

Analysing Platform Business Regulation Controversies with Actor-Network Theory and Cartography of Controversy

Reyhaneh Mirsalari¹*, Nader Razeghi², Javad Soltanzadeh³

1- PhD Student of Science & Technology Policy, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

(Corresponding author: R.mirsalari@umail.umz.ac.ir)

2- Associate Prof, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

3- Assistant Prof, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

Abstract

The development of information technology underpinning the Industrial 4. revolution led to increased platform businesses, which changed the economic model, the business environment, and consumer welfare. Debates about these businesses' benefits and challenges indicate that they are still in question and how to support and regulate them as an application of new science and technology development. The issues of Iranian ride-sharing platform businesses can also develop in line with this question, which has created challenges for policymakers. Since these studies have yet to draw apparent horizons for policymakers, this article aims to explain these issues under controversies, identify the actors, itemize them, and examine their relationships. Therefore, we recognize and analyze a network of actors in this field and their relationships through the Actor-Network Theory. The data of this research, which is related to the period of 1393 to 1400, was collected based on the Cartography of Controversies tool and completed the data with targeted interviews. The results show three cold disputes raised: market entry permits, prohibition of activity in some cities, illegal activity and one hot controversy: dynamic pricing in the regulatory process of platform businesses which have 62, 22, 18 and 17 actors respectively. Furthermore, creating the virtual business union, notification of the regulations, developing the relevant guidelines and issuing the permits have been resolved.

Keywords: Regulation, Cartography of Controversy, Actor-Network Theory, Transportation Platform Businesses, Regulation of Platform Businesses.

How to Cite this Paper:

Mirsalari, S. R., Razeghi, Nader. & Soltanzadeh, J. (2023). **Analysing Platform Business Regulation Controversies with Network Actor Theory and Cartography.** *Journal of Science & Technology Policy*, 16(2), 1-18. {In Persian}. DOI: 10.22034/jstp.2023.11289.1639



بررسی مناقشات تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی از طریق نظریه کنشگر-شبکه و نقشه‌کشی مناقشه

سیده ریحانه میرسالاری^۱ ID، نادر رازقی^۲، جواد سلطانزاده^۳

۱- دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری علم و فناوری، دانشگاه مازندران، ایران.

(نویسنده عهده‌دار مکاتبات: R.mirsalari@umz.ac.ir)

۲- دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، ایران.

۳- استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، ایران.

چکیده

توسعه فناوری اطلاعات و مواجهه با انقلاب صنعتی چهارم همراه با گسترش کسب‌وکارهای پلتفرمی بوده که تغییراتی را بر الگوی اقتصاد، محیط کسب‌وکار سنتی و رفاه مصرف‌کننده اعمال کرده است. مطالعات پیرامون منافع و چالش‌های این کسب‌وکارها حکایت از آن دارد که چگونگی حمایت و مشروعیت‌بخشی به آنها به عنوان کاربردی از توسعه علوم و فناوری نوین، مورد سوال است. در ایران نیز، در حوزه کسب‌وکارهای پلتفرمی حمل‌ونقل، این مسئله موجب ایجاد تعارضاتی شده و چالش‌هایی را برای سیاست‌گذاران ایجاد کرده است. صورت‌بندی این تعارضات ذیل مفهوم مناقشات و همچنین شناسایی کنشگران، احصاء مسائل و بررسی روابط بین آنها می‌تواند مفید باشد. از همین رو، در این پژوهش سعی شده است که از طریق نظریه کنشگر-شبکه، کل شبکه کنشگران این حوزه و روابط بین آنها شناسایی و تحلیل شود. داده‌های این پژوهش که مربوط به بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۳ تا سال ۱۴۰۰ است، مبتنی بر ابزار نقشه‌کشی مناقشه جمع‌آوری و به منظور تکمیل داده‌ها، مصاحبه‌های هدفمندی نیز، انجام شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که فرآیند تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی تاکنون با سه مناقشه سرد «مجوز ورود به بازار»، «منع فعالیت در شهرستان»، «فعالیت غیر قانونی» و یک مناقشه گرم «قیمت‌گذاری پویا»، مواجه بوده است که به ترتیب دارای ۶۲، ۲۲، ۱۸ و ۱۷ کنشگر هستند، این مناقشات از طریق ایجاد اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی، ابلاغ آیین‌نامه، تدوین دستورالعمل مربوطه و اعطای مجوز رفع شده است.

کلیدواژه‌ها: تنظیم‌گری، نقشه‌کشی مناقشه، نظریه کنشگر-شبکه، کسب‌وکارهای پلتفرمی حوزه حمل‌ونقل، تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی.

برای استنادات بعدی به این مقاله، قالب زیر به نویسندگان محترم مقالات پیشنهاد می‌شود:

میرسالاری، سیده ریحانه، رازقی، نادر، سلطانزاده، جواد. (۱۴۰۲). بررسی مناقشات تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی از طریق نظریه کنشگر-شبکه و

نقشه‌کشی مناقشه. *سیاست علم و فناوری*، ۱۶(۲)، ۱-۱۸.

DOI: 10.22034/jstp.2023.11289.1639



۱- مقدمه

کسب‌وکارهای پلتفرمی از طریق فضای جدیدی که برای تبادل اطلاعات و خدمات بنا نهاده‌اند، به نیروی محرکه مهمی برای ترویج تغییرات اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده‌اند [۱]. این کسب‌وکارها، فرصت‌هایی را برای افزایش بهره‌وری، افزایش سهم و ارزش بازار و سودآوری ایجاد کرده‌اند [۲-۴]. در ایران نیز همزمان با پیشرفت زیرساخت‌های اینترنتی و موج استقبال کاربران از کسب‌وکارهای پلتفرمی به دلیل بالا بردن امنیت، قیمت‌گذاری مطمئن و مقرون‌به‌صرفه‌تر، شفافیت در سرویس‌دهی و سهولت دسترسی‌پذیری، تاکسیران‌ها با کاهش سود و بازار اشباع شده، مواجه شدند که این مسئله باعث شروع مناقشات بین شرکت تاکسیرانی با شرکت‌های تازه‌وارد اسنپ و تپسی شد. آنها بارها به طرق مختلف اعتراض خود را نسبت به راه‌اندازی این پلتفرم‌های فناورانه نشان دادند [۵-۷]. تعارض، مناقشه، اختلاف، رقابت، ناهماهنگی در تمام نظام‌های اداری و سیاسی موجب کاهش سرمایه اجتماعی و هدر دادن منابع عمومی می‌شود. مشهود است که در چنین شرایطی که در آن پلتفرم‌ها بر بازار سنتی تأثیر می‌گذارند، مداخله‌ی سیاستی گریزناپذیر است [۲ و ۳]. موضوع مهم این است که سیاستگذار در زمان و جایگاه درستی در حوزه پلتفرم‌ها مداخله کند تا مداخلات او تأثیرات مثبت بر حل مناقشات و از آن مهم‌تر منافع عمومی داشته باشد [۱]. از دیگر مسائل این حوزه، عدم ارتباط بین نهادهایی است که سیاستگذاری توسط آنها صورت می‌گیرد، آنها ارتباط مؤثری در راستای بهبود وضعیت کسب‌وکارهای پلتفرمی ندارند و حتی در تضاد با هم هستند. هماهنگی بین نهادهای سیاستگذار، باعث بهبود وضعیت عملکرد کسب‌وکارهای پلتفرمی و در نهایت باعث رونق کسب‌وکار و وضعیت اقتصادی می‌شود. علاوه بر این، نهادها و سازمان‌هایی که به تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی می‌پردازند، جایگاه و رده‌بندی مشخصی ندارند و تمایزی بین

آنها وجود ندارد و هر کدام خود را نسبت به دیگری ارجح می‌دانند [۴].

با توجه به آنچه گفته شد، لازم است برای درک ماهیت تضاد ایجاد شده در حوزه تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی حمل‌ونقل، مسائل و اختلافات بررسی شود و با شناسایی ذینفعان مربوط به آنها، زمینه شناخت و تحلیل رفتار و تعاملات آنها را با هدف ارائه راهکارهایی برای مداخله و سیاستگذاری فراهم ساخت [۶]. البته، تاکنون مطالعاتی پیرامون بررسی شیوه حکمرانی و تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی در ایران [۴ و ۶-۸] و همچنین تحلیل تعارضات و مناقشات در این حوزه با رویکردها و چارچوب‌های تحلیلی متفاوتی [۵ و ۷-۱۰] انجام شده است. با این حال، به منظور شفافیت بیشتر، شناخت و تحلیل این موضوع از جوانب و ابعاد دیگر، انجام مطالعات بیشتر، اثربخش خواهد بود.

