

culture]. *Multyversum. Filosofski almanakh, Multiversum. Philosophical almanac*, 78: 229-237.

14. Callicott, J. B. 1985. Intrinsic Value, Quantum Theory and Environmental Ethics. *Environmental Ethics*, 3.

15. Everden, L. 1995. *The Natural Alien: Humankind and Environment*. Toronto: University of Toronto Press.

16. Naess, A. 1989. *Ecology, Community and Lifestyle*. New-York.

О. П. Скиба

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ЧЕЛОВЕКА КАК ОСНОВА ГАРМОНИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Аннотация. В последние десятилетия во всем мире растет интерес общества к проблемам охраны природы и рациональному использованию природных ресурсов, сохранению экологического равновесия. Долгое время человек пытался покорить природу, демонстрировал потребительское отношение к природе и рассчитывал построить идеальное общество с помощью научного знания. Ложность такого подхода люди осознали не так давно, только в начале XX века. И актуальными становятся вопросы о месте человека в системе природы, об изменении отношения к природе, что поможет сохранить для будущих поколений природные богатства нашей планеты. Ценностные ориентиры по отношению к природе изменяются, но сама ситуация изменится к лучшему, если новые ценности станут достоянием широких слоев населения, частью их экологической культуры. В решении проблемы формирования у современного человека экологической культуры помогает появление ряда новых наук в сфере экологического познания, таких как экологическая этика, этика благоговения перед жизнью А. Швейцера, этика ответственности Г. Йонаса, социальная экология и т.д.

Ключевые слова: экологическая культура, экологическая этика, глобальные проблемы современности, этика ответственности, ноосфера, экологическое познание, биосфера.

O. Skyba

HUMAN ECOLOGICAL CULTURE AS A BASIS FOR HARMONIOUS DEVELOPMENT OF SOCIETY

Introduction. The paper is devoted to the study of the peculiarities of the formation of the ecological culture of man, which is relevant in a modern challenging ecological situation. **The aim and tasks.** Today the issue of forming ecological culture and ecological consciousness turns out to be one of the most important problems, which is the aim of the study. **Research methodology.** The theoretical and methodological basis of the study are general and special methods and approaches that will make it possible to trace and take into account important aspects of the development and formation of the ecological culture of mankind. **Research results.** The global environmental problem of mankind has become the focus of scientists in the late XX and early XXI cc. Scientists have begun to realize the need to change man's attitude to nature and their responsibility for the possible negative consequences of their discoveries, abandoning the areas of activity that can bring disaster. Ecological ethics, which emerged in the last third of the XX c., influenced the formation of new values, and the ecological culture of man, applied a moral status to nature in the system of "man-nature" relations. Thus, humanity is taking the first steps on the road to the idea of a holistic inalienable harmonious existence of man and nature, the spread of moral and ethical principles to nature. **Discussion.** Today, some scientists fear that advances in the development of science and technology will overshadow humanity's mind and will be accompanied not so much by the creation of new values as by the denial of the cultural heritage of the past. The point is that the achievement of scientific and technological progress is not always good for humanity, because of most of the global problems: environmental, raw materials, and others caused by it. **Conclusion.** In modern society, it is necessary from childhood to cultivate a caring attitude towards nature, to form the ecological culture of man, and to avoid the consequences of his activities that will negatively affect nature.

Keywords: ecological culture, ecological ethics, current global problems, ethics of responsibility, noosphere, ecological knowledge, biosphere.

УДК 2-722.5:004.738.5(Папа Франциск)(045)

Е. М. Матер'ян

ПАПА ФРАНЦИСК У КАЇРІ. АНАЛІЗ БРЕНДУ ПОНТИФІКА В МЕРЕЖІ INSTAGRAM

магістрантка Національного університету «Острозька академія»
e-mail: ester.materian@oa.edu.ua

Анотація. Instagram вже давно є однією з найпопулярніших соціальних мереж із понад 1,14 мільярда користувачів у всьому світі. Сьогодні багато релігійних лідерів використовують цей додаток і залучають мільйони підписників. Папа Франциск є одним із найвидатніших релігійних діячів нашого часу. У статті на основі публікацій під час візиту до Каїру досліджено, як він використовує Instagram для створення особистого бренду та як це пов'язано з його авторитетом. Мобільні пристрої та програми, які працюють за тим самим принципом, що й Instagram, відкривають шлях для нової аудиторії та нових взаємодій між релігійними лідерами та їхньою аудиторією. Тому у цій статті також запропоновано нові ідеї щодо вивчення відносин між релігійними лідерами та владою в епоху ЗМІ.

