

Ana Banić Grubišić*

*Institut za etnologiju i antropologiju
Odeljenje za etnologiju i antropologiju
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu*

LEKOVITO BILJE U SRPSKOM DIGITALNOM PROSTORU: VERNAKULARNO ZNANJE, AUTORITET I TRADICIJA NA INSTAGRAMU¹

Apstrakt: U ovom radu se istražuje način na koji se tradicionalno znanje o lekovitom bilju predstavlja i prenosi u srpskom digitalnom prostoru. Na osnovu analiziranih objava na Instagramu, do kojih se došlo putem haštag-etnografije, predlaže se radna tipologija korisnički generisanog sadržaja o lekovitom bilju. Izdvajaju se tri karakteristična obrasca predstavljanja etnobotaničkog znanja – pozivanje na tradiciju, predstave o prirodnosti i vitalizmu i komodifikacija. Etnobotaničko znanje se na Instagramu prenosi kroz različite vizuelne, audio-vizuelne i tekstualne forme. Predložena tipologija predstavlja polazni, radni okvir za dalja istraživanja digitalne etnobotanike u lokalnom kontekstu.

Ključne reči: lekovito bilje, digitalna etnobotanika, vernakularno znanje, vernakularni autoritet, Instagram, digitalna folkloristika, narodna medicina

Uvod

Najpoznatiji srpski farmakognost i akademik dr Jovan Tucakov svojevre-
meno je zapisao da „upotreba lekovitog bilja kao terapijskog i profilaktičkog
sredstva ima u našem narodu neobično bogatu i izvanredno dugu i neprekinutu
tradiciju“ (Tucakov 2014, 9). Fitoterapijsko znanje kao deo folkloru se u savre-
menom kontekstu ispoljava u digitalnoj dimenziji vernakularnih praksi. Znanje

* agrubisi@f.bg.ac.rs, <https://orcid.org/0000-0003-4563-8481>

1 Realizaciju ovog istraživanja finansijski je podržalo Ministarstvo nauke, tehnološkog razvo-
ja i inovacija Republike Srbije u sklopu finansiranja naučnoistraživačkog rada na Univerzi-
tetu u Beogradu – Filozofskom fakultetu (broj ugovora 451-03-33/2026-03/200163).

o lekovitom bilju, nekada pretežno vezano za usmenu tradiciju i međugeneracijski prenos, danas se sve intenzivnije prenosi u okruženju društvenih medija. Etnografska istraživanja etnobotaničkih praksi naglašavaju rodnu dimenziju u transmisiji ovog znanja: u srpskoj tradicionalnoj kulturi znanje o lekovitom bilju prenosilo se pretežno po ženskoj liniji. Kako beleži Srebrica Knežević, žene su bile te koje su otkrивale lekovito bilje i bavile se njegovim sakupljanjem:

„[...] naša seoska domaćica, koristeći iskustva prethodnih generacija, od svojih predaka njihova je primala, sopstveno iskustvo prethodnom dodavala i sve zajedno – sa kolena na koleno – sledećim generacijama predavala“. (Knežević 2004, 44)

Predstave o lekovitom bilju neodvojive su od narodne medicine, iako se narodna medicina ne može stereotipno svesti samo na biljnu medicinu (Kitta 2019). Narodna medicina se, na tragu antropoloških i folklorističkih zapažanja, ne shvata kao nasumičan skup praznoverja i takozvanih „bapskih lekova“, već se razume kao koherentan sistem znanja utemeljen u medicinskom pluralizmu, u kojem korisnici istovremeno i bez osećaja protivrečnosti posežu za različitim izvorima i praksama – biomedicinskim, tradicijskim i alternativnim (vid. Hufford 1997; O'Connor and Hufford 2001; Hufford 2003; Kitta 2019).

Domaća etnologija, folkloristika i etnolingvistika ostavile su bogat korpus studija o biljnom svetu u srpskoj tradicionalnoj kulturi.² Ipak, digitalni aspekt koji spaja ovo nasleđe sa savremenom svakodnevnom komunikacijom izostaje kako u domaćim tako i u inostranim istraživanjima. Uz svega nekoliko radova, analiza digitalne dimenzije etnobotanike nije bila čest istraživački predmet ni u inostranoj literaturi (Bitcon, Evans and Avila 2016; De Meyer and Ceuterick 2022; Anez, Burkhart and Kellogg 2025). Ovaj rad nastoji da popuni taj jaz spajajući folklorističku perspektivu i digitalnu etnografiju na srpskoj Instagram građi.

Istraživački fokus ovog rada čini transformacija lokalnog etnobotaničkog znanja u digitalnim prostorima u raznovrsne savremene vizuelne i audio-vizuelne sadržaje i formate, kao i specifična, platformski posredovana transmisija. Centralno pitanje jeste šta se dešava sa tradicionalnim znanjem kada se promeni medij prenosa i kako se ono preoblikuje. Kao i drugi folklorni oblici, internet i društveni mediji ujedno čine kanal za predstavljanje i prenošenje postojećih znanja i praksi, kao i prostor njihovog preoblikovanja i dalje transmisije. Ovakvo proširivanje etnobotaničkog istraživačkog polja na digitalno okruženje De Mejer i Sejterik označavaju pojmom *digitalna etnobiologija*, koju definišu kao „naučno proučavanje dinamičnih odnosa između ljudi, živog sveta i životne sredine u virtuelnom ili digitalnom okruženju, koje obuhvata i etnobotaniku,

2 Pored Čajkanovićeve najkompletnije studije koja se bavi narodnim predstavama o bilju u srpskoj kulturi (Čajkanović 2022), vid. pregled etnoloških istraživanja o bilju u Pišev i Stajić 2021, 68–71; o različitim aspektima etnološke, antropološke, istorijske, lingvističke i folklorne botanike vid. Karanović i Jokić 2013; Karanović 2014; Karanović i Dražić 2016; Karanović 2017; Karanović 2019.

odnosno proučavanje dinamičnih odnosa između ljudi i biljaka u digitalnoj sferi“ (De Meyer and Ceuterick 2022, 2).

Vizuelna kultura ima ključni značaj za digitalnu platformu Instagram, to jest za način na koji se nalozi predstavljaju, kako prikazuju svoj sadržaj i kako se taj sadržaj tumači (Leaver, Highfield and Abidin 2020, 44). Vizuelni sadržaj koji se deli na Instagramu zadobija značenje na osnovu svoje forme, konteksta i komunikativnih namera autora, uz prateće kontekstualne informacije kao što su tekstualni opisi objava, haštagovi, podaci na profilu i komentari (Leaver, Highfield and Abidin 2020, 44). Vizuelne i audio-vizuelne mogućnosti koje pruža platforma Instagram omogućavaju da se znanje o biljkama prenosi putem fotografija ili grafičkih uputstava, kratkih video-klipova u kojima se iznose botaničke informacije ili demonstrira prikupljanje, spravljanje ili upotreba biljaka, kao i putem ličnih svedočanstava i neposredne komunikacije sa pratiocima.

Na primeru srpskog digitalnog prostora, onlajn sadržaj o bilju posmatra se kao vid savremenog folklor, odnosno kao vernakularna, platformski žanrovski uobličena i varijabilna ekspresija. Simon Broner folklor definiše kao „tradicionalno znanje koje se ostvaruje u praksi i istovremeno iz nje proizlazi“ (Valk 2022, 3). Mnoge teme kojima su se folkloristi tradicionalno bavili, poput humora, svakodnevne ekspresivne kulture, transmisije narativa, tradicije, religije i rituala, dobile su nove ili izmenjene oblike postojanja u digitalnom svetu (Blank 2009, 13). U ovom radu se predlaže radna tipologija korisnički generisanog sadržaja o lekovitom bilju na Instagramu i izdvajaju se uočene teme i diskurzivni obrasci koji karakterišu njegovo predstavljanje u lokalnom digitalnom okruženju. Platforma Instagram oblikuje vernakularni izraz i znanje o (lekovitom) bilju. Specifični „platformski vernakular“ odnosi se na različite narativne obrasce koji oblikuju sadržaj i tok informacija na datoj platformi, odnosno koji su oblikovani specifičnostima platforme, njenom materijalnom arhitekturom i kolektivnim kulturnim praksama (Gibbs et al. 2015; Caliandro and Graham 2020). Ovi komunikacijski žanrovi, dakle, nastaju iz mogućnosti koje pružaju pojedine platforme društvenih medija i načina na koje ih korisnici prisvajaju i primenjuju u praksi (Gibbs et al. 2015, 257).

Digitalna folkloristika je interpretativni okvir kojim se pristupa analizi značenja savremenog znanja i narodnih predstava o lekovitom bilju na Instagramu. Koncept „vernakularnog autoriteta“, koji je u digitalnu folkloristiku uveo Robert Glen Hauard, biće jedan od ključnih pojmova za tumačenje načina na koji se znanje o lekovitom bilju legitimise na mreži. Hauard tradiciju posmatra kao diskurzivnu formaciju, a vernakularni autoritet određuje kao „jedan od centralnih načina na koje tradicija funkcioniše diskurzivno“ (Howard 2013, 76). Reč je o obliku autoriteta koji nastoji da „putem diskursa stekne moć“, odnosno da zadobije poverenje pozivanjem na neinstitucionalne procese kroz koje su se određena verovanja, vrednosti i prakse oblikovali i prenosili kroz vreme (Howard 2013, 77).

Iz ovako postavljenog istraživačkog predmeta nameće se nekoliko pitanja na koja ovaj rad nastoji da odgovori. Najpre, koje su ključne odlike mrežne cirkulacije savremenog narodnog znanja o bilju? Koji su preovlađujući platformski formati i komunikacijski žanrovi u kojima se sadržaji o lekovitom bilju pojavljuju u domaćem digitalnom prostoru? Na koji način se na Instagramu konstruiše autoritet prenosilaca znanja, to jest na koje se izvore znanja i autoriteta pozivaju kreatori sadržaja? Na koji način se u tim sadržajima povezuju botaničko znanje, tradicija, svakodnevne prakse i briga o zdravlju, ali i komercijalna delatnost oličena u promociji i prodaji biljnih proizvoda? Posebna pažnja stoga je posvećena razmatranju odnosa između edukativnog i promotivnog sadržaja, koji je jedna od temeljnih specifičnosti prezentacije etnobotaničkog znanja na platformi Instagram.

Cilj rada nije procena tačnosti ili delotvornosti pojedinih saveta koji se odnose na upotrebu lekovitog bilja. Istraživačka pažnja usmerena je ka razumevanju kulturnih formi kroz koje se narodno znanje o bilju predstavlja u digitalnom okruženju. To znanje je, kao i drugi fenomeni vezani za zdravlje i dobrobit ljudi, jednako podložno dezinformacijama, dekontekstualizaciji, pojednostavljivanjima i komodifikaciji. Kao što pokazuju novija folkloristička proučavanja vernakularnog znanja (Valk 2022, 5), istraživački cilj nije procenjivanje njegove istinitosti ili neistinitosti, racionalnosti ili iracionalnosti, već ispitivanje načina na koje se ono proizvodi i primenjuje.