با عنایت به موارد ذکر شده، این پژوهش سعی دارد از طریق ابزار نقشه‌کشی مناقشه^۱ مبتنی بر نظریه کنشگر-شبکه^۲ به تحلیل تعارضات مربوط به کسب‌وکارهای پلتفرمی حمل‌ونقل در ایران، از دیدگاه اجتماعی بپردازد تا بتوان ابهام یا خلاء سیاستگذاری در این حوزه را با بینش و بصیرت بیشتری رفع کرد و از پیچیدگی‌های موجود در آن کاست. هدف نقشه‌کشی مناقشه و نظریه کنشگر-شبکه که در نتیجه تحقیقات در فلسفه و جامعه‌شناسی علم شکل گرفتند، ایجاد رابطه بین بافت اجتماعی و پیشرفت علم و فناوری است [۱۱]. نظریه کنشگر-شبکه در پاسخ به تغییرات دائمی در دنیایی که فناوری و علم عمیق‌تر در زندگی مردم جای گرفته‌اند، ایجاد شده و بر دو اصل کلیدی استوار است: نقد مفاهیم سنتی جامعه و اجتماعی برخاسته از جامعه‌شناسی و شناخت قابلیت عاملیت عناصر غیرانسانی که مستقیماً بر ساخت یک اجتماع تأثیر می‌گذارد [۱۲ و ۱۳]. نقشه‌کشی

^۱ Cartography of controversy

^۲ Actor Network Theory (ANT)

بحث برانگیزی در میان بازیگران دارد [۲۳ و ۲۴]؛ در برخی از مطالعات، مناقشات در علم (مناقشه‌های در یک حوزه علمی) به عنوان یک «مشاهده علنی و دائمی» بین دانشمندان درک می‌شود. مناقشات یکی از ویژگی‌های اساسی عملکرد علمی هستند: آنها مسائلی زنده یا جاری هستند که روش‌های پذیرفته شده‌ای، برای حل‌شان وجود ندارد و یا به دلیل وجود فرضیات مفهومی یا روش‌شناختی متفاوتی که بر تفسیر شواهد تأثیر می‌گذارد، حل نشده‌اند [۲۳]. مناقشات علمی را می‌توان از نظر اینکه چه کسانی را درگیر می‌کند و به چه موضوعی مربوط می‌شود، از هم متمایز کرد. وازک [۲۵] در تحلیل خود از مناقشات مربوط به علم، انواع مختلفی از مناقشات علمی را شناسایی کرد: آن‌هایی که در علم هستند، آن‌هایی که در مورد علم هستند و نوع سوم مناقشه که به اختلاف نظر در مورد ماهیت علم مربوط می‌شود. مناقشات در علم، بین دانشمندانی است که بر سر ادعای دانش، اختلاف نظر دارند. مناقشات در مورد ماهیت علم نیز شامل اختلاف نظر بین دانشمندان است، اما محدود به جامعه علمی نیست؛ در واقع، در این دسته مناقشات، ادعاهای دانشی که از جنس هستی‌شناسانه و معرفت‌شناسانه است توسط افراد خارج از جامعه علمی مورد مناقشه قرار می‌گیرد. مناقشات در مورد علم، به نگرانی‌های اخلاقی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، یعنی به یک اختلاف نظر اساسی در مورد ماهیت یک مسئله، مربوط می‌شود که دانشمندان ممکن است بازیگر آن باشند، اما بازیگران دیگری نیز از جمله سیاستمداران، فعالان حوزه و سایرین در آن درگیر می‌شوند. اگرچه این اختلافات توسط علم محدود شده است، اما با استفاده از روش‌های علمی حل نمی‌شود و بیشتر از مناقشات در علم ادامه پیدا می‌کنند. در واقع این نوع مناقشات، مناقشات علمی-اجتماعی‌اند و اگرچه اغلب، با شواهد علمی اطلاع‌رسانی می‌شوند، اما نتیجه مواضع سیاسی و اخلاقی است [۲۶].

مناقشه که مبتنی بر این نظریه توسعه یافته، چارچوبی است که بر تجزیه و تحلیل و توصیف چگونگی ایجاد، توسعه و پایان مناقشه در یک شبکه اجتماعی فنی متمرکز است [۱۴-۱۶]. رویکرد کنشگر شبکه و ابزار نقشه‌کشی مناقشه پیش از این نیز، برای شناسایی و تحلیل مناقشات در شبکه سیاستگذاران [۱۷ و ۱۸] و همچنین تحلیل مناقشات مربوط به کسب‌وکارهای پلتفرمی [۱۹ و ۲۰] مورد استفاده قرار گرفته است.

در پژوهش حاضر، در ابتدا به شکل اجمالی مفاهیم اصلی مرتبط با تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی، نظریه کنشگر شبکه و نقشه‌کشی بررسی خواهد شد. پس از این، بخش عمده مقاله به مباحث روش‌شناختی و تحلیلی اختصاص خواهد داشت و در نهایت نیز نتیجه‌گیری حاصل از تحلیل یافته‌ها برای پاسخ به پرسش‌های اصلی پژوهش که به شرح ذیل است، ارائه می‌شود:

- مناقشه‌های علمی تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی حوزه حمل‌ونقل کدامند؟
- مناقشه‌های علمی تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی حوزه حمل‌ونقل چه ویژگی‌هایی دارند؟

۲- مبانی نظری پژوهش

۲-۱ مناقشات علمی

مناقشات بر سر علم و فناوری، کشمکش بر سر معنا و اخلاق، بر سر توزیع منابع و نیز منبع قدرت و کنترل است [۲۱] و اغلب بیانگر تنش بین استقلال فردی و نیازهای جامعه است. این مناقشات، منعکس‌کننده رابطه دوسویه بین علم و سایر نهادهای اجتماعی از جمله رسانه‌ها و نظام نظارتی هستند. منشأ این مناقشات، اختلاف نظر بر سر نقش مناسب دولت، نگرانی در مورد افزایش نقش خبرگی فنی و ناراحتی از ارزش‌های ابزاری اساسی که برای تلاش‌های علمی قائل می‌شوند، است [۲۲]. علی‌رغم استفاده روزمره از کلمه «مناقشه»، مناقشه در رابطه با علم، معانی متفاوت و

این رو با ظهور یک مدل جدید کسب‌وکار در یک بخش، نقش بازیگران باید مجدداً سازماندهی شود. در واقع «رابطه ناگزیر تنش‌آمیزی بین تنظیم‌گری و نوآوری وجود دارد»، تنظیم‌گری، که در قالب قانون‌گذاری ارائه می‌شود، همیشه از نوآوری عقب مانده است [۸ و ۲۸].

نحوه حل چالش تنظیم‌کننده‌های ارتباط بین نوآوری و تنظیم‌گری، بستگی به نگاه آن‌ها به تنظیم‌گری دارد. دو موضع متضاد نسبت به این ارتباط مطرح است: یکی این موضع که تنظیم‌گری مانع نوآوری علمی و فناوری است و موقعیتی که دولت برای جلوگیری از اثرات جانبی فناوری‌های جدید نیاز به مداخله فعال دارد، با زمینه تئوری منافع خصوصی و نظریه تنظیم منافع عمومی، به هم مرتبط هستند. بر اساس تفکر اقتصادی، حامیان نوآوری بر راحتی فناوری‌های جدید که توسعه اقتصادی و کارایی را به پیش می‌برند، تأکید می‌کنند [۸ و ۹]. در مقابل موضع اول، کسانی که نسبت به نوآوری محتاط هستند، به دلیل اینکه خطرات توسعه علم و فناوری، اغلب دست کم گرفته می‌شود؛ کنترل سیاسی بر جنبه‌های ایمنی و اجتماعی را ضروری می‌دانند [۲۹ و ۳۰]. بر اساس این موضع، هرچه نوآوری‌های علمی و فناوری بیشتر ترویج شود، نیاز به هماهنگی دولت برای حل و فصل مناقشه، بین دو طرف نیز بیشتر می‌شود. با این حال، در عمل، این هماهنگی اغلب چالش‌برانگیز است. مقررات‌زدایی با سازماندهی مجدد نظم صنعتی و القای توزیع مجدد درآمد، سیاست گروه‌های ذینفع را، تشویق می‌کند. گروه‌هایی که از مقررات موجود دولتی سود می‌برند، از نظر سیاسی در برابر مقررات‌زدایی دولت برای حفظ منافع خود، مقاومت می‌کنند [۸ و ۹].

۲-۳ نظریه کنشگر شبکه

پیشرفت فناوری‌های دیجیتال، توسعه روش‌های تجزیه و تحلیل اجتماعی را افزایش داده است؛ به ویژه روش‌هایی مانند نظریه کنشگر-شبکه که مبتنی بر مفهوم شبکه‌ها هستند و امکان بررسی بازیگران شبکه در محیط دیجیتال را در

مطالعات پیرامون مناقشات، منشأ شکل‌گیری یک مناقشه را طیفی از دغدغه‌های سیاسی، اقتصادی و اخلاقی می‌داند. نلکین^۱ [۲۱]، چهار ریشه اصلی یک مناقشه را معرفی می‌کند: اولین نوع، شدیدترین و لاینحل‌ترین تعارضات به پیامدهای اجتماعی، اخلاقی یا مذهبی یک نظریه علمی یا عملکرد پژوهشی مربوط می‌شود. نوع دوم، تنش بین ارزش‌های زیست‌محیطی و اولویت‌های سیاسی یا اقتصادی را آشکار می‌کند. نوع سوم مناقشه، بر خطرات بهداشتی مرتبط با فعالیت‌های صنعتی و تجاری و درگیری‌های ناشی از آن بین منافع اقتصادی و افرادی که نگران خطر هستند، متمرکز است و در نهایت نوع چهارم مناقشه، بر سر کاربردهای فناورانه، منعکس‌کننده تنش بین انتظارات فردی و اهداف اجتماعی و عوام است. در واقع، این مناقشات بر سر مقررات دولتی، در قالب «حقوق» شکل می‌گیرند و حول معرفی علم و فناوری می‌چرخند. مناقشات بر سر علم و فناوری، اغلب بر مسئله کنترل سیاسی بر توسعه و کاربردهای علم متمرکز شده است.

بر اساس آنچه در این بخش ارائه شد، مناقشات مربوط به تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی یک مناقشه علمی از نوع مناقشات در مورد علم و ناشی از کاربردهای علم است.

۲-۲ تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی

توسعه سریع کسب‌وکارهای پلتفرمی نیازمند سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری است. قوانین رقابتی و قوانین مالیاتی باید برای رفع انبوه خلأهای موجود کسب‌وکارهای پلتفرمی بروز شود تا آنها نیز سهم منصفانه‌ای را به جامعه بپردازند. قانون رقابت به منظور رسیدگی به تمایل کسب‌وکارهای دیجیتالی برای ایجاد یک انحصار برنده و نیز برای فراهم ساختن زمین بازی برابر بین کسب‌وکارهای پلتفرمی و سنتی، ضروری است. این کسب‌وکارها اغلب به دلیل اینکه یک فناوری تلقی می‌شوند، خود را ملزم به رعایت مقرراتی که کسب‌وکارهای سنتی با آن مواجه هستند، نمی‌دانند [۲۷]. از

^۱ Nelkin

عضویابی^۵: این مرحله به موقعیتی اشاره دارد که یک نهاد تلاش می‌کند تا هویت سایر کنشگران را از طریق مسئله پردازی خود، تحمیل و تثبیت کند و به دنبال متقاعد کردن سایر کنشگران نسبت به این امر است که، منافع و علائق آنها با مصالح کنشگر کانونی، همراستا است.