Ключові слова: Релігійна влада, Папа Франциск, особистий бренд, соціальні мережі, Instagram.

Вступ

Instagram створений для мобільного використання: фотографувати, редагувати та обмінюватися фотографіями. Релігійні та духовні лідери в західному суспільстві не можуть покладатися лише на традиційні чи релігійні джерела, щоб узаконити свій авторитет у публічній сфері. Тому більшість із них починають використовувати соціальні мережі та здобувають увагу мільйонів підписників. Криза влади викликає бажання мати сильних і харизматичних керівників. На духовному ринку з'являються нові потреби та вимоги

до лідерства. Лідери стають особистими брендами зі своїми власними ідеями, філософією, повідомленнями та медіаканалами, щоб адаптуватися до стилів і символів популярної культури. Естетичний вимір стає вирішальним, оскільки аудіовізуальна комунікація може бути опосередкована за допомогою сучасних медіатехнологій.

Аналіз джерел показав, що в українському науковому середовищі зовсім небагато релігієзнавчих та соціологічних досліджень про вплив соціальних мереж на формування бренду релігійних лідерів, а

також про використання цих технологій для взаємодії з цільовою аудиторією. Проте ця проблематика активно дослідниками. Серед піднімається європейськими та американськими робіт, що висвітлюють питання релігії та медіа-технологій, можна виокремити праці К. Кравало з Тілбургського університету, Д. Гузака із Сілезького університету в Катовіцах, М. Абдель-Фаділь із Університету Осло, Д. Люддікенс із Цюрихського університету, Г. Стюарта із Університету штату Пенсильванія.

Мета дослідження: дослідити вплив використання соціальних мереж релігійними лідерами, зокрема головою Католицької церкви Папою Франциском. На прикладі публікацій під час його візиту до Каїру проаналізувати, як він використовує Instagram для створення особистого бренду та як це пов'язано з формуванням його авторитетом і взаємодією з аудиторією.

Методологія дослідження

У процесі дослідження були використані порівняльний, філософсько-логічний методи, а також метод ідентифікації користувача в різних соціальних мережах та метод аналізу.

Результати

Сьогодні соціальні мережі дають можливість не тільки ділитися подробицями свого життя зі всім світом, але й взаємодіяти із цільовою аудиторією, враховуючи її запити та потреби. Тому не дивно, що у 2016 році папа Франциск створив профіль в Instagram і опублікував своє перше фото, на якому він молиться. Сторінка Папи називається @franciscus – це його ім'я латиною. На сьогодні на неї підписано 8, 5 млн користувачів. Окрім того, Франциск також має профіль у Twitter під ніком @pontifex, який користується великою популярністю серед користувачів (рис. 1).



За ним стежать 18, 8 мільйонів користувачів з усього світу. Який це має вплив на цільову аудиторію та як присутність у соціальних мережах впливає на формування бренду понтифіка розглянемо у цій статті.

28 та 29 квітня 2017 р. Папа Франциск відвідав Каїр. Його привітав президент Абдель Фаттах Ас-Сісі і зустрівся з великим імамом Ахмедом ат-Таїбом з Аль-Азгара, найважливішим представником сунітського ісламу. Крім того, Папа відвідав коптську церкву св.

Петра і Павла, де в грудні 2016 року в результаті вибуху загинули 23 людини («Peace Alone Is Holy»: Pope Francis Denounces Violence during Egypt Visit, 2017). На думку багатьох журналістів, соціологів та експертів, своїм візитом Папа хотів покращити відносини між християнами та мусульманами, а також показати солідарність з єгипетськими християнами, яких налічується близько 10% від усього населення Єгипту, і які страждають від нападів та дискримінації.

Візит висвітлювали такі ЗМІ, як CNN та Al Jazeera (Аль-Джазіра). Також про візит повідомлялося в Instagram-профіль Папи @franciscus. Що розповідають ці публікації в Instagram про цю подію, на перший погляд, місцевого масштабу, а також про глобальний «бренд» Папи Франциска і як це пов'язано з його владою? Чи може Папа як релігійний лідер і медійна особистість використовувати свій авторитет, щоб змінити відносини між мусульманами та християнами на локальному та глобальному рівнях? Щоб знайти відповідь на ці питання, розглянемо зв'язок між особистим брендингом і авторитетом у контексті соціальних медіа.

