

RAPORT Z PROJEKTU BADAWCZEGO 2025

Badanie e-rynków narkotykowych w Polsce – handel z wykorzystaniem platform społecznościowych

ADAM STASIAK

Badanie e-rynków narkotykowych w Polsce

– handel z wykorzystaniem platform społecznościowych

Raport z projektu badawczego

Adam Stasiak

Kontakt:

Adam Stasiak

adamstasiak@hotmail.com

Opracowanie graficzne:

Dominika Suszek

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Warszawa, 2025



Ministerstwo
Zdrowia



*Zadanie dofinansowane ze środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych
na zlecenie Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom*

Wstęp

Cyfrowe rynki narkotykowe stają się jednym z kluczowych zjawisk współczesnej polityki narkotykowej. Jako takie pozostają także w kręgu zainteresowania kryminologii. Rozwój telefonów komórkowych, a przede wszystkim smartfonów, powszechny dostęp do internetu oraz masowe korzystanie z mediów społecznościowych sprawiają, że granica między sferą codziennej komunikacji a obrotem substancjami kontrolowanymi ulega zatarciu. W Polsce nielegalne używanie narkotyków jest najwyższe wśród osób w wieku 15–34 lat; w tym samym przedziale wiekowym znajduje się również większość aktywnych użytkowników mediów społecznościowych (Malczewski i Szmidt 2024; CBOS, 2024). Dla nich korzystanie z platform takich jak Facebook, Instagram czy Telegram jest codzienną praktyką, a nie wyjątkiem, co stwarza sprzyjające warunki do rozwoju cyfrowych kanałów dystrybucji.

Niniejszy raport stanowi podsumowanie trzyletniego badania poświęconego funkcjonowaniu e-rynków narkotykowych w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem trzech popularnych platform: Facebooka, Instagrama i komunikatora Telegram. Celem projektu było możliwie wierne przybliżenie realiów obrotu substancjami kontrolowanymi w tych środowiskach, a więc odpowiedź na pytanie, jak w praktyce wygląda handel narkotykami w mediach społecznościowych i komunikatorach, w jaki sposób organizowane są rynki, jakie substancje są oferowane, jak kształtują się wzory zachowań sprzedających i kupujących oraz jakie znaczenie mają kwestie bezpieczeństwa, dostępności i marketingu.

Raport jest próbą uchwycenia najważniejszych tendencji oraz mechanizmów działania wybranych segmentów tego dynamicznego ekosystemu, który zmienia się szybciej niż możliwości jego pełnego zmapowania. W tym sensie prezentowane analizy należy traktować zarówno jako podsumowanie dotychczasowych ustaleń, jak i zaproszenie do prowadzenia dalszych, bardziej pogłębionych badań. Wyniki wskazują bowiem, że handel narkotykami z wykorzystaniem platform społecznościowych i komunikatorów nie jest marginesem, lecz trwałym elementem współczesnego krajobrazu narkotykowego, wymagającym uwzględnienia w refleksji naukowej, praktyce zdrowia publicznego oraz polityce narkotykowej.

W tym miejscu pragnę złożyć wyrazy wdzięczności dr. hab. Witoldowi Klausowi, który na każdym etapie projektu sprawował nad nim merytoryczną opiekę. Dziękuję także Anastasii Morozovej za umiejętności programistyczne, dzięki którym możliwe było znaczące rozszerzenie zakresu badań ilościowych, oraz dr. Dominikowi Wzorkowi za wsparcie techniczne i merytoryczne na różnych etapach prac.

Raport ten nie powstałby bez wsparcia i współpracy Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom, za które składam serdeczne podziękowania.

Spis Treści

Wstęp	5
1. Cyfrowe rynki narkotykowe w literaturze	6
2. Metodologia i materiał badawczy	7
2.1. Badanie ilościowe na Telegramie	7
2.2. Netnografia i obserwacja wirtualna na Instagramie i Facebooku	8
2.3. Ogólnopolskie badanie użytkowników internetu w zakresie zakupu przez nich substancji odurzających	8
2.4. Ankieta internetowa wśród osób kupujących narkotyki w sieci	9
2.5. Wywiady pogłębione ze sprzedawcami i osobami zaangażowanymi w rynek	11
2.6. Kwestie etyczne i ograniczenia metodologiczne	12
3. Charakterystyka środowiska rynków na platformach społecznościowych	14
3.1. Instagram	14
3.2. Facebook	16
3.3. Telegram	16
3.4. Wieloplatformowy charakter cyfrowego rynku narkotykowego	18
3.5. Regulaminy i moderacja	19
3.6. Algorytmy	20
3.7. Profesjonalizacja i automatyzacja	21
4. Handel narkotykami online	23
4.1. Dostępność i asortyment	23
4.2. Płatność	26
4.3. Wysyłka	28
4.4. Dodatkowe usługi	30
5. Bezpieczeństwo, ryzyko i oszustwa	31
5.1. Środki bezpieczeństwa stosowane przez sprzedających	31
5.2. Oszustwa i strategie ochronne kupujących	33
5.3. Postrzeganie ryzyka organów ścigania i konsekwencji prawnych	34
6. Marketing i reklama	35
6.1. Estetyka profili i ofert	36
6.2. Konkursy, promocje, system rekomendacji i ocen	39
6.3. Prezentowanie określonego stylu życia i influencing	40
7. Redukcja szkód	42
8. Podsumowanie i wnioski	43

1.

Cyfrowe rynki narkotykowe w literaturze

Analizy tradycyjnych rynków narkotykowych skupiały się głównie na wymiarze lokalnym oraz na bezpośrednich kontaktach twarzą w twarz pomiędzy sprzedawcami i osobami używającymi, a także na strukturach przestępczości zorganizowanej i ulicznych punktach dystrybucji (Coomber i Turnbull 2007). Stopniowe upowszechnienie telefonów komórkowych, komunikatorów, a następnie internetu stworzyło jednak warunki do przeniesienia znacznej części komunikacji związanej z obrotem substancjami do przestrzeni sieciowej, a następnie cyfrowej (Tzanetakis i South 2023).

W literaturze przedmiotu coraz częściej używa się pojęcia „cyfrowe rynki narkotykowe” (digital drug markets), odnosząc je do wszelkich form handlu narkotykami, w których kluczową rolę odgrywają technologie cyfrowe. Agencja Unii Europejskiej ds. Narkotyków (dalej EUDA) definiuje cyfrowe rynki narkotykowe jako „złożone i dynamiczne systemy”, obejmujące zarówno ukryte kryptorynki, jak i publiczne lub półpubliczne platformy w tzw. surface web, które uzupełniają tradycyjne formy handlu (EMCDDA 2016).

Technologia nie eliminuje więc wymiaru fizycznego: substancje wciąż muszą zostać wytworzone, zapakowane i dostarczone, a płatność w ostatecznym rozrachunku dotyczy realnych substancji kontrolowanych. Nowe technologie raczej rekonfigurują istniejące struktury ekonomiczne i społeczne, a nie tworzą całkowicie odrębny nowy świat (Tzanetakis i South 2023; EMCDDA 2016). W nowszych ujęciach teoretycznych mówi się raczej o ciągłości cyfrowo-fizycznej niż o prostym przeciwstawieniu rynków online versus offline. Relacje rynkowe rozciągają się od niemal w pełni cyfrowych po niemal wyłącznie fizyczne, jednak większość praktyk lokuje się obecnie gdzieś pośrodku tej skali (Berger i Bakken 2025).

Pierwsza fala zainteresowania cyfrowymi rynkami narkotykowymi skoncentrowana była na darknetowych kryptorynkach. Dostępne przez anonimowe przeglądarki i wymagające umiejętności korzystania z kryptowalut, stanowią specyficzny segment tego krajobrazu, zarezerwowany raczej dla bardziej zaawansowanych użytkowników i sprzedawców. Opierają się one na połączeniu technologii z zakresu anonimowości (systemów sieci komputerowej i powiązanej przeglądarki zapewniającej anonimowość TOR oraz kryptowalut) i systemów ocen i rekomendacji, zmniejszając ekspozycję sprzedawców na działania organów ścigania, równocześnie poszerzając zasięg geograficzny obrotu i sprzyjając powstawaniu transnarodowych łańcuchów podaży (Christina 2013). Istotna część obrotu w darknecie ma charakter hurtowy. Część kupujących nabywa tam narkotyki z myślą o ich odsprzedaży offline, co wskazuje na oddziaływanie kryptorynków na lokalne rynki narkotykowe (Aldridge i Décary-Héту 2016). Jednocześnie wymagają one stosunkowo wysokiego poziomu tzw. „kapitału cyfrowego” i są mniej dostępne dla okazjonalnych użytkowników.

Platformy społecznościowe (Facebook, Instagram, Telegram i inne) znacząco obniżyły ten próg wejścia. Korzystanie z nich jest dla młodych ludzi elementem codzienności, a kupowanie narkotyków często nie wymaga niczego więcej niż znajomości kilku emotikonów, hashtagów lub nazw użytkowników kojarzonych z określonym asortymentem (Moyle i in. 2019; McCulloch 2019). Cyfrowe rynki narkotykowe na platformach społecznościowych mają charakter wyraźnie hybrydowy. Kontakty inicjowane są często w przestrzeni internetowej, lecz finalne przekazanie towaru wciąż odbywa się w świecie offline, za pośrednictwem usług pocztowych i kurierskich czy spotkaniu twarzą w twarz (Tzanetakis i South 2023; Korshøj i Søgaard, 2024). Analizy z krajów nordyckich pokazują, że transakcje zawierane za pośrednictwem mediów społecznościowych zwykle łączą kilka etapów. Najpierw pojawia się otwarta oferta w publicznej części serwisów, następnie następuje negocjowanie szczegółów w prywatnych wiadomościach, a na końcu spotkanie lub dostawa (Demant i Bakken 2019).

Hybrydowość dotyczy także ról osób uczestniczących w handlu substancjami kontrolowanymi. Te same osoby mogą jednocześnie pełnić funkcję użytkowników, okazjonalnych pośredników obsługujących ograniczoną sieć znajomych oraz bardziej zaawansowanych sprzedawców, którzy działają na wielu platformach oraz obsługują większą liczbę klientów (Coomber i in. 2023). Cyfrowe rynki narkotykowe łączą zatem elementy tradycyjnego rynku ulicznego z logiką działania platform cyfrowych, w których widoczność oferty, reputacja sprzedawcy i zaufanie użytkowników są w coraz większym stopniu kształtowane przez mechanizmy właściwe dla środowiska platform internetowych.

To właśnie zacieranie się granicy między światem wirtualnym a realnym stanowi dziś jeden z kluczowych tematów dyskusji o cyfrowych rynkach narkotykowych: technologicznie „zwykłe” platformy, wykorzystywane do komunikacji, rozrywki i zakupów, stają się równocześnie infrastrukturą nieformalnych gospodarek i rynków nielegalnych, których efekty związane z uzależnieniami, przestępczością i szkodami zdrowotnymi są bardzo realne (Tzanetakis i South 2023; EMCDDA 2023; UNODC 2023).

W Polskim kontekście brakuje natomiast systematycznych badań łączących analizę ilościową i jakościową rynku prowadzonego za pośrednictwem platform społecznościowych. Dotychczasowe doniesienia, zarówno z raportów międzynarodowych, jak i z polskich badań nad wzorami używania substancji, sugerują, że młodzi użytkownicy internetu mają kontakt z ofertami narkotyków w social mediach, a komunikatory szyfrowane i grupy na platformach takich jak Telegram, Facebook czy Instagram są wykorzystywane jako kanały dystrybucji, jednak brakuje pogłębionego, krajowego opisu tego zjawiska (EMCDDA 2023; UNODC 2023).

Celem badań omawianych w niniejszym raporcie była eksploracja realiów e-rynków narkotykowych w Polsce, poprzez ich identyfikację, opis trendów i zachodzących zmian w handlu narkotykami online, a także przybliżenie charakterystyki użytkowników tych rynków, zarówno po stronie popytowej i podażowej. Realizację tych celów oparto na trzech komplementarnych komponentach:

1. ilościowej analizie ofert sprzedaży substancji zamieszczonych na platformach komunikacyjnych,
2. badaniu ankietowym przeprowadzonym wśród użytkowników kupujących narkotyki online uzupełnionym o reprezentatywne i ogólnopolskie badanie użytkowników internetu w zakresie zakupu przez nich substancji odurzających,
3. indywidualnych wywiadach pogłębionych z osobami udostępniającymi narkotyki w sieci.

Opisane badanie pozwala przełożyć ustalenia literatury międzynarodowej na polski kontekst prawny i społeczny oraz zrozumieć, w jaki sposób globalne procesy cyfryzacji rynku narkotykowego materializują się na konkretnych platformach używanych przez polskich użytkowników.

2.

Metodologia i materiał badawczy

2.1. Badanie ilościowe na Telegramie

Pierwszym komponentem projektu było badanie ilościowe oparte na systematycznym zbieraniu danych z komunikatora Telegram. Celem tej części było uchwycenie dynamiki i struktury rynków narkotykowych funkcjonujących na tej platformie w perspektywie czasowej, ze szczególnym uwzględnieniem aktywności sprzedawców, cech ofert oraz sposobów organizacji obrotu.

Od stycznia 2023 roku do października 2024 roku materiał badawczy z komunikatora Telegram był pozyskiwany w sposób manualny, poprzez systematyczne pobieranie historii czatów z 20 wybranych grup, do których badacz uzyskał dostęp. Na tym etapie priorytetem była pogłębiona, jakościowa obserwacja funkcjonowania rynków oraz wypracowanie wstępnych kategorii analitycznych. Od października 2024 roku zakres badania został istotnie rozszerzony dzięki wykorzystaniu narzędzi uczenia maszynowego oraz strategii „snowballingu”, polegającej na docieraniu do kolejnych grup za pośrednictwem linków, rekomendacji i powiązań międzykanałowych.

W rezultacie, w okresie od listopada 2024 do października 2025 roku przeanalizowano łącznie 330 grup na Telegramie, co pozwoliło uchwycić znacznie szerszy i bardziej zróżnicowany fragment ekosystemu cyfrowych rynków narkotykowych. Do analizy włączano zarówno grupy i kanały o charakterze wyraźnie „rynkowym” (regularne publikowanie ofert sprzedaży), jak i takie, w których treści ofertowe pojawiały się obok dyskusji i innych form aktywności.

Dane zbierano w stałym, miesięcznym rytmie. W pierwszym etapie przeprowadzono ręczną analizę niewielkiej próby wiadomości w celu identyfikacji istotnych kategorii informacji oraz opracowania zasad ich wyodrębniania i klasyfikacji. Następnie wytrenowano model uczenia maszynowego, który automatycznie analizował setki tysięcy wiadomości, identyfikował treści zawierające oferty sprzedaży narkotyków oraz ekstraktował dane dotyczące oferowanych substancji, metod płatności i sposobów dostawy.

W ramach każdej „sobotniej” fali pomiaru kodowano następujące zmienne ilościowe i jakościowe:

- liczbę aktywnych sprzedawców danego dnia, rozumianych jako liczbę odrębnych kont publikujących co najmniej jeden post ofertowy,
- liczbę postów ofertowych w przeliczeniu na sprzedawcę,
- obecność materiałów wizualnych: dla każdego posta sprawdzano, czy zawiera on zdjęcia lub pliki wideo,
- linki wewnętrzne do innych grup i kanałów na Telegramie,
- linki zewnętrzne do innych platform: identyfikowano odsyłacze do profili na innych serwisach (np. media społecznościowe, komunikatory, strony www, sklepy).

Od 2022 roku prowadzono systematyczną obserwację trzech grup na Facebooku oraz dwudziestu profili na Instagramie, koncentrując się na treściach związanych z handlem narkotykami oraz towarzyszącymi im praktykami komunikacyjnymi. Dane z poszczególnych fal pomiaru były następnie łączone w bazę panelową, co umożliwiło analizę trendów w czasie: zmiany liczby aktywnych grup i sprzedawców, ewolucję oferowanego asortymentu, rozpowszechnienie określonych form dostawy, marketingu i praktyk bezpieczeństwa, a także rotację i wygaszanie poszczególnych kanałów.

2.2. Netnografia i obserwacja wirtualna na Instagramie i Facebooku

Od 2022 roku prowadzono systematyczną obserwację dwóch grup na Facebooku oraz dziesięciu profili na Instagramie, koncentrując się na treściach związanych z handlem narkotykami oraz towarzyszącymi im praktykami komunikacyjnymi. Zgodnie z podejściem netnografii i etnografii online, teren badawczy zdefiniowano jako konkretne profile i grupy, a dane gromadzono w sposób powtarzalny: w każdą pierwszą sobotę miesiąca wykonywano zrzuty ekranu (screenshots) postów ofertowych sprzedawców oraz innych treści związanych z rynkiem, takich jak reklamy, konkursy, informacje „edukacyjne” czy posty budujące wizerunek marki (Kozinets 2010; 2015).

Każdy zrzut ekranu stanowił jednostkę analizy pod kątem rodzaju treści (oferta sprzedaży, reklama, konkurs, wpis wizerunkowy), oferowanych substancji, używanych technik marketingowych, stosowanych praktyk bezpieczeństwa oraz form interakcji z odbiorcami (komentarze, reakcje, udostępnienia). Powtarzalny, comiesięczny interwał pomiaru umożliwił śledzenie zmian w czasie – zarówno w aktywności poszczególnych sprzedawców i profili, jak i w repertuarze wykorzystywanych strategii komunikacyjnych. Metodologicznie podejście to łączy elementy ilościowej analizy treści (liczenie postów określonego typu, porównywanie częstotliwości) z jakościową netnografią, która pozwala interpretować znaczenia przypisywane tym praktykom oraz osadzić je w szerszym kontekście kultury platform i rynku (Hine 2015).

2.3. Ogólnopolskie badanie użytkowników internetu w zakresie zakupu przez nich substancji odurzających

Powyższe badania zostały uzupełnione o badanie przeprowadzone w ramach ogólnopolskiego panelu badawczego Ariadna na pełnoletnich użytkownikach internetu. W ramach cotygodniowego badania Omnibus prowadzonego na reprezentatywnej próbie dorosłych obywateli polskich korzystających z internetu zadano 5 pytań, by poznać skalę kupowania przez badanych narkotyków oraz głównych kanałów dostaw. Wyniki tego badania służą jako wsparcie interpretacji wyników wyżej opisanej ankiety internetowej, która nie miała charakteru reprezentatywnego. Badanie zostało przeprowadzone w dniach 1-3 czerwca 2025 roku na ogólnopolskiej próbie 1117 osób.

Pytania dotyczyły najczęściej kupowanych narkotyków, źródła zakupu (w tym podziału na rynki offline i online) oraz częstotliwość korzystania z cyfrowych rynków narkotykowych. Jak wynika z przedstawionych odpowiedzi, 11% badanych zadeklarowało, że kiedykolwiek kupiły narkotyki w swoim życiu, natomiast 27% z nich kupiło je na rynku cyfrowym.