علاقه‌مندسازی^۶: در این مرحله، اثبات یا کنار گذاشتن فرضیه‌هایی که کنشگران درباره یکدیگر مطرح کرده‌اند، علاقه آنها را محک می‌زند. یک کنشگر سعی دارد تا با سایر کنشگران، به واسطه مذاکره (اقناع، تهدید و ...) اتحادی را به وجود آورد. یکی از معیارهای مهم به عضویت درآمدن کنشگر در شبکه، این است که کنشگر مذاکره شونده خود را بخشی از راه‌حل ببیند و حضورش را در شبکه الزامی بداند.

بسیج^۷: این مرحله به این موضوع اشاره دارد که، کنشگران بازنمایی شده تا چه اندازه از آنچه «نمایندگان» خود بیان کرده‌اند، پیروی می‌کنند. کنشگرانی که مجرای الزامی گذر و رفع چالش هستند، می‌بایست به عنوان نماینده‌ی تمام کنشگران داخلی خود نیز عمل کنند. در صورت اجرایی نشدن این مرحله، کنشگر نماینده، مشروعیت کافی، جهت رفع مسئله و شبکه‌تبات کافی ندارد.

۳- پیشینه پژوهش

ظهور پلتفرم به منزله یک مدل تجاری یکی از مهمترین تحولات اقتصادی و اجتماعی عصر کنونی است که می‌توان آن را یک «انقلاب» نامید [۹]. به طور کلی، اصطلاح "پلتفرم" در بخش صنعتی به عنوان ابزار نوآوری و سیستم‌های مبتنی بر محصول کاربرد دارد [۳۵]، پلتفرم‌ها به سمت مفهوم ارزش شبکه‌محور حرکت می‌کنند [۳۶] و مبتنی بر اقدامات مشترک کنشگران یک شبکه، تکامل می‌یابند. برخی از محققان برای توضیح پلتفرم‌ها و محیط

طول تعامل‌شان با ابزارها، محتواها و افراد روی وب، فراهم می‌کند [۱۳ و ۳۱]. لاتور^۱ [۱۲]، شبکه‌ای که از انسان و غیرانسان تشکیل شده است را، شبکه اجتماعی-فنی نامیده است. بنیان این نظریه بر آن است که توانایی موجودات انسانی در تشکیل شبکه‌های اجتماعی صرفاً به سبب تعامل آنها با یکدیگر نیست؛ بلکه عوامل غیرانسانی نیز در آن نقش دارند [۳۲]. او اصل تقارن را تعریف می‌کند که براساس آن، محقق هنگام تجزیه و تحلیل یک شبکه، نباید کنشگران انسانی را بر غیرانسان‌ها، برتر بداند و بالعکس. کنشگران به واسطه مذاکره با یکدیگر، پیوندی را شکل می‌دهند که در نهایت منجر به ایجاد یک شبکه منحصربه‌فرد خواهد شد [۳۳].

یکی از مفاهیم کلیدی مورد استفاده در این نظریه، ترجمه^۲ است. به عقیده لاتور و کالون^۳ [۱۱]، چنین فرآیندی شامل تمام اقدامات یک کنشگر است که از طریق آن، حق نمایندگی کسی/چیزی دیگر را به دست می‌آورد؛ و شامل متنوع‌ترین مکانیسم‌ها، از خشونت گرفته تا اعمال ظریف متقاعدسازی دیگران به کمک علم است. ترجمه را می‌توان به عنوان یک فرآیند با چهار مرحله (این مراحل لزوماً از یکدیگر مجزا نیستند و اغلب هم‌پوشانی دارند) توصیف کرد [۳۴]:

مسئله‌پردازی^۴: یک بازیگر کانونی مسئله و شبکه‌ای از کنشگران دیگر را تعریف می‌کند که با چالشی علمی و فناوری مرتبطند، این کنشگر به دنبال تشخیص چالش‌ها، مشخص می‌کند که چگونه این کنشگران با حل مسئله تعریف‌شده، منتفع می‌شوند و انجمن‌های مورد نیاز برای غلبه بر وضعیت موجود را نشان می‌دهد و نقش سایر کنشگران را تعیین و به شناسایی هویت آنها می‌پردازد.

⁵ Interesement

⁶ Enrolment

⁷ Mobilisation

¹ Latour

² Translation

³ Latour and Callon

⁴ Problematization

شامل حکمرانی بر پلتفرم‌ها، حکمرانی در پلتفرم‌ها و حکمرانی به‌واسطه پلتفرم‌ها تقسیم‌بندی کردند. نتایج تحقیق‌شان نشان داد که با وجود نقش عمده پلتفرم‌ها در تنظیم مقررات، پیچیدگی و تغییرات شتابان ابعاد فنی-فرهنگی پلتفرم‌ها، دولت‌های مختلف می‌توانند سیاست‌هایی را در جهت اعمال حاکمیت بر پلتفرم همانند رسمیت بخشیدن به فعالیت آنها درون مرزهایشان و نیز حکمرانی مشترک در پیش بگیرند. نریمانی و همکاران [5]، در پژوهش خود، با بکارگیری چارچوب نهادی استروم، به بررسی وضعیت موجود کشور در حوزه کسب‌وکارهای پلتفرمی به صورت موردی خدمات برخط جابجای درون‌شهری پرداخته و چارچوب نهادی برای تنظیم‌گری مدل‌های جدید کسب‌وکار در ایران ارائه کرده‌اند.

۴- روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر یک پژوهش کیفی است و مورد مطالعه آن تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی حمل‌ونقل است و از ابزار نقشه‌کشی مناقشات، برای دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل داده‌ها، استفاده کرده است. این روش را، برای دستیابی به نمونه‌های معرف و داده‌های وسیع‌تر در بستر اینترنت به کار می‌گیرند [۲۰]. از این‌رو، موتور جستجوی گوگل و فضای عمومی اینترنت به عنوان ابزاری برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفت و واژه‌های کلیدی برای جستجو، دستیابی و انتخاب مناقشه تعریف شد. داده‌های پژوهش بر اساس جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اسناد اولیه مانند سخنرانی‌ها، اخبار و مصاحبه‌های خبری، قوانین و مقررات، آیین‌نامه‌ها و داده‌های ثانویه از وب و شامل کارزارها، اظهارنظرها، وبلاگ‌ها، ویدئوها بود که در آن بازیگران مختلف، اختلاف نظر خود را بیان کردند. با این حال، به منظور دسترسی به حداکثر اطلاعات در مورد عملکرد بازیگران دخیل مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با متخصصان و فعالان این حوزه انجام گرفت، جدول ۱

کسب‌وکار با تکیه بر نظریه اقتصادی بازار دو طرفه، بر جنبه اقتصادی کسب‌وکارها تمرکز کرده‌اند [۳۵ و ۳۷]. کسب‌وکار پلتفرمی را محصولات و خدماتی معرفی می‌کنند که گروه‌هایی از کاربران را در بازار دوطرفه گرد هم می‌آورد. به طور خلاصه، «بازار دو طرفه» شامل «اثر شبکه» و «بوم-سازگان کسب‌وکار»، مفاهیم نظری اصلی و ماهیت کلیدی مدل کسب‌وکار یک پلتفرم هستند. در واقع پلتفرم‌ها به عنوان یک واسطه، بستری را برای انواع تعامل ایجاد می‌کنند (مانند تعامل تأمین‌کننده و خریدار، ارائه‌دهنده و مصرف‌کننده، خریدار و فروشنده) [۳۷ و ۳۸].

از منظر سیاسی، دولت‌ها در گذشته بازیگران مشروع و عمده اعمال حق حاکمیت در عرصه‌های گوناگون بودند [۹]؛ اما توسعه فضای مجازی که نشأت گرفته از افزایش و توسعه کسب‌وکارهای پلتفرمی است، نه تنها حدود اختیارات دولت‌ها و سایر بازیگران را در درون مرزها نامعلوم ساخته بلکه تعارضاتی نیز میان کسب‌وکارهای سستی و نوین نیز، ایجاد کرده است. توسعه مدل‌های فعالیت تجاری پلتفرم‌های در عرصه حمل‌ونقل همچون اسنپ و تپسی نیز از این موضوع مستثنی نبوده‌اند [۸]. محققان و سیاستگذاران بیش از پیش تلاش می‌کنند که شیوه‌های تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی را درک کرده و با بررسی و ارائه چارچوب‌های تنظیم‌گری این حوزه، حل تعارضات به وجود آمده را تسهیل کنند. سلطانزاده و همکاران [۷]، در مطالعه خود، مبتنی بر چارچوب ائتلاف مدافع، تحلیلی بر فرآیند مقررات‌گذاری کسب‌وکارهای پلتفرمی حمل‌ونقل در ایران ارائه کرده‌اند، نتایج مطالعه آن‌ها بیانگر این است که فرآیند تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی با چهار بن‌بست مواجه بوده که در هریک، میانجی‌گرهای متفاوتی برای خروج مؤثر واقع شده‌اند. حسینی و کلانتری [۹]، در پژوهشی به مرور سیستماتیک مطالعات مرتبط با حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین و ارائه دسته‌بندی موضوعی پرداختند و درکل، سیاست‌های مرتبط با حکمرانی پلتفرم‌ها در سه دسته

ردی از کنشگران به جای گذاشته می‌شود [۱۵] که به بررسی مسائل از ابعاد مختلف کمک می‌کند. دو مؤلفه اصلی تشکیل‌دهنده‌ی این چارچوب، مناقشه و کنشگر است که در ادامه شرح داده می‌شود.