Багато релігійних і духовних лідерів використовують соціальні мережі, як-от Instagram, щоб позиціювати та просувати себе і свої справи. Позиціювання та просування (smm маркетинг) є частиною процесу брендингу. Релігійні організації використовують інструменти брендингу, а їхні лідери часто стають уособленнями своїх релігійних громад. Ці лідери мають конкурувати на духовному «ринку», як онлайн, так і офлайн (Witte, Marleen De, Martijn De Koning, Thijl Sunier, 2015).

Як зазначає Пітер Хорсфілд, релігійні установи адаптувалися до контексту ЗМІ та культури, щоб вижити, отримати вплив і владу (Peter Horsfield, 2016). Медіадослідники А. Ейнштейн і С. Гувер досліджують те, як релігійні організації використовують практики маркетингу і брендингу, щоб позиціювати себе (Maga Einstein, 2008; Peter Horsfield, 2016). Позиція релігійних діячів стала більш значущою, оскільки уособлює релігійні організації, традиції або цілі напрямки у соціальних мережах, зокрема у Facebook, Twitter та Instagram. Особистий профіль в Instagram Папи Франциска (8,5 мільйонів підписників) є набагато

популярнішим, ніж офіційний обліковий запис Ватикану @vaticannews (622 тисячі підписників). Останні дослідження про те, як ці лідери позиціюють себе в соціальних мережах, зосереджено в основному на середовищі Twitter (Codone Susan, 2014; Damian Guzek, 2015). Однак завдяки технологічному прогресу і доступності швидкого Інтернету роль фотографій і відео стає все важливішою.

Перед тим як аналізувати два дописи в Instagram, коротко окреслимо контекст візиту Папи Франциска в Каїр. Єгипет за час свого існування як самостійної держави пережив кілька політичних переворотів і революцій. Коптська церква в Єгипті є значною, але загрозливою меншістю. Римо-католицька церква в Єгипті є ще більш маргіальною, і представлена переважно мігрантами з регіону та з Європи. Сунітський іслам є основною релігією в Єгипті. Університет Аль-Азгар має значну репутацію в релігійній і політичній сфері. Отже, в Єгипті Папа не може претендувати на великий релігійний авторитет. Проте у глобальному масштабі він сприймається як людина, яка має величезний вплив, у тому числі і політичний, оскільки є не тільки главою Римо-католицької церкви, а й главою держави Ватикан.

У дописах, які були опубліковані в Instagram під час візиту Папи, використовуються геотеги, які посилаються на Аль-Азгар, а також на Каїр, де Папа відвідав коптську церкву. У самому пості вказано місце розташування Петропавлівської церкви. Із перших двох публікацій підписники Папи Франциска могли зробити висновок про те, що вони слідкують за Папою в прямому ефірі.

Фото, опубліковане 28 квітня 2017 року, набрало 168 174 вподобання (рис 2).



Допис супроводжується наступним текстом (почергово арабською, англійською, португальською,

іспанською, італійською, французькою, німецькою мовами): «Давайте разом стверджувати

несумісність насильства і віри, віри і ненависті» (переклад з англійської). На знімку зображений Папа Римський Франциск і великий імам Ахмед аль-Таїб, які обіймають один одного в конференц-залі університету Аль-Азгар. Вони потискають один одному руки та обіймають один одного. На задньому плані бачимо два декорованих стільці і геометричні візерунки на стінах. На передньому плані (дещо розпливчасто) видно людей, які сидять на стільцях, більшість із них – чоловіки. Праворуч хтось з аудиторії робить зображення на свій смартфон. Білий одяг Папи різко контрастує з одягом великого імама.

Хоча це, швидше за все, є дуже організованими обіймами, специфіка Instagram створює враження, що будь-який користувач, як частина аудиторії, щойно став свідком знімка події, яка відбувається в прямому ефірі, хоча можна припустити, що це фото було ретельно відібране і оброблене. Також підписники можуть поставити «вподобання» (like) до цієї публікації, висловити схвалення чи побоювання щодо фотографії або залишити коментар.