11%

badanych zadeklarowało, że kiedykolwiek
kupiły narkotyki w swoim życiu.

27%

z nich kupiło je na rynku cyfrowym.

2.4. Ankieta internetowa wśród osób kupujących narkotyki w sieci

Kolejnym komponentem projektu było internetowe badanie ankietowe, którego celem było poznanie doświadczeń osób kupujących narkotyki w sieci, ich praktyk zakupowych oraz postrzeganego bezpieczeństwa. Zastosowano anonimowy kwestionariusz online, dostępny poprzez specjalny link rozpowszechniany przede wszystkim w mediach społecznościowych oraz we współpracy z organizacjami pozarządowymi zajmującymi się polityką narkotykową i redukcją szkód. Podmioty takie, jak Wolne Konopie, Polska Sieć Polityki Narkotykowej oraz Mestosław zostali poproszeni o reklamowanie ankiety i aktywne zachęcanie osób śledzących ich profile do jej wypełnienia. Na ankietę odpowiedziało łącznie 1733 osób, z czego około 731 zadeklarowało, że kiedykolwiek kupowało narkotyki lub produkty psychoaktywne przez internet. Analizy dotyczące rynków online koncentrują się przede wszystkim na tej podpróbie, przy jednoczesnym wykorzystaniu pełnej próby do porównań z osobami niekorzystającymi z kanałów internetowych. Grupa ankietowanych była zróżnicowana pod względem płci. Spośród 1571 osób, które dotarły do pytań metryczkowych (część osób porzuciła bowiem wypełnienie na wcześniejszym etapie ankiety i jej nie dokończyła), 937 zadeklarowało się jako mężczyźni, 527 jako kobiety, 35 jako osoby niebinarne, natomiast 72 osoby zdecydowały się nie podawać swojej płci. Większość osób, które wypełniły ankietę, była stosunkowo młoda - prawie ponad $\frac{3}{4}$ z nich miała 30 lat lub mniej (por. dane na wykresie 1). Nie odnotowano natomiast istotnych różnic dotyczących wieku ze względu na deklarowane miejsce zakupu narkotyków (offline/online/offline i online).

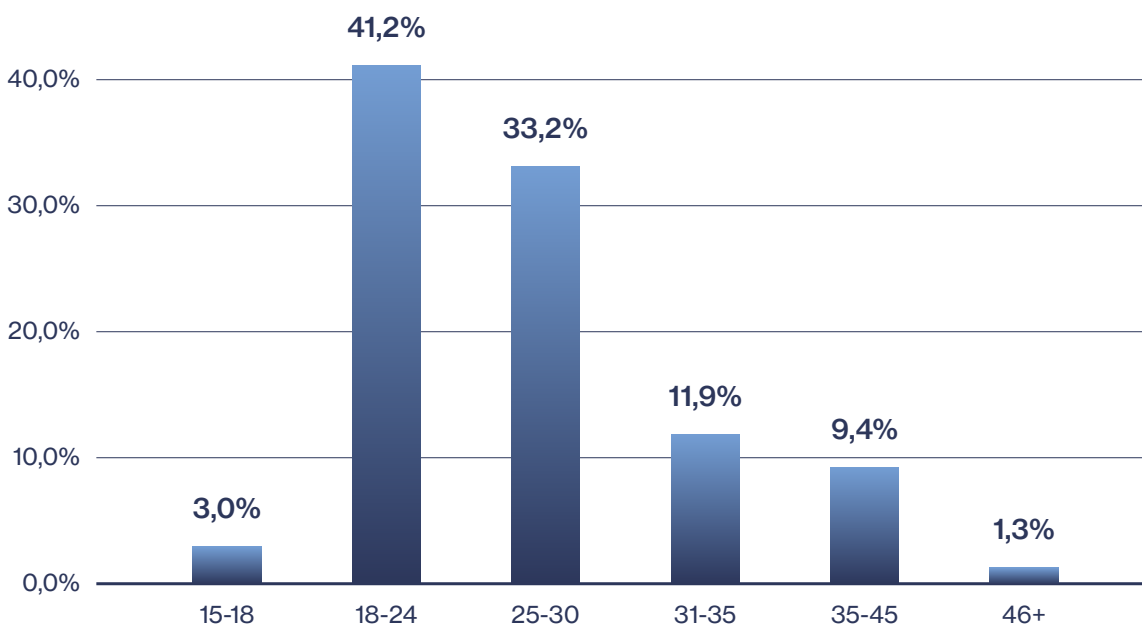
1733

liczba osób, które wzięły udział
w badaniu

731

z nich kupowało narkotyki lub produkty
psychoaktywne przez internet

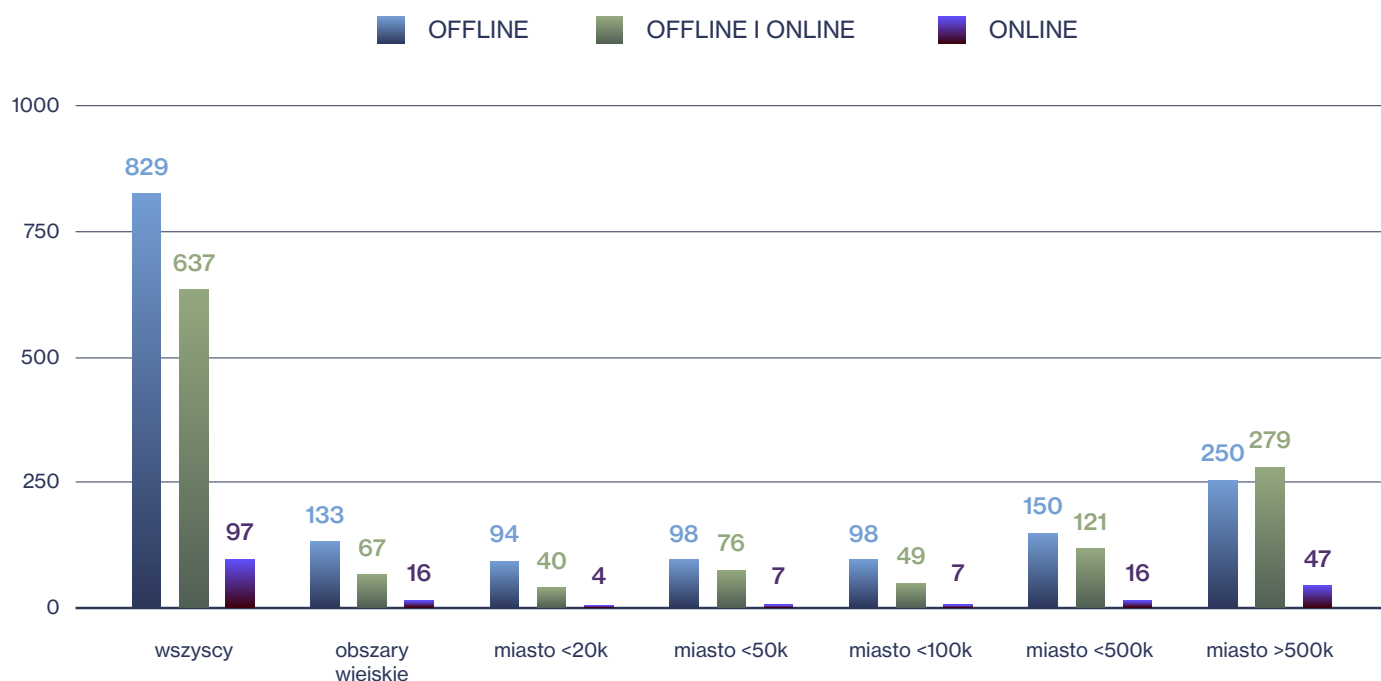
Wiek respondentów



Wykres 1. Wiek respondentów w badaniu ankietowym osób kupujących narkotyki (N=1438)

Widać pewne różnice w odniesieniu do miejsca zamieszkania między osobami, które kupują narkotyki w sieci oraz na żywo (por. wykres 2). Po pierwsze, cały czas stosunkowo niewielka grupa (jedynie 6%) kupuje narkotyki wyłącznie w sieci. Osoby te mieszkają głównie w największych miastach (ponad 500 tysięcy mieszkańców), ale jest to sposób popularny także na wsiach - a przynajmniej można powiedzieć, że jest on popularniejszy na obszarach wiejskich niż w małych miastach. Generalnie jednak większość badanych korzysta albo z offline'owych kanałów zakupowych (53%), a pozostałe 40% łączy obie formy zakupów. Generalnie jednak w miastach poniżej 100 tysięcy mieszkańców popularniejszą formą są zakupy twarzą w twarz, a w miastach większych coraz popularniejszy staje się zakup w sieci, przy czym trend ten jest najbardziej widoczny w miastach powyżej 500 tysięcy mieszkańców.

Pytanie: Gdzie kiedykolwiek zdarzyło Ci się kupić narkotyki?



Wykres 2. Miejsce zamieszkania osób kupujących narkotyki online i offline (N=1571).

Kwestionariusz obejmował moduły dotyczące podstawowych cech społeczno demograficznych, historii używania substancji oraz dominujących kanałów zaopatrzenia, a także rozbudowany blok pytań o zakupy w internecie. Respondentów pytano między innymi o rodzaje wykorzystywanych platform, częstotliwość i liczbę transakcji, typy kupowanych substancji oraz motywacje stojące za wyborem kanałów online. Szczególny nacisk położono na ocenę poczucia bezpieczeństwa i ryzyka, w tym na porównanie zakupów internetowych z handlem za pośrednictwem kontaktów osobistych, obawy przed interwencją organów ścigania, oszustwem sprzedawcy, jakością substancji oraz pozostawianiem śladu cyfrowego. W odrębnych pytaniach badano także stosowane przez użytkowników strategie bezpieczeństwa, takie jak korzystanie z szyfrowanych komunikatorów, wybór form płatności, sposób podawania danych osobowych czy weryfikacja jakości produktu.

2.5. Wywiady pogłębione ze sprzedawcami i osobami zaangażowanymi w rynek

W ramach projektu przeprowadzono również indywidualne wywiady pogłębione przeprowadzone z 20 osobami zaangażowanymi w sprzedaż narkotyków z wykorzystaniem internetu. Zastosowano celowy sposób doboru rozmówców: częściowo wywodzili się oni spośród uczestników badania ankietowego (14 rozmówców), którzy zadeklarowali prowadzenie sprzedaży i wyrazili chęć udziału w dalszej części projektu, a częściowo poprzez kontakty sieciowe badaczy (2 rozmówców) oraz rekomendacje od innych badanych (metoda tzw. kuli śniegowej) 4 (rozmówców). Wywiady miały charakter półustrukturyzowany, opierały się na wspólnym scenariuszu tematycznym, obejmującym m.in. takie zagadnienia, jak: ścieżki wejścia w handel, wykorzystywane platformy, organizację pracy, relacje z klientami, postrzeganie ryzyka, praktyki bezpieczeństwa i doświadczenia z organami ścigania. Około połowa rozmów została przeprowadzona telefonicznie, natomiast pozostałe odbyły się z wykorzystaniem szyfrowanych komunikatorów internetowych.

Obie powyższe metody są często stosowane w badaniach uczestników rynków narkotykowych (Korshøj and Søgaard, 2024). Warto podkreślić, że prowadzenie wywiadów w formie telefonicznej, choć rzadkie, jest stosowane przy osobach pochodzących z grup trudno dostępnych oraz przy poruszaniu szczególnie wrażliwej tematyki. W niniejszych badaniach mieliśmy do czynienia z obiema takimi sytuacjami. Choć wydaje się, że rozmowa telefoniczna jest mniej pożądaną formą prowadzenia wywiadów pogłębionych z uwagi na mniejsze skupienie się rozmówcy oraz brak możliwości obserwowania jego reakcji, to badania pokazują, że jakość danych uzyskanych w ten sposób nie jest wcale niższa od danych z rozmów prowadzonych w inny sposób (Thunberg i Arnell 2022). Badania prowadzone za pośrednictwem szyfrowanych komunikatorów w formie wymiany wiadomości tekstowych charakteryzują się zmienną dynamiką interakcji, w której badacze dysponują ograniczoną kontrolą nad tempem oraz częstotliwością odpowiedzi uczestników. Kluczowe w tym kontekście są jednak kwestie etyczne, związane z zapewnieniem anonimowości, wykorzystaniem szyfrowania oraz ochroną danych osobowych. Taka forma jest również przesunięciem kontroli nad przebiegiem i kontekstem badania w stronę uczestników, którzy funkcjonują w dobrze im znanym, „własnym” środowisku komunikacji cyfrowej (Bakken 2022).

Wszystkim rozmówcom zagwarantowano pełną anonimowość: stosowano pseudonimy, nie zadawano pytań pozwalających na jednoznaczną identyfikację, a wszelkie potencjalnie wrażliwe szczegóły były modyfikowane na etapie transkrypcji. Użycie opisanych wyżej metod komunikacji (wiadomości tekstowe czy rozmowy telefoniczne) pozwalała także na zwiększenie zachowania anonimowości osób badanych oraz pozwalała im na kontrolowanie wywiadu, dając możliwość przerwania go w dowolnym momencie, gdyby chcieli (Thunberg i Arnell 2022; Howlett 2022: 395).

Przed rozpoczęciem wywiadu rozmówcom były szczegółowo przedstawione cele projektu, zasady poufności oraz prawo do przerwania rozmowy w każdej chwili, a zgoda na udział była uzyskiwana zarówno w formie pisemnej i ustnej. Przy wywiadach prowadzonych telefonicznie, za zgodą rozmówców, stosowano nagrywanie audio, natomiast w przypadku części rozmów na komunikatorach opierano się na zapisie tekstowym lub szczegółowych notatkach sporządzanych w trakcie i bezpośrednio po zakończeniu kontaktu. Materiał empiryczny został następnie zanonimizowany, przetranskrybowany i poddany kodowaniu tematycznemu z wykorzystaniem programu do analizy danych jakościowych, co umożliwiło wyodrębnienie powtarzających się kategorii i wzorów doświadczeń. W celu zachowania anonimowości rozmówcom przydzielone zostały popularne męskie imiona.

2.6. Kwestie etyczne i ograniczenia metodologiczne

Kwestie etyczne i ograniczenia metodologiczne są w przypadku badań cyfrowych rynków narkotykowych szczególnie istotne. Po pierwsze, analizowany materiał obejmuje jedynie niewielki wycinek szerszego ekosystemu, który jest z natury ukryty, zróżnicowany i dynamiczny. Badane były te segmenty rynku, do których badacze byli w stanie dotrzeć za pomocą obserwacji i narzędzi cyfrowych, co oznacza przewagę bardziej widocznych i otwartych form handlu nad zamkniętymi, silnie zabezpieczonymi kanałami. Po drugie, znaczna część analizy dotyczy ofert publikowanych w sieci, a nie samych transakcji. Ogłoszenia mówią o tym, co sprzedawcy deklarują, że mają do zaoferowania, lecz nie pozwalają bezpośrednio stwierdzić, czy i w jakiej skali dochodzi do faktycznych sprzedaży. Ten problem został dobrze opisany we wcześniejszych badaniach kryptorynków, gdzie liczbę listingów traktuje się co najwyżej jako przybliżony wskaźnik aktywności, a nie wprost liczbę transakcji, a sama ta metoda wymaga uzupełnienia analizą danych pochodzących z innych źródeł (Décary Hétu i Aldridge 2015; Barratt i Maddox 2016). Stąd włączenie do niniejszego projektu ankiety internetowej oraz wywiadów jakościowych, które mają złagodzić to ograniczenie i umożliwić przybliżenie praktyk zakupowych i ich częstotliwości, a także motywacji i doświadczeń uczestników rynku (Van Hout i Bingham 2013; Bakken i Demant 2019).

Dodatkowym wyzwaniem jest opieranie się na danych deklaracyjnych, zarówno w ankiecie, jak i w wywiadach. Badani mogą zaniżać lub zawyżać swoją aktywność, niedoszacowywać ryzyka, a w skrajnych przypadkach po prostu kłamać, korzystając z poczucia anonimowości. Literatura dotycząca badań wśród użytkowników narkotyków i uczestników rynków internetowych podkreśla jednak, że anonimowość często zwiększa gotowość do szczerych odpowiedzi, ale równocześnie utrudnia kontrolę wiarygodności danych, co wymaga triangulacji w postaci łączenia różnych metod i źródeł informacji (Barratt i Maddox 2016).

Istotnym wymiarem etycznym prowadzonych badań jest ochrona osób, których aktywność jest przedmiotem obserwacji. Z uwagi na to, że sprzedawcy i kupujący dopuszczają się czynów zabronionych na gruncie polskiego prawa, w procesie opracowywania materiału badawczego konsekwentnie usuwano wszelkie dane mogące prowadzić do identyfikacji konkretnych osób, profili, nazw grup czy kanałów. Stosowano pseudonimizację, rezygnowano z podawania nazw własnych oraz modyfikowano szczegóły mogące umożliwić rozpoznanie jednostkowych przypadków.

Jednym z pierwotnych założeń projektu było monitorowanie zmian liczby członków w badanych grupach na platformach internetowych, co miało umożliwić identyfikację trendów wzrostu lub spadku popularności poszczególnych rynków. W toku badań okazało się jednak, że podejście to jest metodologicznie trudne do utrzymania. Grupy były w międzyczasie usuwane przez samych sprzedawców, zamykane przez platformy, przekształcane w kanały o innym profilu lub stawały się nieaktywne z powodów, których nie dało się jednoznacznie ustalić. W konsekwencji badacz tracił do nich dostęp, a szereg szeregowych obserwacji dotyczących liczby członków okazywał się nieporównywalny w czasie. Doświadczenie to ujawniło nie tylko ograniczenia techniczne, lecz także problem natury konceptualnej: liczba zapisanych członków nie jest trafnym wskaźnikiem „siły” rynku w sytuacji, w której sprzedawcy tworzą dziesiątki kont, migrują pomiędzy grupami i równolegle wykorzystują wiele kanałów komunikacji. W świetle tych ustaleń bardziej adekwatnym miernikiem okazała się analiza aktywnych uczestników oraz wolumenu publikowanych przez nich postów ofertowych, które lepiej odzwierciedlają faktyczne funkcjonowanie rynków niż statyczne dane o liczbie członków grupy.