الف) مناقشه و انواع آن: تعریف مناقشه برای درک ارتباط بین نظریه شبکه کنشگر و روش نقشه‌کشی مناقشه بسیار مهم است. مناقشه با موقعیت‌های اختلاف تعریف می‌شود که در آن، عوامل انسانی و غیرانسانی در جهت مخالف موضع می‌گیرند و گروه‌های مختلفی را تشکیل می‌دهند تا از یک موقعیت خاص دفاع کنند [۱۲، ۱۶، ۳۹]. مناقشات، موقعیت‌هایی هستند که بازیگران با هم توافق ندارند (یا بهتر است بر سر اختلاف نظرشان توافق کنند). مناقشه زمانی آغاز می‌شود که بازیگران متوجه می‌شوند که نمی‌توانند یکدیگر را نادیده بگیرند و زمانی پایان می‌یابد که بازیگران موفق به ایجاد یک سازش محکم برای زندگی مشترک شوند. هر چیزی بین این دو نقطه را می‌توان یک مناقشه نامید [۱۳].

ب) کنشگران در شبکه: کنشگران دو نقش متفاوت را در یک شبکه ایفا می‌کنند: «وسیله^۱» و «واسطه^۲». ذکر این نکته حائز اهمیت است که این دو نقش، مبنای درک کنش کنشگران در شبکه است. یک «وسیله»، مسئول انتقال معنا بدون تغییر آن است. از سوی دیگر، یک «واسطه» معنا یا عناصری را که قرار است انتقال دهد، تغییر می‌دهد، تحریف و ترجمه می‌کند. توصیف ویژگی‌ها و تأثیرات واسطه‌ها بر شبکه، کار پیچیده‌ای برای محققان است [۱۲].

۲-۴ گام‌های اجرایی پژوهش

طبق چارچوب نقشه‌کشی مناقشه که توسط وتورینی^۳ [۱۳] و [۱۴] ارائه شده است، گام‌های اول و دوم از سه گام زیر برای ردیابی مناقشات و شناسایی کنشگران طی شد که در

اطلاعات مربوط به مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، به کمک ابزار نقشه‌کشی مناقشه، مناقشات و کنشگران حول هر مناقشه شناسایی و به منظور ارائه نتایج، از طریق پارامترهای تحلیلی چارچوب اتخاذ شده و همچنین مبتنی بر نظریه کنشگر-شبکه، شبکه تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. ابزار نقشه‌کشی مناقشه به‌عنوان یک مدل مفهومی معتبر روایی محتوایی و پایایی روایت‌های استخراج شده را تضمین می‌کند.

جدول ۱) اطلاعات مربوط به مصاحبه‌های پژوهش

ردیف	سازمان	تعداد افراد مصاحبه شونده
۱	معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری	۲
۲	وزارت صنعت، معدن و تجارت	۱
۳	وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	۱
۴	شرکت تاکسیرانی تهران	۱
۵	اتحادیه خودرو کرایه و مؤسسات توریستی	۱
۶	شرکت اسنپ	۱

۴-۱- نقشه‌کشی مناقشه

نقشه‌کشی مناقشه به‌عنوان روش اجرایی و کاربردی نظریه کنشگر-شبکه، به دلیل پرسش‌های ناشی از تأملات در علم، فناوری و جامعه توسعه یافته و چارچوبی است که با هدف تجزیه و تحلیل پرسش‌های علمی-فناورانه، سعی در درک نقش عوامل انسانی و غیرانسانی در شبکه اجتماعی- فنی دارد. در این چارچوب، مناقشات موضوع تجزیه و تحلیل هستند زیرا امکان مشاهده پویایی پیوندها و گره‌گشایی‌های شبکه‌های اجتماعی- فنی را، بر اساس نقشی که کنشگران در گفتمان‌های تولید شده خود ایفا می‌کنند، فراهم می‌سازد [۱۳]. ظهور اینترنت به پیشرفت این روش کمک کرده است زیرا با هر تعامل و هر محتوای جدید تولید شده در اینترنت

¹ Intermediate

² Mediator

³ Venturini

- تأثیر^۳: تأثیر بر حسب اندازه، تعداد مخاطبی است که

یک بازیگر می‌تواند به آن دست یابد.

- علاقه‌مندی^۴: میزان تنوع بازیگران و استدلال‌های

مرتبط با هر دیدگاه.

در این پژوهش به کمک دو پارامتر بازنمایی و علاقه‌مندی،

شبکه تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی تحلیل شد.

با توجه به آنچه پیش‌تر ذکر شد، پیش‌فرض محقق این

است که شبکه از افراد، اشیا، اسناد، گفتمان‌ها، ایدئولوژی‌ها

و سایر عناصر غیرانسانی تشکیل شده است.

۵- یافته‌های پژوهش

نقشه‌برداری پژوهش با شناسایی کلمات کلیدی و جستجو

در اینترنت و بررسی رسانه‌ها و پایگاه‌های خبری،

روزنامه‌ها، کارزارها در موتورهای جستجو آغاز شد. کلمات

کلیدی زیر برای جستجو انتخاب شد:

"جدال/چالش/تعارض/مناقشه/بن‌بست + در+کسب‌وکارهای

پلتفرمی/پلتفرم‌ها/سکوها+حمل‌ونقل/مسافران شهری/ جابه

جایی شهری"

پس از شناسایی منابع اصلی اطلاعات، بازیگران در هر منبع

و اظهارات آنها در یک پایگاه داده مستند، کدگذاری و

طبقه‌بندی شد. سپس دیدگاه‌های متفاوت هر بازیگر مورد

بررسی قرار گرفت و بازیگرانی که دارای دیدگاه‌های

مشترک بودند در یک گروه قرار داده شد. در ادامه اسناد،

آیین‌نامه‌ها، قوانین و مقررات و بیانیه‌هایی که بازیگران برای

حمایت از دیدگاه‌های خود بکار گرفته بودند، بررسی شد.

در نهایت، با طی کردن گام‌های نقشه‌کشی مناقشه که پیش‌تر

در بخش روش‌شناسی پژوهش معرفی شد، چهار مناقشه

اصلی «مجوز ورود به بازار»، «قیمت‌گذاری پویا»، «منع

فعالیت در شهرستان» و «فعالیت غیر قانونی» در شبکه

تنظیم‌گری اسنپ و تپسی شناسایی شد. همانطور که در

ادامه یافته‌های آن ارائه شده است.

گام اول: مشاهده و شناسایی یک مناقشه خوب از طریق

شناخت چهار ویژگی پویایی، زمان و مرزها و دسترسی

آسان به داده‌های ضروری حول مناقشه (جدول ۲).

گام دوم: بکارگیری پنج لنز مشاهده زیر:

▪ توجه به بیانیه‌ها و اظهارات که دروازه‌ای به مناقشات هستند.

▪ توجه به ادبیات تخصصی موضوع مناقشه، که در توصیف مناقشات کاربرد دارد.

▪ توجه به متن یا هر سند دیگری که برای تجزیه و تحلیل به عنوان یک عامل قابل درک است، چیزی که برای شبکه اهمیت دارد.

▪ تمرکز بر جریان دائمی پیوندها و باز کردن اتصالات بین فعالان شبکه و ایجاد شبکه اجتماعی-فنی درگیر در مناقشه.

▪ شناسایی نفوذ ایدئولوژی‌ها در شبکه‌ها که بر اساس مشاهده کنشگران و تجزیه و تحلیل نظرات آنها، بدست می‌آید.

گام سوم: بازنمایی مناقشه از طریق بکارگیری ۹ ابزار

وبسایت مناقشه^۱

واژه‌نامه عناصر غیر مناقشه‌ای، مخزن اسناد، تحلیل منابع

علمی، بررسی رسانه‌ها و افکار عمومی، درخت مناقشه

(نقشه برداری از مواضع یا اقدامات مخالف)، مقیاس

اختلافات (مرزها)، نمودار کنشگران-شبکه‌ها، گاهشمار

اختلاف و جدول کیهان، ۹ ابزار مهم برای پرده‌برداری از

مناقشه‌اند که در وبسایت مناقشه معرفی شده است.

در ادامه گام‌های طی شده بالا، به کمک سه پارامتر بازنمایی،

تأثیر و علاقه‌مندی به شرح زیر، که توسط ونتورینی [۱۳] و

[۱۴] معرفی شده است، می‌توان به تحلیل مناقشات و

کنشگران یک شبکه پرداخت.

- بازنمایی^۲: تعداد بازیگرانی که در یک دیدگاه مشترک

هستند.

³ Influence

⁴ Interest

¹ www.mappingcontroversies.net

² Representativeness

غیرانسانی در ۵ دسته متفاوت و ۲۸ کنشگر انسانی درگیر در این ۴ مناقشه بودند که به ترتیب جدول ۴ و شکل ۱ مشخصات هریک را به اختصار ارائه می‌دهد.

جدول ۳ قابل مشاهده است، تنها مناقشه قیمت‌گذاری پویا به نوعی حل نشده است (مناقشه گرم است) و همچنان اختلافاتی میان بازیگران بر سر الگوریتم قیمت‌گذاری تاکسی‌های اینترنتی وجود دارد. به طورکلی ۴۳ کنشگر

جدول ۲) ویژگی‌های مناقشه براساس چارچوب نقشه‌کشی مناقشات (ونتورینی، ۲۰۱۰)

ردیف	ویژگی مناقشه	تعریف ویژگی
۱	پویایی	نشان دهنده وجود مناظره و میانجی‌گری است که می‌تواند بحث مناقشه را تغییر دهد. اگر بحثی وجود نداشته باشد، یا مناقشه به سمت اجماع پیش رود، دیگر مناقشه مناسبی برای تجزیه و تحلیل نیست و از نظر پویایی "سرد" است. سرد و یا گرم بودن یک مناقشه، میزان پویایی اجتماعی آن را نشان می‌دهد. مناقشه‌های خوب همیشه "گرم" هستند، ممکن است تعداد محدودی از بازیگران را درگیر کنند، اما در پی آن احتمالاً اقداماتی در جریان باشد.
۲	مرزها	هنگام ترسیم یک مناقشه، با پیشرفت آن، مجموعه‌ای از کنش‌های به هم پیوسته جدید، گفتمان‌های جدید و کنشگران جدید آشکار می‌شود. بنابراین، اگر محقق بحث یا مناقشه بزرگی را انتخاب کند، نمی‌تواند آن را ترسیم کند (به دلیل کمبود منابع) و یا نقشه‌برداری سطحی خواهد بود. باید از مناقشات بی‌حدوحصر جلوگیری کرد.
۳	زمان	یکی دیگر از عوامل مهم، موقتی بودن یک مناقشه است، این که آیا یک مناقشه در حال انجام است و یا از زمان آن گذشته است، مستقیماً بر پویایی آن و دسترسی آسان به داده‌های ضروری حول مناقشه تأثیر می‌گذارد.
۴	دسترسی آسان به داده‌های ضروری	توجه به دسترسی آسان به داده‌ها برای اطمینان از وجود مطالب کافی برای تجزیه و تحلیل ضروری است، زیرا بدون دسترسی به اسناد، گفتمان‌ها و سایر عناصر بحث‌انگیز، هیچ تحلیلی وجود ندارد.

