترتیب نشان می‌دهد که اثر رسانه‌های نوین و جنگ شناختی بر نسل جوان صرفاً در سطح افزایش یا کاهش مشارکت سیاسی باقی نمی‌ماند، بلکه در لایه‌های عمیق‌تر شناخت، هیجان، اعتماد و نحوه تفسیر واقعیت سیاسی عمل می‌کند. به بیان دیگر، پیش از آنکه تغییر در کنش سیاسی مشاهده شود، ممکن است ادراک فرد از مسائل سیاسی، منابع معتبر، تهدیدها، گروه‌های اجتماعی و حتی اولویت‌های ذهنی او بازآرایی شده باشد. چنین برداشتی با ادبیات جدید جنگ شناختی همسو است که میدان اصلی این نوع منازعه را ساختارهای ادراکی و تصمیم‌گیری انسان می‌داند (Conde, 2025; Deppe & Schaal, 2024; Marjanović & Smiljanic, 2025).

مهم‌ترین یافته پژوهش، قرار گرفتن «دستکاری ادراک و رفتارهای واکنشی» در جایگاه نخست بود. این نتیجه نشان می‌دهد که عملیات رسانه‌ای و شناختی می‌تواند بیش از هر چیز، نحوه فهم و تفسیر رویدادهای سیاسی را دگرگون کرده و زمینه بروز واکنش‌های سریع، هیجانی، کوتاه‌مدت و بعضاً ناپایدار را فراهم سازد. در محیط‌های دیجیتال، کاربران با حجم زیادی از روایت‌های متعارض، محتوای احساسی، تصاویر دستکاری‌شده، اطلاعات ناقص و اخبار نادرست روبه‌رو هستند و همین وضعیت می‌تواند ظرفیت قضاوت تحلیلی را کاهش دهد. یافته حاضر با پژوهش پازیوک و همکاران همسو است که نشان دادند روایت‌های دستکاری‌شده در جنگ شناختی از طریق تکرار، بازترکیب اطلاعات و انتشار هدفمند می‌توانند درک جمعی و تصمیم‌گیری را تغییر دهند (Paziuk et al., 2025). همچنین مطالعه دپه و شال نشان می‌دهد جنگ شناختی بر ادراک، توجه و تصمیم‌گیری مخاطبان متمرکز است و هدف آن تغییر رفتار بدون استفاده مستقیم از اجبار فیزیکی است (Deppe & Schaal, 2024). نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های محمدی فاتح و همکاران نیز سازگار است که جنگ شناختی را تلفیقی از عملیات ادراکی، اطلاعاتی و روانی معرفی کرده و تغییر نگرش و رفتار را از اهداف محوری آن دانسته‌اند (Mohammadi Fateh et al., 2024). از این منظر، رتبه بالای دستکاری ادراک در پژوهش حاضر منطقی است، زیرا در محیط رسانه‌ای جدید، کنترل برداشت‌ها و چارچوب‌های تفسیری می‌تواند پیش‌شرط تغییر سایر ابعاد رفتار سیاسی باشد.

بخش دیگر این یافته، یعنی شکل‌گیری رفتارهای واکنشی، نیز با پژوهش‌های مرتبط با محتوای هیجانی و اطلاعات نادرست مطابقت دارد. ادیب و میرحسینی نشان داده‌اند که هیجان می‌تواند نحوه ادراک اخبار جعلی را تغییر دهد و محتوای دارای بار عاطفی، ارزیابی شناختی کاربران را تحت تأثیر قرار دهد (Adeeb & Mirhoseini, 2023). همچنین یافته‌های عثمانی درباره اثر پوپولیسم سیاسی در رسانه‌های اینترنتی نشان داد که مواجهه جوانان با پیام‌های قطبی‌کننده می‌تواند خصومت، واکنش‌های هیجانی و نگرش‌های ساده‌سازی‌شده نسبت به مسائل پیچیده را افزایش دهد (Osmani, 2025). از سوی دیگر، مطالعه اصغر و همکاران نیز بیان می‌کند که محتوای تصویری و احساسی می‌تواند بیش از محتوای تحلیلی، واکنش سیاسی کوتاه‌مدت را تحریک کند (Asghar et al., 2025). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که جنگ شناختی از طریق برانگیختن هیجان، کاهش فرصت پردازش تحلیلی و برجسته‌سازی انتخابی اطلاعات، رفتار سیاسی را از الگوهای سنجیده و پایدار به سمت واکنش‌های سریع‌تر سوق می‌دهد. این موضوع برای نسل جوان که بخش قابل‌توجهی از تعاملات سیاسی خود را در فضای آنلاین تجربه می‌کند، اهمیت بیشتری دارد.

