

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی بر توسعه هنر اسلامی در اینستاگرام

چکیده

به دلیل گستردگی حوزه تسلط شبکه‌های اجتماعی مجازی در جوامع امروزی و نیز برخورداری این پدیده از ویژگی سیال بودن و حرکت پویا، لازم است که همگام با رشد و تکامل تکنولوژیکی و محتوایی شبکه‌های اجتماعی مجازی، در ابعاد مختلف، کارکرد آن‌ها، به‌ویژه نقش آن‌ها در توسعه فرهنگ و هنر، در عصر جهانی شدن مطالعات بیشتری صورت بگیرد. از این‌رو، در این مطالعه که با استفاده از یک رویکرد ترکیبی توصیفی-تحلیلی و تکنیک ریاضی AHP انجام گرفته است، ضمن بررسی ادبیات موضوع، عوامل کلیدی توسعه هنرهای اسلامی در ایران، شناسایی و با انجام مقایسات زوجی میزان اهمیت هرکدام از این عوامل نیز از طریق یک مطالعه میدانی تعیین گردید. نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که مجموعاً ۴۵ مؤلفه مهم را در قالب هشت عامل بسیار کلیدی: فردی؛ اقتصادی، ساختاری و کالبدی؛ فرهنگی؛ اجتماعی - محیطی؛ تکنولوژیکی؛ امنیتی و قانونی و نهایتاً حمایت‌های دولتی می‌توانیم برای توسعه هنرهای اسلامی شناسایی و معرفی نماییم. ضرایب اهمیت حاصل از بررسی نظرات خبرگان نشان داد که به ترتیب عوامل فردی، اقتصادی و تکنولوژیکی به ترتیب با اهمیت‌ترین مؤلفه‌های کلیدی جهت توسعه هنرهای اسلامی می‌باشد که در صورت توجه واقعی و دقت به این مؤلفه‌ها، دستیابی به اهداف توسعه فرهنگی و هنری کشور از طریق پلت فرم‌های رایج در فضای مجازی تسهیل و تسریع خواهد شد.

اهداف پژوهش:

۱. شناسایی عوامل کلیدی بر توسعه هنر اسلامی در اینستاگرام.
۲. اولویت‌بندی عوامل کلیدی بر توسعه هنر اسلامی در اینستاگرام با روش AHP.

سؤالات پژوهش:

۱. مهم‌ترین عوامل کلیدی بر توسعه هنر اسلامی در اینستاگرام کدامند؟
۲. عوامل کلیدی بر توسعه هنر اسلامی در اینستاگرام با روش AHP چگونه اولویت‌بندی می‌شوند؟

کلیدواژه‌ها: هنرهای اسلامی، توسعه هنر، فضای مجازی، رسانه‌های اجتماعی، اینستاگرام.

مقدمه

هرچند زمان زیادی از ظهور شبکه‌های اجتماعی فعال در اینترنت نمی‌گذرد، ولی از همان آغاز فعالیت این شبکه‌ها در سپهر مجازی و به‌ویژه از اواسط دهه ۱۹۹۰ بدین‌سو که کاربرد این شبکه‌ها عمومیت یافت، بحث‌های فراوانی پیرامون عملکرد آن‌ها و تأثیراتی که چنین شبکه‌هایی می‌توانند بر کاربران، فرهنگ، هنر و... بگذارند، درگرفته است. به‌واسطه محبوبیت روزافزون و رشد کمی و کیفی این شبکه‌ها به‌نظر می‌رسد که دیگر نمی‌توان چشم‌ها را بر روی تأثیرات گسترده اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و در نهایت، اقتصادی آن‌ها فروبست (رضائیان، ادیسی، ۱۳۹۷: ۳۲).

شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول وب ۲، ارائه‌دهندگان فضایی هستند که به کاربران برای حفظ روابط اجتماعی موجود، پیدا کردن دوستان جدید، شریک و سهام‌شده در تجربیات کمک می‌نمایند؛ بنابراین کاربران در تغییر و تکامل سایت‌ها به‌صورت هدفمند شرکت می‌کنند (Massari, ۲۰۱۰: ۱۰۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی عامل تحولات و تغییرات بسیار مهمی در عصر جدید محسوب می‌شوند. با مطالعه این نکته که در مرحله پیشرفت فناوری‌های ارتباطی، کدام یک از عوامل کلیدی و مشخصه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در حوزه‌های مختلف فرهنگی، هنری، اقتصادی، آموزشی و تربیتی، حتی امنیتی تأثیرگذار است، به درکی واقع‌بینانه‌تر از نقشی که می‌تواند در حوزه‌های اجتماعی داشته باشد بستگی داشته و مسئله بسیار مهمی است که می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. هنگامی که وب به جامعه انسانی راه یافت، کسی تصور این اندازه تغییر و تحول را نمی‌کرد که زندگی به کمک ابزارهای مبتنی وب آسان شود، تاحدی که علی‌رغم آسیب‌های ناشی از آن نتوان زندگی بدون وب را متصور شد (امیری، حبیب‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۱).

امروزه دیگر اینترنت و فضای مجازی به‌طور کامل معنای تولید، آموزش و توسعه هنر را که زیرمجموعه بزرگی از فرهنگ هر کشوری را تشکیل می‌دهد، تغییر داده است. پس از پیدایش اینترنت و متداول شدن آن برای شناخت هنر و ارائه آن، فضاهای هنری کشورها دگرگون شده است. اینترنت و رسانه‌های اجتماعی وسیله و راهی است که به‌واسطه آن، فرهنگ و هنر اقوام مختلف مبادله می‌شود. پیدایش و کاربرد و رشد اینترنت در فضاهای هنری و دانشگاهی کشورهای جهان از سویی منجر به آشنایی کاربران و هنرمندان با رویدادهای هنری بوده و از سوی دیگر وسیله‌ای شد که توانست در سطح کلان خود، هنر ملی کشورها و در سطح خرد خود، هنر افراد را در عرصه جهانی معرفی نماید و از اینروست که در نتیجه شرایط جدید، تحول عظیمی را در هنرهای معاصر، هنرهای سنتی و اسلامی ایجاد نموده است (سندانی، ۱۳۸۴: ۲۶). تردیدی نیست که کارکرد یک پدیده در کشوری در حال توسعه نظیر ایران نمی‌تواند تضمینی برای کیفیت و یا توسعه آن تلقی گردد، و نقش عواملی که در توسعه و گسترش فرهنگ و هنر دخیل هستند نیز بایستی مورد بررسی و کنکاش قرار گیرد. از آنجایی که کارکردهای اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی فعالیت‌های هنری عمدتاً مدیون پدیدآمدن صنعت فرهنگی و پیشرفت و تکامل آن با تحولات فناوری و تکنولوژیک در تولید و عرضه محصولات هنری و در نتیجه فراهم‌شدن امکان مصرف انبوه آن در ارتباط است؛ از این‌رو، شناسایی عواملی که در این راستا می‌توانند که رشد و توسعه هنرهایی همچون هنرهای اسلامی در بستر پلتفرم‌هایی نظیر اینستاگرام را تحت تأثیر قرار داده و موجبات پیشرفت و تعالی آن شوند نیز جهت استفاده بهینه و مؤثرتر نیز بسیار مهم و با اهمیت خواهد بود. باتوجه به ماهیت و خصلت رسانه‌های اجتماعی کاملی نظیر اینستاگرام، فیس‌بوک، لینکدین، توییتر و...، امکان برقراری ارتباطات دو سویه، شکل‌گیری گروه‌های تخصصی و عمومی، مشارکت در موضوعات و بازبودن آن برای

همه امکان‌پذیر بوده و به‌دلیل همین ویژگی‌های مهم، فرصت بسیار مناسبی جهت پاسخگویی به نیازهای هنری نسل فعل و حتی آتی را فراهم آورده است.