Zgromadzony materiał z jednej strony stanowi więc wycinek szerszej rzeczywistości cyfrowych rynków narkotykowych, z drugiej jest wyjątkowo obszerny, obejmując łącznie ponad czterysta tysięcy postów, zrzutów ekranu oraz nagrań wideo. Tak duża skala oraz wysoka różnorodność form treści rodzą istotne wyzwania analityczne. O ile część materiału tekstowego może być przetwarzana i kategoryzowana z wykorzystaniem narzędzi ilościowych, o tyle zrzuty ekranu i pliki wideo, a więc treści nietekstowe, na obecnym etapie nie mogą zostać w pełni zautomatyzowane i wymagają pracy manualnej. Ogranicza to możliwość zastosowania zaawansowanych metod uczenia maszynowego do całości zbioru i wymusza selektywne podejście do analiz, przy jednoczesnym zachowaniu świadomości, że każdy wniosek odnosi się do fragmentu, a nie do pełnego obrazu zjawiska.

3.

Charakterystyka środowiska rynków na platformach społecznościowych

Rozdział poświęcony charakterystyce badanych platform należy rozpocząć od podkreślenia, że współczesny handel narkotykami w internecie odbywa się w wielu zróżnicowanych środowiskach cyfrowych. Liczba dostępnych aplikacji i serwisów, a także tempo pojawiania się nowych rozwiązań sprawiają, że niemożliwe jest objęcie badaniem całego ekosystemu. W niniejszym projekcie skoncentrowano się na trzech kluczowych platformach, to jest Instagramie, Facebooku oraz Telegramie, które w polskim kontekście odgrywają szczególnie istotną rolę w obrocie substancjami. Poza zakresem systematycznej analizy pozostały inne ważne środowiska, w tym między innymi Snapchat, Grindr czy Tinder, na których również dochodzi do nawiązywania kontaktów handlowych. Analiza zgromadzonego materiału badawczego oraz przegląd literatury światowej wskazują, że

współczesny handel narkotykami w internecie nie jest przypisany do jednej, izolowanej przestrzeni, lecz funkcjonuje jako złożony, współzależny i wieloplatformowy ekosystem.

3.1. Instagram

Pierwsze systematyczne rozpoznanie badanych rynków cyfrowych rozpoczęto w 2022 roku właśnie od serwisu Instagram. Punkt wyjścia stanowiło wykorzystanie słów kluczy bądź emotikonów stosowanych potocznie przez osoby handlujące (np. plug lub 🦋, czyli wtyczka, co oznacza w slangu sprzedawcę narkotyków). Wpisanie ich w wyszukiwarkę pozwoliło w bardzo krótkim czasie zidentyfikować szereg profili, na których prezentowano zarówno bezpośrednie oferty sprzedaży substancji psychoaktywnych, jak i materiały wizualne przedstawiające te substancje oraz podstawowe informacje dotyczące sposobu kontaktu ze sprzedawcą.

Dominującą formą komunikacji były zdjęcia oraz krótkie nagrania wideo, często zmontowane z wykorzystaniem popularnych utworów muzycznych oraz filtrów estetycznych. Zdecydowana większość profili regularnie wrzucała reklamy w formie zdjęć oferowanego towaru, opatrzonych jego oceną lub recenzją czego klasycznym przykładem jest fotografia 1.



Fotografia 1. Zrzut ekranu reklamy profilu reklamującego sprzedawaną za jego pośrednictwem marihuanę.

Po rozpoczęciu obserwacji kilku takich profili algorytm rekomendacyjny Instagrama zaczął samoczynnie podsuwać kolejne konta powiązane z handlem substancjami. Duża liczba zaproszeń do obserwacji takich profili pochodziła również od samych kont sprzedających narkotyki bądź wspierających ich sprzedaż, jak profil testujący produkty sprzedawane przez innych dostawców (jak na fotografii 2). W rezultacie w stosunkowo krótkim czasie zidentyfikowano około sześćdziesięciu profili, które można było zaklasyfikować jako konta powiązane ze sprzedażą substancji psychoaktywnych.



Fotografia 2. Zrzut ekranu profilu testującego substancje oferowane przez innych sprzedawców. (zdjęcie nie przedstawia autentycznej nazwy profilu).

Dzięki algorytmowi rekomendacyjnemu Instagrama, w krótkim czasie zidentyfikowano około

60

profilu, które można było zaklasyfikować jako konta powiązane ze sprzedażą substancji psychoaktywnych.

Poza kontami wskazującymi wprost na sprzedaż narkotyków, zidentyfikowano wiele profili wspomagających ten proces.

Poza kontami wskazującymi wprost na sprzedaż narkotyków, zidentyfikowano wiele profili wspomagających ten proces. Wśród nich wyróżniono profile testerów i “legitcheckerów” (z ang. *legit check* - potwierdzenie autentyczności), które z jednej strony miały rekomendować sprawdzone profile, a z drugiej mogły ostrzegać przed oszustami czy osobami sprzedającymi towar nieodpowiedniej jakości.

Ich wspólna działalność, która polegała na wzajemnych systemach rekomendacji, poleceń oraz ostrzeżeń, tworzy samo napędzający się specyficzny ekosystem, który pozwala na dotarciu do większej grupy sprzedawców i kupujących w relatywnie niewielkim czasie, bez zaangażowania znacznych środków.

3.2. Facebook

W odróżnieniu od Instagrama, handel narkotykami na Facebooku koncentruje się przede wszystkim w obrębie zamkniętych grup. W ramach niniejszego projektu uzyskano dostęp do trzech grup, które zostały zidentyfikowane jako miejsca wykorzystywane do sprzedaży substancji psychoaktywnych. Struktura tych grup była zbliżona do typowych społeczności tworzonych na Facebooku, w których komunikacja opiera się na publikowaniu postów, komentowaniu oraz używaniu reakcji. Odmienny był jednak sposób formułowania treści.

Posty ofertowe na Facebooku charakteryzowały się oszczędnością. Zazwyczaj zawierały jedynie informację o tym, czy dana osoba zainteresowana jest kupnem lub sprzedażą, skrótowo wskazany typ substancji oraz ewentualnie miasto i ogólny sposób przekazania towaru. Nazwy substancji przyjmowały formę slangu, kryptonimów lub emotikonów, a wszelką dodatkową komunikację przenoszono do wiadomości prywatnych. W porównaniu z obserwacjami na Instagramie zwraca uwagę niemal całkowity brak materiałów wizualnych oraz warstwy stylistycznej, którą można byłoby interpretować jako marketingową.

Szczególnie interesujący przykład stanowiła jedna z badanych grup, która funkcjonowała w oparciu o rozbudowaną „księgę kodów”. Każda istotna informacja, taka jak typ substancji, forma płatności czy sposób przekazania towaru, była zastępowana odpowiednim kodem liczbowym lub literowym znanym wyłącznie członkom społeczności. W regulaminie grupy wprost zakazywano publikowania zdjęć, filmów i emotikonów, a także jawnych odniesień do określonych substancji. Przykładem jest fotografia 3. Choć nie zawiera ona autentycznego profilu postu czy osoby, dobrze obrazuje, jak one wyglądają. Kod AGX 101 oznacza, że osoba ta jest zainteresowana zakupem detalicznej ilości Xanaxu, który ma być dostarczony za pomocą wysyłki.



Beata Ky

Wczoraj o 15:22 · 🌐

A G X 101

Jedna z badanych grup
funkcjonowała w oparciu o
rozbudowaną „księgę kodów”.

Fotografia 3. Przykładowy obraz posta osoby chcącej narkotyków na platformie Facebook (zdjęcie nie przedstawia autentycznego postu i profilu osoby).

3.3. Telegram

Trzecim badanym środowiskiem była platforma Telegram, która pełni szczególną rolę w architekturze cyfrowych rynków narkotykowych. Aplikacja ta umożliwia tworzenie czatów prywatnych, grup oraz kanałów o bardzo dużej liczbie członków, a także udostępnia mechanizmy szyfrowania end to end (gwarantujące, że wiadomość jest zaszyfrowana u nadawcy i odszyfrowana dopiero u odbiorcy). W przeszłości platforma ta była publicznie kojarzona z dużym naciskiem na prywatność użytkowników oraz ograniczoną ingerencję w treści, co sprawiło, że stała się atrakcyjnym narzędziem komunikacji zarówno dla ruchów społecznych (służyła między innymi protestującym w Hongkongu i Białorusi, a także osobom przekazującym informacje na temat działań wojennych oraz pomocy humanitarnej w Ukrainie), jak i dla aktorów nielegalnych rynków.

W ramach niniejszego badania Telegram okazał się platformą, na której aktywność handlowa była najbardziej bezpośrednia i najmniej ukryta na poziomie treści. Funkcjonowała tam bardzo duża liczba grup, w których sprzedawcy publikowali otwarte oferty sprzedaży wraz z cennikami, zdjęciami oraz nagraniami prezentującymi substancje. Nazwy narkotyków i leków podawano wprost, bez konieczności stosowania rozbudowanych kodów. W odróżnieniu od Instagrama, gdzie zasadniczo eksponowano warstwę wizerunkową i styl życia, treści na Telegramie miały często charakter funkcjonalny: listy produktów, wskazanie cen, informacje o dostępności i sposobie dostawy.

Analiza ilościowa danych z Telegrama wskazuje, że znaczna część aktywności ofertowej koncentruje się w rękach relatywnie niewielkiej liczby sprzedawców, którzy wielokrotnie powielają te same treści. Zidentyfikowano łącznie 399 415 postów będących ofertami narkotykowymi, przy czym zostały one opublikowane przez zaledwie 4 052 użytkowników. W praktyce ci sami sprzedawcy często umieszczali identyczne ogłoszenia wielokrotnie w ciągu dnia, publikując je równolegle na wielu grupach, co odbywało się zarówno w trybie kopiuj i wklej, jak i przy wykorzystaniu botów automatyzujących wysyłkę treści.

Telegram okazał się platformą, na której aktywność handlowa była najbardziej bezpośrednia i najmniej ukryta na poziomie treści. Nazwy narkotyków i leków podawano wprost, bez konieczności stosowania rozbudowanych kodów.

399 415

postów będących ofertami narkotykowymi

4 052

użytkowników publikujących oferty

Wokół tych grup wytworzył się złożony ekosystem powiązanych przestrzeni. Obok klasycznych grup sprzedażowych funkcjonowały grupy rekomendacyjne, w których użytkownicy wymieniali się opiniami na temat sprzedawców, ostrzegali przed oszustami oraz formułowali nieformalne listy podmiotów godnych zaufania. Istniały także kanały o charakterze administracyjnym lub informacyjnym, w których dyskutowano o zasadach funkcjonowania rynku, nowych grupach, zmianach polityki platformy czy aktualnych działaniach organów ścigania, nie prowadząc jednocześnie bezpośredniej sprzedaży.

Punktem zwrotnym dla ekosystemu opartego na Telegramie stało się aresztowanie jego założyciela, Pawła Durova, we Francji w sierpniu 2024 roku. W odpowiedzi na zarzuty współudziału w dystrybucji narkotyków, pornografii dziecięcej i praniu pieniędzy, we wrześniu 2024 roku Telegram zaktualizował swoją politykę prywatności, deklarując gotowość do przekazywania organom ścigania adresów IP i numerów telefonów użytkowników łamiących prawo, w oparciu o uzasadnione nakazy sądowe. Ta zmiana polityki wywołała istotne zmiany w funkcjonowaniu Telegrama. Dotychczasowe poczucie bezpieczeństwa oparte na braku moderacji zostało zachwiane - wiele grup oraz profili zostało zablokowanych ze względu na naruszenie nowego regulaminu Telegrama, zaobserwowano zmianę funkcjonowania rynków narkotykowych oraz częściową migrację na inne aplikacje i platformy internetowe takie jak Signal, Simplex, Potato.

3.4. Wieloplatformowy charakter cyfrowego rynku narkotykowego

Struktura badanych rynków okazała się wysoce zróżnicowana, zarówno pod względem formy organizacyjnej, jak i profilu oferowanych treści. Obok kanałów obsługiwanych przez pojedynczych sprzedawców funkcjonują boty oraz zewnętrzne sklepy, do których badane platformy służą jedynie jako punkt wejścia. Występują grupy o charakterze ogólnodostępnego forum, gdzie zarówno sprzedawcy, jak i kupujący mogą publikować własne oferty, a obok nich są grupy ściśle zarządzane przez jednego sprzedawcę lub niewielkie stowarzyszenie kilku podmiotów. Część rynków ma profil wyspecjalizowany, na przykład ogranicza się do sprzedaży marihuany czy LSD, natomiast inne poświęcone są wyłącznie usługom pomocniczym, takim jak obrót zarejestrowanymi kartami SIM czy kontami bankowymi.

Wszystkie analizowane grupy różniły się istotnie pod względem progu wejścia i przyjętych mechanizmów kontroli dostępu. Część z nich była w praktyce w pełni otwarta – dołączenie wymagało jedynie jednego kliknięcia w publicznie dostępny link lub wyszukania nazwy grupy w aplikacji, bez jakiegokolwiek dodatkowej weryfikacji. Na drugim biegunie znajdowały się grupy o silnie ograniczonym dostępie, w których konieczne było przejście określonej procedury weryfikacyjnej, na przykład rozmowy wstępnej z administratorem, przedstawienia dowodów wcześniejszych zakupów lub podania pseudonimu osoby polecającej. W wielu przypadkach warunkiem przyjęcia było właśnie polecenie przez zaufanego członka społeczności, co tworzyło zamknięte kręgi oparte na relacjach zaufania i znacząco utrudniało dostęp osobom z zewnątrz. Tego rodzaju zróżnicowanie progów wejścia wpływało bezpośrednio na strukturę danego rynku, poziom ryzyka oraz dynamikę napływu nowych uczestników.

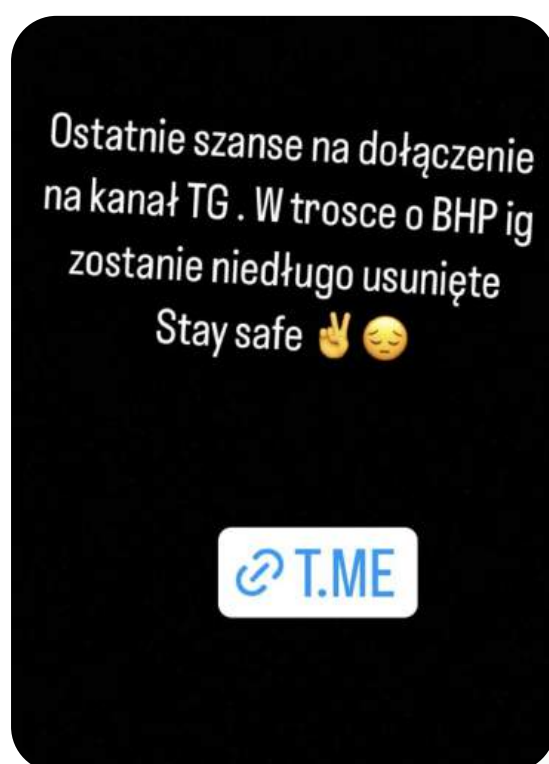
Przeprowadzone badania potwierdzają, że współczesny handel narkotykami w internecie nie jest przypisany do jednej, izolowanej przestrzeni, lecz funkcjonuje jako złożony, wieloplatformowy ekosystem. Zjawisko określane w literaturze jako „platformizacja” nielegalnych rynków (Tzanetakis i Marx 2023) polega na adaptacji infrastruktury i mechanizmów znanych z legalnego e-commerce – takich jak media społecznościowe, komunikatory i systemy płatności – do celów przestępczych. W przeciwieństwie do rynków darknetowych, które dążą do centralizacji w obrębie jednej witryny, handel w tzw. clearnet charakteryzuje się rozproszeniem i specjalizacją, którego integralną częścią są przekierowywania między różnymi platformami. W tym modelu ogólnodostępne media społecznościowe (np. Instagram, Facebook, TikTok) pełnią funkcję witryn marketingowych, służących do budowania zasięgów i pozyskania klientów, podczas gdy finalizacja transakcji i wymiana wrażliwych danych odbywa się na bardziej anonimowych platformach, takich jak Telegram czy Signal. Taka architektura pozwala sprzedawcom na maksymalizację widoczności przy jednoczesnym zarządzaniu ryzykiem wykrycia przez służby.

Z perspektywy analizowanego ekosystemu Telegram pełni zatem rolę głównej infrastruktury transakcyjnej. W połączeniu z funkcją promocyjną Instagrama oraz społecznościową na Facebooku tworzy to wieloplatformowy układ, w którym różne elementy infrastruktury cyfrowej są wykorzystywane w celu maksymalizacji zasięgu, minimalizacji ryzyka oraz utrzymania względnej stabilności handlu w warunkach rosnącej presji regulacyjnej.

3.5. Regulaminy i moderacja

W przeprowadzonym badaniu wyraźnie zaobserwowano, że moderacja treści na poszczególnych platformach w sposób bezpośredni kształtuje zachowania użytkowników oraz dobór stylu komunikacji związanej z handlem substancjami kontrolowanymi. Na początku okresu obserwacji profile sprzedawców na Instagramie stosowały relatywnie otwarty i silnie wizualny sposób prezentacji oferty, lecz w miarę pojawiania się kolejnych blokad kont i usunięć treści zaczęto stopniowo ograniczać jawne odniesienia do narkotyków, skracać opisy oraz przenosić zasadniczą część negocjacji i ustaleń transakcyjnych do komunikatora Telegram (patrz fotografia 4).

Z biegiem czasu Telegram zaczął pełnić funkcję głównego zaplecza transakcyjnego, podczas gdy Instagram służył przede wszystkim jako narzędzie wstępnej promocji i pozyskiwania odbiorców. Zaobserwowano również, że sprzedawcy tworzą zapasowe profile oraz alternatywne kanały komunikacji, które pozostają nieaktywne lub mało używane do momentu utraty konta głównego. Tego rodzaju praktyki mają ograniczać ryzyko utraty zbudowanej bazy kupujących i umożliwić możliwie płynne odtworzenie sieci kontaktów po blokadzie profilu (patrz fotografia 5). Tego rodzaju przesuwanie aktywności z platform bardziej narażonych na moderację do przestrzeni postrzeganych jako bezpieczniejsze jest zbieżne z ustaleniami wcześniejszych badań nad rynkami w mediach społecznościowych, które pokazują, że sprzedawcy i kupujący aktywnie adaptują się do regulaminów i praktyk egzekwowania zasad, dobierając język, format i kanał komunikacji do poziomu ryzyka na danej platformie. (Moyle i in. 2019; Demant i in. 2019).



Fotografia 4. Zdjęcie z profilu jednego ze sprzedawców na Instagramie informującego o przeniesieniu działalności na Telegram.

I tutaj awaryjnie wlatuje nowa apka podobna do telegrama, która w dodatku jest darmowa i nie zbiera żadnych danych.

<https://ello.team/>

Zawsze warto się zabezpieczyć, jak na razie tam będzie dostępne menu

Ello Messenger

<https://ellomessenger.com/>

Communicate securely, discover exclusive content, create channels, groups, online courses, chat with AI, create stunning AI images, and more. Download Ello and embark on a journey like no other!



