

DR. DÉSI ÁDÁM

PhD-hallgató

A DIGITÁLIS BENNSZÜLÖTT GENERÁCIÓ ÉS A KÁBÍTÓSZER TUDATOSSÁG

Digitális bennszülötteknek azt a generációt nevezzük, amelyik a XX. század utolsó évtizedeiben nőtt fel, életükhöz szervesen, kiskoruktól kezdve folyamatosan hozzátartoztak a digitális technológia vívmányai, az internet, a személyi számítógépek, játékkonzolok, majd az okostelefonok is. Ez a jelenség az élet szinte minden területén jelentős hatást gyakorol a benne felnővőkre, a problémamegoldó képességükre, a világlátásukra és a mindennapi tapasztalataikra egyaránt. A kábítószerhez való viszonyulásuk sem maradt érintetlen ebben a tekintetben, a szerekekkel kapcsolatos attitűdjükben és a gyakorlati alkalmazásban egyaránt.

A drogpiachoz való hozzáállás átalakulásának elsődleges és legfontosabb terepe az internet, ami biztonságos helyszínt jelent többek között információszerezésre, vásárlásra, valamint az egymás közötti tapasztalatcserére, tanácsadásra és segítségnyújtásra is. Az online kábítószer rendelés azokhoz az internetes legális piacon már meghonosodott trendekhez igazodik, melyet olyan mamutcégek fektettek le, mint az Amazon, az eBay, vagy éppen a Netflix. Ezen szervezetek üzletpolitikájának lényege a kényelmes, biztonságos, gombnyomásra történő rendelés, majd pedig házhozszállítás, melynek terhét azonban legtöbb esetben az állami postára helyezi. A kábítószer pedig úgy jelenik meg, mint egy speciális termék a sok között. Az online színtér egyik legfontosabb előnye, hogy kizárható a közvetítő, ami egyaránt csökkentheti a rendelt termékek árát, valamint az erőszak és az esetleges lebukás kockázatát is.

A digitális bennszülött kifejezés meghatározása alapvető fontosságú az online kábítószerpiacok helyzetének értelmezéséhez. A fogalmat magát Marc Prensky 2001-es cikke hozta be a köztudatba. Elmélete szerint a XXI. századra az emberiség egy új szingularitásba lépett be, vagyis az oktatásban és az információkezelésben egy visszafordíthatatlan változás következett be. Konceptiója tehát elsősorban pedagógiai jellegű volt, melynek fő állítása, hogy a mindennapi élet integráns részévé váló digitális technológia az abban felnövő generációk számára radikálisan eltérő információfeldolgozást jelent. Ennek a koncepciónak kiemelt része a korábbi szöveggözpontúság helyett a képközpontú értelmezés, a multitasking, az azonnali információszerezés, valamint a gyakori és/vagy azonnali jutalmazásra, kielégítésre való törekvés. Az elmélet pedig megkülönbözteti a digitális bennszülötteket és a digitális bevándorlókat, mint a régi és az új generációkat, amik között a gyerekkorban lezajlott eltérő szocializációs technikák miatt nem valósulhat meg az átjárás.

Azonban Kirschner & Bruyckere (2017), és más szerzők is fokozatosan cáfolták meg Prensky (2001) állítását. A digitális bennszülöttség, mint radikálisan más tanulási folyamatokkal dolgozó generáció empirikusan nem alátámasztott. Az adatok arra mutatnak, hogy a digitális korban születettek és szocializálódtak, valamint a digitális bevándorlók között nincs radikális eltérés.

A korábbi bennszülöttek sokkal inkább passzív szereplők, akik kevés különböző multimédiás tartalmat fogyasztanak, de azokat többször újra és újra felkeresik, nem aktív termelők az információknak. Továbbá elsődlegesen kommunikációs és szórakozási céllal használják a digitális vívmányokat, a bennük rejlő oktatási lehetőségek pedig kihasználatlanok maradnak (Kirschner & Bruyckere 2017). Ahogy pedig arra Hargittai (2010) is rámutatott és empirikusan alátámasztotta, a digitális képességek elsősorban nem generációs készségek, hanem erősen korrelálnak a szülők legmagasabb iskolai végzettségével, a nemmel és a rasszal, vagyis az általános társadalmi privilégiumokkal való rendelkezéssel és hozzáféréssel.