درخصوص عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر به‌خصوص در تئاتر، یافته‌ها نشان می‌دهد که عواملی همچون: ۱. توجه ویژه به تولیدات هنری؛ ۲. توجه به هزینه‌های تولید؛ ۳. توجه به توزیع و نوع مخاطب؛ ۴. جلب سرمایه‌گذار خصوصی؛ ۵. توجه به حضور دولت، دخیل می‌باشد (حائری‌زاده، ۱۴۰۱: ۳۳۳). عطارزاده در مطالعه‌ای ضمن بررسی هنرهای اسلامی و سنتی، براساس تعاریف مضمونی، بیان می‌نماید که نبایستی هنر اسلامی صرفاً تغییر نامی برای هنرهای سنتی باشد؛ بلکه گروه‌های آموزشی هنر اسلامی، در کنار هنرهای سنتی، باید بتوانند هنرهای مدرن امروزی را نیز پوشش دهند تا ظرفیتی فراتر از هنرهای سنتی یافته و توسعه بیشتری پیدا نمایند (عطارزاده، ۱۴۰۱: ۳۳۳). قراچورلو و همکاران، در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر در استان آذربایجان شرقی پرداخته شده است. در این پژوهش ضمن اشاره به برخی چالش‌های اصلی در توسعه هنرهای تجسمی، نمایشی، سینمایی و موسیقی در این استان، به عوامل مؤثر بر بهبود وضعیت و توسعه این هنرها می‌پردازد و مواردی چون لزوم فرهنگ‌سازی و آگاه‌سازی، مدیریت صحیح عوامل در فعالیتهای مرتبط با هنر، غنی‌سازی ظرفیت انسانی با افزایش تحصیلات، کارآموزی، مهارت‌آموزی و... را در این بخش عنوان و تشریح می‌کند (قراچورلو و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۰).

توکلیان در گزارشی تحلیلی ضرورت اجتناب‌ناپذیر توسعه فرهنگی و هنری را بررسی نموده و در این رابطه عواملی همچون: توجه به تقاضاها و تمناهای فرهنگی نسل نو، ایجاد تغییرات بنیادی در حوزه فرهنگی، دیده‌شدن ظرفیتهای نوظهور در عرصه علم و نوآوری و در نهایت بهبود و گسترش فضاهای فرهنگی را دخیل دانسته است (توکلیان، ۱۴۰۰: ۶۶). دین‌پرست در مطالعه‌ای به بررسی مفاهیم توسعه هنر و تفاوت آن با توسعه اقتصادی - اجتماعی پرداخته و موضوعات نظری موجود در این رابطه را به‌صورت نظری بیان نموده است (دین‌پرست، ۱۳۸۸: ۱۰۸). نجیب اوغلو توصیه می‌کند که برای خلق آثار و گسترش هنر اسلامی، هنرمند بایستی در استعمال قلم، ماهر و در هندسه، عالم شود؛ تاریخ بسیار بداند؛ نیک به حکیمان اقتدا کند؛ موسیقی، طب، آرای حقوقدانان، نجوم و نظریه افلاک را بشناسد (نجیب اوغلو، ۱۳۷۹: ۴۴). مظلومی، رضایت و قرب به خدا و برآورده کردن اهداف دین را شروط پذیرش آثار گذشته به‌عنوان هنر اسلامی دانسته و برای توسعه و گسترش آن از هنرمند مسلمان امروزی می‌خواهد در چارچوب ساخته‌های هنری خود، ایده‌ها و آرمان‌های مذهبی و الهی را نمودار سازد و پرده‌ای مصور باشد که در آن نمودهای الهی جلوه‌گر شود و هرکدام از آفرینش‌های او القاکننده یک دید مکتبی باشد (مظلومی، ۱۳۶۶: ۱۳۶).