جدول ۳) مناقشات حوزه حمل‌ونقل پلتفرمی

ردیف	مناقشه	نوع	مدت زمان مناقشه	شیوه حل مناقشه
۱	مجوز ورود به بازار	سرد	دی ۹۴ تا اسفند ۹۵	ایجاد اتحادیه کسب و کارهای مجازی و اعطای مجوز ورود توسط این نهاد
۲	قیمت‌گذاری پویا	گرم	تیر ۹۶ تا کنون	رأی شورای رقابت و اصل نهم آیین‌نامه اجرایی اصل ۴۴ قانون اساسی
۳	منع فعالیت در شهرستان	سرد	دی ۹۶ تا فروردین ۹۷	لغو دستور دادستان کل کشور و تغییر آیین‌نامه قوه قضائیه
۴	فعالیت غیر قانونی	سرد	فروردین ۹۷ تا مرداد ۹۷	توافق طرفین بر تفکیک و اعطای مجوز ورود و مجوز فعالیت

جدول ۴) مشخصات کنشگرهای غیرانسانی حول چهار مناقشه

ردیف	نوع / دسته	کنشگر	نوع مناقشه	نوع
۱		مجوز ورود به بازار	اول	واسطه
۲		مجوز فعالیت	اول	واسطه
۳	سند(مجوز/شکایت/ گواهی)	شکایت سواستفاده از مجوز ورود به بازار	اول	واسطه
۴		شکایت باز پسگیری سهم بازار	اول	وسیله
۵		نشان اعتماد تجارت الکترونیک	اول	وسیله
۶		شکایت پیرامون قیمت‌گذاری تهاجمی	دوم	واسطه
۷		شکایت منع فعالیت در شهرستان	سوم	واسطه
۸		ماده ۱۷ نظام صنفی	اول	واسطه
۹		ماده ۹۱ نظام صنفی	اول	واسطه
۱۰		ماده ۹ قانون توسعه حمل و نقل عمومی و مدیریت سوخت	اول	واسطه
۱۱		بخشنامه دادستانی کل کشور	سوم	واسطه
۱۲		ماده واحده قانون الحاق یک تبصره به ماده واحده قانون راجع به تمرکز امور مربوط به تاکسیرانی شهر تهران زیر نظر شهرداری تهران	اول	واسطه
۱۳		ماده ۷۱ قانون تشکیلات، وظایف و انتخاب شوراهای اسلامی کشور و انتخاب شهرداران	اول	واسطه
۱۴		ماده ۴ و ۵ قانون تأسیس شورای عالی هماهنگی ترافیک شهرهای کشور	اول	واسطه
۱۵		ماده ۳۱ تخلفات رانندگی	اول	واسطه
۱۶	قوانین و مقررات	ماده ۳۲ تخلفات رانندگی	اول	واسطه
۱۷		ماده ۱۶ قانون انتشار و دسترسی آزاد اطلاعات	اول	واسطه
۱۸		ماده ۳ قانون اصلاح مواد	اول	واسطه
۱۹		ماده ۱ و ۶ و ۷ قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی	اول	واسطه
۲۰		مصوبه شورای عالی هماهنگی ترافیک شهرهای کشور جلسه ۱۰۸ مورخ ۱۳۹۳/۴/۲۲	اول	واسطه
۲۱		آییننامه مدیریت حمل و نقل بار و مسافر مصوب ۱۳۸۸	اول	واسطه
۲۲		قانون رفع موانع تولید رقابتپذیری و ارتقای نظام مالی کشور	اول	واسطه
۲۳		اصل شوراهای اسلامی قانون اساسی	اول	واسطه
۲۴		قانون نظام صنفی	اول	واسطه
۲۵		دستورالعمل نظارت بر چگونگی فعالیت ارائه‌دهندگان خدمات هوشمند	چهارم	واسطه
۲۶		خبرگزاری رسمی ایرنا	اول، دوم، سوم، چهارم	وسیله
۲۷	بستر مجازی خبرگزاری/ مصاحبه خبری	خبرگزاری رسمی ایسنا	اول، دوم، سوم، چهارم	وسیله
۲۸		خبرگزاری رسمی فارس	اول، دوم، سوم، چهارم	وسیله
۲۹		خبرگزاری رسمی خبرآنلاین	اول، دوم، سوم، چهارم	وسیله
۳۰		خبرگزاری رسمی تابناک	اول، دوم، سوم، چهارم	وسیله
۳۱		خبرگذاری همشهری آنلاین	دوم	وسیله
۳۲	کارزارها	درخواست ممنوعیت فعالیت تاکسی‌های شهری به‌عنوان تاکسی اینترنتی	اول	وسیله
۳۲		درخواست نظارت بیشتر بر تاکسی‌های اینترنتی	دوم	وسیله
۳۳		تنظیم‌گری فعالانه	اول و دوم	وسیله
۳۴		رعایت رفتار منصفانه در رقابت و قیمت‌گذاری	دوم	وسیله
۳۵	ایدئولوژی‌ها	حفظ حریم خصوصی کاربران	اول	وسیله
۳۶		نقش فعالانه کسب و کارها در تنظیم‌گری	اول	وسیله
۳۷		افزایش نفوذ و مداخله از طریق مجوزهای ورود و فعالیت	اول	وسیله

۵-۱ شناسایی مناقشات کسب‌وکارهای پلتفرمی حمل‌ونقل و کنشگران حول هریک

- مناقشه اول: مجوز ورود به بازار

با ورود اسنپ و تپسی به صنعت حمل‌ونقل، تعارضاتی بین آنان و شرکت‌های تاکسیرانی و آژانس‌ها شکل گرفت. شهرداری‌ها و اتحادیه خودرو کرایه و مؤسسات توریستی نیز نسبت به ادامه فعالیت شرکت اسنپ و تپسی اعتراض کردند؛ زیرا فعالیت آن‌ها را غیرقانونی می‌دانستند. وزارت صمت و وزارت کشور نیز مخالف فعالیت آنها بوده، اما در مقابل، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با ایجاد بستر، فعالیت آنها را تشویق می‌کردند. این تعارض در هیئت دولت طرح و با دستور رئیس‌جمهور جلسه‌ای مشترک با حضور ذینفعان در مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۲ برگزار شد و در نهایت، نهادی جدید با عنوان اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی ایجاد شد.

- مناقشه دوم: قیمت‌گذاری پویا

بعد از گذشت چند ماه از حل اولین مناقشه، در فاصله بهار تا تابستان ۱۳۹۶، اتحادیه خودرو کرایه و مؤسسات توریستی از قیمت‌گذاری تهاجمی اسنپ و تپسی شکایت کردند و این بار شکایت آنها به شورای رقابت کشیده شد. شورای رقابت به عنوان میانجی وارد عمل شده و با شکایت اتحادیه مؤسسات از اسنپ و تپسی، جلسه بررسی در مورخ ۱۳۹۶/۶/۱۳ برگزار و حکم به رد ادعای شاکای داد. در این مناقشه از ظرفیت شورای رقابت، به عنوان دادگاه اصل ۴۴ قانون اساسی در تنظیم‌گری استفاده شد.

- مناقشه سوم: منع فعالیت در شهرستان

با افزایش قلمرو جغرافیایی فعالیت اسنپ و تپسی در سال ۱۳۹۶، تعارض میان بازیگران نوین و سنتی به بالاترین سطح خود رسید. به طوری که شهرداری‌ها، شکایت خود را به قوه قضائیه اعلام کرده و خواهان بستن دفاتر استانی و پلمپ اسنپ شده‌اند. پس از آن در زمستان ۱۳۹۶، مدیران این شرکت جلسات و نامه‌نگاری‌هایی را با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، معاونت علمی و فناوری و وزارت صمت داشتند. ماحصل این جلسات استفاده از ظرفیت قانونی نظام صنفی اما این بار به نفع اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی ذیل وزارت صمت بود که در نامه مورخ ۱۳۹۶/۱۱/۲۸ وزیر صمت به

دادستان کل کشور بدان اشاره شد. دادستان کل کشور نیز در نامه فروردین ۱۳۹۷ خود به دادستان‌های انقلاب و عمومی استان‌ها بستر قانونی رفع محدودیت فعالیت را فراهم آورد.

- مناقشه چهارم: فعالیت غیرقانونی

با اعتراض‌های رانندگان تاکسی در تهران و دیگر شهرستان‌ها، وزیر کشور در نامه‌ای در مورخ ۱۷ مرداد ۱۳۹۷ به رئیس‌جمهور، یکی از محورهای اعتراضی را فعالیت شرکت‌های اسنپ و تپسی معرفی کرد. ارجاع این نامه به معاونت علمی و فناوری و پاسخ معاونت به دفتر رئیس‌جمهور حکایت از وجود تعارض میان دو ائتلاف در سطح بازیگران دولتی تنظیم‌گری داشت. در ابتدا هیئت مقررات‌زایی (با حضور وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، معاونت حقوقی ریاست جمهوری، وزارت صمت، اتاق بازرگانی، شهرداری‌ها، اتحادیه‌های مرتبط، معاونت علمی و فناوری) به‌عنوان میانجیگری برای حل چالش تشکیل شد. در جلسات این هیئت میان مجوز کسب با مجوز فعالیت تمایز برقرار گردید و بنا شد مبتنی بر این منطق، پیش‌نویس آیین‌نامه تنظیم‌گری توسط همه بازیگران تدوین و در مسیر جلسات نهایی گردد. مجموعه جلسات برگزارشده از مرداد ۱۳۹۷ منجر به تدوین «دستورالعمل نظارت بر چگونگی فعالیت ارائه‌دهندگان خدمات هوشمند مسافر مشمول قانون نظام صنفی کشور» در مهر ۱۳۹۸ با امضای وزرای کشور و صنعت، معدن و تجارت و همچنین معاون علمی و فناوری گردید.