Az online kábítószercsere résztvevői tekintetében ezért az utóbbi meghatározással egészen ki a digitális bennszülött koncepcióját. Vagyis olyan személyek csoportja, akik megfelelő szociális háttérrel rendelkeznek a digitális technológia széleskörű felhasználói elsajátításához, valamint kifejezetten ebben a környezetben szocializálódtak, az internet és a digitális technológia használata számukra alapvető és elsődleges színtérré vált (Hargittai 2010).

De mekkora részben és megoszlásban van jelen a haza társadalomban az internet és a digitális technológia maga?

Az Ariosz NRC (2014) felmérése alapján a teljes magyar populáció tekintetében a lakossági internethasználat 2003-ban 40%-os volt, 2010-ben 68%-on állt, majd 2013-ban elérte a 76%-ot. A teljes mintában résztvevők 87%-a azt állította, hogy az internet nehezen nélkülözhető kommunikációs eszköz számára. A kutatás adatai alapján 2013-ban az egyetemi hallgatók 77%-ának volt internetkapcsolattal rendelkező okostelefonja, és 21%-uknak táblagépe.

A Központi Statisztikai Hivatal adatai egyértelműen stabil és folyamatos növekedést írnak le az elmúlt évtizedre. Az internethasználók körében az internetet naponta használók aránya 2005-ben 60,3% volt, ami 2016-ra elérte a 89,2%-ot. Az internethasználók arányának alakulása a lakosságon belül az utolsó használat időpontja szerint szintén hasonló tendenciákat mutat. A lakosság körében végzett reprezentatív felmérés szerint az internetet valaha már használók 2006-ban mért 45,5%-os aránya tíz évvel később, (2016-ban) már 81,1%-ra emelkedett. A lekérdezést megelőző 3 hónapon belüli használat aránya pedig ugyanerre az időszakra vonatkozóan 42,6%-ról egyenletesen emelkedett 79,3%-ra.

A felsőfokú végzettséggel rendelkező internethasználók 91,65%-a naponta használja az internetet, míg a középfokú végzettséggel rendelkezőknek ehhez képest csupán csak 79,75%-a. Életkor tekintetében azonban jóval kiegyensúlyozottabb a helyzet, 16-54 éves kor között az egyes korcsoportokat tekintve (16-24; 25-34; 35-44; 45-54) nincs számottevő különbség napi használat szempontjából. A legfiatalabb korosztály a legmagasabb, 87,6%-os érték, de ez az idősebb korcsoportoknál is 82% és 83% közötti értéket jelent.

A fentebb ismertetett adatok alapján kijelenthetjük, hogy Magyarországon az internet-használat egyre inkább növekszik, és egyre jelentősebbé válik a felhasználók mindennapjaiban. Az internet globális térnyerésével fokozatosan a fogyasztói kapitalizmus és kultúra integráns részévé vált, a tudatos vásárlás és az önmegvalósítás egyfajta egyéni jog szintjére emelkedett (Reith 2004).

Megjelentek és széles körben elterjedtek az online vásárlási felületek, mind hazai, mind nemzetközi tekintetben. A teljesség igénye nélkül olyan oldalak, mint például az amerikai Amazon, eBay, Netflix, és a kínai Aliexpress, vagy a hazai Vatera, Bookline, Jófogás vagy éppen a Bónsz Brigád. A csak online jelenlét mellett a valódi üzletekkel is rendelkező cégek szintén csatlakoztak a trendhez, így például a Media Markt, a Tesco vagy a Tchibo is rendelkezik külön webáruházzal.

Mi a vonzó az online piacokban, és milyen fogyasztói elvárásokhoz és magatartásokhoz igazodnak az említett üzletek? Melyek azok a mechanizmusok, amelyek alapvetően megkülönböztetik az online és az offline vásárlást?

Mivel a termékeket a vásárlók nem tudják személyesen megvizsgálni, ellenőrizni, ezért az oldalak számára kiemelt fontosságú az, hogy megszerezzék és megtartsák a vásárlók megalozott, beléjük fektetett bizalmát. A minőségbiztosítás legelterjedtebb eszköze az átlátható és a vásárlói nyilvánosság számára hozzáférhető visszajelzési és értékelési rendszer. Általában egy egyszerű, az iskolai osztályzatokat követő egytől ötig terjedő skálán történik meg az értékelés. A pontszám alapú értékelés mellett a legtöbb oldal lehetőséget biztosít vásárlói számára a szöveges, komment jellegű, visszajelzésre. Ebben részletesen kifejtethetik véleményeiket, meglátásukat és tapasztalatukat az adott áruval vagy áruval kapcsolatban. Ez különösen azoknál az oldalaknál fontos, amelyek nem közvetlenül árusítanak, hanem csak piacteret biztosítanak, ilyen például a Vatera vagy az eBay is .