دومین پیامد از نظر اهمیت، «وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها» بود. این یافته بیانگر آن است که رسانه‌های نوین تنها کانال دریافت اطلاعات نیستند، بلکه می‌توانند به مرجع اصلی تفسیر رویدادها و تنظیم واکنش‌های سیاسی تبدیل شوند. وابستگی شناختی زمانی رخ می‌دهد که فرد برای فهم مسائل سیاسی به‌طور مستمر به پلتفرم‌ها، جریان‌های خبری و شبکه‌های اجتماعی رجوع کند و چارچوب‌های تحلیلی خود را بر اساس محتوای ارائه‌شده در این فضاها بسازد. وابستگی هیجانی نیز زمانی تقویت می‌شود که کاربران از طریق واکنش‌های جمعی، تأیید اجتماعی، ترندها و محتوای برانگیزاننده، احساسات سیاسی خود را تنظیم کنند. این یافته با مطالعه نگوین و همکاران همسو

است که نشان داد مواجهه با اخبار جعلی در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند با پیامدهای روانی و شناختی در نوجوانان و جوانان همراه باشد (Nguyen et al., 2025). همچنین مطالعه کپس درباره پاسخ جوانان به اطلاعات نادرست نشان می‌دهد که گروه‌های جوان به‌دلیل ویژگی‌های خاص محیط مصرف رسانه‌ای خود، در معرض الگوهای پیچیده‌ای از پردازش اطلاعات، اعتماد و واکنش به محتوای نادرست قرار دارند (Kops, 2025). مطالعه کارگروه سواد اطلاعات سیاسی نیز بر این نکته تأکید دارد که توانایی ارزیابی منابع و تفکیک اطلاعات معتبر از محتوای جهت‌دار، نقش تعیین‌کننده‌ای در رفتار سیاسی جوانان دارد (Political Information Literacy Working, 2023).

این یافته همچنین با پژوهش‌های مرتبط با الگوریتم‌ها، اینفلوئنسرها و شخصی‌سازی محتوا همخوانی دارد. ونوس و همکاران نشان داده‌اند که اینفلوئنسرها و تبلیغات هدفمند می‌توانند نگرش سیاسی نسل Z را از طریق ترکیب پیام‌های سیاسی با سبک زندگی و هویت روزمره شکل دهند (Venus et al., 2025). جیا و لی نیز نشان دادند محتوای شبکه‌های اجتماعی قادر است بر هویت سیاسی اثر بگذارد و این اثر تحت شرایط خاص اجتماعی و سیاسی تقویت شود (Jia & Lee, 2025). همچنین مولر نشان می‌دهد که تعامل روزمره با هشتگ‌ها و جنبش‌های دیجیتال می‌تواند نقشه‌های شناختی کاربران را تغییر داده و چارچوب‌های ادراکی نسبتاً پایدار ایجاد کند (Mueller, 2025). در نتیجه، وابستگی شناختی و هیجانی به رسانه‌ها را می‌توان حاصل تداوم مواجهه با ساختارهایی دانست که نه‌تنها اطلاعات را عرضه می‌کنند، بلکه تعیین می‌کنند چه چیزی دیده شود، چگونه دیده شود و چه واکنشی نسبت به آن شکل گیرد.