در حالت کلی، بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که پژوهش‌های اجرا شده بیشتر از جنس نظری و تئوریک بوده و به‌صورت ویژه تمرکزی بر ابعاد مختلف توسعه هنر نداشته و به‌گونه‌ای از این امر غفلت شده است. براین‌اساس، نوآوری پژوهش حاضر را می‌توان بدیع‌بودن آن، تمرکز بر میدانی بودن پژوهش و همچنین شناسایی تمامی عوامل کلیدی توسعه هنر و خصوصاً هنرهای اسلامی در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی جدیدی همچون اینستاگرام، توصیف نمود. بایستی توجه داشت که بسط و گسترش فعالیت‌ها، برنامه‌ها و رشته‌های هنری به‌منظور بهره‌مندی گروه‌های وسیعی از مردم از مواهب هنر، مستلزم اتخاذ سیاست‌ها و تدابیر اندیشیده‌ای است که بتواند موجبات رشد و بالندگی و شادابی جامعه را فراهم نماید. حداکثر استفاده از منابع و امکانات و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و دستاوردهای علمی در این زمینه بسیار خطیر و حائز کمال اهمیت است که لازمه آن در ابتدا، شناسایی و تعیین عوامل مؤثر و تأثیرگذار بر آن است. به همین منظور، در این مطالعه سعی می‌شود که به این سؤال اساسی پاسخ داده شود که چه

عواملی در توسعه هنرهای اسلامی در بستر رسانه اجتماعی همچون اینستاگرام دخیل بوده و مهم‌ترین آن کدام‌ها خواهند بود؟

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که مجموعاً هشت عامل بسیار کلیدی: فردی؛ اقتصادی، ساختاری و کالبدی؛ فرهنگی؛ اجتماعی-محیطی؛ تکنولوژیکی؛ امنیتی و قانونی و نهایتاً حمایت‌های دولتی را در طی ۴۵ مؤلفه مهم می‌توانیم برای توسعه هنرهای اسلامی از طریق به‌کارگیری پلتفرم‌های مرتبط با رسانه‌های اجتماعی مجازی شناسایی و معرفی نماییم. ضرایب اهمیت حاصل از بررسی نظرات خبرگان نشان داد که به ترتیب عوامل فردی، اقتصادی و تکنولوژیکی به ترتیب با اهمیت‌ترین مؤلفه‌های کلیدی جهت توسعه هنرهای اسلامی می‌باشد. لذا با نظر گرفتن مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه و گسترش هنرهای اسلامی، بی‌تردید مرزهای هنرهای اسلامی و سنتی درنوردیده شده و مجموعه‌ای خواهد شد که از تمامی رشته‌های هنری اسلامی- ایرانی و حتی نوین نیز پشتیبانی می‌نماید. با این تغییرات، جایگاه هنر اسلامی نسبت به هنرهای سنتی فراتر رفته و علاوه بر گذشته، هنرهای امروزی و حتی آینده را نیز دربر می‌گیرد و فضایی ایجاد می‌کند تا همچون گذشته، بر هر اثر هنری بتوان با دیدگاهی منبعث از اسلام، هنری در راستای معارف و احکام اسلامی خلق و با استفاده توانمندی‌های فضای مجازی و کنترل چالش‌های آن، روزهای خوبی را برای توسعه فرهنگی و هنری کشور شاهد باشیم.

منابع و مأخذ:

- آدرخش، علی محمد. (۱۳۹۱). «رویکردی نظری به تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر تولید ملی و اشتغال در میان جوانان». فصلنامه مطالعات جوانان و رسانه، شماره ۶، ۹۵-۱۱۶.
- آریانی، ابراهیم و همکاران. (۱۳۹۵). «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی». برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۷ (۲۹)، ۴۱-۶۸.
- بشیر، حسین؛ افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان». تحقیقات فرهنگی، ۱۵ (۱)، ۳۱-۶۳.
- ایروین، روبرت. (۱۳۸۹). هنر اسلامی. ترجمه: رویا آزادفر، تهران: انتشارات سوره مهر.
- البهنسی، عقیف. (۱۳۹۱). هنر اسلامی. ترجمه: محمود پورآقاسی، چاپ سوم، تهران: انتشارات سوره مهر.
- امیری، نجات؛ حبیب‌زاده، اصحاب. (۱۳۹۴). «تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی براساس مدل SWOT». فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، شماره ۷، ۳۵-۷.
- بیرو، آلن. (۱۳۶۶). فرهنگ علوم اجتماعی. ترجمه: باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.
- پرایس، کریستین. (۱۳۹۳). تاریخ هنر اسلامی. ترجمه: مسعود رجب‌نیا، چاپ هشتم، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- تالبوت رایس، دیوید. (۱۳۹۳). هنر اسلامی. ترجمه: ماه ملک بهار، چاپ شش، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.