۵-۲ تحلیل مناقشات تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی

حوزه حمل‌ونقل

نقشه‌کشی مناقشه، با نگاه کردن به بازنمایی و تأثیر برای هر دیدگاه شروع می‌شود. این کار با ارتباط دادن هر دیدگاه به تعداد بازیگران حامی آن و اندازه‌گیری میزان مخاطبان هر کنشگر انجام می‌شود. نگاشت علاقه‌مندی نیز، با نگاه به تنوع انواع بازیگر در پشت هر دیدگاه انجام می‌شود. جدول ۵ اطلاعات مربوط به بازنمایی و علاقه‌مندی ۴ مناقشه شناسایی شده در بخش‌های قبلی را به طور کامل ارائه می‌دهد. به نظر می‌رسد مناقشه "مجوز ورود به بازار" در مقایسه با سایر مناقشه‌ها، با تعداد ۳۷ واسطه و ۱۳ وسیله، تعداد بیشتری از کنشگران اعم از انسانی و غیرانسانی را دربر دارد؛ این موضوع

جهت حل مناقشه صورت ببخشند. معاونت علمی و فناوری در مرکزیت این شبکه، بعنوان بازیگری محوری به چشم می‌آید که با حمایت از فعالیت اسنپ و تپسی برای رفع تعارضات کسب‌وکارهای پلتفرمی، نقش مؤثری در پایان دادن به تمام مناقشات داشته است. همانطور که در شکل ۱ و جدول ۴ قابل مشاهده است هرچه از زمان آغاز فعالیت اسنپ و تپسی می‌گذرد، تعداد کنشگران کمتری به شبکه اضافه می‌شوند. مناقشه قیمت‌گذاری پویا که بعنوان یک مناقشه گرم تعبیر شد، حاصل تعامل و اختلاف نظر بین تعداد کمتری از واسطه‌های این شبکه است، همانطور که و نتورینی [۱۳] بیان کرد این مناقشه تعداد محدودی از بازیگران را درگیر کرده است، اما در پی آن احتمالاً در آینده اقداماتی در جریان باشد. موضوع مهم دیگری که به چشم می‌آید، تغییر نقش و ایدئولوژی‌های کنشگران و به دنبال آن تغییر مرز شبکه در طی زمان است. یکی از این تغییرات مربوط به تغییر ایدئولوژی وزارت صمت است که بعد از مناقشه اول، با ایجاد اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی، با معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات همراهی می‌شود.

طبق فرآیند ترجمه در نظریه کنشگر-شبکه و با توجه به مرحله مسئله‌پردازی، مسائل اصلی که باعث تشکیل شبکه می‌شود، عدم رعایت حق حریم خصوصی کاربران توسط پلتفرم‌ها، عدم صلاحیت رانندگان کسب‌وکارهای پلتفرمی، فقدان قانونگذار رسمی کسب‌وکارهای پلتفرمی، عدم نظارت توسط دستگاه‌های سیاستگذار بر نحوه فعالیت کسب‌وکارها، تناقض موجود بین قوانین کسب‌وکارهای حوزه حمل‌ونقل است.

بیانگر میزان مقاومتی است که در زمان ظهور یک کسب‌وکار پلتفرمی جدید توسط سایر بازیگران صنعت مربوطه به وجود می‌آید. در این مناقشه، تعداد واسطه حول دیدگاه مخالفین ورود به بازار اسنپ و تپسی بیشتر از واسطه موافقین ورود به بازار است. مناقشه "فعالیت غیرقانونی" با تعداد ۹ واسطه و ۹ وسیله، کمترین تعداد کنشگران را دارد. دلیل بررسی تنوع بازیگر در پشت دیدگاه‌ها این است که تشخیص دهیم کدام دیدگاه‌ها جریان اصلی‌تر و کدام دیدگاه‌ها تنها هستند که تمایل به مخالفت با اکثریت دارند [۱۴]. مطابق جدول ۵، دیدگاه مخالفین ورود به بازار حول مناقشه اول و دیدگاه مخالفین قیمت‌گذاری پویا حول مناقشه دوم بیشترین تنوع بازیگر را داراست. مناقشه چهارم در هر دو دیدگاه مربوط به آن، کمترین تنوع بازیگر را دارد. با توجه به گرم بودن مناقشه قیمت‌گذاری پویا، ممکن است میزان متغیر بازنمایی و علاقه مندی در دیدگاه‌های مختلف یک مناقشه بیانگر این است که بیشتر بودن این مقادیر برای یک دیدگاه دلیلی بر حل شدن تعارض به نفع آن دیدگاه نیست.

با بررسی روابط بین بازیگران شبکه تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرم اسنپ و تپسی (شکل ۱)، مشخص است که معاونت علمی و فناوری با ایفای نقش واسطه در چهار مناقشه، مجموعه شهرداری تهران و وزارت صنعت، معدن و تجارت با ایفای نقش واسطه در سه مناقشه از اصلی‌ترین بازیگران این شبکه به حساب می‌آیند. بر اساس پیش‌فرض تئوری کنشگر شبکه، ضروری است تا کنشگر قانونی شبکه، جهت حل مسئله اقدام به مذاکره با سایر بازیگران کند، همچنین یک یا چند بازیگر، به عنوان کنشگر محوری، اقدام‌های لازم را

جدول ۵) مقایسه مناقشه‌های تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی

ردیف	مناقشه	تعداد واسطه	تعداد وسیله	دیدگاه	بازنمایی	علاقه‌مندی	دسته کنشگر
۱	مجوز ورود به بازار	۳۷	۱۳	مخالف ورود به بازار	۲۱	۶	انسان / سند / قوانین و مقررات / خبر / کارزار / ایدئولوژی
۲	قیمت‌گذاری پویا	۶	۱۲	مخالف با قیمت‌گذاری پویا	۴	۶	انسان / سند / قوانین و مقررات / خبر / کارزار / ایدئولوژی
۳	منع فعالیت در شهرستان	۱۰	۱۱	مخالف فعالیت در شهرستان	۵	۴	انسان / قوانین و مقررات / خبر / ایدئولوژی
۴	فعالیت غیرقانونی	۹	۹	فعالیت قانونی	۵	۲	انسان / خبر
				فعالیت غیرقانونی	۴	۳	انسان / خبر / ایدئولوژی

بازنمایی بودند. مشاهده شد که تا مناقشه چهارم خیلی از این بازیگران تغییر دیدگاه ندادند، اما در نهایت با تشکیل هیئت مقررات‌زدایی و تدوین دستورالعمل نظارت بر چگونگی فعالیت ارائه‌دهندگان خدمات هوشمند، دیدگاه‌ها همراستا شد و به نظر می‌رسد هیئت مقررات‌زدایی به عنوان نماینده تمام کنشگران داخلی خود ایفای نقش کرد.

۶- بحث

با تکیه بر فرآیند ترجمه در نظریه شبکه کنشگر و هریک از گام‌های اجرایی ابزار نقشه‌کشی مناقشه، به منظور پاسخ به پرسش‌های پژوهش، تعارضات شبکه تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی اسنپ و تپسی مورد بررسی قرار گرفت. براساس ویژگی پویایی مناقشه (جدول ۲)، یک مناقشه سرد و یا گرم است؛ اما نتایج این پژوهش نشان داد که یک مناقشه می‌تواند به طور موقت خاموش شود و بعد از مدتی مجدداً گرم شود. مناقشه‌ای با این ویژگی می‌تواند بعنوان یک مناقشه خاکستر تلقی گردد. کنشگران در شبکه هر لحظه ممکن است دست به کنشی بزنند که نه تنها منجر به تغییر مرز شبکه و بزرگتر یا کوچکتر شدن آن شوند، بلکه ممکن است مناقشات قبلی را که موقتاً خاموش شده بودند را گرم کنند.

از نظر ون‌تورینی [۱۳]، مناقشات گذشته تنها در صورتی قابل بررسی هستند که بتوان مشاهدات را به لحظه‌ای که مناقشه در حال انجام بود بازگرداند (ویژگی زمان)، اما نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که داده‌های مربوط به مناقشات جدید شرایطی را برای تحلیل مناقشات گذشته نیز فراهم می‌آورد. او در گام‌های اجرایی نقشه‌کشی مناقشه، به ارتباط بین یک مناقشه با مناقشه دیگر درون یک شبکه نپرداخته است. حضور کنشگران سابق شبکه در مناقشه‌ی جدید می‌تواند دلیلی بر این باشد که مناقشه جدید نشأت گرفته از یک مناقشه در گذشته است. همانطور که در مناقشه دوم، اتحادیه خودرو کرایه و مؤسسات توریستی از قیمت‌گذاری پویا ناراضی خود را اعلام می‌کند، این کنشگر، بعنوان کنشگر ایجادکننده شبکه و مناقشه اول تلقی می‌شود. بررسی ایجاد مناقشه‌های جدید درون یک شبکه و ارتباط آن‌ها با مناقشه‌های گذشته می‌تواند اطلاعات ارزشمندی را در اختیار تحلیلگران قرار دهد. شکل‌گیری یک مناقشه می‌تواند ناشی از نحوه پاسخگویی و حل

در این شبکه، کنشگر کانونی که به دنبال راه‌حل و مرتفع نمودن تعارضات بین کنشگران شبکه باشد و به شناسایی علائق و نقش هریک از آن‌ها بپردازد، وجود ندارد. کنشگر ایجادکننده شبکه، اتحادیه خودرو کرایه و مؤسسات توریستی است که در پی کاهش سود بازار خود، اقدام به شکایت علیه اسنپ و تپسی می‌کند.

