**User Authority Through Mediated Interaction**

**-A case of eBay-in-use-**

**Dan Laughey**

Articolul incerca o caracterizare a site-ului de licitatii online eBay din prisma a 3 concepte: **consumul productiv, autoritatea consumatorului si interactiunile mediate.** Se urmareste o analiza a tranzactiilor dintre utilizatori prin comparatie cu tranzactiile clasice, introducandu-se conceptul de **autoritate a utilizatorului** ca principala modalitatea de reglementare a interactiunilor din mediul online.

Autorul argumenteaza importanta site-ului de vanzari eBay din punct de vedere al facilitatii cu care un consumator cu modeste resurse financiare si tehnologice poate deveni producator. El porneste o discutie teoretica de la experienta pe care a acumulat-o impreuna cu un grup de prieteni, in urma vanzarii de bunuri cu ajutorul acestui site care a reusit sa distruga vechi bariere dintre producatori si consumatori.

**Cele 3 notiuni esentiale**: consum productiv, autoritatea consumatorului si interactiune mediata.

**consum producitv 🡪** Izolate in trecut, termenii de consumator si producator incep sa se intersecteze tot mai des. Cum eBay sustine ca utilizatorii pot fi atat consumatori ca si producatori, apar noi concepte, precum “ productive consumption” care sustin ideea ca produsele nu mai sunt consumate, ci ‘prosumed’.

**autoritatea consumatorului 🡪** se refera la dreptul de a lua in proprietate un bun, si semnificatia acelui bun. Autoritatea este resultatul unui consens asupra semnificatiei si detinerii unui bun, eBay fiind o scena pe care se dueleaza diverse expertize, ce au ca scop stabilirea pretului final.

**interactiunii mediate 🡪** exista 3 tipuri de interactiuni sociale intr-un mediu organizat: fata in fata, mediata si qvasimediata. Ultimile 2 sunt caracteristice mediului online si presupun dialogul prin intermediul unui canal care desfiinteaza barirele de distanta. EBay imbina aceste 2 tipuri de interactiuni. Initaial vanzatorii folosesc interactiunea qvasimediata prin listarea obiectelor pe care le scot la licitatie.

**Concluzii:**

Ebay este o platforma online in care utilizatorii stabilesc pretul final al unui bun, in urma unor interactiuni mediate si cvasimediate. Feedbackului primit de la ceilalti utilizatori este cel mai important mod de evaluare a “increderii unui membru”( utilizator). Spre deosebire de alte licitatii, eBay ofera o mai mare transparenta si foarte multi posibili cumparatori. Barierele pe care le au de trecut vanzatorii si cumparatorii pentru listarea/ accesarea de bunuri sunt mult mai mici, singurele necesitati fiind o conexiune la internet si creearea unui cont.