یافته سوم، «تضعیف اعتماد و انسجام هویت سیاسی» بود. این نتیجه نشان می‌دهد که استمرار مواجهه با اطلاعات متعارض، روایت‌های رقابتی، اخبار نادرست و محتوای قطبی می‌تواند اعتماد جوانان به نهادهای سیاسی، رسانه‌های رسمی و نخبگان را کاهش دهد و انسجام هویتی آنان را با چالش مواجه سازد. این یافته با مطالعه واسیست همخوانی دارد که نشان داده اطلاعات نادرست و محتوای نفرت‌محور می‌توانند قطبی‌شدن سیاسی و اجتماعی را تشدید کنند (Vasist, 2023). همچنین مطالعه جیا و لی نشان می‌دهد که ادراک فساد می‌تواند اثر محتوای سیاسی شبکه‌های اجتماعی بر هویت سیاسی را تقویت کرده و جوانان را به سمت بی‌اعتمادی بیشتر سوق دهد (Jia & Lee, 2025). نتایج مطالعه عثمانی نیز از ارتباط میان مواجهه با گفتمان‌های پوپولیستی اینترنتی و کاهش اعتماد به نهادهای سنتی حمایت می‌کند (Osmani, 2025). پژوهش‌های داخلی نیز بر اهمیت اعتماد، انسجام و تاب‌آوری در برابر جنگ شناختی تأکید کرده‌اند و نشان داده‌اند که یکی از اهداف عملیات شناختی می‌تواند تضعیف باورهای مشترک و کاهش سرمایه اجتماعی باشد (Eraqi et al., 2022; Mousavi, 2025).

با این حال، رابطه رسانه‌های نوین با اعتماد و انسجام هویتی الزاماً یک‌سویه و منفی نیست. برخی یافته‌ها نشان می‌دهند که در شرایط بحران، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به تقویت احساس تعلق و سرمایه اجتماعی نیز کمک کنند. برای مثال، قربانی به نقش رسانه‌ها در بازتولید همبستگی و ادراک مشترک تهدید اشاره کرده است (Ghorbani, 2025). همچنین هانسن و همکاران نشان داده‌اند که اثر رسانه‌های دیجیتال بر مشارکت و نگرش سیاسی بسته به زمینه فرهنگی، سطح اعتماد اجتماعی و قدرت نهادهای مدنی متفاوت است (Hansen et al., 2025). بنابراین، می‌توان استنباط کرد که رسانه‌های نوین ذاتاً موجب کاهش اعتماد نمی‌شوند، بلکه نحوه سازمان‌دهی جریان اطلاعات، کیفیت محتوای غالب، سطح سواد رسانه‌ای و وضعیت پیشین اعتماد اجتماعی تعیین می‌کند که نتیجه نهایی به سمت انسجام یا واگرایی حرکت کند. همین نکته اهمیت شرایط زمینه‌ای و توانایی جامعه در ایجاد مقاومت شناختی را برجسته می‌سازد.

چهارمین یافته پژوهش، «تغییر در الگوهای مشارکت و کنش سیاسی» بود. هرچند این مؤلفه در رتبه چهارم قرار گرفت، وزن آن همچنان نشان‌دهنده اهمیت قابل‌توجه آن است. نتایج حاکی از آن است که رسانه‌های نوین الگوهای سنتی مشارکت را تغییر داده و اشکال جدیدی از کنشگری شبکه‌ای، مشارکت آنلاین، بسیج دیجیتال و اعتراض نمادین ایجاد کرده‌اند. این یافته با مطالعات متعدد در زمینه رفتار سیاسی جوانان همخوانی دارد. علودات نشان داده است که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند مشارکت سیاسی جوانان را گسترش دهند (Alodat,

2023) و مطالعه سانتوس و همکاران نیز نشان داده است که شبکه‌های اجتماعی از طریق امکانات سازمان‌دهی، هویت‌یابی و بسیج عاطفی، مشارکت سیاسی جوانان را تقویت می‌کنند (Santos et al., 2025). مطالعه خان و فاطمه نیز بر نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش دموکراسی دیجیتال و مشارکت سیاسی دانشجویان تأکید دارد (Khan & Fatima, 2025). در سطح داخلی نیز نتایج گل‌افشان‌نیا و همکاران نشان داده است که فضای مجازی الگوهای مشارکت سیاسی و انتخاباتی جوانان را از شکل‌های سنتی به الگوهای شبکه‌ای سوق داده است (Golafshannia et al., 2025).