O tradicionalnom etnobotaničkom znanju i primeni u narodnoj medicini

„Nemajući svojih lekara i apotekara, medicinskih i farmaceutskih škola, naš narod je u petovekovnom robovanju imao usmenu medicinsku veštinu, koju je kroz vekove prenosio s kolena na koleno.“ (Tucakov 2014, 16)

Korišćenje lekovitog bilja za prevenciju i lečenje bolesti deo je sistema savremene komplementarne i alternativne medicine (Hufford 2003, 201). Narodnu medicinu čine nezvanična zdravstvena verovanja i prakse koje obuhvataju kako religijske elemente, poput molitava za isceljenje, tako i materijalne elemente, poput određenih namirnica, biljaka i postupaka koji se koriste radi sprečavanja ili lečenja bolesti (Hufford 1997, 725). Kako pokazuju nalazi jednog istraživanja (Lazić et al. 2023), u savremenom domaćem digitalnom prostoru biljni preparati zauzimaju istaknuto mesto u predstavljanju tradicionalne, komplementarne i alternativne medicine. Lazićeva i saradnice su pokazale da su u analiziranim srpskim onlajn lajfstajl magazinima biološki zasnovane prakse činile 70,9% svih izdvojenih praksi, pri čemu su preovlađivali različiti biljni preparati, a više od polovine svih praksi bilo je predstavljeno kao narodna medicina, najčešće srpskog ili ruskog porekla (Lazić et al. 2023, 5). Prema američkom folkloristi Dejvidu Hafordu, tradicije narodne medicine:

„[...]u velikoj meri zavise od usmenog prenošenja, iako su pod uticajem štampanih izvora i povremeno proizvode publikacije; imaju relativno neformalnu strukturu, iako se stručnjaci mogu obučavati kroz formalno šetovanje; relativno su nekomercijalne, iako narodni stručnjaci, poput tradicionalnih travara, mogu primati novčanu naknadu ili nadoknadu u robi.“ (Hufford 1997, 730)

Iako narodna medicina obuhvata veoma širok i raznovrstan skup zdravstvenih praksi i verovanja, O’Konor i Haford izdvajaju nekoliko zajedničkih odlika koje karakterišu sisteme narodne medicine – prenošenje prvenstveno usmenim putem, uz nezvaničan status; shvatanje zdravlja kao sklada ili ravnoteže; međusobna povezanost tela, uma i duha; vitalizam; magijski ili natprirodni elementi; misli i emocije kao etiološki činioci; usmerenost na dublje uzroke bolesti; pozitivne i negativne energije i prenošenje energija; moralni ton i značenje bolesti (O’Connor and Hufford 2001, 18).

Etnobotanika se u najširem smislu određuje kao proučavanje odnosa između ljudi i biljaka, a njeni saznanji ciljevi su, kako ističu Balik i Koks, u velikoj meri srodni ciljevima kulturne antropologije, budući da „načini na koje zajednice biljke koriste, klasifikuju i uključuju u kulturne tradicije, religijske predstave i kosmologije otkrivaju kako razumeju svet i sopstveno mesto u njemu“ (Balick and Cox 2020, 3). Ivana Grubišić smatra etnobotaniku poddisciplinom etnologije i antropologije i navodi da se disciplina razvijala od utilitarnog istraživačkog fokusa – naglasak na primeni i ekonomskom potencijalu biljaka ka pitanjima koja se tiču veze između biljaka i ljudi, načina na koji ih ljudi opažaju i njima upravljaju (Grubišić 2006, 417–418).

Tradicionalna etnobotanička znanja i prakse se mogu posmatrati kao deo lokalnih sistema znanja i kao značajan aspekt nematerijalnog kulturnog nasleđa. Lokalni sistemi znanja obuhvataju „znanja, verovanja, tradicije, prakse, institucije i poglede na svet koje su razvile i održavaju indigene i lokalne zajednice, a smatra se da čine strategiju prilagođavanja sredini u kojoj te zajednice žive“ (Vandebroek et al. 2011, 1). Marija Marković sa saradnicima (Marković i dr. 2024, 3–4) navodi da upotreba autohtonih biljnih vrsta u različitim kulturama obuhvata gotovo sve aspekte ljudskog života. Tradicionalna etnobotanička znanja i prakse ne predstavljaju prežitke niti nekakve prevaziđene oblike znanja koji su svojstveni isključivo tradicionalnim zajednicama. Ta znanja i prakse su i danas živi, premda prilagođeni i preoblikovani u novim tehnološkim i komunikacijskim kontekstima. U okviru antropoloških istraživanja, kako napominje Hsu, znanje o biljkama posmatra se kontekstualno – „ono se proizvodi u dinamičnim društvenim poljima i često je izrazito situaciono, budući da predstavlja sastavni deo društvenih odnosa i procesa njihovog pregovaranja“ (Hsu 2010, 1–2). Ovako shvaćeno etnobotaničko znanje može se posmatrati i kao oblik vernakularnog znanja, koje nastaje i preoblikuje se kroz praksu, komunikaciju i različite oblike folklorne ekspresije. Kako ističe estonski folklorista Ilo Valk:

„Vernakularno znanje nije sistematična i dosledna doktrina, već pre ekspresivna strategija i njen nikada dovršeni proizvod, koji se pojavljuje u mnoštvu oblika, kako verbalnih tako i neverbalnih. Može biti izraženo u usmenim, pisanim i štampanim žanrovima, ali se može ispoljavati i kroz vizuelnu umetnost, simbole, muziku, rituale i ponašanje. Može biti uobličeno u pisanom tekstu ili umetničkom delu, ali se češće javlja u privatnoj i javnoj interakciji. Učesnici u komunikaciji mogu biti pripadnici malih zajednica, premda se danas ta razmena proširila i na internet i uključuje globalne mreže.“ (Valk 2022, 9)

Valkovo određenje vernakularnog znanja predstavlja temelj za analizu konstrukcije savremenog etnobotaničkog znanja na Instagramu, gde se znanje o biljkama pojavljuje kroz prožimanje različitih oblika i žanrova, kao hibridna kombinacija vizuelnih, verbalnih i audio-vizuelnih sadržaja, uputstava i praktičnih demonstracija, narativa o ličnom iskustvu i interakcije među korisnicima. Upravo ću se ovim smernicama voditi u sprovođenju digitalne etnografije.

Metodologija

Tokom juna i jula 2026. godine sprovedeno je istraživanje predstavljanja i posredovanja etnobotaničkih znanja na Instagramu. Kaliandro ukazuje na potrebu za specifičnim istraživačkim strategijama i analitičkim konceptima koji su prilagođeni složenosti društvenih medija, a koje opisuje kao „izrazito složene, fluidne i fragmentarne prostore“ (Caliandro 2018, 570). Umesto konstruisanja digitalno-etnografskog terena isključivo oko unapred određene i jasno ograničene onlajn zajednice, ovaj autor predlaže „praćenje cirkulacije određenog empirijskog predmeta (poput teme o kojoj se raspravlja, političkog pitanja ili brenda) unutar jednog onlajn okruženja, uz posmatranje specifičnih društvenih formacija koje se oko njega pojavljuju kroz interakciju digitalnih uređaja i korisnika“ (Caliandro 2018, 570).

Pretraga javno dostupnih objava označenih haštagovima #lekovitobilje, #lekovitobiljesrbije i #lečenjebiljem korišćena je za formiranje početnog korpusa građe. Pretraga i praćenje haštagova predstavljaju jedan od mogućih načina početnog mapiranja digitalnog istraživačkog terena. Istraživači digitalnih medija Tim Hajfild i Tama Liver ukazuju na to da haštagovi mogu poslužiti kao korisni filter za određivanje obuhvata istraživanja i pronalaženje tematski relevantnih objava (Highfield and Leaver 2015). Prema ovim autorima, haštagovi se koriste kao početna tačka za proučavanje aktivnosti na Instagramu – kao sredstvo pristupanja određenim idejama, raspravama ili vizuelnim predstavama i njihovog organizovanja (Highfield and Leaver 2015). Praksa označavanja (engl. *tagging*) funkcioniše kao marker glavnih tema, ideja, događaja, lokacija ili emocija zastupljenih u vizuelnim sadržajima. U istraživačkom kontekstu digitalnih medija haštag se sagledava kao korisnička klasifikaciona praksa koja otkriva kako se određena tema kulturno organizuje i označava. Kako ističu Kaliandro i

Graham, metodologija proučavanja Instagrama trebalo bi da bude prilagođena specifičnostima same platforme, potrebne su istraživačke strategije svojstvene samom Instagramu koje koriste metodološke mogućnosti haštagova, lajkova, tekstualnih opisa i geotagova (Caliandro and Graham 2020, 2).

Antropolozi Jarimar Bonilja i Džonatan Rosa razvili su koncept *haštag-etnografije* kojim označavaju pristup u kojem se haštag posmatra kao „terensko“ mesto okupljanja i povezivanja različitih glasova, reprezentacija i praksi (Bonilla and Rosa 2015). Kako objašnjavaju, pored toga što haštag funkcioniše kao sistem indeksiranja i omogućava razvrstavanje i brzo pronalaženje informacija o određenoj temi, oni istovremeno funkcionišu i semiotički, označavajući nameravano značenje iskaza (Bonilla and Rosa 2015, 5). Prema njihovim rečima, „slično sistemima kodiranja koje primenjuju antropolozi, oni korisnicima omogućavaju ne samo da svoje komentare arhiviraju već i da performativno uokvire ono na šta se ti komentari zapravo odnose“ (Bonilla and Rosa 2015, 5). Ipak, tako koncipirana digitalna etnografija ima i svoja ograničenja. Jedan od osnovnih problema haštag-etnografije jeste teškoća utvrđivanja konteksta iskaza objavljenih na društvenim medijima – osim saznanja da su određene osobe nešto objavile, mi malo znamo o tome šta su te objave značile njihovim autorima i njihovim zamišljenim javnostima (Bonilla and Rosa 2015, 6). Bonilja i Rosa zbog toga ukazuju na potrebu da se etnografija društvenih medija preusmeri sa isključivog proučavanja „mreža i zajednica“ ka individualnim iskustvima, praksama i oblicima društvenosti. Oni smatraju da haštagovi mogu ponuditi samo ograničen, delimičan i filtriran pogled na određeni društveni svet i da im treba pristupiti kao ulaznim tačkama u šire i složenije svetove: „Haštagovi pružaju prozor kroz koji se može zaviriti, ali tek prolaskom kroz taj prozor i praćenjem pojedinačnih korisnika moguće je smestiti objave u širi društveni i kulturni kontekst“ (Bonilla and Rosa 2015, 7).

Rezultati pretrage pre svega zavise od načina na koji korisnici označavaju sadržaj, kao i od algoritamske vidljivosti pojedinih naloga i objava koja se ogleda u mehanizmu njihovog rangiranja i daljeg preporučivanja. Zbog toga ovaj korpus nije (niti može biti) reprezentativan uzorak celokupnog sadržaja o lekovitom bilju koji se nalazi na srpskom Instagramu, on pre služi kao istraživački uzorak pogodan za utvrđivanje dominantnih obrazaca, žanrova i načina legitimizacije etnobotaničkog znanja u lokalnom kontekstu.

Pretraga putem haštag odrednica dala je veliki broj rezultata – samo haštag #lekovitobilje ima više od 29 300 rezultata. U analitički korpus su uključene objave na srpskom jeziku, to jest objave naloga usmerenih prema publici u Srbiji. Haštag ne služi samo tehničkom grupisanju sadržaja već učestvuje i u njegovom interpretativnom uokvirivanju (Bonilla and Rosa 2015, 5). One objave koje su samo formalno sadržale neki od navedenih haštagova, ali nisu neposredno referisale na lekovito bilje niti bile s njim povezane, nisu uzimane u razmatranje. Iako je haštag pretraga u kvantitativnom smislu dala brojne rezultate, s obzirom na to da je reč o istraživačkoj metodologiji koja podrazumeva kvalitativni pristup građi, analitički korpus obuhvata formalno-sadržinsku i tematsku analizu,

sa posebnom pažnjom na pet naloga koji su posvećeni lekovitom bilju. Ovih pet naloga je odabrano na osnovu nekoliko kriterijuma. U prvom redu to je njihova vidljivost, kao i aktivnost pratilaca/publike – učestalog pojavljivanja njihovih objava u rezultatima haštag pretrage, relativno velikog broja pratilaca, stepena interaktivnosti izraženog u angažmanu publike, koji se ogleda u tome u kojoj meri su njihove objave podsticale interakciju korisnika (npr. u broju komentara ili u diskusijama koje se razvijaju ispod objava). Pored pet dubinski analiziranih naloga, pojedini primeri navode se i iz šireg korpusa objava obuhvaćenog haštag pretragom. Budući da je Instagram bezobalan digitalni teren, početno haštag pretraživanje po ključnim rečima poslužilo je da se stekne što šira slika o broju i vrsti naloga na kojima se javljaju objave o lekovitom bilju. Potom je, nakon završetka tipološke, formalno-sadržinske analize naloga i objava, pretraga pod haštagom jedne konkretne biljke poslužila da se tipologija objava ustanovi/potvrdi na pojedinačnom primeru. Samonikla biljka kopriva izabrana je zbog svoje praktične upotrebe, ali i zbog bogate simbolike u srpskoj tradicionalnoj kulturi (vid. Čajkanović 2022, 102–105). Na ovom konkretnom primeru, haštag pretraga #kopriva je ograničena – vremenski i numerički – na prvih 50 rezultata koje je pretraga na Instagramu izlistala, objavljenih u proteklih godinu dana.