توکلیان، مهدی. (۱۴۰۰). «ضرورتی اجتناب‌ناپذیر به نام توسعه فرهنگی و هنری؛ کدام عوامل دخیل‌اند؟». خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (دهم مرداد، کد خبر ۸۴۴۲۲۳۶۲).

حائری‌زاده، محمدحسین. (۱۴۰۱). «بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر (با تأکید بر هنرهای نمایشی)». پژوهش‌های نوین در مدیریت کارآفرینی و توسعه کسب و کار تابستان ۱۴۰۱ - شماره ۲، ۳۳۹-۳۳۱.

حقیقت، عبدالرفیع. (۱۳۶۹). تاریخ هنرهای ملی و هنرمندان ایرانی. جلد اول، تهران: شرکت موفان و مترجمان ایران.

حسن‌زاده، داود؛ اکرمانی، اصغر. (۱۳۸۸). «بررسی جایگاه توسعه پایدار در اجتماعات روستایی ایران». مجله علمی-پژوهشی نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۷، ۱.

خبرگزاری آریا. (۱۴۰۲). «ضرورت تدوین سند ملی توسعه پایدار هنر کشور». ۲۶ آبان ماه، کد خبر: ۳۳۷۱۲۴۸۸.

دین‌پرست، منوچهر. (۱۳۸۸). «توسعه هنرک متن‌ها و زمینه‌ها». مجله آینه خیال، شماره ۱۲، ۱۰۹-۱۰۸.

علوی، سیدمرتضی. (۱۳۹۶). «مطالعه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی». کنفرانس ملی فناوری‌های نوین در مهندسی برق و کامپیوتر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی استان اصفهان

ذکاء، یحیی. (۱۳۴۲). «موجبات ترقی و توسعه هنر در ایران». نشریه هنر و مردم. سال ۱۳۴۲ - شماره ۱۴.

رضائیان، عالیبه؛ ادیسی، افسانه. (۱۳۹۷). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی و اعتماد اجتماعی بر مصرف فرهنگی نسل چهارم (دهه هشتادی‌ها) با تأکید بر تلگرام، اینستاگرام و توییتر». فصلنامه علمی - پژوهشی. جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۲، ۵۴-۲۹.

رهنما، آذر؛ شریف‌زاده، محمدرضا و مختاباد امرئی، سید مصطفی. (۱۳۹۸). «تبیین تأثیرات اجتماعی تکنولوژی بر هنر اسلامی در عصر جدید براساس نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت». مجله هنر اسلامی، شماره ۴۰، دوره ۱۷، ۱۵۴-۱۴۳.

سندانی، فری‌ناز. (۱۳۸۴). «تأثیر اینترنت در توسعه هنرهای تجسمی معاصر». فصلنامه هنرنامه، پیاپی ۲۶.

عطارزاده، عبدالکریم. (۱۴۰۱). «تحلیلی بر تعریف هنر اسلامی و عملکرد آموزشی امروزین آن». مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی / دوره بیست و ششم، شماره سوم (پیاپی ۹۲)، ۶۴۶-۶۲۷.

فرقانی، محمد مهدی؛ مهاجری، ربابه. (۱۳۹۷). «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان». مطالعات رسانه‌های نوین، ۴(۱۳)، ۲۹۲-۲۵۲.

قاسم‌زاده، مرتضی. (۱۳۹۰). نقش شبکه‌های اجتماعی در تحولات منطقه‌ای و بین‌المللی، پرتال سیاست ما.