Mivel az online rendszerek elsősorban profitmaximalizálásra törekvő piaci szereplők, ezért kiemelt céljuk, hogy az általuk nyújtott áruk és/vagy szolgáltatások a lehető legszélesebb körben hozzáférhetőek legyenek. A felhasználók többsége digitális generációtól függetlenül a lehető legegyszerűbb és legkényelmesebb rendszereket igényli (Kirschner & Bruyckere 2017). Ennek eredménye, hogy az oldalak törekednek arra, hogy a vásárlások nyelvhasználatban és analóg módon, az online és az offline megfeleltethetőek legyenek egymásnak, így nyújtva az új felületeken is egyfajta folyamatosságot és már megszokott vásárlási élményt. Így a kiválasztott termékeket ugyanúgy, mint a valóságban, egy online kosárban helyezük el egymás után, amikkel majd a virtuális pénztárnál tudunk egyetlen mozdulattal fizetni. Egyre több oldalon a vásárlásokhoz regisztráció és a megfelelő adatok megadása után csak egyetlen gombnyomás szükséges, mint például az egyre elterjedtebb PayPal és telefonon keresztüli bolti fizetéseknel. A kényelmes hozzáférhetőség másik kiemelt eszköze, hogy az online vásárolt termékeknel felkínált opció a futár vagy állami postán keresztüli házhozszállítás, vagy a vásárló által választott átvevőpontra történő kiszállítás.

Összességében az internet egy olyan új fogyasztói kultúrát honosított meg, amelynek célja a felhasználói igény azonnali, késedelem nélküli kielégítése, ami kezdetben kifejezetten a világhálón történő szolgáltatásokra korlátozódott, kezdve a közvetlen kommunikációs csatornákkal, az azonnali információ hozzáféréssel, legyen szó akár tudományos szakirodalomról, akár csak recepthozzávalókról vagy egyes országok fővárosáról. A trend fokozatosan kiterjedt és át is alakította a vásárlási szokásainkat, de nem csupán a legális, hanem az illegális piacon is.

Történetileg a hetvenes évekbeli illegális internetes marihuána tranzakciók voltak azok, amik megalapozták még az Amazon és az eBay előtt az e-kereskedelmet, az MIT és a stanford-i egyetem tanulói közötti hálózatokkal (Markoff 2005). A korai oldalak elsősorban a vényköteles gyógyszerek piacára specializálódtak, kihasználva az internet jelentette globális falu jelenséget, vagyis összekötötte az eltérő gyógyszerpolitikájú országokat. Egyfajta modern fordulatként egy ellenkező irányú ópium-háborút hozva létre, ahol az indiai és kínai gyárak termékei támadták a nyugati országok polgárait és piacát (Walsh & Phil 2011). A vényköteles gyógyszerek online piaca a továbbra is jelentős, leginkább tanulás, fogyás, potencianövelés céljából, de mellettük egyre nagyobb teret nyertek az illegális kábítószeresek is.

Az online vásárlás és terjesztés az úgynevezett cryptomarket-eken keresztül felvirágzásának két technológiai előfeltétele volt, az első a TOR (The Onion Router), egy speciális böngésző, ami a szükséges névtelenséget biztosítja a számítógépek IP-címének eltitkolásával. A második pedig a kriptovaluta, vagyis a lenyomozhatatlan és követhetetlen online fizetési eszközök – elsősorban a bitcoin – elterjedése, melyeket semmiféle külső pénzügyi intézmény nem ellenőriz (Martin 2014). Ennek a két technológiai fejlesztésnek a fúziója az, amely segítségével az illegális online piacok felvirágoztak. (Martin 2014; Aldridge and Décary-Héty 2014). Maguk az oldalak önmagukban nem üzemelnek boltokként, csak infrastruktúrát biztosítanak az online piacterek számára (Christin 2013), ezért cserébe minden tranzakció után közvetítői díjat számolnak fel, mely átlagosan 3% - 8,5% közötti értéket jelent (Van Houta & Bingham 2013).

Az online kábítószerpiacok egyik legfontosabb eleme az alacsony belépési küszöb biztosítása, amely három különböző dimenzióan keresztül írható le.