510 17:51

Fotografia 5. Zdjęcie z jednej z grup narkotykowych na Telegramie informującej o stworzeniu zapasowej grupy na innej platformie.

W kolejnej fazie badań odnotowano zmianę polityki Telegrama wobec treści uznawanych za nielegalne, która przełożyła się na modyfikację praktyk komunikacyjnych także w tym środowisku. Oferty stawały się bardziej oględne, częściej wykorzystywano częściowe kodowanie nazw substancji, ograniczano liczbę materiałów wizualnych, a najbardziej wrażliwe elementy obrotu przenoszono do mniejszych, selektywnych grup oraz nowych kanałów komunikacji. Jednocześnie rynek jako całość nie ulegał wygaszeniu, lecz podlegał jedynie rekonfiguracji przestrzennej i językowej. Tak rozumiana dynamika jest zgodna z opisem procesów platformizacji rynków narkotykowych, w których logika algorytmów, systemy moderacji i możliwości technologiczne wyznaczają ramy działania uczestników. Rynki te cechuje znaczna zdolność adaptacyjna i odporność, natomiast presja ze strony regulacji platformowych oraz organów ścigania traktowana jest jako specyficzna część ekosystemu (Décary-Hétu i Giommoni, 2017). Opisuje to dobrze w swojej wypowiedzi Piotr:

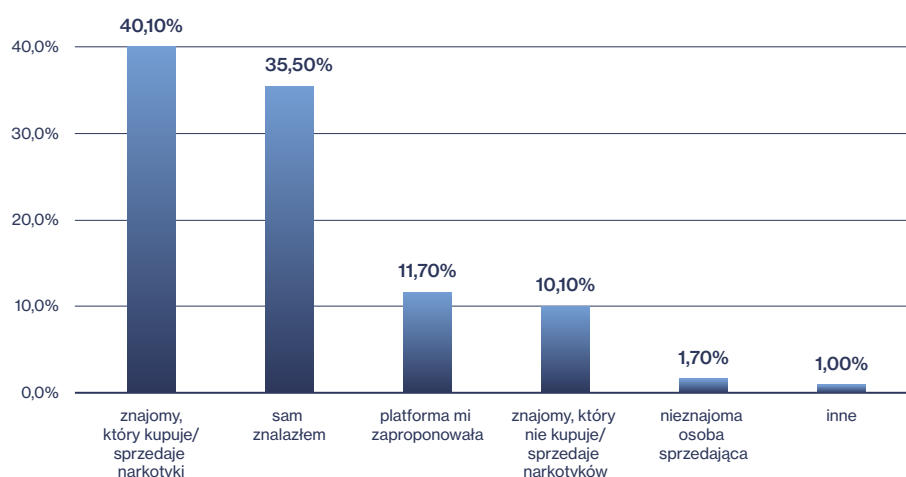


Pospadało większość, ale wciąż jest dużo plugów, ale oni się po przerzucali na inne aplikacje, ale teraz to nie to samo, kiedyś to była wolna amerykanka. Teraz jest ciężiej, ale ja wciąż ogarniam temat, mimo że to się pozmieniało. Wszystko, co wprost pisze o narkotykach, spada. Na priv można sobie pisać tylko o dragach bez bana. (Piotr)

3.6. Algorytmy

Podczas gdy infrastruktura platform społecznościowych może nakładać ograniczenia językowe i funkcjonalne na komunikację związaną z handlem narkotykami, równocześnie sprzyja jego rozwojowi poprzez działanie algorytmów. Mechanizmy dopasowywania treści na Facebooku i Instagramie, projektowane pierwotnie w celu zwiększania zaangażowania użytkowników oraz najlepszego dopasowania treści marketingowych do danej osoby, zaczynają po pierwszych interakcjach z określonym typem treści systematycznie podsuwać podobne konta, posty i grupy. W naszych obserwacjach widoczne było, że po zaobserwowaniu kilku profili sprzedawców platforma automatycznie zaproponowała kolejne konta o zbliżonej tematyce, co ułatwiało dotarcie zarówno do nowych sprzedających, jak i do nowych grup. W efekcie z jednej strony osoby poszukujące informacji o narkotykach stosunkowo szybko natrafiają na profile sprzedawców, z drugiej zaś sami sprzedawcy łatwiej identyfikują potencjalnych klientów i grupy, w których może istnieć popyt na ich ofertę.

Źródło informacji o cyfrowym rynku narkotykowym



Wykres 3. Źródła pozyskania informacji o możliwości zakupu narkotyków w badaniu ankietowym. (n=734)

Wyniki naszego badania ankietowego (por. wykres 3) potwierdzają tę rolę algorytmów: aż 11% ankietowanych (85 osób), którzy kupowali narkotyki online, wskazało, że o istnieniu danego rynku lub profilu dowiedzieli się dzięki podpowiedziom samej platformy, a nie w wyniku aktywnego wyszukiwania. Z kolei 35% (257 osób) wskazało, że same znalazły taki rynek narkotykowy, co potwierdza, że wyszukiwarki internetowe, w tym platformy społecznościowe, bez problemu naprowadzają na odpowiednie grupy po wpisaniu odpowiedniej treści.

Tego rodzaju ustalenia korespondują z szerszą literaturą dotyczącą algorytmicznego wzmacniania treści ryzykownych i nielegalnych, w której podkreśla się, że systemy rekomendacji mogą niezamierzenie pełnić funkcję pośrednika, przyspieszając dostęp do cyfrowych rynków narkotykowych. (van der Sanden i in. 2023; Gomes 2024).

3.7. Profesjonalizacja i automatyzacja

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują także na postępującą automatyzację i profesjonalizację cyfrowych rynków narkotykowych, zbliżającą je do modelu znanego ze wschodnioeuropejskich rynków telegramowych, gdzie istotną rolę odgrywają boty i półautomatyczne systemy obsługi klienta. W badanym materiale odnotowano pojawienie się rozwiązań, które na wzór legalnych platform e-commerce zastępują bezpośredni kontakt z człowiekiem interfejsem bota prowadzącego użytkownika przez kolejne etapy zamówienia, od wyboru produktu po płatność i ustalenie formy dostawy, czego przykładem jest zdjęcie bota na platformie Telegram widoczne na fotografii 7. Praktykę tę opisywał Mateusz:



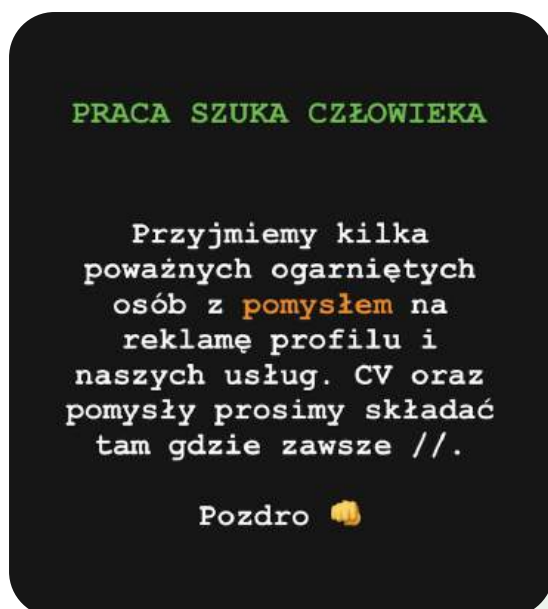
Telegram jest miejscem, które zrzesza najwięcej osób w tematyce narkotyków oraz ze względu na nasze technologiczne podejście umożliwia nam implementację wygodnych oraz bezpiecznych rozwiązań obsługi klienta. Nie musimy czatować z klientami, co jest oszczędnością czasu. Ciężiej też jest wyprofilować osobę, która jest odpowiedzialna za funkcjonowanie bota. (Mateusz)

Korzystanie z tego typu infrastruktury ma z jednej strony usprawniać cały proces handlu narkotykami, zwiększając jego skalowalność i przewidywalność, z drugiej zaś tworzy kolejny poziom pośrednictwa, oddzielający osoby odpowiedzialne za techniczną obsługę rynku od osób zajmujących się fizycznym obrotem substancjami. Tego rodzaju rozwiązania nie są niczym nowym w obszarze handlu narkotykami, gdyż łańcuchy dostaw od dawna angażują zróżnicowane podmioty odpowiedzialne między innymi za transport, logistykę oraz zapewnienie bezpiecznego przepływu środków finansowych. O ile jednak tradycyjny handel większymi ilościami substancji był zazwyczaj powiązany z rozbudowanymi sieciami kontaktów w strukturach przestępczości zorganizowanej, o tyle współcześnie może być realizowany również przez osoby, które nie takich kontaktów nie mają. Taką właśnie, stosunkowo bezpieczną, strategię bycia pośrednikiem przyjął Łukasz:

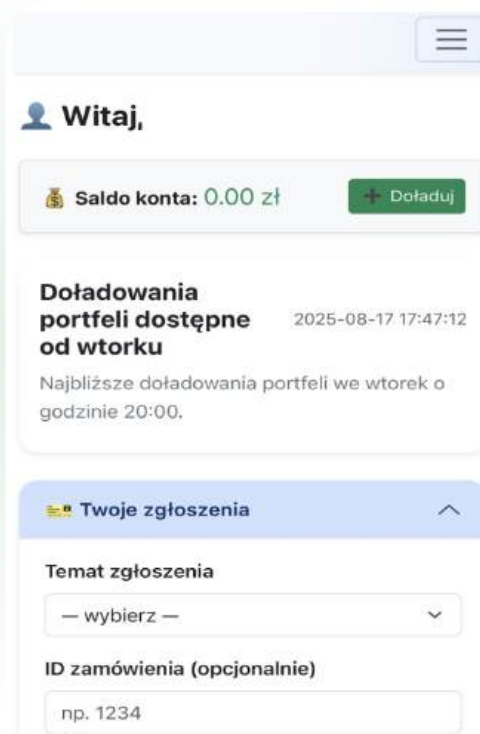
“

Ja nawet tego [narkotyków] nie mam na chacie. Zdałem sobie nagle sprawę, że mogę sprzedawać duże ilości po prostu zamawiając to u kogoś innego. Nie wiem komu sprzedaję, nie wiem od kogo kupuję, zarabiam na tym trochę mniej, ale dzięki temu, jak mi ktoś wjedzie na chatę to i tak przecież ja nigdy nie widziałem tego towaru nawet na oczy, to co ja mogę powiedzieć na ten temat. (Łukasz)

Takie konfiguracje ról są zgodne z opisami w literaturze dotyczącej „platformizacji” handlu narkotykami i rozwarstwiania zadań w ramach cyfrowych rynków, gdzie obok klasycznych sprzedawców pojawiają się administratorzy, specjaliści techniczni, operatorzy płatności i pośrednicy reputacyjni, których praca polega przede wszystkim na obsłudze infrastruktury cyfrowej, a nie na bezpośrednim kontakcie z substancjami (Bakken i Demant 2019; Demant i in. 2019; Childs i Bernot 2025). Osoby takie są poszukiwane także w przestrzeni polskiego internetu, co pokazuje fotografia 6.



Fotografia 6. Zrzut ekranu zawierający ogłoszenie o pracę zamieszczone przez sprzedawcę narkotyków na platformie Instagram.



Fotografia 7. Zdjęcie sklepu internetowego wbudowanego w kanał narkotykowy na platformie Telegram.

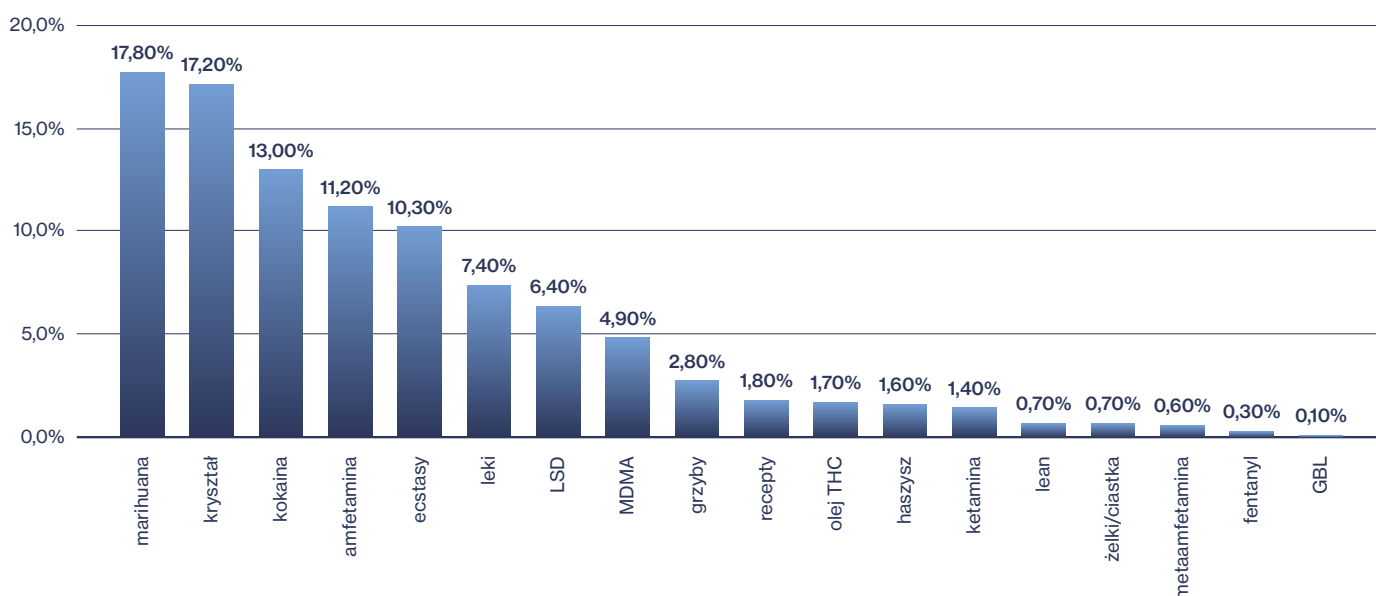
4.

Handel narkotykami online

4.1. Dostępność i asortyment

Materiał zebrany na Instagramie, Facebooku oraz Telegramie pokazuje, że cyfrowe rynki narkotykowe w Polsce oferują bardzo szeroki wachlarz substancji. Na wszystkich trzech platformach dominowały ogłoszenia dotyczące konopi i produktów konopnych, popularnych stymulantów, takich jak amfetamina, mefedron czy kokaina, a także substancji psychodelicznych. Telegram wyróżniał się szczególnie bogatym asortymentem, obejmującym także nowe substancje psychoaktywne, liczne benzodiazepiny oraz leki przeciwbólowe i inne leki na receptę.

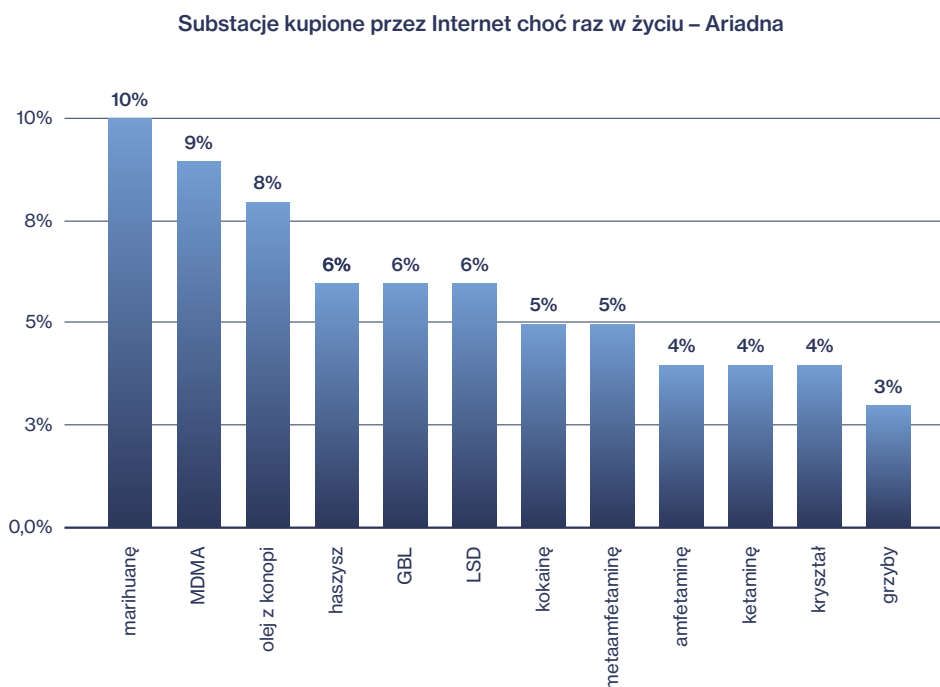
Substancje wspomniane w ofertach na Telegramie



Wykres 4. Częstotliwość (w procentach) występowania określonych substancji w ofertach sprzedażowych publikowanych na Telegramie. (N = 1 560 903).

Analiza ilościowa ofert zebranych na platformie Telegram (wykres 4) pokazuje, że największą kategorię stanowią oferty dotyczące marihuany oraz kryształu (zbiorcze określenie syntetycznych katynonów), natomiast kokaina, amfetamina i tabletki ecstasy zajmują kolejne miejsca pod względem liczby ogłoszeń. Stosunkowo liczna jest także grupa ofert substancji psychodelicznych, przede wszystkim LSD oraz grzybów halucynogennych, co wskazuje, że tego typu środki są trwale obecne w obrocie internetowym, choć w oficjalnych statystykach często pozostają mniej widoczne.

Z kolei wyniki z panelu badawczego Ariadna pokazują strukturę popytu, który na pierwszym miejscu zdecydowanie stawia marihuanę i jej pochodne, wskazując na dużo niższe używanie stymulantów (por. wykres 5).