قراملکی، فرامرز. (۱۳۸۳). اصول و فنون پژوهش در گستره دین پژوهی. قم: مرکز مدیریت حوزه علمیه.

قراچورلو، نجف؛ نوری، فرامرز؛ قهرمانی، جاوید؛ صمدزاده، سعیده. (۱۴۰۰). «بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر در استان آذربایجان شرقی». سومین دوره «معرفی برترین‌های پژوهشی فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی»، طرح تحقیقاتی برگزیده جشنواره.

کاجی، حسین. (۱۳۹۲). فلسفه تکنولوژی دون آیدی، پاسخی به دترمینیسم تکنولوژیک. تهران: هرمس.

- کلانتری، محبوبه. (۱۳۸۳). تاریخچه کلاه و پوشش سر در ایران. تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
- کنبی، شیلا. (۱۳۹۳). جزییاتی از هنر اسلامی. ترجمه: افسونگر فراست، چاپ اول، تهران: فرهنگسرای میردشتی.
- کونل، ارنست. (۱۳۸۷). هنر اسلامی. ترجمه: هوشنگ طاهری، چاپ هفتم، تهران: انتشارات توس.
- محمودی‌نژاد، هادی؛ تقوایی، علی‌اکبر. (۱۳۸۵). «تأملی در انگاره‌های عرفانی در هنر اسلامی». کتاب ماه هنر، شماره ۱۹، ۱۰۰-۱۹-۶.
- مددپور، محمد. (۱۳۸۴). آشنایی با آرای متفکران درباره هنر. تهران: انتشارات سوره.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۶۹). اهتزاز روح، مباحثی در زمینه زیبایی‌شناسی و هنر. تهران: انتشارات حوزه هنری.
- مظلومی، رجبعلی. (۱۳۶۶). روزنه‌ای به باغ بهشت. تهران: جهاد دانشگاهی.
- نجیب اوغلو، گلرو. (۱۳۷۹). هندسه و تزئین در معماری اسلامی. ترجمه مهرداد قیومی بیدهندی. تهران: انتشارات روزنه.
- هاگه دورن، آنته. (۱۳۹۴). هنر اسلامی. ترجمه: عطیه عصارپور و مسیح آذرخش، تهران: انتشارات یساولی.
- Granemann, S., & Figueiredo, A. (۲۰۱۳). Logística aplicada à exportação - instrumento de competitividade. *Revista Brasileira de Economia de Empresas*, ۱(۱), ۵۱-۶۲.
- Lee, M. C. (۲۰۰۷). A Method of Performance Evaluation by Using the Analytic Network Process and Balanced Score Card, *International Conference on Convergence Information Technology*.
- Massari, L. (۲۰۱۰). "Online social networking": [www. GoogleScholar.com](http://www.GoogleScholar.com).
- Rheingold, H. (۲۰۰۲). *Smart Mobs: The Next Social Revolution: Transforming Cultures and Communities in the Age of Instant Access*, Basic Books.
- Saaty, T. L. (۱۹۸۰). *The Analytic Hierarchy Process: planning, priority setting, resource allocation*. New York: McGraw-Hill International Book Company.
- Stofkova, J., Krejnos, M., Repkova Stofkova, K., Malega, P., and Binasova, V. (۲۰۲۲). Use of the Analytic Hierarchy Process and Selected Methods in the Managerial Decision-Making Process in the Context of Sustainable Development. *Sustainability*, ۱۴, ۱۱۵۴۶. <https://doi.org/10.3390/su141111546>.
- Symm, S. (۲۰۱۶). How much does it really cost to build a tech start-up? Blog, Launch Laboratory (April ۷).
- Toloi, R. C., Reis, J. G. M., Toloi, M. N. V., Vendrametto, O., & Cabral, J. A. S. P. (۲۰۲۲). Applying Analytic Hierarchy Process (AHP) to identify decision-making in soybean supply chains: a case of Mato Grosso production. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, ۶۰(۲), e۲۲۹۰۹۵. <https://doi.org/10.1090/1806-9479,2021,229095>.