براساس مرحله عضوایی، اگرچه به نظر می‌رسد که مناقشه اول که ناشی از ناراضی اتحادیه خودرو کرایه و مؤسسات توریستی و اتحادیه صنف فناوان رایانه از اسنپ و تپسی شکل گرفته بود، با ایجاد اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی، حل شده است، اما شکل‌گیری مناقشه دوم بازهم براساس ناراضی اتحادیه خودرو کرایه و مؤسسات توریستی از قیمت‌گذاری پویا (که همچنان ریشه در کاهش سود آن‌ها دارد)، بیانگر این است که تعارضات پابرجاست و اتحادی بین کسب‌وکارهای سنتی و پلتفرمی حمل‌ونقل همچنان ایجاد نشده است. در واقع عضوایی به علاقه‌مندسازی منجر نشده است. اما با همین تعبیر، در سطح دولت، وزارت صنعت، معدن و تجارت که دیدگاهی مجزا از معاونت علمی و فناوری و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات داشت، بعد از مناقشه اول، با هردوی آن‌ها همراستا شد و نقش یک کنشگر کلیدی را در حمایت از کسب‌وکارهای پلتفرمی ایفا کرد، در واقع علاقه‌مندسازی با تغییر دیدگاه وزارت صمت اتفاق افتاد. در مناقشه دوم مذاکره بین کسب‌وکارها و دولت از جمله مذاکره بین اتحادیه خودرو کرایه و مؤسسات توریستی با دستگاه‌های اجرایی غیرموفق بوده است، دستگاه‌های اجرایی تمایلی به مداخله در قیمت‌گذاری کسب‌وکارهای پلتفرمی نشان ندادند. در مناقشه سوم، تمام مذاکرات مربوط به تعارضات سطح دولت بوده که به صورت موفق انجام شده است. اما همچنان عضوگیری اتفاق نیفتاده و دیدگاه شهرداری تغییر نکرده است.

براساس مرحله بسیج، تلاش بر این است که ثبات در شبکه رخ دهد، می‌توان اذعان داشت، که بعد از مناقشه چهارم، بسیج اتفاق می‌افتد. رانندگان خودروهای عمومی، شرکت‌های تاکسیرانی، مؤسسات خودرو کرایه، رانندگان خودروهای عمومی، شورای شهر تهران، مجموعه شهرداری تهران، وزارت کشور و وزارت صمت همگی در یک دیدگاه و

اما هیچ‌کدام دسته‌بندی شفاف‌تری از نوع نقش‌آفرینان انسانی و غیرانسانی و همچنین میزان بازنمایی و علاقه‌مندی دیدگاه‌های آن‌ها که در این پژوهش، به آن پرداخته شد، ارائه نکرده‌اند. خلیلی و همکاران [۴]، با هدف ارائه چارچوب سیاستگذاری کسب‌وکارهای پلتفرمی، مسائل و آسیب‌های سیاستگذاری از جمله عدم وجود نهاد سیاستگذار و قوانین یکپارچه برای کسب‌وکارهای پلتفرمی را که در یافته‌های این پژوهش در قسمت مسئله‌پردازی فرایند شکل‌گیری شبکه به آن اشاره شد را مدنظر قرار داد. او وجود سیاستگذار رسمی و نظارتی در بوم‌سازگان پلتفرمی و سازمان‌های دولتی و حاکمیتی، توسعه ی شبکه سیاستگذاری، به‌روزرسانی سیاست‌ها و قوانین‌های مربوطه را بعنوان الزامات سیاستی در سیاستگذاری این کسب‌وکارها معرفی می‌کند، اما به کنشگران و ماهیت این شبکه اشاره‌ای ندارد، شفاف شدن نقش کلیدی سازمان‌های دولتی و سایر کنشگران در تنظیم‌گری کسب‌وکارهای در این پژوهش، می‌تواند به چگونگی توسعه شبکه سیاست‌گذاری و شناسایی سیاست‌ها و قوانین مربوطه کمک کند.

ویرا [۲۰]، در یک پژوهش به بررسی مناقشات حول ظهور پلتفرم اوبر (بعنوان یک نوآوری مخرب) در صنعت حمل‌ونقل در برزیل به کمک نظریه کنشگر-شبکه و چارچوب نقشه کشی مناقشه پرداخته است، این پژوهش تنها مناقشات و یک دسته‌بندی از انواع کنشگران را شناسایی کرده است. در صورتی که در این پژوهش، علاوه بر انواع کنشگران و معیار بازنمایی و علاقه‌مندی مربوط به آن‌ها، ویژگی مناقشه‌ها اعم از پویایی، زمان، مرز و دسترسی به داده‌ها نیز مورد بررسی قرار گرفت.

۷- نتیجه‌گیری

پلتفرم‌های جدید کسب‌وکاری اغلب متهم به اختلال در فعالیت اقتصادی بخش خود شده‌اند. با این وجود، این کسب‌وکارها به دلیل بکارگیری فناوری‌های جدید کارایی بیشتری نسبت به سیستم سنتی دارند. نتایج این پژوهش نشان داد که توسعه کسب‌وکارهای پلتفرمی نظیر اسنپ، تپسی در حوزه حمل‌ونقل، تعارضات فراوانی را که ناشی از مسائل تنظیمی به عنوان مثال قانون کار و حریم خصوصی است، در ایران به وجود آورده است. در بخش صنعت و دولت،

شدن یک مناقشه مربوط به گذشته باشد. پس با ریشه‌یابی این موضوع می‌توان تا حد ممکن ایجاد مناقشه جدیدی را درون یک شبکه پیش‌بینی کرد و از وقوع آن جلوگیری کرد.

نتایج این پژوهش نشان داد که تا زمانی که مرحله بسیج اتفاق نیفتاده، یک مناقشه به طور واقعی حل نشده و تنها برای مدتی سرد و یا خاموش شده است. بنابراین چگونگی گذر از مرحله عضوگیری به مرحله بسیج، می‌تواند اطلاعات دقیقی را در اختیار تحلیلگر و سیاستگذار قرار دهد که در ابزار نقشه کشی مناقشه به آن اشاره‌ای نشده است. در واقع، ارتباط بین مناقشه‌های یک شبکه و ویژگی‌های آن‌ها را می‌توان با توجه به مراحل شکل‌گیری شبکه نیز مورد بررسی قرار داد.

طبق فرآیند ترجمه در نظریه کنشگر شبکه، هر کنشگری در پی حل مناقشه و ایجاد دیدگاه مشترک از طریق پیوند با سایر کنشگران و ایجاد کنشگر جدیدی درون شبکه حول مناقشه است. تمامی کنشگران علایق خاص خودشان را دارند، از این‌رو، کنشگر به ناچار، از هرگونه کوششی در جهت همراه کردن کنشگری دیگر، در راستای حل مناقشه و در جهت دیدگاه خود، دریغ نمی‌کند.

در فرآیند شناسایی کنشگرها و تأثیرات آن‌ها، تمرکز بر ویژگی‌های آن‌ها مهم تلقی می‌شود، ماهیت یک کنشگر در هر قدم، با هر پیوندی که برقرار می‌سازد، تغییر می‌کند و از قبل امکان پیش‌بینی اینکه با این اتصالات دقیقاً ماهیت آن کنشگر چه می‌شود، وجود ندارد [۴۰]. در واقع، یک کنشگر، می‌تواند به عنوان یک یا چند کنشگر در شبکه به حساب آید [۱۱]. از این‌رو، مفهوم هم‌پیوندی در نظریه کنشگر-شبکه، با ویژگی پویایی و مرزها در مناقشه و متغیر بازنمایی در ابزار نقشه‌کشی مناقشه نمود پیدا می‌کند [۱۳]. ماهیت یک کنشگر را باید در نسبتش با دیگر کنشگران جست، باید دید که یک کنشگر در چه شبکه‌ای قرار دارد و این شبکه حاوی چه کنشگرانی است [۴۰]. در ارتباط با شبکه کنشگران حول هر مناقشه (۴ شبکه فرعی)، ذیل شبکه تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی حوزه حمل‌ونقل نیز این موضوع نشان داده شد.

سلطانزاده و همکاران [۷]، از طریق چارچوب ائتلاف و نریمانی و همکاران [۵] نیز، به کمک روش تحلیل مضمون به بررسی تعارضات و نحوه تعامل نقش‌آفرینان در فرآیند تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی اسنپ و تپسی پرداختند،

واکاوی توسط سیاست‌گذار است تا سیاست‌های متناسب با شبکه شکل بگیرد. آن سیاستی موفق است که مجموعه‌ای از کنشگران در تدوین و اجرای سیاست را مورد توجه قرار دهد. نقشه‌کشی مناقشه امکان بررسی و تغییر مرزهای شبکه را از طریق یافتن تغییر نقش‌ها و دیدگاه‌ها فراهم می‌سازد.

تعارض منافع

نویسندگان تعهد می‌کنند که هیچ تعارض منافی در این مقاله وجود نداشته است.

References

- [1] Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2017). **Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You**. London & New York: W. W. Norton & Company.
- [2] Cammaerts, B., & Mansell, R., (2020). **Digital Platform Policy and Regulation: Toward a Radical Democratic Turn**. *International Journal of Communication*, 14, 135-54.
- [3] Nooren, P., van Gorp, N., van Eijk, N. & R. O Fathaigh., (2018). **Should We Regulate Digital Platforms? A New Framework for Evaluating Policy Options**. *Policy and Internet*.
- [4] Khalili, Z., Labafi, S., & Khajeheian, D. (2021). **Presenting a Framework of Policy-Making for the Platform Businesses in Iran**. *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 4(13), 91-67. {In Persian}.
- [5] Narimani, M., Karimmian, Z., & Hosseini, S. J. (2020). **An Institutional Framework for Regulating New Business Models: A Case Study of Application-based Transportation**. *Iranian Journal of Public Policy*, 6(1), 9-34. {In Persian}. doi: 10.22059/jppolicy.2020.76998
- [6] Amiramini, k. A., Abdoli, G., & safari, H, (2020) **Incumbent responses to new entrants with considering the Game Theory approach (Case study: Taxi, Snapp and Tap30)**. *qjerp*: 28 (93) :149-170. {In Persian}.
- [7] Soltanzadeh, J., Elyasi, M., & Narimani, M. (2021). **Regulatory Stalemates Analysis of Iranian Ride-hailing Platform Business by the Advocacy Coalition Framework**. *Innovation Management Journal*, 10(3), 153-180. {In Persian}.
- [8] Soltanzadeh, J., Blind, K., & Elyasi, M. (2023). **Exploring How Regulators Face Platform Business Issues in the Lifecycle Stages: Evidence of Iranian Ride-hailing Platform Business**. *Telecommunications Policy*, 102582. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2023.102582>.
- [9] Hassani, H., & Kalantari, A. (2020). **Internet Policy: A Systematic Review of Approaches to Governance of Online and Social Media Platforms**.