1. Csak elhanyagolható informatikai ismeretek szükségesek. Önmagában a piacra való belépés és az ott történő vásárlás nem igényel különleges vagy kimagasló számítógépes szakértelmet. Ennek terepe az internet különböző titkosítási rendszerekkel védett, a hatóságok számára szinte visszakövethetetlen oldalai, ahol úgynevezett kriptovalutákkal történik a fizetés (Van Houta & Bingham 2013).
2. Közvetítő szereplők kihagyása, kapcsolat biztosítás. Az interneten kívül a kábítószer beszerzése a személyes kapcsolatokon és társadalmi tőkén alapul. Ha a potenciális vásárló kiterjedt kapcsolati hálójában nem szerepelnek terjesztésben érdekelt személyek, akkor a tranzakció nem tud létrejönni. Illetve, ha szerepelnek is, akkor is erőteljesen korlátozza az, hogy milyen konkrét szerekekhez van

hozzáférése a terjesztőnek. Ezzel szemben az online szintér lehetőséget biztosít arra, hogy személyes kapcsolat nélkül, különleges, nehezebben beszerezhető szerekhez is hozzá lehessen jutni (Morselli és társai 2017).

3. Anonimitás és stigmatizációval szembeni védelem. A rendszer alapja, hogy az egyes szereplők nem találkoznak, csak az interneten keresztül kommunikálnak. A személyes kapcsolatok kizárása egyszerre biztosít védelmet a formális és az informális számonkéréstől, ami szintén vonzóbbá és hozzáférhetőbbé teszi a fogyasztók számára az online piacon való részvételt.

Az egyes oldalak nem csupán egyszerű árusítóhelyek, hanem az anonimitáson keresztül egy biztonságos helyszínt alkotnak a szerhasználói közösségeknek. Az elterjedt háborús retorikán alapuló szigorú drogpolitika egyik alapvető következménye a kábítószer, mint téma tabusítása. A szerhasználat kriminalizálása miatt a fogyasztókban felmerülő kérdésekre a hivatalos csatornákon keresztül nem érkezik válasz, mivel ezzel saját magukat veszélyeztetnék. Az ellenséges állami szemlélet miatt már alapvetően szkeptikusan, bizalmatlanul állnak hozzá a hivatalos álláspontokhoz, továbbá ezek a leírások sok esetben pusztán az egyes szereknek szigorú orvosi szaknyelvű leírását adják meg, amely értelmezhetetlen a fogyasztók számára.

Ezért válhatnak ezek az oldalak pusztán piaci funkciójuk mellett közösségi szintérré, ahol az esetleges szankció fenyegetése nélkül, biztonságban tudnak tapasztalatot cserélni a szerhasználók. A szerek leírása a hétköznapi, beszélt nyelvet követi, könnyen befogadható és értelmezhető. Mivel a leírások más fogyasztóktól érkeznek, ezért alapvetően bizalommal fordulnak hozzájuk, lehetőség van kérdéseket feltenni és érdemben tájékozódni.

Az oldalak és közösségük éppen ezért olyan ön-narratívát hoznak létre, amelynek központi értéke, sőt ethosza az ártalomcsökkentés, és a kábítószer piacot jellemző erőszak mennyiségének mérséklése (Van Houta & Bingham 2013). Az erőszak alkalmazásának egyrészt gyakorlati akadályai vannak, ilyen például a titkos személyazonosságok felderítésének rendkívül magas tranzakciós költsége, vagy a társadalmi és fizikai távolság a vevő és eladó közt. Az erőszak hiányának másik oka a nyílt offline terjesztési üzletpolitikával magyarázható, nevezetesen azzal, hogy a tradicionális piacon megjelenő agresszió főbb motivációs tényezői, úgy a hierarchia, mint a territorialitás, itt értelmüket veszítik (Morselli és társai 2017).

Az online vásárlók sajátos identitással rendelkeznek, egyfajta ingyencnek, felelős drogfogyasztóknak tekintik magukat, az egyes áruknál kiemelt figyelmet fordítanak a magas minőségre. Ez az ártalomcsökkentés ethoszája is alapul. Az utcai terjesztéssel ellentétben az egyes árusok között az online szintéren éles a verseny, ezért a reputáció, a megfelelő pozitív értékelés tudja csak biztosítani a fogyasztói utánpótlást. Ennek pedig az adott szerek minősége és a megbízhatóság a legfontosabb biztosítéka, mivel az online piacokon – ahogy arról már volt szó – a konkurenciával való leszámolásnak alkalmatlan eszköze az erőszak (Morselli és társai 2017).