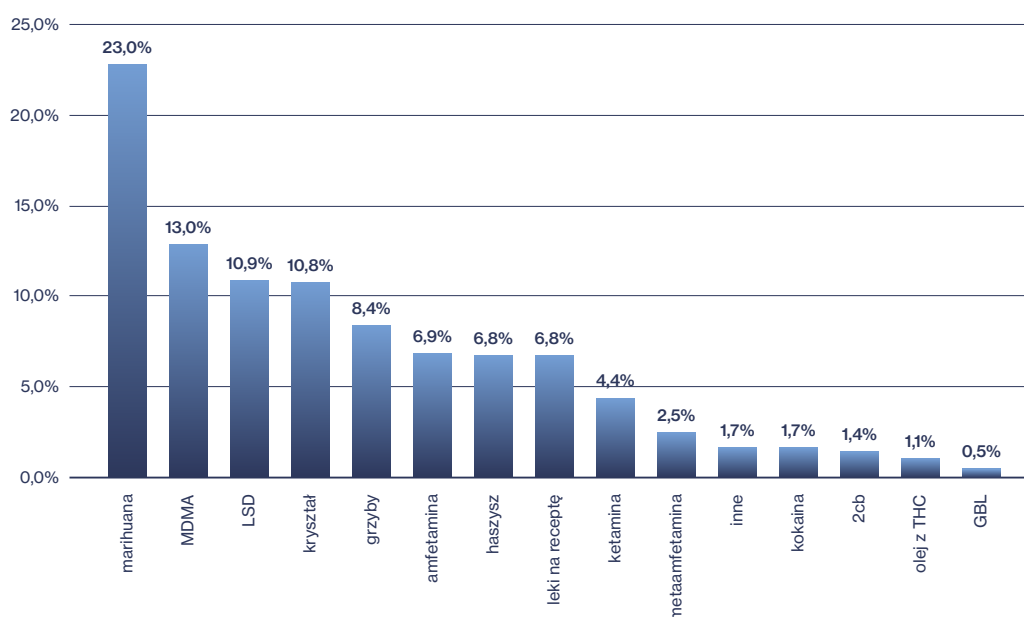


Wykres 5. Częstotliwość zakupu substancji przez osoby badane w ramach panelu badawczego Ariadna, które zadeklarowały zakup narkotyków choć raz w swoim życiu. (N=124)

Analizę ilościową ofert z Telegrama (wykres 4) oraz z panelu badawczego Ariadna (wykres 5) warto odczytywać w zestawieniu z wynikami badania ankietowego, które pokazują nieco inny wycinek rzeczywistości (wykres 6). O ile marihuana w obu źródłach danych pozostaje substancją najczęściej wskazywaną, o tyle w ankietach relatywnie wyżej niż w statystykach telegramowych plasują się substancje uznawane za psychodeliczne, takie jak MDMA, grzyby halucynogenne czy LSD, co może wynikać z faktu, że informacja o badaniu była publikowana przez profile skoncentrowane na określonych treściach i subkulturach, w tym najnowszych doniesieniach ze świata nauki o potencjale terapeutycznym tychże substancji. Różnica w popularności ofert stymulantów w porównaniu do deklarowanych zakupów tych substancji przez ankietowanych w pewnym stopniu odzwierciedla wzory używania wynikające z najnowszych ogólnopolskich badań w tym temacie, z których wynika, że marihuana i jej pochodne są dużo bardziej popularne od innych substancji, w tym stymulantów (Malczewski i Szmidt 2024). Może to tworzyć niepokojące zjawisko, w którym osoby poszukujące stosunkowo mało szkodliwych substancji psychoaktywnych, natrafiają na oferty innych, mocniejszych substancji o większym potencjale uzależniającym.

Zarówno analiza ofert na Telegramie, jak i dane ankietowe potwierdzają natomiast istotny udział leków na receptę w obrocie internetowym. Podczas gdy dane te wskazują na zwiększony popyt na tego typu produkty, to zwiększona podaż jest szczególnie alarmująca w świetle najnowszych badań Narodowego Instytutu Leków, zgodnie z którymi w Polsce rozwija się rynek sfałszowanych produktów leczniczych, które mogą zawierać niebezpieczne dla zdrowia i życia substancje (Vanhee i in., 2025). Obok bezpośredniej sprzedaży leków na receptę, na Telegramie widoczny jest również handel receptami, co z jednej strony może wskazywać na odsprzedaż recept przez osoby do nich uprawnione, a z drugiej na udział w tym procederze lekarzy.

Substancje kupione przez Internet chodź raz w życiu



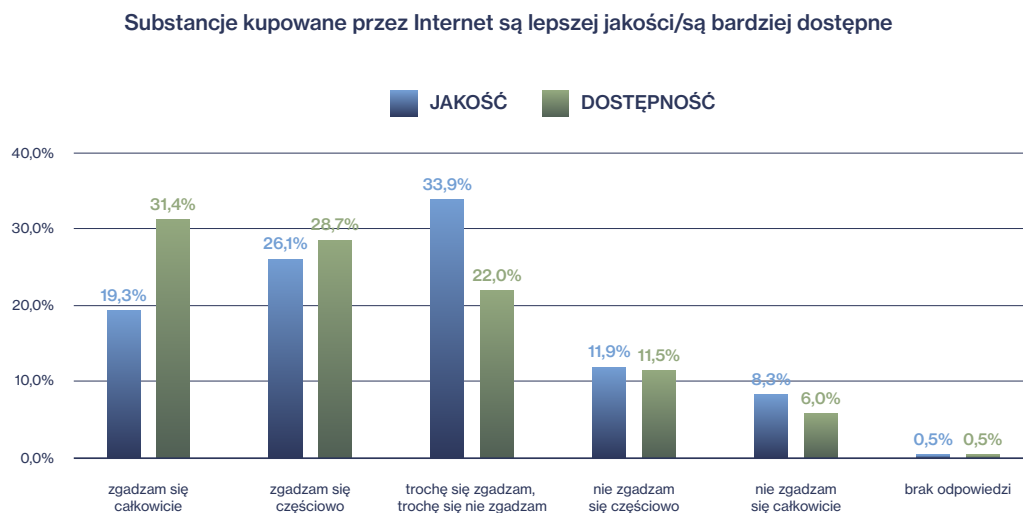
Wykres 6. Częstotliwość zakupu substancji przez osoby badane w badaniu ankietowym, które zadeklarowały zakup narkotyków choć raz w swoim życiu (N=734).

Substancje na Telegramie były oferowane zarówno w ilościach detalicznych, jak i hurtowych. Mając na uwadze volumen zbadanych ofert, co miesiąc losowo badano 10 ofert najpopularniejszych narkotyków, by sprawdzić, czy zachodzą istotne zmiany w tym zakresie, które uzasadniałyby bardziej wnikliwą analizę. Przez okres trwania badania nie odnotowano jednak znaczących różnic w cenach pomiędzy rynkami online i offline, a średnie ceny odzwierciedlały wartości opublikowane w Krajowym Raporcie Narkotykowym za rok 2023 (Malczewski i Jabłoński, 2023). Choć taka analiza nie obejmuje ukrytych ustaleń pomiędzy kupującymi i sprzedającymi prowadzonych na komunikatorach, to wyniki przeprowadzonego badania ankietowego wskazują, że respondenci zasadniczo nie postrzegają cen na rynkach internetowych jako istotnie różniących się od cen obowiązujących w tradycyjnym obrocie. Korzystne ceny wynikają zazwyczaj z zakupów o większej skali, co jest również powszechną praktyką w handlu odbywającym się wyłącznie w świecie rzeczywistym. Z tą różnicą, że ankietowani oraz uczestnicy wywiadów wskazywali na większą swobodę w kupowaniu większych ilości substancji poprzez Internet, co związane było bezpośrednio z wygodą, bezpieczeństwem i jakością towarzyszącą temu procesowi, co szczegółowo przedstawił Jakub:



No to, to wszystko zaczęło się na pewno od frustracji na to, jak działał czarny rynek w tamtym czasie. Dużo grup kibicowskich, dużo takich osiedlowych akcji, bym powiedział, dosyć nieprzyjemnych. A mi raczej bardziej zależało na substancji, niż na robieniu czegoś nielegalnie, na znajomości z tymi ludźmi. No i również często słaba jakość towaru mnie po prostu pchnęła do tego, żeby znaleźć jakiś inny sposób. Stwierdziłem, że dosyć logiczną opcją dla większych graczy byłoby korzystanie z internetu i z anonimowości, którą daje. Więc stwierdziłem, że prawdopodobnie coś takiego istnieje. Zacząłem szukać i znalazłem, a gdy znalazłem, no to pojawiły się możliwości. Bardzo ułatwiony dostęp, jawne oferty. Pojawiły się też pytania w stylu – co jeżeli byśmy uzbierali z kolegami na przykład na 10, 20, na 100 gram trawy? No to wtedy ceny są niższe. No i właśnie to ułatwienie dostępu do tego i ta jakość rozpoczęła tę zabawę. (Jakub)

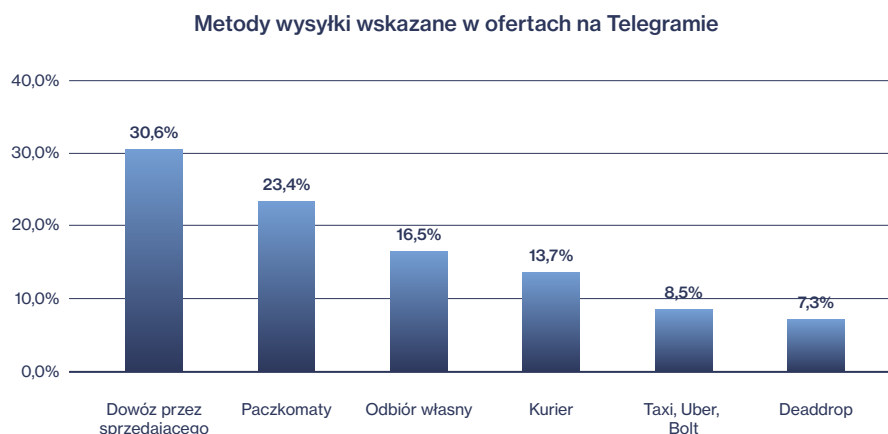
Historia Jakuba wyraziście opisuje powody, dla których część osób decyduje się na zakup narkotyków online. W naszych danych respondenci konsekwentnie wskazywali na większą dostępność i jakość substancji (przy czym szczególnie ten pierwszy aspekt był podkreślany, por. wykres 7) oraz chęć uniknięcia kontaktu z „ulicznym” światem przestępczym. Jakub opisuje również, szeroko omówiony, proces organicznego przechodzenia z roli kupującego do roli sprzedawcy: osoby, które początkowo zamawiały narkotyki w sieci na własny użytek, dla siebie czy znajomych, z czasem profesjonalizują swoją działalność, niekoniecznie wchodząc w struktury klasycznej przestępczości zorganizowanej (Taylor and Potter, 2013; Coomber i Moyle, 2014; Søggaard and Bræmer, 2023).



Wykres 7. Odpowiedzi respondentów badania ankietowego na pytanie: „Czy zgadzasz się z twierdzeniem, że substancje kupowane przez internet są lepszej jakości oraz są bardziej dostępne?” (N=734).

4.2. Wysyłka

Ważnym elementem analizy infrastruktury rynku jest sposób finalizacji transakcji, czyli fizyczne dostarczenie substancji do nabywcy. W toku badania zidentyfikowano kilka podstawowych metod dostaw substancji: odbiór osobisty, paczkomaty, przesyłki kurierskie, a także korzystanie z przewoźów taksówkami lub przez kierowców aplikacji świadczących usługi przewozu (jak Uber czy Bolt) oraz tzw. *deaddropy* („zakładki”), czyli pozostawianie przesyłki w umówionym miejscu w przestrzeni publicznej.

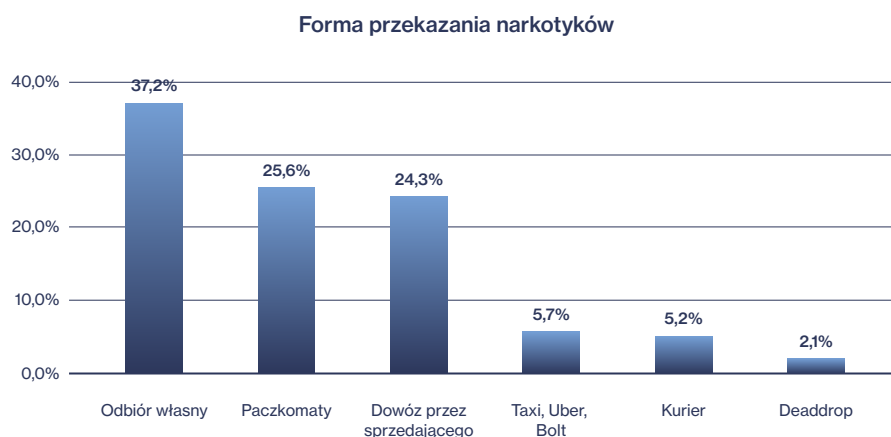


Wykres 8. Częstotliwość oferowanych przez sprzedawców form wysyłki występujących w ofertach narkotykowych na Telegramie (N=600 522).

Z zebranego materiału (wykres 8 i 9) wynika, że duża część osób sprzedających i kupujących narkotyki na cyfrowych rynkach narkotykowych, dalej korzysta z klasycznych form przekazania substancji, tj. kupujący dokonuje zakupu na rynku cyfrowym, np. na Telegramie, natomiast substancję odbiera osobiście lub są one przywożone przez sprzedawcę bądź za pomocą usług przewozowych takich jak taxi, Uber i im podobne. Jak deklarowała część kupujących oraz jak wskazywali sprzedający w wywiadach, taka forma jest najczęściej wybierana przy weekendowej sprzedaży, gdyż kupujący często chcą sfinalizować substancję szybko i nierzadko w godzinach porannych. Dane dotyczące wysyłki zebrane na Telegramie i poprzez ankietę wśród osób kupujących różnią się od siebie. Podczas gdy na Telegramie najczęściej w ofertach pojawia się dowóz przez sprzedającego, w ankietach kupujący wskazali, że najczęściej zakupione narkotyki musieli odebrać osobiście. Ta różnica może wynikać z dwóch prawdopodobnych przyczyn związanych z tym, że na Telegramie badane są oferty, a nie rzeczywiste transakcje. Informowanie o możliwości dowozu przez sprzedającego może być formą reklamy, która ma zachęcić do wyboru sprzedawcy, który w trakcie rzeczywistych negocjacji może wskazać na konieczność odbioru własnego substancji. Ponadto nie można również zapominać, że część badanych ofert stanowią oszustwa, które naśladując popularne oferty, oferują takie same listy substancji, metody wysyłki i płatności. A zjawisko to nie jest rzadkie, bowiem aż 40% badanych w badaniu ankietowym dokonujących zakupów narkotyków w sieci zadeklarowało, że padło ofiarami oszustw (por. wykres 12).

Jeżeli chodzi o przekazanie narkotyków bez bezpośredniego kontaktu, to najpopularniejszą metodą w Polsce stało się korzystanie z firm kurierskich i ich automatów paczkowych.

Jest to specyfika lokalna, wynikająca z niezwykle gęstej sieci tych ostatnich urządzeń w Polsce. Metoda ta, traktowana przez użytkowników jako bezpieczna alternatywa dla spotkań osobistych, pozwala na odbiór towaru w dowolnym czasie, bez konieczności interakcji z kurierem czy sprzedawcą. W toku obserwacji natrafiono na liczne treści o charakterze instruktażowym, w tym poradniki dotyczące prawidłowego pakowania towaru, które zalecały stosowanie opakowań hermetycznych, maskowanie przesyłek jako innego, legalnego produktu oraz odpowiednie przygotowywanie etykiet adresowych. Z biegiem czasu zaobserwowano, że to sami sprzedawcy coraz częściej przejmują pełną kontrolę nad przygotowywaniem etykiet do wysyłki, co miało na celu zwiększenie ich bezpieczeństwa.



Wykres 9. Sposób otrzymania zamówionych substancji wskazany przez osoby kupujące w badaniu ankietowym (N=734).

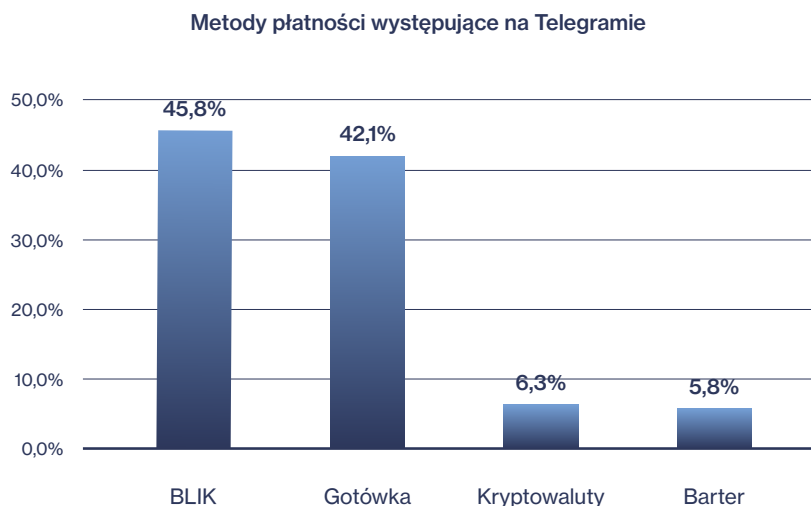
Nowym i dynamicznie rozwijającym się zjawiskiem, zaobserwowanym w toku badań, są tzw. „zakładki” (ang. *dead drops*). Fenomen ten, zaimportowany z rynków wschodnich wraz z migracją rosyjskiego rynku darknetowego Hydra, polega na ukryciu paczki z narkotykiem w przestrzeni publicznej (np. w parku, pod parapetem) przez kuriera (tzw. *kladmena*). Kupujący po dokonaniu płatności otrzymuje współrzędne geograficzne oraz zdjęcie lokalizacji ukrycia towaru. Michał opisywał, jak działa ten system:



Najpierw się umawiamy, co chcę, i wysyłam przelew na daną kwotę. Wysyłam potwierdzenie, że wysłałem, a później po dosłownie między pół godziny a godzina dostaję na czat zdjęcie i na tym zdjęciu jest strzałka, że gdzie jest to schowane, założmy za znakiem albo pod jakąś cegłą, albo jest jakieś opuszczone auto i na przykład za oponą. Są też koordynaty na tym zdjęciu, wystarczy wpisać koordynaty w Google Maps, pojechać w to miejsce, porozglądać się i się znajdzie. I niesamowite jest to, że zawsze to tam było. (Michał)

4.3. Płatność

Obserwacje prowadzone w ramach projektu ujawniły specyficzny, lokalny charakter metod płatności na polskim e-ryнку narkotykowym. Zarówno analiza ofert na platformach, jak i wyniki badań ankietowych wskazują (por. wykresy 10 i 11), że najczęściej stosowanymi formami płatności były BLIK oraz gotówka. BLIK dominował w transakcjach realizowanych na odległość, natomiast gotówka pozostawała podstawową formą rozliczeń w przypadku przekazania substancji na żywo.



Wykres 10. Metody płatności występujące w ofertach narkotykowych na Telegramie (N=84 717).

Przelew BLIK może zostać zrealizowany na dwa podstawowe sposoby. Po pierwsze, poprzez wysłanie określonej kwoty na numer telefonu odbiorcy, który został wcześniej powiązany z jego rachunkiem bankowym (np. rachunkiem sprzedawcy). Po drugie, za pomocą tzw. czeku BLIK, czyli jednorazowego kodu generowanego w aplikacji bankowej, który umożliwia drugiej osobie wypłatę gotówki z bankomatu, bez konieczności podawania numeru telefonu. Anonimowość, którą gwarantuje czek BLIK, sprawia, że jest on preferowany przez wielu ostrożnych sprzedawców, czego przykładem jest fotografia 8.