در همین راستا، پژوهش‌های قبلی در ایران نیز نقش رسانه‌های جدید در تغییر جامعه‌پذیری و مشارکت سیاسی را تأیید می‌کنند. احمدپور ترکمانی و همکاران نشان داده‌اند که فعالیت در شبکه‌های اجتماعی با شکل‌گیری الگوهای جدید جامعه‌پذیری سیاسی جوانان مرتبط است (Ahmadpour Torkmani et al., 2020). ابولی و همکاران نیز گزارش کرده‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با تغییر رفتار سیاسی و افزایش گرایش به کنشگری آنلاین همراه بوده است (Abouli et al., 2022). سردارنیا و همکاران نیز نشان داده‌اند رسانه‌های جدید می‌توانند از طریق متغیرهای اجتماعی بر مشارکت سیاسی دانشجویان اثر بگذارند (Sardarnia et al., 2019). همچنین کنعانی‌نسب و همکاران بر ارتباط سبک زندگی و الگوهای مصرف رسانه‌ای با مشارکت سیاسی دانشجویان تأکید کرده‌اند (Kanaaninassab et al., 2020). این شواهد نشان می‌دهد که تغییر در مشارکت سیاسی نه یک پیامد مقطعی، بلکه بخشی از تغییر گسترده‌تر در نحوه جامعه‌پذیری و شکل‌گیری هویت سیاسی نسل جوان است.

از سوی دیگر، یافته پژوهش حاضر مبنی بر تغییر شکل مشارکت باید همراه با توجه به کیفیت این مشارکت تفسیر شود. افزایش فعالیت آنلاین الزاماً به معنای افزایش مشارکت آگاهانه، مستمر و نهادمند نیست. مطالعه براتی نشان می‌دهد که نوع استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند تعیین کند که حضور دیجیتال به مشارکت واقعی منجر شود یا صرفاً در سطح مصرف و واکنش باقی بماند (Barati, 2023). مطالعه آرازاک و عدنان نیز نشان می‌دهد اعتماد سیاسی و نوع استفاده فعال یا منفعل از شبکه‌های اجتماعی در میزان مشارکت رأی‌دهی نقش دارد (Arrazak & Adnan, 2025). همچنین مرور وان حسین و زینورین نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی در کنار افزایش مشارکت، می‌توانند با قطبی‌شدن، اطلاعات نادرست و کاهش اعتماد نیز همراه باشند (Wan Husin & Zainurin, 2025). از این رو، اهمیت پایین‌تر تغییر مشارکت در مقایسه با دستکاری ادراک و وابستگی شناختی در پژوهش حاضر می‌تواند نشان دهد که آنچه در سطح رفتار مشاهده می‌شود، محصول فرآیندهای عمیق‌تری است که پیش‌تر در سطح شناخت، هیجان و اعتماد شکل گرفته‌اند.

در مجموع، نتایج پژوهش حاضر الگویی چندلایه از اثرگذاری رسانه‌های نوین و جنگ شناختی بر رفتار سیاسی نسل جوان ارائه می‌دهد. بر اساس این الگو، اثرگذاری از سطح شناختی و ادراکی آغاز می‌شود، از طریق وابستگی هیجانی و اطلاعاتی تقویت می‌گردد، بر اعتماد و هویت سیاسی اثر می‌گذارد و در نهایت در شکل‌های مختلف مشارکت و کنش سیاسی نمود پیدا می‌کند. این تفسیر با دیدگاه‌هایی که رسانه‌های نوین را صرفاً ابزار انتقال پیام می‌دانند متفاوت است و نشان می‌دهد پلتفرم‌های دیجیتال به محیط‌هایی برای تولید معنا، ساخت هویت و تنظیم رفتار تبدیل شده‌اند. نتایج با مطالعات مربوط به نسل Z و کنشگری دیجیتال نیز سازگار است که نقش رسانه‌ها را در بازتعریف شیوه مشارکت و هویت سیاسی برجسته می‌کنند (Abou Karam, 2023; Nyianle, 2025; Solihat, 2024). همچنین یافته‌های پژوهش درباره خطرات شناختی و هیجانی با مطالعات مربوط به مقابله با جنگ شناختی همسو است که بر تقویت سواد رسانه‌ای، تبیین و افزایش تاب‌آوری شناختی تأکید دارند (Fakouri Rava et al., 2024; Rezaei & Ebrahimi, 2024; Sabzevari et al., 2025; Tavassoli Tabaei Zavareh, 2023). بنابراین، یافته‌های حاضر بر ضرورت نگاه تلفیقی به ارتباطات سیاسی، روان‌شناسی شناختی و مطالعات رسانه

تأکید دارند و نشان می‌دهند که تحلیل رفتار سیاسی نسل جوان در عصر دیجیتال باید فراتر از شاخص‌های ظاهری مشارکت، لایه‌های شناختی، هیجانی و هویتی را نیز دربر گیرد.

