

١ - استخدام الجمهور للمنصات الرقمية في قضاء وقت الفراغ

٢ - تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

٣ - تأثير المحتوى الرقمي على السلوك والقيم الاجتماعية لدى الجمهور