Хоча обидва релігійні лідери не представляють весь іслам чи християнство, проте вони представляють значну його частину. Папа та великий Імам зустрічалися раніше у Ватикані, що також супроводжувалося обіймами та поцілунками. Візит Папи став частиною Міжнародної конференції з питань миру в Аль-Азгарі. Також це

є спробою Папи Франциска послабити напругу між мусульманами та християнами. Його політика різко контрастує з його попередником Бенедиктом і заявами останнього про іслам. У своїй промові Папа Франциск заявив про важливість миру, і сказав: «Нехай святий Франциск Ассізький, який вісім століть тому прибув до Єгипту і зустрів султана Маліка аль-Каміля, заступається за цей намір» (Deborah Castellano Lubov, 2017).

Публічні обійми двох релігійних лідерів та духовних авторитетів перед усім світом стають символом солідарності та готовності до діалогу. Ця солідарність передбачає взаємні інтереси та взаємні переконання. Той факт, що цей образ отримав таку велику увагу ЗМІ, пояснюється популярністю, соціальним і культурним впливом Папи Франциска. Однак, щоб посилити послання солідарності в контексті діалогу християнства та ісламу, Папі потрібен був представник ісламу. Хоча великий Імам може бути ключовою фігурою в сунітському ісламі, питання релігійної влади в ісламі дуже відрізняється від питання в римо-католицькому середовищі. Особливо у випадку з періодичними повідомленнями про теракти смертників, пов'язаних з Ісламською Державою, і тому у ЗМІ залишається питання, хто має повноваження говорити та діяти від імені ісламу.

Другий пост, опублікований 29 квітня 2017 року набрав 142 583 вподобання (рис 3).



Текст, який супроводжує цей допис, наступний: «Як єдиний небесний Єрусалим, так і наш мартиролог; ваші страждання - це також наші страждання» (переклад з англійської). Цікаво, що, на відміну від попереднього повідомлення, цей пост починається з англійського тексту і не має арабського перекладу.

На цьому фото зображений Папа Франциск, який запалює свічку в церкві св. Петра і Павла в Каїрі. Це та сама коптська церква, яку бомбили в грудні 2016 року. На фото Папа Франциск зі свічкою в руці запалює іншу свічку, яка стоїть на підставці. Перед цією підставкою

на стенді висять фотографії 30 людей, швидше за все, жертв теракту. Позаду Папи Франциска бачимо старого чоловіка, одягненого у чорне, який носить коптський хрест. Це Папа Тавадрос Александрійський, лідер Коптської Православної Церкви Александрії. На задньому плані також є чоловік у костюмі, а за ним - величезний дерев'яний хрест, загорнутий у білі простирадла. У задній частині кімнати бачимо багато фотографів.

Обговорення

Образ, який є на цих фото, як і попередній, є дуже

символічним. Він показує Папу Франциска в церкві, яка була відокремлена від римо-католицької церкви з часів розколу, який виник після Халкидонського Собору в 451 році нашої ери. Коптська і римо-католицька церква мають різні бачення щодо деяких важливих богословських питань. Однак Папа підкреслює, що жертви теракту, які загинули в цій церкві, є християнськими мучениками, які поділяють так званий «екуменізм крові», що виходить за межі доктринальних відмінностей (Linda Bordoni, 2018). Папа Франциск звертає увагу на страждання коптської церкви. Він має вплив та авторитет для того, щоб привернути увагу до проблеми. Коптська церква не в змозі зробити це з, принаймні, таким самим розголосом щонайменше через своє складне становище в єгипетському суспільстві. В цьому випадку взаємодія та солідарність між владою і церквою є досить складною. Солідарність Папи ґрунтується на ідеалі християнської солідарності в стражданнях і переслідуваннях, а також на теології Церкви як єдиного тіла Христового. Згадка про небесний Єрусалим є своєрідною. У богословському сенсі, це звернення до неба як місця, де перебуває Бог. Проте земний Єрусалим є дуже спірним місцем. Це – святиня для євреїв, християн і мусульман, а в контексті візиту до Єгипту виникає питання, чи є у цьому твердженні також політичний підтекст. На противагу попередньому допису, цей не було переказано арабською. Тому можна зробити висновок, що ця публікація адресована кожному користувачу Instagram, а не безпосередньо єгипетській чи коптській аудиторії. Солідарність, яка транслюється на цій фотографії, зображає єдність усіх християн: римо-католиків, православних і протестантів з приводу переслідування християн у мусульманських країнах.