O tym jak w praktyce wygląda dokonanie płatności za pośrednictwem takiego czeku opowiadał Marcin:

“

Pieniądze to wysyłało się tak: powiedzmy, że kupuję dzisiaj, no nie? No i na przykład potem on pisze, że masz być pod telefonem i na przykład godzina 23:30 podajesz mu Blika, on tego Blika wypłaca sobie z bankomatu i jakby masz zapłacone. A potem zawsze, zawsze, za każdym razem paczka idzie. (Marcin)

Fotografia 8. Zdjęcie czatu na Telegramie, gdzie sprzedawca umieścił poradnik dotyczący nowych technik bezpieczeństwa, w tym stosowania czeków BLIK.



Polecam zapoznać się z artykułem niżej.

<https://t.me/+>

Nie oszukujmy się tak byłoby najbezpieczniej dla każdego. Ja rozumiem że krypto może być trudne, ale chyba czek blik was nie przerośnie. Wiem że niektóre banki nie pozwalają na wystawianie czeków, ale dla chcącego nic trudnego.

edit:

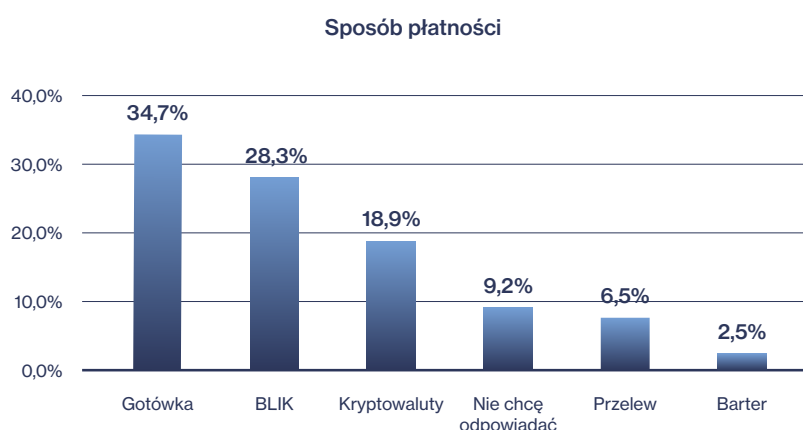
Jak jesteś w stanie to korzystaj z czeków blik serio ułatwia to sprawę. Dzięki 🙏

Stay safe w tych ciężkich czasach 😞



267 edytowano 15:17

Na uwagę zasługuje również wysoki wskaźnik dotyczący używania kryptowalut, którymi, choć najczęściej posługują się osoby dokonujące zakupy w rynkach darknetowych, to również są regularnie używane w handlu na mediach społecznościowych przez bardziej ostrożnych kupujących i sprzedających (por. wykres 11). Dużo rzadziej pojawiają się klasyczne przelewy bankowe, zarezerwowane raczej dla relacji o wyższym poziomie zaufania między stronami.



Wykres 11. Sposób dokonania płatności za zamówione substancje wskazany przez osoby kupujące w badaniu ankietowym (N=734).

Częścią ekosystemu płatności narkotykowych jest również mechanizm escrow, czyli instrument odpowiadający depozytom powierniczym, w którym płatność kupującego trafia najpierw do pośrednika, a nie bezpośrednio do sprzedawcy. Środki są zwalniane sprzedawcy dopiero wtedy, gdy kupujący potwierdzi otrzymanie przesyłki lub upłynie określony czas bez zgłoszenia sporu. Ma to ograniczać ryzyko oszustw, ale w praktyce jego skuteczność zależy od wiarygodności samego rynku albo osoby pełniącej funkcję pośrednika.

4.4. Dodatkowe usługi

W toku badań zaobserwowano również wyodrębniający się segment ofert, które nie dotyczyły bezpośrednio sprzedaży substancji, lecz usług mających zwiększać bezpieczeństwo i anonimowość uczestników rynku. W szczególności pojawiały się ogłoszenia sprzedaży zarejestrowanych kart SIM oraz kont bankowych, które zostały już formalnie zarejestrowane na dane osób trzecich. Umożliwia to sprzedawcom prowadzenie komunikacji telefonicznej i internetowej, zakładanie kont na komunikatorach (które często wymagają weryfikacji numerem telefonu) bez ryzyka powiązania numeru z ich rzeczywistymi danymi osobowymi. W przypadku namierzenia numeru przez policję, dane abonenta prowadzą do osoby, która nie ma pojęcia o przestępczym wykorzystaniu jej danych, lub osoby nieuchwytnej.

Konta bankowe umożliwiają natomiast swobodny wpływ środków finansowych, które mogą być następnie wykorzystane w celu zakupu kryptowalut. Po zamianie na kryptowaluty, środki mogą zostać przepuszczone przez tzw. miksery kryptowalutowe, które mieszają środki z różnych źródeł, zrywając łańcuch transakcji i uniemożliwiając namierzenie ich pierwotnego pochodzenia. „Wypłukane” środki trafiają do bezpiecznego portfela sprzedawcy, który może następnie swobodnie z nich korzystać. Dzięki zastosowaniu tej sekwencji działań – od anonimowej karty SIM, przez konto na dane osoby trzeciej, aż po transfer w kryptowaluty – ewentualne działania operacyjne policji napotykają na barierę nie do przebycia przy użyciu tradycyjnych metod śledczych.

Ustalenie finalnej osoby stojącej za ofertą staje się procesem niezwykle skomplikowanym i czasochłonnym, wymagającym współpracy międzynarodowej i zaawansowanej analizy informatycznej.

5.

Bezpieczeństwo, ryzyko i oszustwa

Bezpieczeństwo uczestników cyfrowych rynków narkotykowych wynika zarówno ze specyfiki samych platform internetowych, jak i z przyjętych rozwiązań dotyczących form wysyłki oraz metod płatności. Media społecznościowe i komunikatory pozwalają na tworzenie kont, które nie muszą być bezpośrednio powiązane z realną tożsamością użytkownika. W połączeniu z powszechnym wykorzystaniem paczkomatów, przesyłek pocztowych oraz systemów płatności mobilnych takich jak BLIK daje to uczestnikom poczucie większego dystansu wobec organów ścigania niż w przypadku klasycznego handlu ulicznego. Anonimizacja odbywa się zatem na kilku poziomach równocześnie: tożsamości cyfrowej, przepływu pieniędzy oraz fizycznego przekazania towaru. W efekcie znaczna część badanych postrzega handel internetowy jako potencjalnie bezpieczniejszy z perspektywy odpowiedzialności karnej, choć niekoniecznie wolny od innych zagrożeń.

5.1. Środki bezpieczeństwa stosowane przez sprzedawców

Poza wykorzystaniem relatywnej anonimowości, jaką dają Telegram oraz inne komunikatory, a także stosowaniem paczkomatów i szybkich płatności mobilnych, część sprzedawców wdraża dodatkowe zabezpieczenia, zwłaszcza od momentu zaostreżenia regulaminu Telegrama i częstszych interwencji wobec grup jawnie handlujących narkotykami. W badaniach ilościowych, odpowiedziach ankietowych oraz wywiadach wielokrotnie pojawiały się odniesienia do komunikatorów takich jak Session, Simplex, Threema czy Wickr. Narzędzia te oferują wysoki poziom szyfrowania, brak powiązania konta z numerem telefonu, rozbudowane funkcje wiadomości znikających, a w części przypadków także techniczne utrudnienia wykonywania zrzutów ekranu. Dla sprzedających stanowią one kolejną warstwę ochrony, oddzielającą najbardziej wrażliwą komunikację od bardziej widocznych platform społecznościowych.

Część badanych grup i kanałów wprowadza także formalne mechanizmy kontroli dostępu. Dołączenie do nich wymaga przejścia weryfikacji, na przykład poprzez rozmowę wstępną, nagranie filmu video, w którym użytkownik okazuje swój dowód osobisty czy przedstawienie rekomendacji. W taki sposób Mateusz opowiadał o stosowanym przez niego systemie zabezpieczeń:



Obecnie nie da się nic znaleźć na telegramie samą wyszukiwarką kanałów. Ten, kto chciałby mieć dostęp, musiałby wiedzieć, gdzie szukać, żeby trafić na coś wiarygodnego. Zaufanie mamy wśród stałych klientów, którzy polecają nas dalej i w ten sposób nabywamy nowych. Nie reklamujemy się już ze względów bezpieczeństwa. Weryfikujemy krótką rozmowę z klientem, stażem konta na Telegramie. Jeśli ktoś budzi nasze podejrzenia, nie zostaje do nas wpuszczony. (Mateusz)

Odrębną kwestią jest bezpieczeństwo rozumiane jako utrzymanie ciągłości prowadzonej działalności, która może być zachwiana w wyniku działań ze strony platformy internetowej. Sprzedawcy często utrzymują zapasowe profile i kanały, które pozostają mniej widoczne do czasu utraty konta głównego. Ma to zminimalizować skutki ewentualnej blokady i pozwolić na szybkie odtworzenie sieci kontaktów.

Fotografie 9 i 10 są natomiast przykładem szybkiej reakcji i przystosowania się sprzedawców do ciągle zmieniającej się rzeczywistości handlu narkotykami, gdzie znajdują się pod presją zarówno organów ścigania, jak i moderacji ze strony platform internetowych.



Fotografia 9. Zdjęcie profilu sprzedawcy na platformie Instagram opisującego wprowadzenie nowych zasad funkcjonowania rynku związanych z zatrzymaniem jednego ze sprzedawców przez organy ścigania.



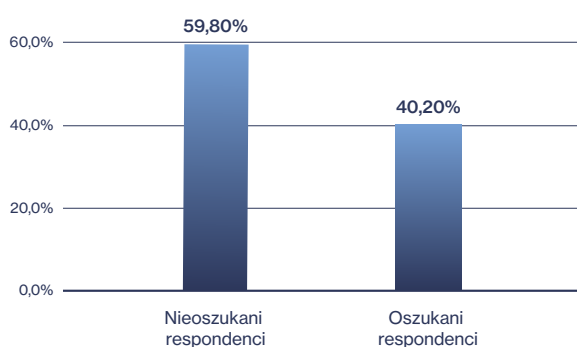
Fotografia 10. Zdjęcie profilu sprzedawcy na Instagramie informującego o utracie kont na Telegramie i przekierowującego klientów na kanał na Signalu.

Na bezpieczeństwo sprzedawców wpływa także opisana wcześniej profesjonalizacja i automatyzacja rynku, w tym coraz częstsze korzystanie z pośredników i warstwowej infrastruktury cyfrowej. Pojawienie się administratorów technicznych, operatorów botów oraz pośredników zamówień sprawia, że osoba faktycznie kontrolująca obrót substancjami może pozostawać w dużym dystansie organizacyjnym od widocznych punktów kontaktu z klientem. W handlu offline typowym sposobem ograniczania własnej odpowiedzialności karnej jest współpraca z organami ścigania, często połączona z ujawnianiem osób stojących wyżej w hierarchii dystrybucji. W środowisku online taka strategia może mieć znacznie mniejszy potencjał, ponieważ poszczególni uczestnicy łańcucha obrotu znajdują się w ograniczonym zakresie, komunikacja jest silnie zanonimizowana, a kontakty z dostawcami i odbiorcami są często mediowane przez boty, pośredników lub jednorazowe kontakty przez szyfrowane komunikatory. Łącznie te praktyki tworzą wielowarstwowy system bezpieczeństwa, w którym technologia, selekcja użytkowników i organizacja grup wzajemnie się wzmacniają.

5.2. Oszustwa i strategie ochronne kupujących

Z perspektywy kupujących bezpieczeństwo ma inny wymiar. Badani znacznie częściej koncentrują się na pewności i jakości transakcji niż na ryzyku odpowiedzialności karnej. W przeprowadzonej ankiecie ponad 40% osób zadeklarowało (por. wykres 12), że przynajmniej raz padła ofiarą oszustwa, najczęściej w formie niewysłania towaru po otrzymaniu płatności, wysłania ilości mniejszej niż ustalona lub dostarczenia substancji o jakości wyraźnie odbiegającej od opisu.

Ilość ankietowanych, którzy zostali oszukani podczas kupowania narkotyków przez Internet

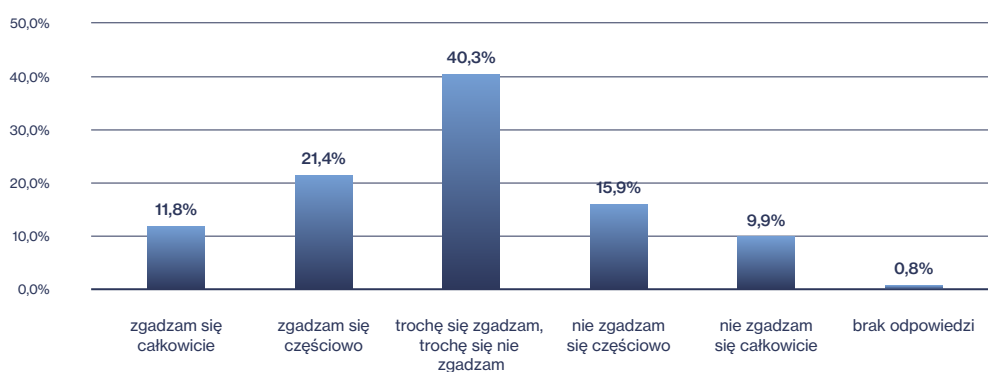


Wykres 12. Częstotliwość oszustw doświadczonych przez osoby kupujące w badaniu ankietowym (N=734).

W komentarzach do ankiety regularnie pojawiały się informacje, że środowisko to jest nasyczone oszustami, natomiast podczas wywiadów część sprzedawców mówiła o możliwości utraty pieniędzy jako wpisanej w specyfikę rynku, niekiedy wręcz jako pewnego rodzaju koszt wejścia. Niewątpliwie jednak żadna z tych informacji nie trafi do danych oficjalnych, bowiem żaden z kupujących nie zgłosił organom ścigania, że został oszukany podczas chęci zakupu nielegalnych substancji, gdyż jego także naraziłoby to na odpowiedzialność karną.

Ocena bezpieczeństwa kupowania narkotyków przez Internet była więc silnie ambiwalentna (por. wykres 13). Z jednej strony, wskazywano na mniejszy lęk przed organami ścigania, łatwość dostępu oraz brak konieczności spotkań twarzą w twarz, z drugiej jednak, na wysokie ryzyko oszustwa oraz trudność w odróżnieniu rzetelnych sprzedawców od fikcyjnych kont.

Uważam, że kupowanie substancji przez Internet jest bezpieczniejsze, niż kupowanie ich w świecie rzeczywistym



Wykres 13. Odpowiedź respondentów badania ankietowego na pytanie "Czy uważasz, że kupowanie substancji psychoaktywnych przez Internet jest bezpieczniejsze niż kupowanie narkotyków w świecie rzeczywistym?" (N=734).

Odpowiedzią na wszechobecność oszustw są próby społeczności do samoregulacji rynku narkotykowego poprzez tworzenie nieformalnych systemów rekomendacji, ocen i wzajemnych poleceń, jak w relacji Karola:



Na tym telegramie były takie właśnie grupki, na których sobie ludzie gadali. Można powiedzieć takie prawie jak jakieś strony na Facebooku. I tam się często pytało innych osób. Jak już się wiedziało na przykład, że ktoś faktycznie jest jakąś zaufaną osobą i że kupował, bo byli tam tacy, można powiedzieć, co już prawie całego tego Telegrama obkupili i można było się ich pytać. (Karol)

Wyniki naszego badania pokazują jednak, że choć te mechanizmy częściowo działają, to system ten nie jest wolny od manipulacji. Oszuści potrafią tworzyć fikcyjne ekosystemy rekomendacji: zakładają wiele profili, które nawzajem się polecają, organizują pozornie spontaniczne dyskusje w grupach, gdzie rzekomo niezależni użytkownicy potwierdzają wiarygodność konkretnego rynku, a także produkują spreparowane zrzuty ekranu przedstawiające domniemane udane transakcje. Z perspektywy nowego kupującego taki układ wygląda jak gęsta sieć rekomendacji i pozytywnych opinii, podczas gdy w rzeczywistości jest to jedna, spójnie zaprojektowana konstrukcja służąca wyłudzeniu środków.

5.3. Postrzeganie ryzyka organów ścigania i konsekwencji prawnych

Zarówno w ankiecie, jak i w wywiadach widoczny był wyraźny kontrast między postrzeganiem ryzyka związanego z wykryciem sprzedaży czy kupna narkotyków przez organy ścigania a postrzeganiem ryzyka oszustwa czy utraty towaru. Wielu kupujących w ankiecie deklaroowało, że przed badaniem nawet nie zastanawiała się nad możliwością bycia wykrytym przez organy ścigania podczas zakupów internetowych, a policji obawia się mniejszym stopniu niż oszustwa. Szczególnie młodszy użytkownicy często nie stosują podstawowych środków bezpieczeństwa, otwarcie deklarując chęć zakupu substancji z poziomu swoich autentycznych profili społecznościowych, opatrzonych imieniem, nazwiskiem oraz zdjęciami. W tym kontekście warto wspomnieć o praktyce wymagania okazania dowodu osobistego przy wstępie do części grup, co w przypadku nieuczciwych uczestników rynku może zostać wykorzystane nie tyle do weryfikacji tożsamości, ile do potencjalnego szantażu lub innych form nadużyć.

Sprzedawcy prezentowali bardziej zniuansowany obraz. Większość rozmówców była świadoma, że handel w sieci wiąże się z ryzykiem wykrycia, wspominając, że żadna aplikacja nie gwarantuje 100% bezpieczeństwa, szczególnie w przypadku wysyłki większych ilości towaru, powtarzalnych schematów nadawania przesyłek oraz korzystania z tych samych adresów. Stąd też regularnie starali się podnosić swoje środki bezpieczeństwa. Część badanych wskazywała jednak, że postrzega ryzyko zatrzymania jako mniejsze niż w przypadku klasycznego handlu ulicznego, ponieważ brak jest bezpośrednich spotkań z klientami i widocznych punktów sprzedaży.

6.

Marketing i reklama

Cyfrowe rynki narkotykowe w mediach społecznościowych są w dużej mierze kształtowane przez logikę marketingu znaną z legalnego sektora e-commerce. Już sam fakt zakładania profili sprzedawców, budowania bazy obserwujących, cyklicznego publikowania treści oraz aktywnego korzystania z funkcji platformy sprawia, że niemal każda aktywność handlowa ma charakter reklamowy. Sprzedawcy nie są tu wyłącznie dostawcami substancji, lecz jednocześnie twórcami treści, którzy walczą o uwagę odbiorców z innymi użytkownikami danej platformy.