محدودیت‌های پژوهش حاضر عمدتاً به ماهیت کیفی و اسنادی آن مربوط است. نخست، یافته‌ها بر اساس تحلیل اسناد، مقالات و مطالعات موجود شکل گرفته‌اند و از داده‌های مستقیم حاصل از مشاهده رفتار واقعی جوانان، مصاحبه عمیق یا پیمایش گسترده استفاده نشده است؛ ازاین‌رو، امکان تعمیم آماری نتایج محدود است. دوم، سرعت بالای تحول فناوری‌های رسانه‌ای، الگوریتم‌ها، هوش مصنوعی مولد و اشکال جدید عملیات شناختی می‌تواند موجب شود برخی الگوهای شناسایی‌شده در بازه زمانی کوتاهی دستخوش تغییر شوند. سوم، مفهوم جنگ شناختی دارای ابعاد نظری و مفهومی متنوعی است و تفاوت در تعاریف و چارچوب‌های مورد استفاده در منابع می‌تواند بر نحوه استخراج و طبقه‌بندی مضامین اثر گذاشته باشد. همچنین، تفاوت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی میان جوامعی که مطالعات مورد بررسی در آن‌ها انجام شده‌اند، امکان انتقال مستقیم همه یافته‌ها به جامعه جوان ایران را محدود می‌کند.

پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با استفاده از طرح‌های آمیخته، یافته‌های کیفی این مطالعه را در نمونه‌های بزرگ جوانان به‌صورت کمی آزمون کنند و روابط میان دستکاری ادراک، وابستگی شناختی و هیجانی، اعتماد سیاسی و انواع مشارکت را در قالب مدل‌های ساختاری بررسی نمایند. انجام مطالعات طولی می‌تواند مشخص کند که مواجهه مستمر با محتوای رسانه‌ای و عملیات شناختی چه پیامدهای پایداری برای اعتماد، هویت و رفتار سیاسی دارد. همچنین مقایسه میان نسل‌ها، گروه‌های تحصیلی، مناطق جغرافیایی و کاربران پلتفرم‌های مختلف می‌تواند تفاوت‌های زمینه‌ای را روشن سازد. بررسی نقش تعدیل‌گر سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی، تاب‌آوری شناختی، اعتماد اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی نیز می‌تواند به توسعه مدل پژوهش کمک کند. افزون بر این، مطالعه اثر الگوریتم‌های توصیه‌گر، محتوای تولیدشده توسط هوش مصنوعی، دیپ‌فیک‌ها و ربات‌های اجتماعی بر قضاوت سیاسی جوانان از اولویت‌های مهم پژوهش‌های آینده است.

از نظر کاربردی، ضروری است برنامه‌های ارتقای سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعات سیاسی از آموزش ساده تشخیص اخبار جعلی فراتر رفته و مهارت‌های تحلیل روایت، شناخت سوگیری‌های شناختی، ارزیابی اعتبار منابع، کنترل واکنش‌های هیجانی و مقایسه دیدگاه‌های متفاوت را دربر گیرد. نهادهای آموزشی می‌توانند آموزش تفکر انتقادی و مقاومت در برابر دستکاری شناختی را در برنامه‌های مرتبط با جوانان ادغام کنند. رسانه‌ها و پلتفرم‌ها نیز باید شفافیت بیشتری درباره نحوه پیشنهاد و شخصی‌سازی محتوا ایجاد کرده و دسترسی کاربران به منابع معتبر را تسهیل کنند. سیاست‌گذاران می‌توانند به جای رویکردهای صرفاً محدودکننده، بر افزایش توانمندی شناختی کاربران، تقویت اعتماد از طریق شفافیت نهادی و فراهم‌کردن فرصت‌های واقعی برای مشارکت سیاسی جوانان تمرکز کنند. همچنین طراحی نظام‌های رصد و هشدار برای شناسایی موج‌های اطلاعات نادرست و روایت‌های دستکاری‌شده می‌تواند به کاهش پیامدهای منفی جنگ شناختی و افزایش تاب‌آوری سیاسی و اجتماعی نسل جوان کمک کند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافعی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

Abou Karam, S. (2023). Social media and the youth activism: The case of Generation Z in Iran. *Rasānah / Journal for Iranian Studies*.

Abouli, A., Haghighi, A. M., & Zarei, G. (2022). The effect of virtual social networks on the political behavior of Iranian citizens (2008–2018). *Geography (Regional Planning)*, *12*(46), 713-732. https://doi.org/10.22034/jgeoq.2022.318871.3462

Adams, Z., & Adams, Z. (2023). (Why) Is misinformation a problem? *International Journal of Communication and Information Studies*.