Digitalna haštag-etnografija o lekovitom bilju na Instagramu je sprovedena u nekoliko faza. Nakon prikupljanja rezultata haštag-etnografije, najpre je izvršena formalna analiza u okviru koje su zabeleženi tipovi naloga, najčešći platformski formati, dominantni vizuelni sadržaj, prisustvo teksta, način obraćanja publici i eventualni komercijalni elementi u objavama. Potom je na odabranom uzorku instagram naloga sprovedena kvalitativna sadržinsko-tematska analiza, usmerena na dominantne teme, komunikacijske funkcije, vrste zdravstvenih tvrdnji, izvore autoriteta i načine predstavljanja odnosa između prirode, tradicije i zdravlja. Pretraga haštaga konkretne lekovite biljke poslužila je kao provera prikupljenih rezultata ali i ilustracija raznovrsnosti sadržaja koji cirkuliše na mreži.

Istraživanje je obuhvatilo isključivo javno dostupne naloge i objave. Ipak, javna dostupnost digitalnog sadržaja sama po sebi ne ukida potrebu za kontekstualnom procenom doživljaja privatnosti uz upoznavanje sa normama i ritmovima digitalnog folklorističkog terena (Miller 2012, 221). Kako napominje Miller, „istraživač mora pokazati poznavanje konteksta kako bi mogao da proceni očekivanja korisnika u pogledu privatnosti“ (Miller 2012, 221).

Predstavljanje i analiza građe

Preliminarna tipologija korisnički generisanog sadržaja (autori, formati i žanrovi)

Kao što je u uvodu pomenuto, svaka platforma društvenih medija vremenom razvija sopstvenu jedinstvenu kombinaciju stilova, gramatike i logike, koja

se označava kao „platformski vernakular“, odnosno kao popularni žanr komunikacije (Gibbs et al. 2015, 257). Kako objašnjavaju Gibbs i saradnici, „platformski vernakular usmerava pažnju na to kako se unutar društvenih mreža oblikuju određeni žanrovi i stilske konvencije, kao i na to kako se kroz kontekst i proces njihovog čitanja proizvode registri značenja i afekta“ (Gibbs et al. 2015, 258). Istraživanje i razumevanje vizuelnih društvenih medija kao što je Instagram zahteva zajedničku analizu slike, video-zapisa, umetnutog teksta, opisa objave, haštagova, komentara i drugih elemenata koji učestvuju u proizvodnji značenja. Kaliandro i Graham ukazuju na pristupe koji istraživače usmeravaju da sliku ne posmatraju kao „samostalnu jedinicu sadržaja“, već kao deo mreže metapodataka koji učestvuju u određivanju njenog značenja i društvenih upotreba (Caliandro and Graham 2020, 3). Objave na Instagramu nisu izolovane strukture, već se pojavljuju u sprezi sa drugim vizuelnim i tekstualnim informacijama (Leaver, Highfield and Abidin 2020, 45). Kombinacija haštagova koji prate određenu objavu pored vizuelnih i tekstualnih elemenata učestvuje u konstrukciji njenog značenja.

Tipologija naloga i tipovi travara

Kako beleži Jovan Tucakov, u srpskoj tradicionalnoj kulturi narodni travari i biljarice bili su izrazito cenjeni članovi zajednice „naš narod je posebno cenio lekovito bilje, koje mu je uvek bilo najvažniji i najpristupačniji lek [...]. Njemu se često pridaje čudotvorna isceliteljska moć [...]. Biljarice i vidarice se naročito poštuju.“ (Tucakov 2014, 10). I danas se jednako pripisuje čudotvorna moć bilju i uvažava figura narodnog znalca, što se ogleda u paraleli sa savremenim influenserima i njihovim vernakularnim autoritetom.

Kreatori sadržaja o lekovitom bilju, a samim tim i posrednici u prenošenju etnobotaničkog znanja, jesu pojedinci različitih profesionalnih profila koji se etnobotanikom bave iz različitih pobuda. Među njima se mogu naći proizvođači biljnih preparata i prirodne kozmetike, travari i fitoterapeuti, hobbisti – urbani baštovani i sakupljači bilja, ekološki aktivisti, kao i zdravstveni radnici i takozvani velnes influenseri. Brojni korisnici se lekovitim biljem bave iz hobija, a digitalne etnobotaničke sadržaje kreiraju na osnovu ličnog i porodičnog iskustva. Isto tako, njihov autoritet da o lekovitom bilju govore na mreži zasniva se na različitim preduslovima – na formalnom obrazovanju, profesionalnom iskustvu, poznavanju naučne i stručne literature, porodičnom prenosu znanja, dugogodišnjoj praktičnoj upotrebi biljaka ili ličnim svedočanstvima o delotvornosti određenih preparata. Neki od njih vremenom su postali izrazito popularni, te njihovu popularnost i uticajnost možemo sagledati i u kontekstu globalnog fenomena biljnog influenserstva (engl. *plantfluencers*).³ Pored pojedinaca,

3 Ovaj fenomen, koji se ogleda u ponovnom oživljavanju popularnosti sobnih biljaka, može se pratiti od 2014. godine kada je Instagram postao važno središte na kojem su milenijalci pronalazili inspiraciju za uređenje doma. Biljni influenseri približili su specifičan „biljni stil

kreatori sadržaja o lekovitom bilju su i ekološke organizacije i udruženja građana posvećeni očuvanju životne sredine ili organizacije kao što su manastiri ili male porodične zanatske radionice koji na nalogima na Instagramu predstavljaju preparate koje prodaju.

Za sadržinsko-tematsku analizu izdvojeno je pet naloga koji dobro ilustruju raspon profila autora i žanrova – od uslovno rečeno „profesionalnih“ narodnih travara, proizvođača narodne kozmetike do hobista-sakupljača lekovitog bilja. To su nalozi na Instagramu *momciloantonijevec*; *u_zdravom_telu_*; *navrbaba_org*; *anni_cosmeticss* i *lekoviteikebane*.⁴ U daljem tekstu biće ukratko predstavljen sadržaj svakog od ovih naloga, kao i drugi podaci koji su javno navedeni i dostupni na nalogu, na primer ime i prezime autora Instagram naloga.

Instagram nalog *momciloantonijevec* vodi novinar i narodni travar Momčilo Antonijević. On je jedan od najpoznatijih narodnih travara u Srbiji, autor je kanala na Jutjubu „Snaga bilja“, knjige *Narodni travar* (Antonijević 2025), u jutarnjem programu RTS ima svoju rubriku „Tajna bilja“, vodi školu poznavanja lekovitog bilja „Biljarnica online“ i, kako sam kaže, preko trideset godina se bavi lekovitim biljkama. Na nalogu na Instagramu koji prati više od 108 000 ljudi, objavljeno je 2146 objava. Većinu objava čine video-snimci Antonijevića koji pokazuje biljke u prirodnom staništu, iznosi medicinske, farmakološke, geografske, istorijske i šire kulturne podatke i reference o biljkama i upućuje na to kako se koriste. Jedan deo objava dat je u formi video-intervjua i posvećen je razmeni mišljenja i iskustava sa drugim travarima u Srbiji. Pored toga, prisutne su i objave koje su posvećene najavi različitih događaja. Objave postavljene na ovom nalogu prati iscrpan tekst sa detaljnim podacima o lekovitosti i upotrebi konkretnih biljaka.

Nalog na Instagramu *u_zdravom_telu_* vodi Tamara Nikolić. U opisu naloga nisu dati drugi podaci. Nalog ima 126 objava, a prati ga preko 46 000 korisnika Instagrama. Pored video-sadržaja koji su posvećeni upoznavanju sa lekovitim biljem u neposrednoj prirodi, receptata kako se određene biljke upotrebljavaju, promocije i prodaje melema i tinktura koje od lekovitog bilja pravi autorka, nalog sadrži i objave iz šire kategorije životnog stila – video-snimke i fotografije sa putovanja, boravka u prirodi, planinarenja, selfije u prirodi i fotografije pejzaža, objave koje se tiču zaštite i očuvanja životne sredine itd.

života“ i trend „urbane džungle“ široj milenijalskoj publici; pripadnici te publike sebe nazivaju „roditeljima biljaka“, a svoje biljke „biljnim bebama“. Kao nove hortikulturne zvezde Instagrama, oni danas sklapaju ugovore za knjige, imaju sponzore i stotine hiljada pratilaca. Šira popularnost fenomena biljnih influensera i trenda urbane džungle vezana je za vanredno stanje i pandemiju kovida 19. Pored toga, ova zdravstvena kriza doprinela je i oživljavanju interesa za tradicionalne metode lečenja, kao što je lečenje lekovitim biljem. <https://vocast.com/rise-of-the-plantfluencer-bringing-the-great-outdoors-home>; <https://www.nytimes.com/2018/11/08/style/08SILL.html>

4 <https://www.instagram.com/momciloantonijevec/>; https://www.instagram.com/u_zdravom_telu_; https://www.instagram.com/navrbaba_org/; https://www.instagram.com/anni_cosmeticss/; <https://www.instagram.com/lekoviteikebane/>

Nalog na Instagramu *navrbaba_org* je o proizvodnji biljnih čajeva, biljnih proizvoda za higijenu i negu tela i repelenta za komarce. Nalog prati preko 27 000 pratilaca i ima 98 objava. Informacije koje se nude u opisu profila su da su proizvodi bez hemije i prirodni i da su u pitanju „recepti naših predaka koji se ne pišu, već prenose“. U jednoj objavi piše: „Navrbaba nije samo brend. To je povratak prirodi. Zaboravljenom znanju. Onome što se nekad prenosilo sa generacije na generaciju.“ Većina objava su video-snimci ljudi koji u prirodi pokazuju lekovite biljke, gde se one nalaze, kako ih prepoznati i kako se koriste. Pored etnobotaničkih informacija iznose se i različita razmišljanja „o svetu i svemu“ – o životu, prirodi, zdravlju i značaju tradicije.