W analizowanym materiale widać to bardzo wyraźnie w sposobie funkcjonowania profili na Instagramie i kanałów na Telegramie. Sprzedawcy świadomie wykorzystują możliwość docierania do nowych odbiorców za pomocą obserwacji, udostępnień i rekomendacji systemowych, a także starają się odróżnić od konkurencji poprzez specyficzny język, estetykę oraz dodatkowe korzyści, takie jak promocje czy programy lojalnościowe. Międzynarodowe badania netnograficzne nad rynkami społecznościowymi wskazują, że taka integracja logiki marketingowej z nielegalnym obrotem jest jednym z trwałych wyróżników tak zwanych hybrydowych rynków społecznościowych, w których granica między rynkiem legalnym i nielegalnym ulega zatarciu na poziomie formy przekazu (EMCDDA 2023; Fuller et al. 2024).



Przykładem tego jest jeden z obserwowanych profili na Instagramie, który przez większość czasu badania nie publikował żadnych ofert sprzedażowych, a polegał na publikowaniu zabawnych treści wokół podkultury marihuany (fotografia 10). Odnosił do kanałów telegramowych i oferty zaczęły się pojawiać dopiero od pewnego momentu. Wy tłumaczeń takiej zmiany może być kilka, ale najprawdopodobniej albo od początku sprzedawcy założyli ten kanał w celu pozyskania dużej grupy odbiorców, albo po jakimś czasie odkupili ten profil lub weszli we współpracę z osobami go prowadzącymi. Niezależnie od historii profilu, wskazuje to na pomysłowość osób zaangażowanych w handel na platformach społecznościowych, które wiedzą, jak wykorzystać ich infrastrukturę.

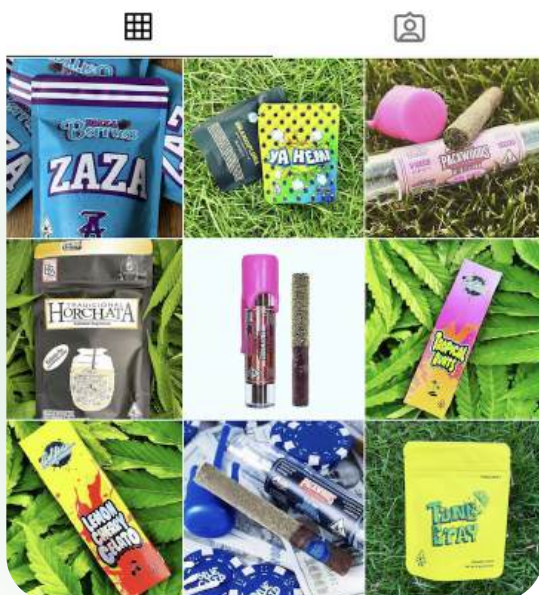
Fotografia 10. Przykład postu jednego z profili na Instagramie prezentującego zabawne treści związane z używaniem marihuany połączonego z kanałem sprzedażowym.

6.1. Estetyka profili i ofert

Zarówno na Instagramie, jak i na Telegramie widoczne jest silne dążenie do estetyzacji ofert, a wizualna strona handlu narkotykami stała się jednym z najważniejszych pól rywalizacji o klienta. W badanych 399 415 ofertach na Telegramie, w 265 037 postach zaobserwowano wyrażenia językowe mające zachęcić do zakupu substancji, 51 726 poza tekstem zawierało również zdjęcia, a 8 230 krótkie treści video. W warstwie językowej w szczególności odnotowywano wyrażenia odnoszące się do mocy i jakości substancji (np. „Ameryka, najwyższa półka”, „premium”, „kamień wygląda jak zachód słońca”) oraz doznań po ich zażyciu („czeka cię wspaniała euforia”, „gwarancja świetnej zabawy”). Sprzedawcy często stosowali również język bezpośredni i żartobliwy, mający uwiarygodnić ich w oczach klientów oraz budować zaufanie („pytajcie, a na pewno się dogadamy”, „jestem tu po to by Was zbawić”). Treści te są pełne emotikonów, co tworzy specyficzną szatę graficzną, widoczną na fotografiach 11 i 12. Fotografie i filmy przedstawiały w większości różne oferowane produkty, sposoby ich pakowania, ale także treści związane z samą konsumpcją (np. palący się skręt z marihuaną).



Fotografie 11 i 12. Zdjęcia z kanałów narkotykowych na Telegramie, przedstawiające oferty narkotyków.



Wiele profili tworzy spójną komunikację wizualną, wykorzystując powtarzalne schematy graficzne, charakterystyczne logo, określoną paletę kolorów oraz wybrane motywy estetyczne. Zdjęcia substancji, opakowań oraz akcesoriów do używania są często stylizowane i komponowane w sposób przypominający fotografie produktów w legalnych sklepach internetowych (zob. fotografia 13).

Fotografia 13. Zdjęcie z profilu sprzedawcy na Instagramie, prezentujący jego ofertę w sposób typowy dla profili marek produktowych na tej platformie.

Krótkie filmy bywają montowane z użyciem popularnych utworów muzycznych, filtrów i efektów, dzięki czemu wpisują się w estetykę dominujących trendów popkulturowych na danej platformie. Opowieść Konrada pokazuje, że sprzedający zwracają baczną uwagę na odpowiednie pokazywanie swojej oferty:

“

Uważam, że sposób prezentowania swojego asortymentu jest jedną z ważniejszych kwestii. Co do zdjęć i opisu itp. itd. to jest to niezbędne, żeby koło zaczęło się ruszać. Chodzi o to, żeby ktoś myślał, że kupuje produkt, którego nie znajdzie nigdzie indziej. Produkt tak dobry, że już zawsze będzie do Ciebie przychodził. (Konrad)

W handlu marihuaną i produktami z niej pochodzącymi (np. żelki THC) standardem stały się profesjonalne, kolorowe opakowania typu Mylar bags, często imitujące znane marki słodczy lub wykorzystujące postacie z popkultury (por. fotografia 14).

Użycie jaskrawych kolorów i estetyki kreskówkowej jest celową strategią targetowania młodszych osób, dla których opakowanie jest integralną częścią doświadczenia konsumenckiego.



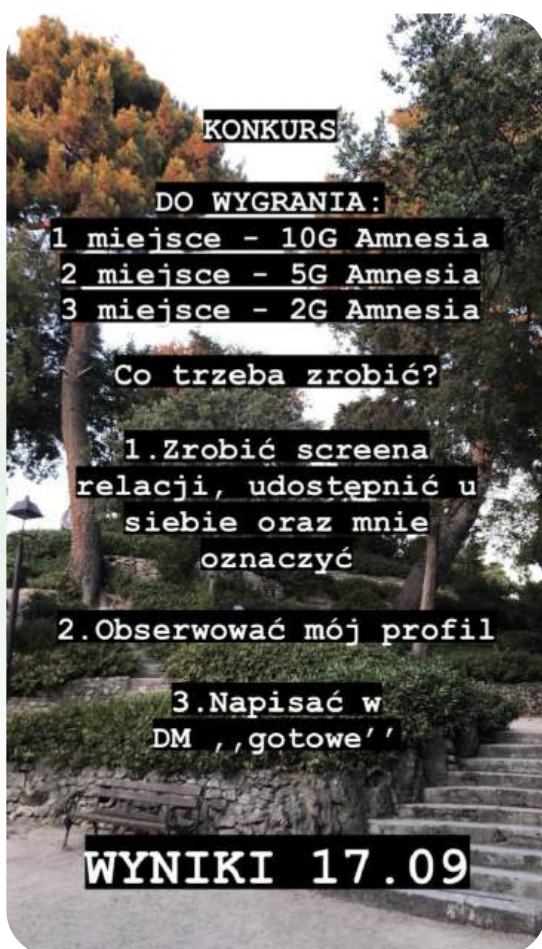
Fotografie 14 i 15. Zdjęcia z profilu sprzedawcy na platformie Instagram przedstawiające popularne kolorowe Mylar bags oraz promujące konkurs polegający na odnalezieniu darmowej paczki żelek z THC.

Takie praktyki estetyczne to forma dostosowania się do specyfiki mediów wizualnych, w których atrakcyjność graficzna treści w bezpośredni sposób przekłada się na zasięg i zaangażowanie odbiorców (Moyle i in. 2019; Haupt 2022). W naszym materiale widać, że Telegram, choć mniej nastawiony na publiczną estetykę niż Instagram, również przejmuje część tych wzorców. Oferty bywają uzupełniane o atrakcyjne fotografie, a niektóre kanały posługują się spójną oprawą graficzną i charakterystycznymi banerami (np. profil, który odnosił się do estetyki restauracji, w którym tekst, grafiki i emotikony odnosiły się do różnych potraw). Jednocześnie w porównaniu z Instagramem większy nacisk kładzie się tam na funkcjonalne przedstawienie oferty, czyli listę produktów, ceny i informacje o dostawie, co odpowiada różnicom w strukturze tych platform.

Estetyka pełni więc podwójną rolę: jest narzędziem konkurencji o uwagę oraz sposobem normalizowania obecności handlu narkotykami w krajobrazie codziennych treści, które użytkownicy konsumują na co dzień.

6.2. Konkursy, promocje, system rekomendacji i ocen

Jednym z wyraźnych przejawów marketingu na badanych rynkach są konkursy, promocje oraz zróżnicowane formy zachęt, które mają zwiększyć zaangażowanie odbiorców i lojalność klientów. W analizowanym materiale wielokrotnie pojawiały się ogłoszenia o losowaniu darmowych porcji substancji, prezentach za udostępnienie profilu sprzedawcy, polubienie konkretnego posta lub zamieszczenie komentarza, a także zabawy polegające na znalezieniu pozostawionej substancji w publicznym miejscu (np. fotografii 15 i 16). Formy te naśladują klasyczne techniki marketingu w sektorze legalnym, takie jak programy poleceń, konkursy konsumenckie czy próbki produktów, przeniesione do kontekstu nielegalnego obrotu narkotykami. Dobrze podsumował to Szymon:



Fotografia 16. Zrzut ekranu profilu sprzedawcy na Instagramie, reklamującego konkurs polegający na reklamie profilu poprzez udostępnienie zdjęcia oraz oznaczenie danego sprzedawcy.

“

Teraz to jest jak prowadzenie małych sklepów, robienie promocji i dawanie gratisów. Wszystko, by klientów przyciągnąć. (Szymon)

Reklamy rynków narkotykowych funkcjonują również otwarcie w przestrzeni miejskiej. Kilku respondentów ankiety wskazało, że o istnieniu danego rynku narkotykowego dowiedzieli się z graffiti umieszczonego na ścianie bloku oraz tak zwanych wlepek (małych, samoprzylepnych naklejek często umieszczanych w miejscach publicznych jak barierki czy toalety) opatrzonych kodem QR prowadzącym bezpośrednio do kanałów na Telegramie.

Z praktykami marketingowymi ściśle powiązany jest system rekomendacji i ocen, który pełni funkcję zarówno reklamy, jak i quasi regulacyjną, mającą gwarantować bezpieczeństwo użytkowników. Profile testerów i legit checkerów (czyli kontrolerów jakości oraz gwarantów bezpieczeństwa), tworzone listy poleceń przez samych sprzedających czy nieformalne systemy ocen powstające w wyniku dyskusji użytkowników, wszystkie mają na celu potwierdzanie rzetelności sprzedawców, ostrzeganie przed oszustami, a w konsekwencji reklamę najlepszych oferentów. Tak jak w przypadku popularnych platform sprzedażowych, reklama konkretnych sprzedawców staje się odrębną działalnością biznesową, jak w przypadku Jana:

“

Tutaj też powstała możliwość zarabiania z tego jako właściciel, w postaci różnych reklam oraz promowania legitnych ludzi za opłatą. Tak właściwie promocje itp. to moja działka i można by powiedzieć mój projekt. Tylko ja się tym zajmuję i w ten sposób zarabiam. Jak widuję kogoś często itp. na grupach, to sam podbijam z taką propozycją. Warunek jest, że nie ma żadnych negatywnych opinii i są zweryfikowani dowodem osobistym. (Jan)

6.3. Prezentowanie określonego stylu życia i influencing

Szczególnie wyrazistym wymiarem marketingu na cyfrowych rynkach narkotykowych jest prezentowanie określonego stylu życia oraz wykorzystanie logiki influencingu. W badanym materiale profile sprzedawców na Instagramie wykraczały daleko poza proste ogłoszenia handlowe. Poza publikacją zdjęć i filmów przedstawiających substancje, użytkownicy ci zamieszczali treści lifestylowe. Sprzedawane produkty są fotografowane w otoczeniu sugerującym wysoki status materialny sprzedawcy i – w domyśle – konsumenta. Typowe rekwizyty obejmują drogie zegarki, kluczyki do luksusowych samochodów, pliki banknotów oraz markową odzież streetwearową (por. fotografia 17). Tego rodzaju praktyki tworzą wrażenie, że handel narkotykami jest źródłem środków finansowych pozwalających na atrakcyjny, konsumpcyjny styl życia, a sprzedawca funkcjonuje w roli lokalnego influencera, który nie tylko dostarcza towar, lecz także proponuje określony model aspiracyjny. W jednym z wywiadów bardziej doświadczony sprzedawca, Konrad, z dystansem wypowiadał się o takich praktykach, które mogą przyciągnąć uwagę organów ścigania:

“Telegram to chyba najprostszy sposób zarabiania pieniędzy, tu przecież gonią też dzieci. Może to głupie, ale prawdziwe — co trzeci chce być jak Escobar. Nagrywają głosówki i wrzucają jakieś głupie zdjęcia z zasłoniętymi twarzami. To widać, że to dzieci, nawet po posturze. Nikt normalny się nie chwali, że biega, a już na pewno nie z pieniędzmi. To jest właśnie to pokolenie X. Najchętniej to wszędzie by pokazywali, jakimi to oni nie są gangsterami. Takie są realia. Każdy chce dużo gonić, ale nie wystarczy mieć temat, tylko trzeba myśleć. Jak nawinął Kaz Bałagane: “Najpierw to trzeba mieć w głowie, potem dopiero może w torbie papierowej”. (Konrad)



Fotografia 17. Zdjęcie z profilu reklamującego profil sprzedawcy na Instagramie, przedstawiające marihuanę w otoczeniu luksusowych przedmiotów.

W niektórych przypadkach obserwowano także współpracę z zewnętrznymi profilami o dużych zasięgach. Instagramowe konta posiadające dziesiątki, a nawet setki tysięcy obserwujących udostępniały treści powiązane z konkretnymi sprzedawcami, rekomendowały ich usługi lub umieszczały odnośniki do kanałów komunikacji na Telegramie, jak w poniższej opowieści Marcina. Tego rodzaju działania wprost naśladują współpracę reklamową z influencerami w sektorze legalnym, z tą różnicą, że promowanym produktem są substancje kontrolowane (takie współprace odnotowano jedynie w kontekście marihuany, co może wskazywać na normalizację jej używania w polskim społeczeństwie):

“Znalazłem te rynki przez raperów, którzy wstawiają takie rzeczy na story, że np. rekomendują pluga [sprzedawca w slangu angielskim] i wstawiają zdjęcia paczek z cali [mowa o marihuanie z Kalifornii]. Ja po prostu sobie wszedłem na ten rekomendowany kanał na Telegramie i sobie tam zamówiłem. (...) jeśli ktoś, kto ma na przykład pół miliona obserwujących, raczej nie wrzuciłby czegoś takiego, gdyby wiedział, że to jest jakieś oszustwo, no nie? (Marcin)

Z punktu widzenia odbiorców połączenie oferty narkotykowej i wizerunku lifestylowego może wzmacniać normalizację używania, szczególnie wśród młodych użytkowników mediów społecznościowych. Badania nad ekspozycją na reklamy narkotyków w mediach społecznościowych wskazują, że kontakt z treściami prezentującymi używanie i handel w atrakcyjnym, estetycznym kontekście jest związany ze wzrostem zainteresowania substancjami oraz z łagodniejszą oceną ryzyka ich używania (Fuller 2025; EMCDDA 2023). W połączeniu z opisanymi wcześniej mechanizmami rekomendacji i promocji tworzy to środowisko, w którym narkotyki są nie tylko towarem, lecz także elementem szerszej opowieści o stylu życia, sukcesie i przynależności do określonej wspólnoty.

7.

Redukcja szkód

W materiale empirycznym zgromadzonym w ramach niniejszego projektu zaobserwowano, że badane grupy i kanały nie pełnią wyłącznie funkcji rynków narkotykowych, lecz wytwarzają formy wspólnoty zogniskowanej wokół handlu i używania substancji. Obok rozmów stricte transakcyjnych, pojawiają się rozmowy na tematy codzienne i osobiste, a jednym z regularnie obecnych wątków są kwestie związane z redukcją szkód używania narkotyków. Uczestnicy pytają o bezpieczniejsze sposoby przyjmowania substancji, zasady doboru dawek, unikanie określonych połączeń, sposób przygotowania się do użycia psychodelików oraz postępowanie w sytuacji niepokojących objawów. Odpowiedzi udzielane przez innych użytkowników mają często charakter quasi-opiekuńczy, odwołują się do doświadczenia „bardziej doświadczonych” konsumentów oraz nieformalnych źródeł wiedzy (fora, poradniki, testy), jednak równolegle pojawiają się porady oparte na obiegowych przekonaniach i mitach, niezgodne z aktualnym stanem wiedzy medycznej. Z perspektywy zdrowia publicznego oznacza to, że w obrębie cyfrowych rynków narkotykowych istnieje zarówno realna potrzeba informacji z zakresu redukcji szkód, jak i spontanicznie rozwijające się, lecz niejednorodne jakościowo zasoby wiedzy.

Również część sprzedawców wskazywała na poczucie odpowiedzialności związanej z pełnioną przez nich rolą. Podkreślali, że redukcja szkód wynikających z używania narkotyków odgrywa dla nich istotną rolę, dlatego starają się, aby w ich asortymencie znajdowały się substancje możliwie jak najwyższej jakości. Jak wskazuje Tomasz, stosowana przez niego praktyka testowania substancji przed ich odsprzedażą miała więcej niż jedno podłoże:



Dla mnie ważne było, żeby jakość moich usług była jak najwyższa, więc zależało mi na tym, żeby klient miał wybór i mógł dobrać to, co najbardziej mu odpowiada. Dlatego badałem substancje testami kolorymetrycznymi, żeby sprawdzić, czy nie ma w nich żadnych niepożądanych domieszek. Zresztą wiadomo – jeśli sprzedawało się rzeczy dobrej jakości, to mniejsze było też ryzyko, że ktoś doświadczy niepożądanych działań i w związku z tym trafi do szpitala albo na policję. (Tomasz)

Z kolei jeden z najlepiej zorganizowanych badanych rynków narkotykowych funkcjonujących na platformie Facebook utworzył odrębną grupę poświęconą zagadnieniom redukcji szkód, która w pewnym momencie zrzeszała ponad sześć tysięcy członków. Obok wymiany wiedzy i doświadczeń pomiędzy użytkownikami, bardziej szczegółowe porady były tam udzielane przez organizację pozarządową specjalizującą się w tej tematyce.