Adeeb, R. A., & Mirhoseini, M. (2023). The impact of affect on the perception of fake news on social media: A systematic review. *Social Sciences*, *12*(12), 674.

Ahmadpour Torkmani, B., AzKia, M., & Sarokhani, B. (2020). The role of virtual social networks in the political socialization of youth: Emphasis on media access and active users. *Media Studies*, *13*(41), 21-39.

Alodat, A. M. (2023). Social media platforms and political participation: A study of Jordanian youth. *Social Sciences*, *12*(7), 402.

Arayankalam, J. (2021). Relating foreign disinformation through social media to offline violence. *Technological Forecasting and Social Change*.

Arrazak, M., & Adnan, M. (2025). The influence of social media usage and political trust on young voters political participation in Padang City. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, *5*(1), 11. https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2160

Asghar, N., Cheema, A. T., & Muzaffar, M. (2025). The impact of media coverage on political behavior among Pakistani students: A case study of GC Women University Sialkot. *Journal of Development and Social Sciences*, *6*(2), 266-279. https://doi.org/10.47205/jdss.2025(6-II)23

Barati, M. (2023). Casual social media use among the youth: Effects on political participation. *JeDEM — Journal of e-Democracy and Open Government*.

Behrouzi, E. (2025). The impact of social media on political behavior and civic participation in contemporary societies. Seventh International and Eighth National Conference on Law and Political Science,

Bohn, R. (2024). *Impact and effects of informational social media use on political expression*

Conde, J. (2025). The emergence of cognitive intelligence (COGINT) as a framework for modern information operations. *Journal of Information Warfare*.

Deppe, C., & Schaal, G. S. (2024). Cognitive warfare: A conceptual analysis of the NATO ACT cognitive warfare exploratory concept. *Frontiers in Big Data*, *7*, 1452129. https://doi.org/10.3389/fdata.2024.1452129

Eraqi, A., Bidgoli, M., & Rajabi Deh Borzoui, A. (2022). Examining the objectives of enemy cognitive warfare and resilience strategies for countering it with emphasis on Quranic teachings. *Sacred Defense Studies*, *8*(4), 143-162.

Fakouri Rava, H., Ghasemi, H., Aghayan, J., & Ghorbanzadeh Savar, G. (2024). Countering cognitive warfare in Islamic governance: The strategic role of explanatory jihad in the thought of the Supreme Leader. *Governance Principles*, *2*(4), e726722. https://doi.org/10.22034/ah.2025.2062780.1051

Ghorbani, A. (2025). Social capital created for Iran during the twelve-day war with the Zionist regime.

Golafshannia, S., Khosravi, M., Mortazavian, S. A., & Bakhshayesh Ardestani, A. (2025). The role of cyberspace in political activism and electoral participation among young people born in the 1990s: An analysis of changing patterns of political and social participation. *Political-Social Studies of Iranian History and Culture*, *4*(3), 1-13. https://journalspsich.com/index.php/journalspsich/article/view/394

Hansen, T., Taylor, C. K., & Knowles, R. T. (2025). Digital media and political engagement: Shaping youth environmental attitudes and behaviors in four European societies. *Societies*, *15*(11), 300. https://doi.org/10.3390/soc15110300

Iqbal, A., Hassan, S., & Mayo, A. M. (2024). Impact of social media use on voting behavior of youth during general elections-2013. *Journal of Social Signs Review*, *2*(4), 569-593. https://socialsignsreivew.com/index.php/12/article/view/63

Jangizehi, S., Jangidad, N., & Jangizehi, P. (2024). Analysis of the impact of popular culture on political behavior: A study of the younger generation. Second International Conference on New Research in Education,

Jia, N., & Lee, Y. F. (2025). The influence of social media content on political identity with corruption perception as a moderator. *Frontiers in Political Science*, *7*. https://doi.org/10.3389/fpos.2025.1659804

Kanaaninassab, S., Motaghi, E., Roshanayi, A., Shekarbeigi, A., & Mirzaei, K. (2020). A sociological study of the effect of lifestyle on students' political participation: The case of Razi University students in Kermanshah.