Nalog na Instagramu *anni_cosmeticss* predstavlja profil istoimenog brenda Anni prirodna kozmetika. U opisu profila stoje reči: ručno rađeno i samoniklo smilje. Nalog ima preko 7000 pratilaca i 155 objava – video-sadržaja o branju i upotrebi lekovitog bilja i fotografija proizvoda koje ovaj domaći brend nudi. Video-objave najčešće prikazuju ženu (autorku sadržaja) u različitim staništima dok sakuplja lekovito bilje. U jednoj od objava saznajemo da je reč o brendu koji su pokrenule majka i ćerka. O sebi kažu: „Naš put ne počinje u laboratoriji već u tišini, među biljkama u ritmu prirode. Sve počinje tamo gde bilje raste: same istražujemo, pažljivo biramo lokaciju, same beremo lekovito bilje – ručno, pažljivo, prisutno.“

Nalog na Instagramu *lekoviteikebane* vodi narodna travarka Dragica Janović. Kako u opisu profila piše, profil je posvećen organizovanju tura branja lekovitog bilja i radionica za decu i odrasle, a bavi se i prodajom tinktura, melema i eliksira. Na nalogu je postavljeno 486 objava i prati ga više od 8000 pratilaca. Najveći broj objava čine video-snimci u kojima autorka pronalazi i pokazuje lekovite biljke u neposrednoj prirodi, objašnjava kako i za koja stanja se koriste, kao i fotografije prirode, tekstualni recepti i uputstva, najave za radionice pod nazivom „Vile biljarice – moje drugarice“. U jednoj objavi o sebi kaže: „Vile Biljarice pevaju pesmu koja živi u mom srcu od trenutka kada sam rekla sebi, pre nekoliko godina: ‘Šetam po šumi i živim od toga!’“

Platformski formati i žanrovi objava

Preliminarna formalna analiza pokazala je da se sadržaji o lekovitom bilju pojavljuju u različitim platformskim formatima – kao pojedinačne fotografske ili grafičke objave, *karuseli* (niz više fotografija i video-snimaka), *rilsovi* (engl. *reels*), *storiji* (engl. *stories*) i prenosi uživo. Ti formati su tehnički (komunikacioni) okviri koje omogućava sama platforma i koji se s njom razvijaju i menjaju.⁵ Kako napominju Kaliandro i Graham, arhitektura Instagrama neprekidno se menja u skladu sa kulturnim i tržišnim trendovima, a uvođenje novih forma-

5 Tokom 2015. godine, kada su Gibs i saradnici radili istraživanje o platformskom vernakularu, centralne platformske priuštivosti/mogućnosti ogledale su se u deljenju fotografija, označavanju slika i primeni fotografskih filtera (Gibbs et al. 2015).

ta utiče na strategije proizvodnje sadržaja i načine na koje korisnici stupaju u odnose sa platformom i drugim korisnicima (Caliandro and Graham 2020, 2). U sadržinsko-tematskom smislu, unutar istog (platformskog) formata mogu se pojaviti različiti žanrovi, čija je funkcija informativna, edukativna, savetodavna/terapijska ili reklamna. Ove objave najčešće nisu žanrovski jednoobrazne, već se u njima pre primećuje prožimanje oblika – poput botaničke identifikacije, edukativne objave (tj. praktičnog uputstva ili recepta), ličnog svedočanstva, zdravstvene preporuke ili reklamne, promotivne poruke.

Na osnovu sadržaja, tematskog usmerenja dominantne komunikacijske funkcije, pregledane objave preliminarno su razvrstane u nekoliko analitičkih kategorija: botaničko-identifikacione objave, praktične terapijsko-savetodavne objave, reklamno-prodajne objave, objave u kojima se iznose lična iskustva, objave iz domena savremene velnes kulture, objave zasnovane na interakciji korisnika i objave koje obuhvataju različite kulturne teme. U analiziranom korpusu naročito su učestale botaničko-identifikacione, terapijsko-savetodavne i reklamno-prodajne objave, dok su drugi navedeni oblici manje zastupljeni.

Botaničko-identifikacione objave koje sadrže informacije o sakupljanju, uzgajanju i čuvanju lekovitog bilja su najčešći tip objava. Njihova primarna funkcija je edukativno-informativna – prepoznavanje biljke, njeno razlikovanje od sličnih (ili potencijalno opasnih) vrsta, kao i uputstva o tome kada, gde i kako se biljka bere, kako se suši i čuva. Ove objave se najčešće sastoje od krupnih fotografija ili video-snimka biljke u prirodnom staništu. U tekstualnim opisima fotografije ili naraciji koja prati snimak navode se narodni i latinski nazivi, stanište, vreme berbe i druge zanimljivosti. Većina objava travara Momčila Antonijevića pripada ovoj kategoriji. U jednoj od video-objava on se nalazi ispred planine Rtanj i u krupnom planu pokazuje biljku oman i navodi informacije o poreklu i lekovitim svojstvima biljke, u drugoj objavi prikazan je kako drži biljku rusomaču i izvodi nabraljicu hoću-neću, a potom navodi za koje se sve tegobe i na koji način koristi ovaj korov. Korisnici Instagrama, slično autorima herbalističkih blogova koje opisuju Bitkon i saradnici (Bitcon, Evans and Avila 2016, 116), sastavljaju svojevrzne digitalne herbarijume i time znanje o prepoznavanju bilja čine multimodalnim i javno dostupnim, te se uz komentare pratilaca mogu sagledati kao vid zajedničkog dokumentovanja.

Praktična uputstva i recepti su objave koje su obično date u terapijsko-savetodavnom ključu. Bez obzira na format objave – da li je u pitanju fotografija, grafičko uputstvo ili video-snimak ispravnog branja ili pripreme lekovitog bilja – često ih prati uvodna formula „da li ste znali?“, potom se iznose biološka i medicinska svojstva biljke i navode zdravstvene tegobe koje ublažava ili uklanja. Na primer – fotografija na kojoj je u prvom planu divlji origano sa umetnutim tekstom – „Miris i snaga čiste prirode“ i opisom: „Divlji origano raste u surovim planinskim uslovima. Ta borba sa prirodom ga čini neverovatno

jakim, a tu snagu kroz svoja eterična ulja on prenosi na naš organizam“, potom se taksativno navode benefiti upotrebe, uz objašnjenje „zato smo ove sezone pažljivo, rukom ubrali najlepše cvetove u netaknutoj prirodi oko našeg sela. Sušili smo ih polako i tradicionalno, čuvajući svaki atom njihovog prelepog, oštrog mirisa.“ U jednoj video-objavi prikazana je devojka u šumi, pored nje je pas, a ona drži korpu od pletenog pruća i bere plućnjak – boja njene bluze je ista kao ljubičastoroze cvetići biljke. Poručuje da je „priroda najbolja apoteka“ i navodi kako i za koje tegobe se koristi plućnjak uz opasku „ime je dobio upravo po sličnosti listova sa plućima, pa se u narodnoj medicini verovalo da leči ono na šta liči“.

Lična svedočanstva i iskustva korisnika pojavljuju se u ovim sadržajima na dva načina: u samim objavama i kao predmet diskusije u komentarima na objavu. U ovim objavama autoritet proističe iz prvog lica ili iz porodičnog iskustva upotrebe biljke. Na primer, na rilsu koji se sastoji od niza fotografija prikazana je autorka sadržaja – mlada žena obasjana zracima sunca sa velikim buketom/ snopom hajdučke trave uz tekst:

„[...] bilo je to pre desetak godina. Sin je pao sa bicikle i razbio koleno. Dok sam ja tražila prvu pomoć [...] komšinica je otrčala do dvorišta, ubrala hajdučku travu, izgnječila ih u dlanu i stavila mu na ranu. Krvarenje je stalo za par minuta. Beremo je svako leto. Od sveže biljke pravimo tinkture.“ (nalog *tinkture_srbija*)

Pratioci u komentarima na takve objave često odgovaraju sopstvenim iskustvima, čime se tvrđnje o lekovitosti dodatno potvrđuju kroz niz ličnih svedočenja i razmene iskustava. Narodna medicina, kako je istakao Haford, zasniva se na neformalnom autoritetu životnog iskustva (Hufford 1997, 726).

Promotivne i prodajne objave povezuju etnobotaničko znanje sa tržišnom razmenom. U njima se lekovito bilje pojavljuje kao sirovina od koje nastaju komercijalni proizvodi (čajevi, tinkture, melemi, ulja itd.) ili je pak njegovo prikazivanje povod za najavu radionice ili kursa veština. Akteri objava (i autori sadržaja) prikazani su spontano, u svakodnevnom okruženju. Ove objave najčešće svedoče o potenciji pojedinih lekovitih biljaka ili o efikasnosti preparata, tako da se često preklapaju sa edukativnom, savetodavno-terapijskom kategorijom. Taj spoj čini jednu od specifičnosti prezentacije etnobotaničkog znanja na Instagramu. Reklamna funkcija se prepliće sa edukativnom ili savetodavnom, tako da se prodajna poruka legitimizuje prethodno izloženim znanjem o biljci. Kako primećuje Bauzinger, folklorno na tržištu postaje medijum marketinške komunikacije: „sa stanovišta marketinške strategije i marketinške taktike reklama ima zadatak da određenu ponudu učini poznatijom i traženijom i da, u skladu sa zadatim krajnjim ciljem, popularizuje određeni imidž, a folklor je jedno od najvažnijih sredstava za to“ (Bauzinger 2002, 191). U video-objavi, autorka sadržaja, mlada devojka prikazana je kako u drvenoj pletenoj korpi nosi nabrani kantaron. Iza nje su njive kukuruza, a ispred njenih nogu mačka. Ona, hodajući ka kameri, kaže:

„Još mi je moja prabaka Bosiljka pričala kako su žene nekad rešavale probleme sa reproduktivnim zdravljem bez apoteke ali uz moćne biljke.... Zato sam odlučila da od starog recepta moje prabake napravim inovativni proizvod i olakšam vam put do ženskog zdravlja. Sutra vas čeka novi proizvod koji u sebi sadrži najčistije ulje od ručno branog bilja van svakog zagađenja.“ (nalog *fitokozmetika.kozma*)

Objave koje obuhvataju šire sadržaje u vezi sa lekovitim biljem, a koji se odnose na životni stil, odnosno na uticaj velnes kulture i opšteg etosa *brige o sebi*⁶, predstavljaju globalne varijante globalno popularnih trendova. U jednoj objavi jutarnje rutine autorka sadržaja prikazuje kako pravi osvežavajući kopriva late koji je, kako kaže, „1000 puta bolji od fensi latte napitaka“ a sastoji se od osušene koprive, zamrznutih malina i biljnog mleka (nalog *u_zdravom_telu_*). Lekovito bilje se ovde pojavljuje kao deo savremene velnes kulture – postaje sastojak jutarnjih rituala, detoksikacije organizma i nege kože, kao i simbol povratka prirodi. U ovoj kategoriji objava najjasnije se vidi kako se etnobotaničko znanje utapa u širu tržišno posredovanu kulturu blagostanja, u kojoj se prepliću zdravlje, lepota i potrošnja prirodnog. Na primer, video-snimak sporog, ručnog branja koprive u prirodi, uz umetnut tekst „lepota počinje iznutra“ i naraciju autorke sadržaja:

„Džaba vam najskuplje kreme ako vam je telo puno toksina. Ovo što vidite nije običan korov koji pecka, ovo je zeleno zlato koje raste pod našim nogama, spremno da očisti tvoj organizam iz korena. Kao neko ko stvara prirodnu kozmetiku znam da prava lepota počinje iznutra. Ako se boriš sa upornim aknama, ekcemom ili psorijazom, tvoja jetra i krv traže pomoć. Zato danas ne berem sastojke za kozmetiku, već za tvoj jutarnji detoks ritual. Jedna šolja ovog eliksira radi težak posao, tamo gde kreme ne dopiru. Moja kozmetika će negovati tvoju kožu spolja, ali ova biljka će joj vratiti sjaj iznutra.“

Potom je umetnut tekst – „želiš li recept za moj detoks čaj. Piši DETOX u komentaru i šaljem ti recept u DM“ (nalog *anni_cosmeticss*). Detoks je jedna od ključnih reči u vezi sa opštim unapređenjem zdravlja i velnes pokretom i industrijom uopšte. Analizom članaka srpskih lajfstajl magazina, Aleksandra Lazić i saradnice su utvrdile da su u analiziranom korpusu najučestalije bile upravo nespecifične tvrdnje o opštem poboljšanju zdravlja, jačanju imuniteta i detoksikaciji organizma (Lazić et al. 2023, 7). U ovoj objavi se prepliću velnes diskurs, vitalističke predstave o čišćenju organizma uz promotivnu strategiju angažovanja pratilaca. Kopriva se iz običnog korova transformiše u *zeleno zlato*, čime se gradi binarna opozicija unutra–spolja, između skupih kozmetičkih proizvoda i korova, biljke koja raste pod našim nogama, čime se prirodnost predstavlja kao pravi izvor i zdravlja i lepote.