У контексті трансляції влади та впливу Папи Франциска обидва фото черговий раз підкреслюють образ понтифіка як особистості, яка об'єднує всіх довкола заклику до діалогу та привертає увагу суспільства до гострих питань і проблем. Наприклад, діалог між мусульманами і християнами може бути поставлений під сумнів, але роль Папи як релігійного авторитету міцно закріплює впевненість у тому, що це рано чи пізно відбудеться.

Висновки

Через кілька тижнів після візиту Папи Франциска щонайменше 28 коптських християн, які прямували до монастиря, були вбиті ісламськими бойовиками (Heba Farouk Mahfouz, 2017). Через день в Instagram профілі Папи Франциска було опубліковано фотографію, на якій Папа молиться, обличчям до низу. Допис супроводжувався текстом: «Помолімося за наших коптських братів у Єгипті, яких були вбито, бо вони не хотіли зректися віри» (переклад з англійської). Зрозуміло, що його візит не закінчив страждань та переслідувань християн-коптів у Єгипті, і важко сказати, чи покращилися стосунки між мусульманами та християнами. Загалом, на питання: чи може Папа використати свій авторитет, щоб змінити ці стосунки на місцевому чи глобальному рівні, досить важко відповісти. Його візит привернув увагу ЗМІ, а

висвітлення цієї події в Instagram дозволило йому поділитися своєю точкою зору в образах і словах.

А що розкривають ці дві публікації про самого Папу Франциска? Вони показують світового релігійного лідера, який обіймає могутнього мусульманського лідера в одному з найважливіших мусульманських університетів, в оточенні великої кількості людей. У коптській церкві знову Папа знаходиться в центрі уваги аудиторії. Він запалює свічку, а фотографіи фіксують кожен рух. Публікація цих моментів у Instagram сприяє зміцненню його позицій у публічній дискусії про стосунки між християнством та ісламом, між релігією і насильством. Те, що ці дописи отримали тисячі вподобань, тому що за профілем Папи стежать мільйони людей, робить вагомий внесок у його публічність та впливовість.

У цих публікаціях ми бачимо Папу як лідера римо-католицької церкви, що яскраво підкреслюється його одягом, як могутнього та впливового християнського лідера, який виходить за межі теологічного і культурного поділу між християнськими конфесіями. Щобільше, Папа посилює свій авторитет як громадський діяч через зацікавленість людей його діями, виступами, думками та висловлюваннями. В середовищі Instagram його авторитет узаконений увагою, якої він отримує набагато більше, ніж більшість релігійних людей у соціальних мережах.

А питання про те, чи можуть сенси публікацій Папи посилити чи змінити світогляд його підписників, залишається відкритим і потребує окремого дослідження.

Список літератури

1. Codone, Susan. 2014. "Megachurch Pastor Twitter Activity: An Analysis of Rick Warren and Andy Stanley, Two of America's Social Pastors Macon, GA". *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 3(2): 1-32. <http://jrmcd.com/papers-archive/volume-3-issue-2-august-2014/>.
2. Einstein, Mara. 2008. *Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age*. New York: Routledge.
3. Farouk Mahfouz, Heba. 2017. "Coptic Christians Describe Bus Attack in Egypt: 'Even the Little Children Were Targets'". *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/06/01/coptic-christians-describe-busattack-in-egypt-even-the-little-children-weretargets/?utm_term=.88d4e1d056d1.
4. Guzek, Damian. 2015. "Discovering the Digital Authority Twitter as Reporting Tool for Papal Activities". *Online Heidelberg Journal for Religions - on the Internet* 9: 63-80. doi: 10.1002/ejoc.201200111.
5. Hoover, Stewart. 2016. "Religious Authority in the Media Age". In *The Media and Religious Authority*. University Park, Pennsylvania: Penn State University Press.
6. Horsfield, Peter. 2016. "The Media and Religious Authority from Ancient to Modern". In *The Media and Religious Authority*, edited by Stewart Hoover. University Park, Pennsylvania: Penn State University Press.
7. Lubov, Deborah Castellano. 2017. "Pope to Al Azhar: 'Violence Is Negation of Every Authentic Religious Expression'". *Zenit*. <https://zenit.org/articles/pope-to-al-azharviolence-is-negation-of-every-authentic-religious-expression/>.
8. World News. 2017. "Peace Alone Is Holy: Pope Francis Denounces Violence during Egypt Visit". April 29. <http://www.hindustantimes.com/world-news/peacealone-is-holy-pope-francis-denounces-violence-during-egypt-visit/story2iNPjGXk9s3BQjmgIqARl.html>.
9. Vatican News. 2018. "Pope to WCC: ongoing ecumenism of blood urges us to go forward". June 21. <https://www.vaticannews.va/en/pope/news/2018-06/pope-francis-geveva-wcc.html>
10. Witte, Marleen De, Martijn De Koning, and Thijl Sunier. 2015. "Aesthetics of Religious Authority: Introduction". *Culture and Religion* 16(2):1-8. doi: 10.1080/14755610.2015.1058524.