Khan, M. Q., & Fatima, B. (2025). *Exploring digital democracy in Pakistan: The impacts of social media on political participation among university students*.

Kops, M. (2025). Young people and false information: A scoping review of research on youth responses to misinformation. *Journal of Communication Research*.

Marjanović, A., & Smiljanic, D. (2025). Cognitive warfare - the human mind as the new battlefield.

Matthes, J. (2022). Social media and the political engagement of young adults: Theoretical perspectives and empirical findings. *Online Media & Government Communication*.

Mohammadi Fateh, A., Arvand, H., & Jokar, A. (2024). A reflection on the theoretical foundations of cognitive warfare based on metasynthesis. *Strategic Management Perspective*, *2*(4), 71-118.

Mousavi, S. M. (2025). Foundations and strategies for countering cognitive warfare in Islamic governance.

Mueller, J. C. (2025). Youth politics and cognitive mapping in the United States: From #OKBoomer to #BlackLivesMatter and #CeasefireNow. *Peace Review*, *37*(1), 217-234. https://doi.org/10.1080/10402659.2025.2456169

Nguyen, T. T., Nguyen, D. C., Nguyen, H. T., Do, H. T., Ngo, T., Pham, A. B. G., Tran, T. Q., Hoang, L. P., Dang, H., Boyer, L., Fond, G., Auquier, P., & Zhang, M. W. B. (2025). Exposure to fake news on social media, coping mechanisms, and mental health impact among Vietnamese adolescents and young adults. *Scientific reports*, *15*, 35117.

Nyianle, J. B. M. (2025). Social media and political participation among youth in African democracies. *Journal of African Social Development*.

Osmani, B. (2025). *Psychological impact of political populism in internet media: A study of perceptions among youth in North Macedonia*. https://ssrn.com/abstract=5287929

Paziuk, A., Lande, D., Shnurko-Tabakova, E., & Kingston, P. (2025). Decoding manipulative narratives in cognitive warfare: a case study of the Russia-Ukraine conflict. *Frontiers in Artificial Intelligence*, *8*, 1566022. https://doi.org/10.3389/frai.2025.1566022

Political Information Literacy Working, G. (2023). Conceptualizing political information literacy among young people. *Journal of Information, Communication & Society*.

Qosja, I. (2022). The impact of social media on youth political behavior. *Polis*, *21*, 14-22. https://doi.org/10.58944/njtx1623

Qosja, I. (2023). The impact of social media on youth political behavior. *UET Political Science Journal*.

Rezaei, D., & Ebrahimi, H. (2024). Identifying factors, challenges, and strategies for countering cognitive warfare with a focus on Generation Z in Iran. *Air Defense Management*, *3*(2), 27-42.

Sabzevari, A. H., Dastmard, S. R., Shokouhi, A. R., Heydarizadeh, Y., Naghdi, M. H., & Khosravi, M. R. (2025). Analysis of the role of media and social networks in hybrid warfare.

Santos, M., Naranjo-Zolotov, M., Nguyen Long, L. A., Acedo, A., Ashofteh, A., & Aparício, M. (2025). Beyond social norms: Exploring the drivers of youth's political participation via social media. *Emerging Science Journal*, *9*(2), 588-602. https://doi.org/10.28991/ESJ-2025-09-02-05

Sardarnia, K., Aminizadeh, S., & Hasanvand, M. (2019). The effect of new media on students' political participation through social variables: The case of Shiraz University students. *Applied Sociology*, *30*(2), 85-100. https://doi.org/10.22108/jas.2018.109527.1307

Solihat, M. (2024). Gen Z communication and political participation in digital environments. International Conference on Social Science,

Tavassoli Tabaei Zavareh, S. A. (2023). Explaining the components of cognitive warfare in Ayatollah Khamenei's political thought. *Journal of Social and Political Cognitive Studies*, *1*(1), 24-41.

Vasist, P. N. (2023). The polarizing impact of political disinformation and hate: A cross-country investigation. *Humanities and Social Sciences Communications*.

Venus, A., Intyaswati, D., Ayuningtyas, F., & Lestari, P. (2025). Political participation in the digital age: Impact of influencers and advertising on Generation Z. *Cogent Arts & Humanities*, *12*(1). https://doi.org/10.1080/23311983.2025.2520063

Wan Husin, W. N., & Zainurin, S. (2025). The role of social media in influencing youth political behavior: A systematic literature review. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, *22*. https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.001763