Objave o lekovitom bilju odlikuju prepoznatljive komunikacijske strategije kojima se aktiviraju pratioci. Pomenute ustaljene formule kojima neretko počinju objave su „da li ste znali?“, „da li ste čuli?“, „malo ko zna“, a završavaju

6 Više o fenomenu *brige o sebi* u Milanović 2021.

se pitanjem upućenim pratiocima. Korišćenjem ovih uvodnih formula sugerise se da je u pitanju zaboravljeno znanje, čime se autori objava pozicioniraju kao oni koji to znanje otkrivaju i prenose dalje. Takođe, ove objave obično prati poziv da se objava sačuva, podeli dalje ili komentariše, ili se od pratilaca traži da ukoliko žele recept/uputstvo, u komentarima pošalju određenu reč nakon čega će im u privatnoj poruci stići željeni recept. Ovim putem se stvara utisak neposredne, dvosmerne komunikacije, iako je ta interakcija u velikoj meri unapred usmerena (s jedne strane ka povećanju algoritamske vidljivosti objave, a s druge strane ka izgradnji interakcije između autora i pratilaca).

Objave zasnovane na interakciji korisnika imaju cilj da dodatno angažuju pratioce određenog naloga. Najčešće su to interaktivni sadržaji koji su zasnovani na pitanjima, odgovorima i uopšte razmeni iskustava sa pratiocima, kao i oni koji uključuju snimke radionica i drugih događaja.

Različite objave čiji sadržaj pripada široj kategoriji kulture jesu objave koje sadrže istorijske, geografske, etnološke i druge podatke ili se pak odnose na zabavu i slobodno vreme. U tim objavama navode se saznanja raličitih naučnih disciplina, hemijska/farmakološka svojstva, medicinska istraživanja ili zanimljivosti iz domena mitologije i religije. Kako se u trenutku nastanka ovog rada u bioskopima prikazuje film *Odiseja*, Momčilo Antonijević predstavljanje biljke bunike započinje sledećim rečima: „Hajde da se i narodni travar priključi hajpu oko Odiseje. Upoznajte buniku, omiljeno oružje čarobnice Kirke.“ Od opisanih, zabavni i humoristički sadržaji o lekovitom bilju najviše izmiču kategorizaciji jer je tu lekovito bilje sporedan akter koji se koristi u svrhu komentara nekog događaja ili navodnog mentaliteta jednog naroda (to su internet mimovi u formi imidž makroa o tzv. babinom lečenju ili šale o koprivi).

Kaliandro i Graham zalažu se za pristup istraživanju Instagrama koji nije ograničen na pojedinačne žanrove, nego nastoji da obuhvati raznovrsne društvene, kulturne, ekonomske i političke upotrebe platforme (Caliandro and Graham 2020). Rečeno stanovište posebno je relevantno za kvalitativnu analizu sadržaja o lekovitom bilju, budući da se u okviru iste objave često prepliću edukacija/prenošenje tradicijskog etnobotaničkog znanja, zdravstveno savetovanje i komercijalna promocija. Iz tog razloga se u daljem tekstu istraživačka pažnja usmerava na šire obrasce kroz koje se etnobotaničko znanje na Instagramu legitimise i vrednosno uokviruje, i u pojedinim slučajevima komercijalno posreduje. Legitimacija znanja zasnovana je na vernakularnom autoritetu, vrednosni okvir počiva na specifičnom pogledu na svet razvijenom unutar praksi narodne medicine, dok je komercijalizacija znanja o lekovitom bilju deo samopromocije određenih brendova ili pojedinaca. U pregledanim objavama izdvajaju se tri međusobno povezana diskurzivna obrasca: pozivanje na tradiciju kao način legitimizacije etnobotaničkog znanja, predstave o prirodnosti i vitalizmu kao njegov vrednosni okvir i komodifikacija povezana sa platformskim posredovanjem etnobotaničkog znanja.

Tradicionalno etnobotaničko znanje o lekovitom bilju kao javno dostupno znanje

Jedno istraživanje anglofone herbalističke blogosfere pokazuje da znatan broj autora blogova o lekovitom bilju poseban značaj pridaje očuvanju, dokumentovanju i nesebičnom deljenju i prenošenju herbalističkog znanja (Bitcon, Evans and Avila 2016). Iako sistemi znanja o autohtonim lekovitim biljkama zasnovani na usmenom prenošenju danas ubrzano nestaju, njihovom dokumentovanju i očuvanju je, kako piše Heferon, posvećivano iznenađujuće malo pažnje, a pisano beleženje tih informacija je retko bilo u fokusu istraživačkih projekata (Hefferon 2012, 16). Herbalisti čije su blogove razmatrali Bitcon i saradnici bili su izuzetno privrženi načelima socijalne pravde i zalagali su se za osnaživanje pacijenata i zajednica putem upotrebe jeftinih biljnih terapija (Bitcon, Evans and Avila 2016, 112). Autori ovog istraživanja beleže da su analizirani blogovi imali izrazito edukativno usmerenje. Pored pisanog teksta, sadržali su obimne galerije fotografija biljaka, detaljna uputstva za botaničku identifikaciju, gajenje i etičko sakupljanje samoniklih lekovitih biljaka iz lokalnog okruženja (Bitcon, Evans and Avila 2016, 116). Sličan obrazac uočava se i na domaćem Instagramu. U skladu sa participativnom logikom novi(ji)h medija, znanje o lekovitom bilju na Instagramu predstavlja se kao znanje koje bi trebalo da bude dostupno svima. Autori objava daju besplatne savete, prikazuju izgled biljaka, objašnjavaju kada i gde je najbolje da se beru, demonstriraju načine njihove obrade i pozivaju pratioce da objave sačuvaju ili podele sa drugima. U jednoj video-objavi naš najpoznatiji narodni travar Momčilo Antonijević ukazuje na značaj čuvanja tradicionalnog etnobotaničkog znanja i poručuje:

„Ako ne sačuvamo i ne prenesemo znanje naših predaka o lekovitim biljkama, ono će se bespovratno izgubiti. Ovo saznanje me je oduvek plašilo i upravo ono je bilo jedan od motiva da se duže od tri decenije bavim sakupljanjem, beleženjem i čuvanjem znanja o lekovitom bilju.“

U svim predstavljenim nalogima, autori sadržaja u objavama u manjoj ili većoj meri prenose etnobotaničke veštine – oni demonstriraju na koji način beru i pripremaju lekovite biljke, iznose napomene koje se tiču veće efikasnosti biljke. Antropološkinja Čeris Bouk, koja je sproveda etnografsko istraživanje pedagoških praksi u jednoj školi kliničkog herbalizma u ruralnim predelima na severoistoku SAD, piše da: „ukus, miris, vid i čulo dodira pomažu herbalistima da razviju ličnu, čulnu i telesnu usklađenost sa određenim lekovitim biljkama“ i da s tim u vezi „učenici uče da sve pažljivije opažaju pojedinosti biljaka i biljnog sveta kroz sopstvena telesna iskustva sa živim biljkama ili sa čajevima i tinkturama napravljenim od lekovitog bilja“ (Boke 2019, 23). U sadržajima na Instagramu neposredni proces učenja ne može biti u potpunosti reprodukovano. Autori sadržaja koriste vizuelne i audio-vizuelne mogućnosti platforme da bi dočarali iskustvo – približavaju biljku kameri i pokazuju njene karakteristične delove i posebnu pažnju usmeravaju na osobine biljke koje smatraju važnim za

njeno prepoznavanje i upotrebu. Takvim postupcima demonstriranja rukovanja lekovitim biljkama u sadržajima na Instagramu stvara se (romantizovana) predstava o demokratizaciji znanja koje je nekada bilo ograničeno na uži lokalni krug (pre)nosilaca etnobotaničke tradicije – porodicu ili specijalizovane poznavaoce bilja. Znanje o izboru biljaka i načinima njihove upotrebe u lekovite svrhe prenosilo se od iscelitelja ili šamana na člana porodice ili učenika sledeće generacije (Hefferon 2012, 16).

Autori naloga na Instagramu međusobno se razlikuju prema formalnim kvalifikacijama, iskustvu, broju pratilaca, kvalitetu vizuelne (samo)prezentacije i sposobnosti da svoje znanje i umeće učine prepoznatljivim. Iako proširuje mogućnosti učestvovanja u proizvodnji etnobotaničkog znanja, Instagram uspostavlja i hijerarhije oličene u takozvanoj platformskoj vidljivosti. U digitalnom okruženju, uz stručni i tradicijski/iskustveni autoritet, značaj dobijaju i broj pratilaca, angažman/interakcija publike, mehanizmi preporučivanja koji doprinose tome da pojedini autori sadržaja (i samim tim njihova etnobotanička znanja koja u tim sadržajima prenose) zadobiju veći doseg i prepoznatljivost. Visoka vidljivost naloga može povratno da funkcioniše kao oznaka autoriteta – veliki broj pratilaca i komentara može korisnicima koji ne prate nalog sugerisati da je reč o prepoznatom/pouzdanom izvoru znanja.

Pored toga što su kanal prenosa, digitalni mediji ponekad predstavljaju i mesto preoblikovanja etnobotaničkog znanja i usmeravaju nastanak sasvim novih tradicija i praksi – na primer mogu promeniti materijalni aspekt etnobotaničke prakse – koji deo biljke se koristi i u kom obliku (više o tome kako digitalni mediji menjaju etnobotaničko znanje o određenim biljkama vid. Anez, Burkhart and Kellogg 2025). Objave o lekovitom bilju mogu se posmatrati i kao oblik participativnog etnobotaničkog dokumentovanja u okruženju digitalnih medija. Korisnici fotografišu biljke u njihovom prirodnom staništu, beleže lokalne/narodne nazive, opisuju najbolje vreme berbe, prenose recepte i uputstva o načinima upotrebe zabeleženih biljaka. Na taj način nastaje jedna raspršena digitalna arhiva o lekovitom bilju koju zajednički proizvode različiti korisnici kroz objave i komentare. Taj materijal je fragmentaran i neujednačen, što pokazuje kako se savremeno etnobotaničko znanje prenosi i reinterpretira u svakodnevnoj digitalnoj komunikaciji. Jedna objava sa naloga *navrbaba* posvećena je identifikaciji mlečike:

„Objašnjavamo zašto oko nje postoji toliko zabune. Nisu sve biljke koje nose taj narodni naziv iste, pa je pravilna identifikacija najvažniji korak [...]. Cilj ovog videa je edukacija i upoznavanje sa samoniklim biljem, a ne podsticanje konzumiranja biljaka bez sigurnog prepoznavanja.“

Video-objava prikazuje čoveka u šumi, među nabujalim rastinjem. On čupa dršku biljke i govori o tome kako je njeno mleko izuzetno hranljivo i lekovito. Zatim počinje da jede parče biljke, pa kaže: „to što je gorko malo se izdrži“ i potom navodi njena lekovita svojstva. Na kraju se video završava rečima: „glupost, verovanje da je otrov“. U komentarima na ovu objavu se razvila veoma

živa diskusija – od napomene da je biljka „divlja salata od koje sve fine salate vode poreklo“, preko sećanja korisnika koji su je jeli kuvanu ili kao salatu u de-tinjstvu ili su je pak koristili u dečjim nestašlucima, šaljivih komentara kako je to u stvari „rukola sa temua“, pa sve do opaski nekoliko korisnika da to uopšte nije mlečika, da je ova biljka sa snimka otrovna, te da postoji više biljaka koje slično izgledaju i da se narodni nazivi razlikuju od kraja do kraja. Jedan slikovit komentar koji se odnosi na izgled čoveka koji pokazuje biljku na snimku a koji glasi „on ima brkove i nosi saj kacu. zar da mu se ne veruje“ posebno je značajan za način na koji se konstruiše verovanje i poverenje kada je reč o vernakularnom znanju.