Е. М. Матерьян

ПАПА ФРАНЦИСК В КАИРЕ. АНАЛИЗ БРЕНДА ПОНТИФИКА В СЕТИ INSTAGRAM

Аннотация. Instagram уже давно является одной из самых популярных социальных сетей из более чем 1,14 миллиарда пользователей во всем мире. Сегодня многие религиозные лидеры используют это приложение и привлекают миллионы подписчиков. Папа Франциск является одним из величайших религиозных деятелей нашего времени. В статье на основе публикаций во время визита Папы в Каир установлено, как он использует Instagram для создания личного бренда, и как это связано с его авторитетом. Мобильные устройства и программы, работающие по тому же принципу, что и Instagram, открывают путь для новой аудитории и новых видов взаимодействия между религиозными лидерами и их аудиторией. Поэтому в этой статье предложены новые идеи по изучению отношений между религиозными лидерами и властью в эпоху СМИ.

Ключевые слова: Религиозная власть, Папа Франциск, личный бренд, социальные сети, Instagram.

E. Materian

POPE FRANCISK IN CAIRO. ANALYSIS OF THE BRAND OF PONTIFF ON THE INSTAGRAM

Introduction. Instagram is one of the most popular social networks with more than 1.14 billion users worldwide. It was designed for mobile taking, editing and sharing photos. Today, many use Instagram which attracts millions of followers. Pope Francis is one of the most prominent contemporary religious figures. This study, based on publications of the visit to Cairo, explores the way the head of the Catholic Church uses Instagram to design a personal brand supporting his authority. Mobile devices and applications used on the same principle as Instagram invites new audiences and new interactions of religious leaders and their public. Accordingly, this article offers new proposals for studying the relations-between religious leaders and the authorities in the media age. **The aim** of the research is to investigate the impact of the use of social networks by religious leaders, in particular the head of the Catholic Church, Pope Francis.

Research methods: in the course of the research comparative, philosophical and logical methods, as well as the method of user identification in different social networks and the method of analysis were used. **Research results.** The publications of Pope Francis during a visit to Cairo were used to analyze how he creates a personal brand on Instagram. The relation of Instagram brand to the formation of Pope's authority and his interaction with the audience. The analysis of sources showed that in the Ukrainian scientific community there is very little religious and sociological research on the impact of social networks on the formation of a brand of religious leaders, as well as on the use of these technologies to interact with the target audience. **Discussion.** Among the European works covering religion and media technologies there are the works of K. Kravalo (University of Tilburg), D. Huzak (University of Silesia), M. Abdel-Fadil (University of Oslo), D. Luddickens-(University of Zurich), G. Stewart (University of Pennsylvania). **Conclusion.** Pope Francis' two Instagram posts during his visit to Cairo show the world Christian leader embracing a powerful Muslim leader. In the Coptic Church, the Pope lights a candle, and photographers capture every movement. Posting these points on Instagram strengthens his position in the public debate on the relationship between Christianity and Islam. The fact that he has received thousands of likes, made a significant contribution to his publicity and influence. On Instagram, his authority is being legitimized by the attention he receives much more than most religious people on social media. And the question of whether the meaning of the Pope's publications can strengthen or change the worldview of his followers remains open and needs further study.

Keywords: religious authority, Pope Francis, personal brand, social media, Instagram.