بازیگران زیادی درگیر این تعارضات شدند، از جمله سیاستمداران، فعالان حوزه و توسعه‌دهندگان این کسب و کارها، اگرچه این تعارضات یا به نوعی مناقشات علمی، ناشی از کاربرد و توسعه علم و فناوری است، اما با استفاده از روش‌های علمی حل نمی‌شود. از این رو، چند سالی است که تنظیم‌گری این کسب‌وکارها، در دستور کار دولت قرار گرفته است.

در این مقاله، برای اولین بار تعارضات تنظیم‌گری کسب و کارهای پلتفرمی از طریق ابزار نقشه‌کشی مناقشه مورد بررسی قرار گرفت. لنزهای نقشه‌کشی مناقشه، همانند دایره‌المعارفی است که چه کسی با چه کسی، در مورد چه چیزی و چرا مخالف است را به طور کامل مستندسازی می‌کند. دسته‌بندی استدلال‌های متنوع بازیگران از طریق این ابزار بینشی را در مورد طیف پیچیده نظراتی که در هر دیدگاه از بحث وجود دارد، فراهم و روایت دقیق و باجزئیات اتفاقاتی که حول یک مناقشه رخ می‌دهد را، امکان‌پذیر می‌کند. بزرگترین مزیت رویکرد نقشه‌کشی مناقشه، معطوف کردن تمرکز بر شبکه به جای تمرکز بر عوامل انسانی است که به کمک اندازه‌گیری پارامترهای بازنمایی، تأثیر و علاقه‌مندی، امکان‌پذیر است و چندجانبه بودن بحث‌های جنجالی در رسانه‌های اجتماعی را آشکار می‌سازد. درک چگونگی جهت دهی و عضو شدن کنشگران جدید و بزرگتر شدن شبکه از طریق بستر اینترنت و واسطه‌گری کنشگران غیرانسانی از دیگر مزیت‌های این چارچوب است.

از تحلیل مناقشات و کنشگران شبکه تنظیم‌گری کسب و کارهای پلتفرمی، می‌توان فهمید که علی‌رغم اینکه بخش زیادی از بازیگران اصلی شبکه تنظیم‌گری، سازمان‌های دولتی و رسمی هستند؛ عدم وجود یک نهاد مرکزی به منظور تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی، از دلایل اصلی شکل‌گیری مناقشات علمی در این شبکه است. بروز تعارضات در طی زمان بین سازمان‌های دولتی، بویژه بعد از مناقشه اول که در نهایت منجر به ایجاد اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی می‌گردد، ناکارآمدی نهادهای سیاست‌گذار را در حل مسائل نشان می‌دهد.

شبکه کنشگران تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی دائماً در حال تغییر و مرز آن سیال است؛ از این رو مرز آن، مستلزم

- [23] Nelkin, D. (1995). **Science Controversies: The Dynamics of Public Disputes in the United States.** *Handbook of science and technology studies*, 444, 456. <http://dx.doi.org/10.4135/9781412990127>.
- [24] Dascal, M. (1998), **The Study of Controversies and The Theory and History of Science.** *Science in Context*, 11(2), 147–154. <https://doi.org/10.1017/S0269889700002957>.
- [25] Wazeck, M. (2013), **Marginalization Processes in Science: The Controversy About the Theory of Relativity in the 1920s.** *Social Studies of Science*, 43(2), 163–190. <https://doi.org/10.1177/0306312712469855>.
- [26] Ziman, J. (1994). **The Rationale of STS Education is in the Approach,** Solomon. *STS education: International perspectives on reform*, 21–31.
- [27] Chen, R. (2019). **Policy and Regulatory Issues with Digital Businesses.** *World Bank Policy Research Working Paper*, (8948).
- [28] Thomas, F., (2016), **Innovation and Regulation.** Retrieved from J. Law Econ. Ragul, 9 (2), 30–48.
- [29] Hantke-Domas, M. (2003). **The Public Interest Theory of Regulation: Non-existence or Misinterpretation?**, *European journal of law and economics*, 15, 165–194. <https://doi.org/10.1023/A:1021814416688>.
- [30] Lee, W. W. (2016). **Innovation and Regulation: The Legal Structure of Their Relations and Legal Means to Resolve Their Mutual Conflicts.** *Journal of Law & Economic Regulation*, 9(2).
- [31] Marres, N. & Gerlitz, C., (2016). **Interface Methods: Renegotiating Relations Between Digital Social Research, STS and Sociology.** *The Sociological Review*, 64, 21–46. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12314>.
- [32] Bayat, A., & Fathian, M. (2021). **The Explanation of National Internet Concept by Situational Analysis and its Implications for Cyberspace Policy in Iran.** *Journal of Science & Technology Policy*, 14(3), 91–106. {In Persian}. doi: 10.22034/JSTP.2021.14.3.1379.
- [33] Rydin, Y., (2013), **Using Actor-Network Theory to Understand Planning Practice: Exploring Relationships Between Actants in Regulating Low-Carbon Commercial Development,** *Planning Theory*, 12(1), 23– 45. <https://doi.org/10.1177/1473095212455494>.
- [34] Callon, M., (1986), **Some Elements of Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen.** In: Law, J. (Ed.), *Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge.* Routledge, London.
- [35] Gawer, A., & Cusumano, M. A. (2014). **Industry Platforms and Ecosystem Innovation.** *Journal of product innovation management*, 31(3), 417–433. <https://doi.org/10.1111/jpim.12105>.
- [36] Robertson, D., & Ulrich, K. (1998). **Planning for Product Platforms.** *Sloan management review*, 39(4), 19.
- [37] Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W. (2006). **Strategies for Two-sided Markets.** *Harvard business review*, 84(10), 92.
- Iranian Journal of Public Policy*, 6(3), 59–79. {In Persian}. doi: 10.22059/JPPOLICY.2021.79492.
- [10] Lee, S., & Seo, Y. (2022). **Exploring How Interest Groups Affect Regulation and Innovation Based on the Two-level Games: The Case of Regulatory Sandboxes in Korea.** *Technological Forecasting and Social Change*, 183, 121880. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121880>.
- [11] Latour, B. & M. Callon. (1992). **Dont Throw the Baby Out with the Bath School.** In a Pickering (Ed), *science as practice and Culture.* Chicago: Chicago University.
- [12] Latour, B. (2005). **Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory.** Oup Oxford.
- [13] Venturini, T., (2010). **Diving in Magma: How to Explore Controversies with Actor-Network Theory.** *Public understanding of science*, 19(3), 258–273. <https://doi.org/10.1177/0963662509102694>.
- [14] Venturini, T. (2012). **Building on Faults: How to Represent Controversies with Digital Methods.** *Public understanding of science*, 21(7), 796–812. <https://doi.org/10.1177/0963662510387558>.
- [15] Marres, N. (2015). **Why Map Issues? On Controversy Analysis as a Digital Method.** *Science, Technology, & Human Values*, 40(5), 655–686. <https://doi.org/10.1177/0162243915574602>.
- [16] Lourenço, R. F., & Tomael, M. I. (2018). **Actor-Network Theory and Cartography of Controversies in Information Science.** *Transinformação*, 30, 121–140. <https://doi.org/10.1590/2318-08892018000100010>.
- [17] Klein, A., Sørensen, C., Freitas, A. S., Pedron, C. D., & Elaluf-Calderwood, S., (2020). **Understanding Controversies in Digital Platform Innovation Processes: The Google Glass Case.** *Technological Forecasting and Social Change*, 152, 1–29. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119883>.
- [18] Gunawong, P., & P. Gao., (2017), **Understanding E-government Failure in the Developing Country Context: A Process-oriented Study.** *Information Technology for Development*. 23 (1): 153–178. <https://doi.org/10.1080/02681102.2016.1269713>.
- [19] Ferratti, G. M., Sacomano Neto, M., & Candido, S. E. A. (2021), **Controversies in an Information Technology Startup: A Critical Actor-network Analysis of the Entrepreneurial Process.** *Technology in Society*, 66, 101623. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101623>.
- [20] Vieira, K. C., Paiva, A. L., Alcântara, V. C., & Rezende, D. C. (2020). **Opening Black Boxes of Disruptive Innovations: Controversies Involving Uber in Belo Horizonte.** *Revista de Administração Mackenzie*, 21(3). <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMR200018>.
- [21] Nelkin, D., (1987). **Controversies and the Authority of Science**, pp. 283–294 in H. Tristram Englehardt and Arthur L. Caplan (Hg.), *Scientific Controversies.* Cambridge: Cambridge University Press.
- [22] Ezrahi, Y., (1990), **The Descent of Icarus: Science and the Transformation of Contemporary Democracy,** Harvard University Press.

[40] Sharifzadeh, R. (2016). **Technology, Agency and Decision**. *Journal of Culture Strategy*, 9(34), 115-136. {In Persian}.

[38] Cramer, J., & Krueger, A. B. (2016). **Disruptive Change in the Taxi Business: The Case of Uber**. *American Economic Review*, 106(5), 177-182.

[39] Belli, S., (2016), **Mapping a Controversy of our Time: The Anthropocene**. *Lo Sguardo*, 22(3), 33-49.