Valk naglašava da vernakularno znanje može biti kontroverzno, nedosledno i fragmentarno, argumentacija se najčešće osnažuje pozivanjem na činjenice i narativima o ličnom iskustvu i da se nalazi u stalnom procesu promene, preoblikovanja i varijacije (Valk 2022, 9). Kako ističu De Mejer i Sojterik, posebnost digitalnih etnobioloških istraživanja ogleda se u načinima na koje se tradicionalno etnobiološko znanje putem digitalnih medija i društvenih mreža širi, osporava, reprodukuje i prilagođava (De Meyer and Ceuterick 2022, 5). Pored toga, razmenom iskustava i znanja o lekovitom bilju nastaje i jedna labava mreža ljubitelja lekovitog bilja s obzirom na to da se hobisti u digitalnom okruženju u pojedinim slučajevima udružuju i organizuju na osnovu zajedničkih interesa, ciljeva, verovanja i vrednosti. Stvaranje novih oblika društvenosti, kvaliteta i implikacije tih odnosa i idiokulture travara i ljubitelja lekovitog bilja zahtevaju dodatna etnografska istraživanja.

Vernakularni autoritet i legitimizacija etnobotaničkog znanja na mreži

Prema Hauardu, razmatranje vernakularnog autoriteta pomera analitički fokus sa empirijski proverljive pozadine određenog iskaza na društvene učinke njegovih tvrdnji: „vernakularni autoritet nastaje u okviru pojedinačnog komunikacijskog čina ili niza međusobno povezanih komunikacijskih događaja u kojima postoji nagoveštaj – izričit ili implicitan, svesno promišljen ili ne – da su neinstitucionalni procesi koji se odvijaju kroz prostor i vreme učestvovali u nastanku uslova koji podupiru tvrdnje, verovanja ili prakse za koje se ta komunikacija zalaže“ (Howard 2013, 79). Hauard objašnjava da se koncept vernakularnog autoriteta zasniva na ideji da svaka tvrdnja koja se poziva na podršku tradicije ujedno predstavlja polaganje prava na moć, budući da nastoji da zadobije poverenje publike pozivanjem na objedinjenu volju drugih pojedinaca kroz prostor i vreme (Howard 2013, 80).

U pregledanim objavama se može izdvojiti nekoliko karakterističnih osnova na kojima autori ovog sadržaja zasnivaju pravo da govore o lekovitom bilju. To je u prvom redu formalna stručnost, utemeljena na profesionalnim titulama, pozivanjem na naučna istraživanja ili upotrebom stručne terminologije.

Autori sadržaja na Instagramu u opisu naloga navode diplome i sertifikate koji ih kvalifikuju da se bave etnobotanikom ili u samoj objavi istaknu da su diplomirani biohemičari, farmaceuti ili sertifikovani praktičari bahovih kapi. Pozivanje na medicinska istraživanja ili na naučni autoritet najčešće se odvija bez jasnog navođenja izvora. Takav način govora o biljnoj medicini prisutan je i u elektronskim izdanjima srpskih lajfstajl magazina. Lazićeva i saradnice su u analizi magazina takođe utvrdile učestalu upotrebu pseudonaučnog žargona koji je korišćen u više od polovine analiziranih članaka, kao i pozivanje na naučna istraživanja bez navođenja konkretnih izvora (Lazić et al. 2023, 7). Pored uopštenih pozivanja na neimenovana naučna istraživanja, naglašava se i praktično iskustvo sakupljanja, uzgajanja i pripremanja biljaka, što je u skladu sa stanovištem da se narodna medicina zasniva na neformalnom autoritetu životnog iskustva (Hufford 1997, 726).

Sledeći Hauarda, nije od analitičkog značaja utvrditi da li su takvi iskazi istorijski autentični, to jest da li se konkretno etnobotaničko znanje ili praksa prenosila generacijama, ono što je važno jeste ispitati šta pozivanje na tradiciju znači u komunikaciji, kakvo poverenje proizvodi i na koji način legitimise autora sadržaja/znanje koje prenosi putem objava na Instagramu. Hauardov diskurzivni pristup pažnju usmerava na „društveni imaginarij“ tradicije a ne na empirijsko rekonstruisanje mreža iz kojih je određena praksa stvarno proistekla (Howard 2013, 80).

Potom se posebno ističe tradicijski i porodični prenos znanja, koji se najčešće izražava pozivanjem na bake, pretke, stare recepte i nekadašnji način života. Kako ističe Kejsi Šmit: „Tradicija je moćna reč. Ona priziva autoritet, emociju i lično ulaganje; stvara društveno priznate stvarnosti, naizgled se oslanjajući na prošlost, a u stvari nije nužno utemeljena ni u čemu drugom do u zajednici i diskursu sadašnjosti“ (Schmitt 2013, 100).

Ovi izvori autoriteta najčešće nisu međusobno isključivi, već se javljaju kao hibridno znanje. Takvo mešanje i prožimanje različitih izvora znanja je jedna od važnih karakteristika sadržaja o lekovitom bilju na Instagramu. Trevor Blank hibridizaciju smatra inherentnom odlikom folklorne transmisije. Kako ističe, hibridizacija se uvek javlja u folklornoj transmisiji, budući da se tradicijsko znanje prenosi kroz procese imitacije, varijacije i inovacije, pri čemu se folklorni sadržaji ponavljaju, menjaju i reinterpetiraju, a prelaskom u nove kontekste stižu nova značenja među novim akterima (Blank 2013, 111–112). Hibridnost se, dakle, ispoljava na više načina, između ostalog i u tome što se u digitalnim, internet sadržajima prepliću vernakularni, komercijalni i institucionalni interesi (Kitta 2019), a primer prezentacije lekovitog bilja na Instagramu to sasvim lepo ilustruje. Ovo prožimanje izvora autoriteta odražava napetost koju je u okviru savremene zapadne biljne medicine uočila Sju Evans (Evans 2008). Naime, profesionalizacija biljne medicine odvija se kao pomeranje od tradicionalnog znanja, utemeljenog u iskustvu i vitalizmu, ka medicini zasnovanoj na dokazima (engl. *evidence-based medicine*). U okviru objava na Insta-

gramu ova dva tipa znanja se kombinuju, te u istoj objavi imamo pozivanje na naučna istraživanja, stručnu terminologiju, uz pozivanje na babin recept, pretke, starinu i tradiciju. Sličan komunikacijski obrazac zabeležen je i u srpskim onlajn medijima – gotovo dve trećine analiziranih tekstova o tradicionalnoj, komplementarnoj i alternativnoj medicini oslanjalo se na, kako beleže Lazićeva i saradnice, autoritet tradicije uz formulacije poput: „provereno i potvrđeno vekovima tradicionalne upotrebe“, „stari narodni lek koji smo svi uzimali kao deca“, „bakina tajna za mršavljenje“ ili „zaboravljeni narodni lek“ (Lazić et al. 2023, 6).

Prirodnost, povratak prirodi i ideje vitalizma

Pored tradicije (baba, predaka, generacija) ključne reči ovih objava su prirodno i energija. Ideja povratka prirodi, u pojedinim primerima uz izražena patriotska osećanja, eksplicitno se tematizuje u ovim objavama. U jednoj video-objavi jedan od travara, koji na nalogu *navrbaba* pokazuje lekovito biljke u neposrednom prirodnom okruženju, nalazi se u šumi. U pozadini se tiho čuje zvuk frule. Nosi duksericu sa kapuljačom, kariranu košulju, a na glavi mu je šajkača. Govori u kameru:

„Ovo je taj rajski vrt. Ovde imaju i biljke, i hrana, i voda, i vazduh, sve za čoveka šta mu je potrebno. U najnormalnijem skladu sa prirodom, sa biljkama i životinjama da živi. Ali mi smo ti koji smo izašli iz prirode. Nije priroda nestala. Ona je i dalje tu. Idealni uslovi za život čoveka, evo ovde, baš ovde. Mislim ovde, ceo naš Balkan, cela naša Srbija. I onda se ljudi leče. Pa što se leče? Leče se zato što su izašli iz prirode pa su oboleli. A u stvari čim se vrate, priroda ih leči.“

Predstava o rajskom vrtu koji se smešta u lokalni prostor i ideja da autohtone biljke sa „našeg“ tla imaju isceliteljsku moć povezana je sa idejom o „naturalizaciji kulture i tradicije“, kako pišu Ričard Hendler i Džoslin Linekin, „obe su u krvi pojedinaca, čije su kulturno jedinstvene tradicije time za njih prirodne. Na sličan način, metafore o naciji kao živom biću i kao prirodnoj vrsti omogućavaju da se kultura, tradicija i nasleđe naturalizuju“ (Handler and Linnekin 1984, 278).

Energija je reč koja se često koristi u vizuelnim i audio-vizuelnim sadržajima o lekovitom bilju. Prodavci tinktura objašnjavaju da „proizvode stvaraju sa posebnom pažnjom“ jer veruju da se „ta energija prenosi na sve vas koji ih koristite“. U najavi za održavanje radionice „Vile biljarice – moje drugarice“ navodi se da: „radionica spaja duhovni, praktični i edukativni aspekt, vraćajući čoveka prirodi i sopstvenoj unutrašnjoj ravnoteži“ (nalog *lekoviteikebane*). Na drugoj reklamnoj objavi za radionicu koju vodi travarka sa pomenutog naloga prikazani su muškarac i žena u tradicionalnoj narodnoj nošnji. Oni sede na li-

vadi u planinskom, ruralnom pejzažu i okruženi su lekovitim biljem. U prvom planu su pakovanja biljnog čaja i sveže biljke. U tekstualnom delu objave piše „Kod pamti lekovitu frekvenciju biljaka i takve biljke rastu na našem tlu... Naša frekvencija se usklađuje sa njima i kreira kvantno/fito balans...“ U ovoj objavi vidimo ilustraciju kako se spajaju tradicija („pređački“, narodne nošnje, naše tlo), vitalističko-energetski diskurs (frekvencija, fito-balans) i komodifikacija (upakovani biljni čaj i poziv na radionicu). Ili, kako se u jednoj drugoj objavi navodi, a u skladu sa predstavom o međupovezanosti ljudi i kosmosa, i verovanja u isceliteljske moći prirode: „Svaka od ovih biljaka nosi snagu planine i čistu energiju Zabrege. Od umirujućeg matičnjaka do moćne koprive – priroda nam je dala sve što nam je potrebno za zdrav i dug život.“

Narodna medicina je, kako zapaža Haford, orijentisana na uzrok – praktičari narodne medicine tvrde da leče uzrok bolesti, dok naučna medicina leči samo simptome (Hufford 1997, 729). Takvo stanovište prisutno je i u diskursu na Instagramu o prirodnom pristupu i osmišljavanju bolesti. Ono se ogleda u nastojanju da se ukloni percipirani uzrok bolesti koji se često doživljava kao narušavanje ravnoteže i nedostatak harmonije. „Zajedno sa naglaskom na harmoniji i balansu, ovaj moralni ton ističe međupovezanost ličnog zdravlja sa zajednicom, fizičkim okruženjem i kosmosom, ukazujući na jednu ključnu psihosocijalnu funkciju svih isceliteljskih sistema: integraciju iskustva bolesti u smislenu sliku sveta“ (Hufford 1997, 726–727).

Kako piše Haford, u sistemima narodne medicine naglašavanje različitih vrsta energije gotovo je univerzalno i posreduje između pojmova sklada, ravnoteže i integracije (Hufford 1997, 727). Rečeno svrstava narodnu medicinu u tradiciju koja se naziva vitalizmom, životnom silom, za koju se veruje da je nefizička, nevidljiva i neopipljiva. Duarte napominje da se vitalističko mišljenje danas prepoznaje u pozitivnim verzijama „kulta života“, među kojima su ekološka ideologija, ontološka antropologija i pokreti novog doba (Duarte 2021). Prema Sju Evans, tradicionalno orijentisani herbalisti primenjuju filozofiju biljne medicine koja naglašava vitalizam i holizam, kao i izrazito individualizovan pristup lečenju (Evans 2008, 2009). Zapadni herbalizam Jagtenberg i Evansova smeštaju u širu vitalističku tradiciju, koju određuju kao holističku, nasuprot redukcionističkoj i mehanicističkoj (Jagtenberg and Evans 2003, 325). Evansova (Evans 2008, 2101) ističe da tradicija vitalističke misli u zapadnoj filozofiji predstavlja jednu od osnova zapadne biljne medicine od Hipokrata pa do savremenog doba.⁷ Temelji se na ideji da život i zdravlje zavise od energetskih procesa i fundamentalne životne sile. Vitalističko stanovište podrazumeva sledeće premise: telo poseduje urođenu sposobnost samoizlečenja, zadatak pacijenta i praktičara jeste da taj proces podrže, a terapijski naglasak je na pojedincu, oporavku i ponovnom uspostavljanju zdravlja (Jagtenberg and Evans 2003, 325).