A digitális generáció, vagyis az átlagos felhasználók által támasztott fogyasztói elvárások, a legális és az illegális piacok működési mechanizmusai az alapvető mechanizmusok tekintetében hasonlóak. A korábbiakban már említett értékelési és visszajelzési rendszeren keresztül mutatom be két konkrét oldalt, a magyar Vatera és a 2013-ban lekapcsolt, első nagyobb médianyilvánosságot kapott Silk Road összehasonlítását (Bearman 2015). Mindkét oldal önmagában csak egy virtuális piactér, ami összeköti a fizikailag jelentős távolságra lévő árusítani és eladni szándékozó magánszemélyeket.

Az értékelés alapja mindkét oldalon az egyszerű és átlátható, az egytől ötig terjedő osztályozási rendszer. Minden tranzakció után a vásárlók ennek segítségével értékelik az eladókat. A vevők pedig megtekinthetik az eladók profilját, ahol olyan információk szerepelnek, mint az összesített átlagos pontszámok, a regisztráció időpontja, vagy éppen az utolsó bejelentkezés időpontja. (Van Houta & Bingham 2013; vatera.hu). Ellentétben tehát a hagyományos, utcai kábítószer tranzakciókkal az online térben a vásárlók pontos, alapvető háttérismerekkel rendelkezhetnek a terjesztőről. A hírnév, a megbízhatóság alapja pedig az elégedett vásárló által hagyott visszajelzés, emiatt sokkal inkább rászorulnak az online terjesztők a potenciális vásárlókkal való jó kapcsolattartásra, mint élőben. Hiszen az egyes oldalakon akár több száz eladó versenyez egymással, ezzel szemben az offline térben a fogyasztók vannak hátrányos helyzetben, mivel új terjesztők megtalálása már önmagában kihívás tud lenni (Van Houta & Bingham 2013).

Az alapvető osztályzatokon túl a résztvevők részletesebb szöveges visszajelzéseket is adhatnak. Az alábbiak a vatera.hu-ról és a Silk Road-ról vegyesen szerepelnek (utóbbiak Christin 2013 gyűjtése):

- *„Minden rendben ment a hirdetésnek megfelelően. Mindenkinek ajánlom.”*
- *„Korrekt és gyors partner.”*
- *„Rendkívül korrekt és előzékeny partner, ajánlom mindenkinek.”*
- *„Az egyik legjobb eladó akivel üzletelni lehet.”*
- *„Kiváló kommunikáció és jó áru. Ajánlom.”*
- *„Gyors szállítás, a termék olyan volt mint ahogy leírták. Pharmville a legjobb eladó itt. Igaz a címem teljesen el volt rontva, de az irányítószám miatt nem volt gond.”*

A visszajelzésekben a termékek legalitása vagy illegalitása irreleváns, a cél egyértelműen csupán annak az információnak az átadása, hogy az adott piaci szereplővel érdemes-e üzletet kötni. A példában szereplő értékelések kizárólag pozitívak, ami nem szerzői önkényesség. Christin (2013) 184.804 darabos mintájában a pozitív visszajelzések 97,8 %-os arányt értek el. A rendkívül magas pozitív értéknek két magyarázata van. Egyfelől általában az internetes visszajelzések a legális piacon is túlnyomóan hasonló trendeket követnek (Christin 2013, idézi Resnick - Zeckhauser). A pozitív értékelése eredménye az is, hogy a vásárlók hajlamosabbak akár magasabb árat is kifizetni

a jobb értékeléssel rendelkező eladónak, mivel ezek alapján biztosítottnak látják az eladók jövőbeli teljesítményét és minőségét. (Houser & Wooders 2006) Másfelől a nyílt tranzakciókon túl a közvetítői díjazás kikerülése érdekében több üzletet a privát kommunikációs csatornákon keresztül folytatnak le, amelyek bejelentés nélkül maradnak. Ezekben az esetekben a kutatók és az oldal üzemeltetői számára egyaránt láthatatlanul történik meg az üzletkötés, így ezeknél nem valósul meg az értékelési és visszajelzési rendszer (Christin 2013).