Takie działanie z zakresu redukcji szkód jest przykładem strategii, które uwzględniają specyfikę środowisk cyfrowych i docierają do użytkowników w tych samych przestrzeniach, w których korzystają oni z rynku. Wyniki naszych badań wskazują, że potencjalnie skuteczne byłyby interwencje oparte na współpracy między podmiotami redukcji szkód a istniejącymi społecznościami online, przy zachowaniu wysokich standardów etycznych i transparentności roli tych aktorów. Celem takich działań nie byłoby legitymizowanie nielegalnego rynku, lecz pragmatyczne ograniczanie szkód zdrowotnych i społecznych w sytuacji, gdy cyfrowe formy obrotu narkotykami rozwijają się szybciej niż możliwości ich całkowitego wyeliminowania. Niewątpliwie, nowe przestrzenie kreowane przez e-rynki narkotykowe, stwarzają nowe możliwości i wyzwania w zakresie redukcji szkód, które winne być projektowane z myślą o przystosowaniu ich do nowej rzeczywistości (Siuda et al., 2025).

8.

Podsumowanie i wnioski

Raport pokazuje, że cyfrowe rynki narkotykowe w Polsce są jednocześnie wysoce zróżnicowane i niezwykle dynamiczne, a ich funkcjonowanie rozciąga się na wiele platform. Taka wieloplatformowość, połączona z ogromnym wolumenem danych (tekst, obrazy, wideo, linki, boty), sprawia, że rynek ten jest bardzo trudny do systematycznego monitorowania. Z jednej strony, dysponujemy mnóstwem materiału, z drugiej zaś, nie jesteśmy w stanie objąć go w całości ani dokładnie prześledzić, co rzeczywiście dzieje się „za” samymi ofertami. Dodatkowym ograniczeniem jest fakt, że znaczną część obserwowalnej aktywności stanowią ogłoszenia, które nie zawsze przekładają się na realne transakcje, a obraz rynku zaburzają liczne oszustwa i fikcyjne profile.

Jednocześnie wyniki projektu pokazują, że te same cechy, które utrudniają klasyczne monitorowanie, tworzą też specyficzną okazję badawczą. Anonimowość i infrastruktura cyfrowa umożliwiają dotarcie, chociażby poprzez ankiety i wywiady online, do osób, które w warunkach badań offline pozostawałyby całkowicie poza zasięgiem i prawdopodobnie nie zgodziłyby się na udział w badaniu. Pozwala to uzyskać szczególną, trudno dostępną perspektywę na współczesny rynek narkotykowy i jego uczestników. W świetle tych ustaleń zasadne wydaje się kontynuowanie i rozwijanie badań nad cyfrowymi rynkami narkotykowymi, z wykorzystaniem coraz bardziej zaawansowanych metod ilościowych i jakościowych.

Poniżej przedstawiono najważniejsze wnioski zrealizowanego projektu.

1.

Cyfrowe rynki narkotykowe mają charakter wieloplatformowy i hybrydowy.

Platformy internetowe tworzą wspólny ekosystem, w którym media społecznościowe służą głównie reklamie i pozyskiwaniu klientów, a komunikatory pełnią funkcję infrastruktury transakcyjnej. Próg wejścia na rynek jest niski, a wiele kontaktów nawiązuje się przy użyciu zwykłych funkcji wyszukiwarki i algorytmów rekomendacji.

2.

Rynek jest wysoce dynamiczny, odporny i adaptacyjny.

Zmiany regulaminów i praktyk moderacji (najpierw na Instagramie, później na Telegramie) prowadzą nie do zaniku rynku, lecz do jego reorganizacji: zmiany języka, przechodzenia do zamkniętych grup, tworzenia zapasowych profili i migracji między platformami.

3.

Dostępność substancji jest szeroka, a geografia obrotu spłaszczona.

W ofertach pojawia się szerokie spektrum substancji, od klasycznych narkotyków po leki na receptę, a paczkomaty, przesyłki i kurierzy niwelują różnice między dużymi miastami a małymi miejscowościami, umożliwiając zakupy także osobom z obszarów wiejskich.

4.

Bezpieczeństwo sprzedawców i kupujących jest asymetryczne.

Sprzedawcy korzystają z warstwowych zabezpieczeń (anonimowe konta, paczkomaty, BLIK, komunikatory szyfrujące, pośrednicy, boty), natomiast kupujący ponoszą większe ryzyko scamów, wymuszeń BLIK i otrzymania innego towaru niż deklarowany – choć wielu z nich postrzega handel online jako bezpieczniejszy niż handel uliczny.

5.

Postępująca profesjonalizacja i „platformizacja” handlu.

Coraz większą rolę odgrywają wyspecjalizowane role (administratorzy, informatycy, pośrednicy), automatyzacja poprzez boty oraz praktyki organizacyjne przypominające legalny sektor e-commerce, co pozwala prowadzić handel także osobom niemającym silnych związków z klasyczną przestępczością zorganizowaną i rekonfigurować ścieżki kariery na rynku narkotykowym.

6.

Marketing naśladuje rozwiązania znane z legalnych rynków.

Sprzedawcy stosują spójną estetykę profili, promocje, konkursy, systemy rekomendacji i ocen, a także treści lifestylowe i współprace influencerskie, normalizując obecność narkotyków w krajobrazie codziennych treści.

7.

W obrębie rynków rozwijają się oddolne praktyki redukcji szkód, ale ich jakość jest nierówna.

Uczestnicy wymieniają się wiedzą o dawkowaniu, mieszaniu substancji i ryzyku, co wskazuje na wyraźną potrzebę informacji z zakresu redukcji szkód. Jednak obok rzetelnych porad występuje dezinformacja i mity, co tworzy ambiwalentny obraz z perspektywy zdrowia publicznego.

8.

Metodologicznie badanie uchwyciło jedynie widoczny fragment zjawiska i wymaga ostrożnej interpretacji.

Analiza opiera się głównie na ofertach (a nie zweryfikowanych transakcjach), samoopisie w ankietach i wywiadach oraz obserwowalnych segmentach rynku. Konieczne było daleko idące anonimizowanie danych, a wyniki należy traktować jako opis kluczowych tendencji i trendów (które też zmieniają się dość dynamicznie), a nie pełną mapę całego polskiego rynku online.

Bibliografia

Aldridge, J. & Décary-Héту, D. 2015 'Cryptomarkets: The Darknet As An Online Drug Market Innovation'. Final report to NESTA. Manchester–Montreal: University of Manchester & University of Montreal

Aldridge, J. & Décary-Héту, D. 2016 'Hidden wholesale: The drug diffusing capacity of online drug cryptomarkets', *International Journal of Drug Policy*, 35, pp. 7–15.

Bakken, S A & Demant, J 2019, 'Drug dealing on social media in the Nordic countries', w: J Demant (red.), *An analysis of drug dealing via social media*, EMCDDA, Lisbon.

Bakken, S.A. & Demant, J.J. 2019 'Sellers' risk perceptions in public and private social media drug markets', *International Journal of Drug Policy*, 73, pp. 255–262.

Bakken, S.A., 2022. 'App-based textual interviews: interacting with younger generations in a digitalized social reality', *International Journal of Social Research Methodology*, 26(1), pp.1–14.

Barratt, M J & Maddox, A 2016, 'Active engagement with cryptomarkets: a qualitative study of frequent online drug buyers', *International Journal of Drug Policy*, vol. 35, s. 50–57.

Berger, E.J. & Bakken, S.A. (2025) 'A digital–physical continuum of illegal drug markets: Networks, trust, and culture', *Acta Sociologica*.

CBOS (2024) Korzystanie z internetu w 2024 roku. Komunikat z badań. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej po publikacji Berger EJ

Childs, A. & Bernot, A. (2025) 'The platformisation of illicit drug markets: How datafication, technological affordances, and platform-mediated labour practices shape illicit drug markets', *Crime, Media, Culture*, 21(2), s. 149–168.

Coomber, R & Turnbull, P 2007, 'Arenas of drug transactions: adolescent cannabis transactions in England – social supply', *Journal of Drug Issues*, vol. 37, nr 4, s. 845–865.

Coomber, R & Moyle, L 2014, 'Beyond drug dealing: developing and extending the concept of social supply of illicit drugs to minimally commercial supply', *Drugs: Education, Prevention and Policy*, vol. 21, nr 2, s. 157–164.

Coomber, R. (2023) 'The changing shape of illicit drug markets: differentiation and its consequences for understanding and researching illicit drug markets', in Ayres, T.C. & Ancrum, C. (eds) *Understanding Drug Dealing and Illicit Drug Markets: National and International Perspectives*. London: Routledge, pp. 22–48.

Christin, N. (2013), Traveling the Silk Road: A measurement analysis of a large anonymous online marketplace, Proceedings of the 22nd International World Wide Web Conference (WWW 2013), s. 213–224.

Demant, J et al. 2019, 'Drug dealing on Facebook, Snapchat and Instagram: a Nordic study', *Drug and Alcohol Review*, vol. 38, nr 4, s. 377–385.

Décary-Hétu, D. i Giommoni, L. (2017) 'Do Police Crackdowns Disrupt Drug Cryptomarkets? A Longitudinal Analysis of the Effects of Operation Onymous', *Crime, Law and Social Change*.

EMCDDA 2016, *The internet and drug markets*. EMCDDA Insights 21, European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

EMCDDA 2022, *Overview of drug markets in the European Neighbourhood Policy East region*, European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, Lisbon.

EMCDDA 2023, *An analysis of drug dealing via social media*, European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, Lisbon.

European Commission 2014, *Flash Eurobarometer 401: Young people and drugs*, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Fuller, A & Vasek, M 2024, 'Understanding and preventing the advertisement and sale of illicit drugs on social media: a scoping review', *Drug and Alcohol Review*, online first.

Fuller, A, Vasek, M, Mariconti, E & Johnson, S D 2024, 'Understanding and preventing the advertisement and sale of illicit drugs to young people through social media: A multidisciplinary scoping review', *Drug and Alcohol Review*, vol. 43, no. 1, pp. 56–74.

Gomes, A.B. & Sultan, A. 2024 'Problematizing content moderation by social media platforms and its impact on digital harm reduction', *Harm Reduction Journal*, 21, 194.

Global Initiative Against Transnational Organized Crime 2021, *The digital drug revolution: online markets, illicit trade and the OC Index*, Global Initiative, Geneva.

Haupt, M R 2022, 'The influence of social media affordances on drug dealer advertising and buyer risk perceptions', *International Journal of Drug Policy*, vol. 100, artykuł 103524.

Hine, C 2015, *Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday*, Routledge, London.

Howlett, M. 2022. 'Looking at the Field' through a Zoom Lens: Methodological Reflections on Conducting Online Research during a Global Pandemic', *Qualitative Research*, 22(3), 387-402..

Korshøj, N.T. and Søgaaard, T.F., 2024. Hybrid drug dealing: Merging on- and offline spheres when dealing drugs via social media. *International Journal of Drug Policy*, 130, 104509.

Kozinets, R V 2010, *Netnography: doing ethnographic research online*, Sage, London.

Kozinets, R V 2015, *Netnography: redefined*, Sage, London.

Malczewski, A. i Jabłoński, P. (red.) 2023 'Raport 2023. Uzależnienia w Polsce'. Warszawa: Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom.

Malczewski, A. i Szmidt, J. 2024 'Jak rozpowszechnione jest używanie narkotyków w Polsce? Wyniki najnowszych ogólnopolskich badań', *Serwis Informacyjny UZALEŻNIENIA*, 4(108), s. 34–41.

Martin, J 2014, *Drugs on the dark net: how cryptomarkets are transforming the global trade in illicit drugs*, Palgrave Macmillan, London.

McCulloch, L 2019, *DM for details. Selling drugs in the age of social media*, Volteface, London.

Mounteney, J, Griffiths, P, Sedefov, R, Noor, A, Vicente, J & Simon, R 2016, 'The drug situation in Europe: an overview of data available on illicit drugs and new psychoactive substances (NPS) from European monitoring in 2015', *Addiction*, vol. 111, nr 1, s. 34–48.

Moyle, L, Childs, A, Coomber, R and Barratt, M 2019, '#Drugsforsale: an exploration of the use of social media and encrypted messaging apps to supply and access drugs', *International Journal of Drug Policy*, vol. 63, s. 101–110.

Søgaard, T.F. and Bræmer, M.H. (2023) 'Law-abiding criminals: Young adults' drift into and out of recreational drug sales', *Nordic Journal of Criminology*, 24(1), pp. 1–17.

Siuda, P., Aaltonen, M., Haasio, A., Bancroft, A., Nurmi, J., Shi, H. and Harviainen, J.T. (2025) 'Digital drug trading ecologies in context: Technological, geographic, and linguistic variation across darknet platforms', *International Journal of Drug Policy*, 145, 104984.

Taylor, M. and Potter, G.R. (2013) 'From "social supply" to "real dealing": Drift, friendship, and trust in drug-dealing careers', *Journal of Drug Issues*, 43(4), pp. 392–406.

Thunberg, S., & Arnell, L. 2022. 'Pioneering the Use of Technologies in Qualitative Research – A Research Review of the Use of Digital Interviews'. *International Journal of Social Research Methodology*, 25(6), 757-768.

Tzanetakis, M. & Marx, S.A. (2023) 'The dark side of cryptomarkets: Towards a new dialectic of self-exploitation within platform capitalism', in Tzanetakis, M. & South, N. (eds) *Digital Transformations of Illicit Drug Markets: Reconfiguration and Continuity*. Bingley: Emerald Publishing Limited, pp. 141–154

Tzanetakis, M & South, N (eds) 2023, *Digital transformations of illicit drug markets: reconfiguration and continuity*, Emerald Publishing Limited, Bingley.

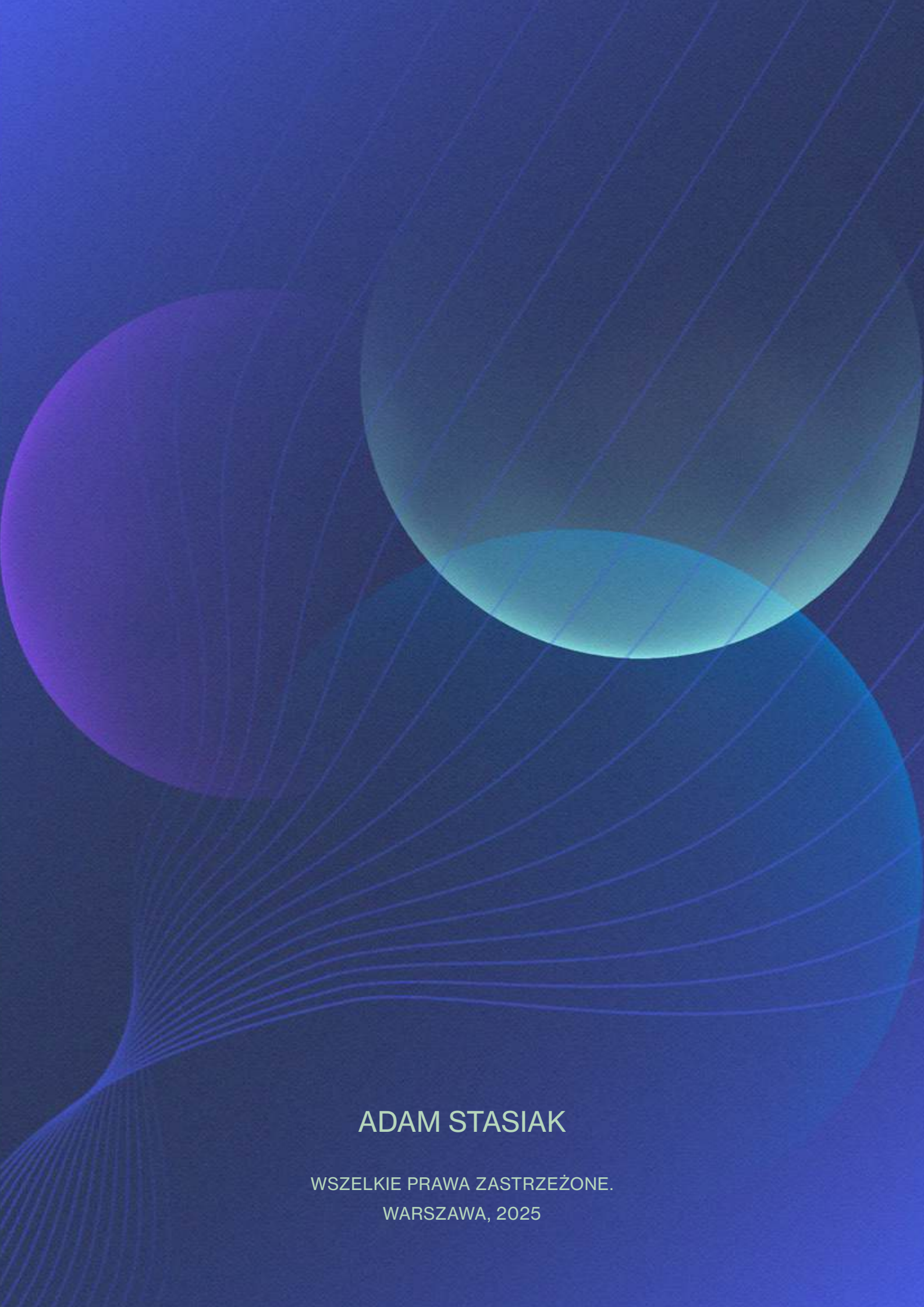
UNODC 2023, *World Drug Report 2023. Book 3: drug supply, chapter 7: use of the dark web and social media for drug trafficking*, United Nations Office on Drugs and Crime, Vienna.

Van der Sanden, R et al. 2021, 'Predictors of using social media to purchase drugs in New Zealand: findings from a large scale online survey', *International Journal of Drug Policy*, vol. 99, artykuł 103432.

Van der Sanden, R et al. 2022, 'Choice of social media platform or encrypted messaging application for online drug trading: differences in risk perceptions and usage', *International Journal of Drug Policy*, vol. 101, artykuł 103530.

Van Hout, M C and Bingham, T 2013, 'Surfing the Silk Road: a study of users experiences', *International Journal of Drug Policy*, vol. 24, nr 6, s. 524–529.

Vanhee, C., Deconinck, E., George, M. et al. (2025) 'The Occurrence of Illicit Smart Drugs or Nootropics in Europe and Australia and Their Associated Dangers: Results from a Market Surveillance Study by 12 Official Medicines Control Laboratories', *Journal of Xenobiotics*, 15(3), 88.



ADAM STASIAK

WSZELKIE PRAWA ZASTRZEŻONE.

WARSZAWA, 2025