7 Sju Evans navodi sledeće koncepte koji se u herbalističkom diskursu često koriste kao međusobno zamenljivi, iako su nastali u različitim istorijskim i intelektualnim kontekstima: isceljujuća moć prirode (ideja o prirodnoj sposobnosti tela da se oporavlja od bolesti), vitalni duh i pojam životne sile kao samoregulišuće i samoisceljujuće (Evans 2008, 2101).

Znanje o lekovitom bilju između edukacije i komodifikacije – od svakodnevne nege kože do rituala brige o sebi

Na osnovu rezultata haštag pretrage i pregledanih izabranih naloga može se uočiti da posebnu tematsku celinu čine sadržaji o prirodnoj kozmetici i nezi kože biljnim preparatima. Ovi sadržaji veoma dobro oslikavaju napetost specifičnu za savremeno etnobotaničko znanje – između slobodnog prenosa i komodifikacije, činjenice da su društvene mreže i interaktivni prostori komunikacije, ali i tržišna mesta na kojima se lekovito bilje kao roba predstavlja i prodaje. Na to ukazuju Jagtenberg i Evansova, suprotstavljajući globalni herbalizam filozofiji i praksi tradicionalnog herbalizma. Prema njihovom mišljenju, tržišno vođeni pragmatizam i tehnološka orijentacija savremene industrije i specijalizovanih oblasti poput fitohemije ostavljaju vrlo malo prostora za etička, ekološka i metafizička razmatranja (Jagtenberg and Evans 2003, 324). Međutim, ne treba izgubiti iz vida da je nadoknada za znanje o bilju postojala i u tradicijskoj kulturi – najčešće u prirodi i kroz odnose uzajamnosti u zajednici (Hufford 1997, 730). Ono što se s Instagram platformom menja jeste način naplate – od razmene ukorenjene u odnosima uzajamnosti ka tržišno organizovanoj naplati znanja i usluga. Društvene mreže su, pored toga što predstavljaju prostore razmene informacija, interakcije, stvaranja zajednica, sve više i mesta samopromocije i prodaje, te je granica između edukativnog i promotivnog zamagljena. Da Instagram ujedno funkcioniše i kao komunikacijski prostor i kao tržište ilustruju one objave u kojima besplatni saveti i recepti neretko bivaju uvod u prodaju preparata ili događaja – u njima se nakon pružanja informacija o biljci, demonstrira priprema ili upotreba biljnog proizvoda, da bi se u tekstualnom delu objave proizvod ponudio na prodaju ili postavio oglas prijave na radionicu. Pored toga, kreatori sadržaja – narodni travari koje prati veliki broj korisnika, pored preparata od lekovitog bilja, reklamiraju i druge srodne proizvode različitih brendova.

U pojedinim objavama lekovite biljke ujedno predstavljaju i sirovine od kojih se proizvode sapuni, melemi, kreme, i neodvojiv deo šire savremene kulture *brige o sebi*. Pravljenje preparata prikazuje se kao jedan kreativni proces i insistira se da se on obavlja sporo, kako se u jednom opisu radionice kaže „daleko od svakodnevnog stresa i digitalnog haosa“ uz uspostavljanje jednog neposrednijeg odnosa kako sa prirodom tako i sa sopstvenim telom. U određenim slučajevima se ova briga o sebi kroz negovanje i ulepšavanje pretvara u organizovan društveni događaj. Organizuju se radionice (ili *team building* događaji) izrade prirodne kozmetike koje objedinjuju prenošenje praktičnog znanja, odmor, zajednički rad, druženje i potrošačko iskustvo. Etnobotaničko znanje koje se prezentuje na Instagramu tako se prenosi u fizički, oflajn prostor radionice i postaje otelovljena veština za pokazivanje drugima i iskustvo za koje se naplaćuje učešće. Radionica o sakupljanju i pripremi lekovitog bilja u izradi prirodne kozmetike time postaje mesto koje istovremeno objedinjuje edukaci-

ju, društvenost i druženje istomišljenika, savremenu velnes kulturu ispoljenu kroz vikend povlačenja u prirodu (engl. *retreat*) i *brigu o sebi*, ali i komercijalizaciju etnobotaničkog znanja.

U tom procesu izrade prirodne kozmetike i drugih preparata od lekovitog bilja „prirodno“ kao oznaka porekla sastojaka postaje pokazatelj kvaliteta, vrednosna kategorija povezana sa zdravljem, tradicijom i moralno poželjnim odnosom prema životnoj sredini. Ručni rad se, prema Broneru, izjednačava sa kulturnim radom: „opšte znanje poprima vernakularni prizvuk zbog povezanosti ručnog rada i domaćinstva sa tradicijom [...] naročito zbog predstave da su ručno rađeni, ručno tesani ili domaći materijali prirodno tradicionalni upravo zato što su ukorenjeni u nekom lokalitetu i njegovoj sredini“ (Bronner 2013, 198). Takođe, pozivanje na prirodnost je jedna od najčešćih strategija predstavljanja tradicionalne, komplementarne i alternativne medicine u domaćim medijima. Na primer, analiza onlajn medija je utvrdila da gotovo polovina tekstova sadrži pozivanje na prirodnost (u formulacijama poput „potpuno prirodan lek“, „prirodni antibiotici“ ili „čarobni darovi prirode“) kao potvrdu poželjnosti i kvaliteta tretmana (Lazić et al. 2023, 6).

Ideje o autentičnosti, jednostavnosti, otuđenju savremenog urbanog života i povratku prirodi provlače se kroz sve ove sadržaje. Vrednost koja se pripisuje lekovitom bilju može se posmatrati u širem kontekstu savremenog diskursa povratka prirodi. Heferon zapaža da je u savremenim zapadnim društvima težnja ka povratku prirodi, povezana sa nastojanjem da se izbegnu percipirana toksičnost i neželjeni efekti farmaceutske lekova, doprinela privlačnosti tradicionalne kineske biljne medicine (Hefferon 2012, 65).

Ilustracija tipologije na primeru #kopriva

„ništa ne traje duže od 11 šampona od koprive“

Pretraga haštaga #kopriva pokazala je izrazitu raznovrsnost sadržaja koji se na domaćem Instagramu okuplja oko jedne lekovite biljke. Rezultati pretrage kretali su se od duhovite opaske navedene u podnaslovu, oblikovane u formi prepoznatljivog lokalnog internet mima⁸ do brojnih fotografija i video-snimaka posvećenih branju koprive, prepoznavanju muške i ženske biljke, upotrebe različitih delova biljke i njene pripreme – spravljanja kapi, melema, sirupa, đubriva, meda i drugih proizvoda. Veoma česte su objave u kojima su autori sadržaja prikazani kako koprivu beru i neposredno konzumiraju u prirodnom okruženju, čime se narodna predstava o njenoj lekovitosti dodatno povezuje sa idejama prirodnosti. Tematsko uokvirivanje ovih objava vidljivo je i u kombinacijama haštagova koje prate oznaku #kopriva, poput #zdravlje, #imunitet,

8 Reč je o poznatom imidž makro obliku sa humoristične stranice „najlepši citati svecke književnosti“ (<https://najlepsicitatisveckeknjizevnosti.com/>)

#snagaprirode, #detoks, #PrirodnaNega, #anemija, #lekovitebiljke, #fitoterapija itd., čime se biljka povezuje sa narodnom medicinom, brigom o zdravlju i savremenom kulturom brige o sebi i prirodnom negom. Ilustrativan primer preplitanja žanrovskih kategorija koje su izdvojene u ovom istraživanju predstavlja reklamna objava o preparatu od semena koprive i meda. Objavljena je u formi video-recepta i demonstracije pripreme, uz lično svedočanstvo. Svedočanstvo u prvom licu oblikovano je kroz kratku porodičnu anegdotu. Autorka pripoveda kako je njena sestra na svadbi zaspala još pre igranja prvog kola, što je izazvalo svađu, da bi se kasnije ispostavilo da sestra zapravo ima manjak gvožđa. U nastavku navodi da joj je preparat od semena koprive i meda pomogao. Kako se u ovoj promotivnoj objavi poručuje, korišćenjem tradicionalnog preparata na bazi koprive i meda dolazi do povratka iz narušene ravnoteže u pređašnje stanje zdravlja.

Završna razmatranja

Tradicionalna etnobotanička znanja i prakse ne predstavljaju prežitke, prevaziđene, statične oblike znanja iz prošlosti. Sa razvojem participativnih medija etnobotanička znanja nastavljaju da žive kao dinamična tradicija, jedan hibridan oblik znanja koji se oblikovao u skladu sa novim društvenim, medijskim i ekonomskim uslovima. U analiziranom uzorku kao naročito izražene karakteristike etnobotaničkog znanja na Instagramu, ispostavlja se da ono postaje javno dostupno, multimodalno, hibridno i u pojedinim slučajevima tržišno upotrebljivo. Ono se javlja u raznovrsnim platformskim formatima i ispoljava kroz kombinaciju vizuelnog, audio-vizuelnog i tekstualnog, a žanrovsko prožimanje čini jednu od temeljnih odlika ovog vida vernakularne ekspresije. Tradicija, prirodnost, povratak prirodi i vitalističke predstave o zdravlju predstavljaju centralne tačke analiziranih objava o narodnoj biljnoj medicini. Koncept vernakularnog autoriteta omogućava da se objasni način na koji autori sadržaja legitimišu svoje pravo da govore o lekovitom bilju pozivanjem na tradiciju, iskustvo, porodični prenos i lokalno znanje, pri čemu se takvi izvori neretko kombinuju sa naučnim i stručnim referencama. Platformska vidljivost i logika preporučivanja takođe predstavljaju dodatni činilac u proizvodnji prepoznatljivosti i autoriteta pojedinih naloga.

Prenošenjem ovih sadržaja na Instagramu – kada se oni dalje prosleđuju i komentarišu, nastaje jedna raspršena i fragmentarna digitalna arhiva o lekovitom bilju koju zajednički proizvode (i pregovaraju) brojni korisnici. Instagram nesumnjivo proširuje dostupnost etnobotaničkog znanja, ali u pojedinim slučajevima dolazi do pretvaranja tog znanja u resurs ličnog/porodičnog brenda, odnosno u njegovu komodifikaciju (proizvod na bazi lekovitog bilja ili usluga kao što je praktična radionica). U tom procesu komodifikacije znanja o lekovitom bilju – prirodno, ručno, porodično, tradicionalno postali su određujuće oznake vrednosti i kvaliteta.

Buduća istraživanja digitalnih sadržaja o lekovitom bilju mogla bi se usmeriti na njihovu recepciju među pratiocima, na komparativnu analizu nekoliko nivoa – na osi globalno–lokalno, između različitih platformi za društveno umrežavanje, izrazitu rodnu dimenziju građe – prenos po ženskoj liniji i feminizaciju brige o sebi, kao i na pitanje koje je konstantno provejavalo kroz pregledane sadržaje – a to je – kakve se predstave o prirodi, zdravlju i dobrom životu/blagostanju proizvode kroz digitalnu cirkulaciju etnobotaničkog znanja.