Ugyan a digitális bennszülött koncepciót pedagógiai szempontból megcáfolták, de az kijelenthető, hogy az internet és a számítástechnikai fejlődés alapjaiban alakította át többek között a kábítószer piacot is. Azonban a legális és az illegális online piacok a kriminalizált termékek ellenére rendkívül hasonló struktúra alapján működnek. Ennek oka, hogy a felhasználók számára már bejáratott és biztonságos kezelőfelületeket vették át egymástól, valamint az online színtér bizonyos keretek közt ugyanazokat a problémákat jelentette, a megelőlegezett bizalom kérdését. A digitális szocializáció alapvetően a (valamivel) magasabb kulturális és társadalmi tőkével rendelkező csoportok kiváltsága, így az online kábítószer piacok is az ő igényeikhez igazodtak. A titkosított oldalakon, *cryptomarket*-eken, a lenyomozhatatlan kriptovalutával vényköteles gyógyszerekhez és illegális kábítószeres széles választékához férhetnek hozzá. (Az új pszichoaktív szerek illegalizálásával az államok folyamatos lemaradásban vannak, így azokat elsősorban hagyományosan elérhető oldalakon árusítják.)

Nehéz egyértelmű választ adni arra a kérdésre, hogy milyen következményekkel jár(hat) az illegális online kábítószerpiacok elterjedése. Mivel az célcsoport a fogyasztói oldalnak csak egy szűkebb szelete, vagyis elsősorban az anyagi, kulturális és szimbolikus javakkal jól ellátottak, jellemzően a nem problémás szerhasználók, így a kábítószerpiacon felerősödhetnek a polarizációs tendenciák. Az online terjesztés fontos öngigazolási eszköze az erőszak csökkentése, ennek empirikus ellenőrzése azonban alapvető módszertani akadályokba ütközik. Egyértelmű, hogy a kábítószer termelési oldalát nem érinti a változás. Ha a növekvő hozzáférhetőség abszolút értékű fogyasztói növekedéssel jár, az felhajthatja a kábítószer előállítás oldalán a versenyt. Az oldalak belső fórumai és titkosított kommunikációs csatornái tabu nélküli terepként, egyfajta spontán ártalomcsökkentésként működhetnek. A leendő fogyasztók egyértelmű és könnyen értelmezhető felvilágosítást kaphatnak az egyes szerekről, megoszthatják egymással tapasztalataikat és bátran feltehetik kérdéseiket, melyeknek más-hol nincs biztonságos terepe.

Felhasznált irodalom

Aldridge, J. - Décary-Hétu, D (2014). *Not an 'Ebay for Drugs': The Cryptomarket 'Silk Road' as a Paradigm Shifting Criminal Innovation*. https://www.academia.edu/9202067/Not_an_Ebay_for_Drugs_The_Cryptomarket_Silk_Road_as_a_Paradigm_Shifting_Criminal letöltve 2017.10.01.

Ariosz NRC (2014) *Lakossági internethasználat*. Nemzeti média- és hírközlési hatóság

Bearman, J. (2015) The Rise & Fall of Silk Road. *WIRED*

<https://www.wired.com/2015/04/silk-road-1/> letöltve: 2017.10.03.

Christin, N. (2013). Traveling the Silk Road: A measurement analysis of a large anonymous online marketplace. https://www.researchgate.net/publication/305186407_Traveling_the_silk_road_a_measurement_analysis_of_a_large_anonymous_online_marketplace letöltve 2017.10.03.

Hargittai, E. (2010) Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the "Net Generation"*. *Sociological Inquiry*, 80: 92–113.

Houser, D. - Wooder, J. (2006) Reputation in Auctions: Theory, and Evidence from eBay. *Journal of Economics & Management Strategy*, 15 (2): 353–369

Kirschner, P. A. - De Bruyckere, P. (2017) The myths of the digital native and the multitasker *Teaching and Teacher Education* 67, 135-142

Markoff, J. (2005) *What the Dormouse Said: How the Sixties Counterculture Shaped the Personal Computer Industry*. London: Penguin Books

Martin, J. (2014) *Drugs On the Dark Net: How Cryptomarkets Are Transforming the Global Trade in Illicit Drugs*. Basingstoke: Palgrave Macmillan,

Morselli, C. - Décary-Hétu, D. - Paquet-Clouston, M. - Aldridge, J. (2017) Conflict Management in Illicit Drug Cryptomarkets *International Criminal Justice Review* 27 (4): 237 - 254

Prensky, M. (2001) Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon* MCB University Press, 9 (5): 1-6

Reith, G. (2004) Consumption and its discontents: Addiction, identity and the problems of freedom. *British Journal of Sociology* 55 (2): 283-300

Van Houta, M. C. - Bingham, T. (2013) Responsible vendors, intelligent consumers: Silk Road, the online revolution in drug trading. *International Journal of Drug Policy* 25 (2): 183-189

Walsh, C. - Phil, M. (2011) Drugs, the Internet and Change, *Journal of Psychoactive Drugs*, 43 (1): 55-63