

عناوين مقترحة

1- العلاقة بين إدمان المقاطع القصيرة وتراجع مدة التركيز المعرفي

2- العلاقة بين التعرض لإعلانات المؤثرين والاندفاع الشرائي لدى المستهلكين الشباب

3- أثر التزييف العميق على مصداقية المحتوى الرقمي لدى الجمهور

4- أثر استخدام منصات التواصل الاجتماعي على تنامي ظاهرة الخوف من فوات الأحداث (FOMO) لدى الشباب