Izjava

Autorka potvrđuje da je podneti članak rezultat originalnog i nezavisnog akademskog rada, zasnovanog na sopstvenom intelektualnom naporu, analizi i interpretaciji. Tokom pripreme ovog rukopisa, autorka je koristila AI alatke Claude za prevod sa engleskog na srpski i Claude i InstaText sa srpskog na engleski i za pomoć pri uređivanju radi poboljšanja gramatike i čitljivosti. Autorka je pregledala i revidirala sve rezultate iz ovih alata i preuzima punu odgovornost za konačni sadržaj rada.

Reference

- Anez, Savannah, Eric Burkhart, and Joshua Kellogg. 2025. „Ghost Pipe Then and Now: The Influence of Digital Media on the Medicinal Use of *Monotropa uniflora* in the United States.“ *Economic Botany* 79(4): 460–477. <https://doi.org/10.1007/s12231-025-09637-1>
- Antonijević, Momčilo. 2025. *Narodni travar*. Beograd: Harmonija knjige.
- Balick, Michael and Paul Alan Cox. 2020. *Plants, People, and Culture: The Science of Ethnobotany*. Boca Raton, FL: CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781003049074>
- Bauzinger, Herman. 2002. *Etnologija*. Beograd: XX vek.
- Bitcon, Clara, Sue Evans and Cathy Avila. 2016. „The Re-emergence of Grassroots Herbalism: An Analysis through the Blogosphere.“ *Health Sociology Review* 25(1): 108–121. <https://doi.org/10.1080/14461242.2015.1086956>
- Blank, Trevor. 2009. Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore and the Internet. In *Folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World*, edited by Blank, Trevor, 1–21. Logan: Utah State University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt4cgrx5.4>
- Blank, Trevor. 2013. „Hybridizing Folk Culture: Toward a Theory of New Media and Vernacular Discourse.“ *Western Folklore* 72(2): 105–130. <http://www.jstor.org/stable/24551663>
- Boke, Charis. 2019. „Plant Listening: How North American Herbalists Learn to Pay Attention to Plants.“ *Anthropology Today* 35(2): 23–27. <https://doi.org/10.1111/1467-8322.12496>
- Bonilla, Yarimar, and Jonathan Rosa. 2015. „#Ferguson: Digital Protest, Hashtag Ethnography, and the Racial Politics of Social Media in the United States.“ *American Ethnologist* 42(1): 4–17. <https://doi.org/10.1111/amet.12112>

- Bronner, Simon. 2013. „The ‘Handiness’ of Tradition.“ In *Tradition in the Twenty-First Century: Locating the Role of the Past in the Present*, edited by Trevor Blank and Robert Glenn Howard, 186–218. Logan: Utah State University Press.
- Čajkanović, Veselin. 2022. *Rečnik srpskih narodnih verovanja o biljkama*. Niš: Talija izdavaštvo.
- Caliandro, Alessandro and James Graham. 2020. „Studying Instagram Beyond Selfies.“ *Social Media + Society* 6(2): 1–7. <https://doi.org/10.1177/2056305120924779>
- Caliandro, Alessandro. 2018. „Digital Methods for Ethnography: Analytical Concepts for Ethnographers Exploring Social Media Environments.“ *Journal of Contemporary Ethnography* 47(5): 551–578. <https://doi.org/10.1177/0891241617702960>
- De Meyer, Emiel and Melissa Ceuterick. 2022. „Digital Ethnobiology: Exploring the Digisphere in Search of Traditional and Indigenous Knowledge and Practices.“ *Ethnobotany Research and Applications* 24(37): 1–8. <http://dx.doi.org/10.32859/era.24.37.1-8>
- Duarte, Luiz Fernando Dias. 2021. „The Vitality of Vitalism in Contemporary Anthropology: Longing for an Ever Green Tree of Life.“ *Anthropological Theory* 21(4): 397–419. <https://doi.org/10.1177/1463499620923546>
- Evans, Sue. 2008. „Changing the Knowledge Base of Western Herbal Medicine.“ *Social Science & Medicine* 67(12): 2098–2106. <https://doi.org/10.1016/j.socsci-med.2008.09.046>
- Gibbs, Martin, James Meese, Michael Arnold, Bjorn Nansen, and Marcus Carter. 2015. „#Funeral and Instagram: Death, Social Media, and Platform Vernacular.“ *Information, Communication & Society* 18 (3): 255–268. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.987152>
- Grubišić, Ivana. 2006. „Etnobotanika – nova disciplina.“ *Glasnik Etnografskog instituta SANU* 54: 415–431. <https://doi.org/10.2298/GEI0654415G>
- Handler, Richard and Jocelyn Linnekin. 1984. „Tradition, Genuine or Spurious.“ *The Journal of American Folklore* 97(385): 273–290. <https://doi.org/10.2307/540610>
- Hefferon, Kathleen. 2012. *Let Thy Food Be Thy Medicine: Plants and Modern Medicine*. New York: Oxford University Press.
- Highfield, Tim, and Tama Leaver. 2015. „A Methodology for Mapping Instagram Hashtags.“ *First Monday* 20 (1) <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5563/4195> <https://doi.org/10.5210/fm.v20i1.5563>
- Howard, Robert Glenn. 2013. „Vernacular Authority: Critically Engaging Tradition.“ In *Tradition in the Twenty-First Century: Locating the Role of the Past in the Present*, edited by Trevor Blank and Robert Glenn Howard, 72–99. Logan: Utah State University Press.
- Hsu, Elisabeth. 2010. „Introduction. Plants in Medical Practice and Common Sense: On the Interface of Ethnobotany and Medical Anthropology.“ In *Plants, Health and Healing: On the Interface of Ethnobotany and Medical Anthropology*, edited by Elisabeth Hsu and Stephen Harris, 1–48. New York/Oxford: Berghahn Books. <https://doi.org/10.1515/9781845458218-003>
- Hufford, David. 1997. „Folk Medicine and Health Culture in Contemporary Society.“ *Primary Care: Clinics in Office Practice* 24(4): 723–741. [https://doi.org/10.1016/S0095-4543\(05\)70307-9](https://doi.org/10.1016/S0095-4543(05)70307-9)

- Hufford, David. 2003. „Evaluating complementary and alternative medicine: the limits of science and of scientists.“ *The Journal of law, medicine & ethics: a journal of the American Society of Law, Medicine & Ethics* 31(2): 198–212. <https://doi.org/10.1111/j.1748-720X.2003.tb00081.x>
- Jagtenberg, Tom and Sue Evans. 2003. „Global Herbal Medicine: A Critique.“ *Journal of Alternative and Complementary Medicine* 9(2): 321–329. <https://doi.org/10.1089/10755530360623437>
- Karanović, Zoja i Jasmina Dražić, ur. 2016. *Gora ljiljanova: biljni svet u tradicionalnoj kulturi Srba: zbornik radova*. Beograd: Udruženje folklorista Srbije; Univerzitetska biblioteka „Svetoazar Marković“.
- Karanović, Zoja i Jasmina Jokić, ur. 2013. *Bilje u tradicionalnoj kulturi Srba: priručnik folklorne botanike*. Novi Sad: Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu.
- Karanović, Zoja ur. 2014. *Bilje u tradicionalnoj kulturi Srba: priručnik folklorne botanike* 2. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Karanović, Zoja, ur. 2017. *Gora božurova: biljni svet u tradicionalnoj kulturi Slovena*. Beograd: Univerzitetska biblioteka „Svetoazar Marković“; Udruženje folklorista Srbije.
- Karanović, Zoja, ur. 2019. *Gora kalinova: biljni svet u tradicionalnoj kulturi Slovena: zbornik radova*. Beograd: Udruženje folklorista Srbije; Univerzitetska biblioteka „Svetoazar Marković“; Vilnius: Lietuvių kalbos institutas.
- Kitta, Andrea. 2019. „American Folk Medicine and Health Practices“ In *The Oxford Handbook of American Folklore and Folklife Studies*, ed. Simon Bronner. Oxford Handbooks. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190840617.013.22>
- Knežević, Srebrica. 2004. „Lekovito bilje i vegetacija u narodnim shvatanjima.“ *Timočki medicinski glasnik, Glasilo podružnice srpskog lekarskog društva Zaječar*, 29(1):44–48. <https://www.tmg.org.rs/v290109.htm>
- Lazić, Aleksandra, Marija Petrović, Marija Branković and Iris Žeželj. 2023. „Quick Natural Cure-Alls: Portrayal of Traditional, Complementary, and Alternative Medicine in Serbian Online Media.“ *Collabra: Psychology* 9 (1): 82189. <https://doi.org/10.1525/collabra.82189>
- Leaver, Tama, Tim Highfield and Crystal Abidin. 2020. *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Cambridge: Polity Press.
- Marković, Marija, Biljana Nikolić, Ljubinko Rakonjac, Vesna Stankov Jovanović 2024. *Etnobotanika*. Beograd: Institut za šumarstvo.
- Milanović, Nevena. 2021. „Imperativ ‘brige o sebi’ tokom pandemije kovida 19: prakse postizanja emotivnog i fizičkog blagostanja.“ U *Kovid 19 u Srbiji* 20, ur. Bojan Žikić, 127–140. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet.
- Miller, Montana. 2012. „Face-to-Face with the Digital Folk: The Ethics of Fieldwork on Facebook.“ In *Folk Culture in the Digital Age: The Emergent Dynamics of Human Interaction*, ed. Trevor Blank, 212–232. Logan: Utah State University Press.
- O'Connor, Bonnie and David Hufford. 2001. „Understanding Folk Medicine.“ In *Healing Logics: Culture and Medicine in Modern Health Belief Systems*, ed. Erika Brady, 13–35. Logan: Utah State University Press. <https://doi.org/10.7330/9780874214543.c003>
- Piše, Marko i Mladen Stajić. 2021. „Čajkanovićeva proučavanja narodnih verovanja o bilju u svetlu kognitivnih etnobotaničkih istraživanja.“ *Književna istorija* 53(174): 67–94. <https://doi.org/10.18485/kis.2021.53.174.3>

- Schmitt, Casey. 2013. „Asserting Tradition: Rhetoric of Tradition and the Defense of Chief Illiniwek.“ In *Tradition in the Twenty-First Century: Locating the Role of the Past in the Present*, edited by Trevor Blank and Robert Glenn Howard, 100–122. Logan: Utah State University Press.
- Tucakov, Jovan. 2014. *Lečenje biljem: fitoterapija*. Novo, izmenjeno i dopunjeno izdanje. Beograd: Vulkan izdavaštvo.
- Valk, Ūlo. 2022. „An Introduction to Vernacular Knowledge.“ In *Vernacular Knowledge: Contesting Authority, Expressing Belief*, eds. Ūlo Valk and Marion Bowman, 1–21. Sheffield/Bristol: Equinox Publishing. <https://doi.org/10.1558/isbn.9781800502147>
- Vandebroek, Ina, Victoria Reyes-García, Ulysses de Albuquerque, Rainer Bussmann and Andrea Pieroni. 2011. „Local Knowledge: Who Cares?“ *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine* 7(35): 1–7. <https://doi.org/10.1186/1746-4269-7-35>

Ana Banić Grubišić

Medicinal Plants in the Serbian Digital Space: Vernacular Knowledge, Authority, and Tradition on Instagram

Abstract: This paper examines how traditional knowledge of medicinal plants is represented and transmitted within the Serbian digital space. Drawing on an analysis of Instagram posts collected through hashtag ethnography, it proposes a working typology of user-generated content on medicinal plants. It identifies three characteristic patterns in the representation of ethnobotanical knowledge: appeals to tradition, notions of naturalness and vitalism, and commodification. On Instagram, ethnobotanical knowledge is transmitted through a range of visual, audiovisual, and textual forms. The typology proposed here serves as an initial working framework for further research into digital ethnobotany in the local context.

Keywords: medicinal plants, digital ethnobotany, vernacular knowledge, vernacular authority, Instagram, digital folklore studies, folk medicine

Primljeno/Received: 10.08.2026.

Prihvaćeno/Accepted for publication: 09.09.2026.