

PREGLEDNI RAD

DOI: 10.5937/reci2417030N

UDK: 821.111.09 Дојл А. К.

791.241

316.7

orcid.org/0000-0003-4829-8566

**Ivana D. Nemet<sup>1</sup>**

Univerzitet u Novom Sadu

Filozofski fakultet

## ŠERLOK HOLMS KROZ PRIZMU MEDIJA, NEKAD I SAD

**Sažetak:** Štampa je pre 19. veka bila jedini izvor informisanja javnosti. U to vreme štampa i mediji bili su sinonimi. Danas se značenje pojma mediji proširilo na veliki broj savremenih izvora informacija. Kada se Šerlok Holms prvi put pojavio u avanturi u *Skarletnoj sobi* 1887, ni autor Artur Konan Dojl ni izdavači nisu ni sanjali da će njegov lik doživeti toliku popularnost koja će uticati na dalji tok pišćevog stvaranja. Mediji tog doba bili su časopisi, čije je objavljivanje Šerlokovih avantura donelo veliku slavu liku detektiva, ali i kroz koje su čitaoci vršili pritisak na pisca da ne ubije Šerlokov lik. Dojl biva primoran da nastavi da piše i ne pomišljajući da će Šerlokov lik nastaviti da živi i u narednim vekovima. Poslednja ekranizacija Šerloka uvećala je popularnost lika, zahvaljujući medijima koji su stalno izveštavali o seriji. Uticala je na promene kod likova u skladu s vremenom dešavanja radnje, ali Šerloкова genijalnost i večna borba dobra i zla su ostale. Medijska glad za Šerlokom nije jenjavala; pokazalo se da ta glad i Šerlok žive u lepoj simbiozi i postavlja se pitanje koliko se njihov odnos menjao kroz vreme i postoji li nešto što mediji i Šerlok nisu pružili jedno drugom.

**Ključne reči:** Šerlok, detektivski roman, štampa, ekranizacija, internet.

### Uvod

Kada je Artur Konan Dojl 1887. predstavio Šerloka Holmsa u časopisu *Strand*, on je započeo, i ne sluteći, jednu od najprilagodljivijih narativnih tradicija u modernoj književnosti koja je nastala na listovima jednog medija za čije će naslednike

---

<sup>1</sup> ivana\_panic@hotmail.com

Holms ostati vezan. Moć čitalaca je bila tolika da je dvadeset hiljada njih otkazalo pretplatu na časopis *Strand* kad je Šerlok ubijen (Costello, 1991: 45). Dojl je tad bio primoran da nastavi da piše, ne sanjajući da će lik Šerloka nastaviti da živi i u narednim vekovima (Knox, 1928: 43). Od promene Holmsovog fizičkog izgleda koju je u *Strandu* uneo Sidni Pedžet, preko dramatičnog naglaska Džeremija Breta na njegovom estetskom senzibilitetu do savremenog Benedikta Kamberbača, Holms je prošao kroz stalnu adaptaciju u više konteksta, medija i žanrova. Dok su Dojl i njegovi savremenici prisvajali elemente gotičke priče i drugih popularnih žanrova kako bi odgovarali kasnoviktorijanskoj čitalačkoj publici, Šerlok Holms se danas pojavljuje kao šampion popularnog narativa čija se raznolikost često zasniva na gotskim konvencijama prilagođenim savremenom dobu. Priče o Šerloku Holmsu postale su večna inspiracija, i s razvojem medija razvijao se i Šerlov lik, uvek prilagođen dobu u kom se ponovo rodio, ali ipak zadržavajući vanvremenske karakteristike inteligentnog, visprenog, borca protiv zla koji uvek pobeđuje i koji je kao takav uvek bio figura s kojom bi se konzumenti nekog medija svesno ili nesvesno rado poistovećivali i na čijoj bi strani uvek bili. Taj njihov višeslojni odnos kao rezultat prikazuje doba u kom publika živi, pa tako, sa dolaskom savremenog doba, i sliku konzumentskog društva, brzog i neizbežnog razvoja tehnologije i popularne kulture i njenih zahteva.

U ovom radu biće analizirane Šerlokove avanture i njihova ekranizacija. Pratiće se put razvoja Šerlovog lika od samog početka, predstaviće se mediji viktorijanskog doba, da bi se kasnije analiza vodila i stavovima Stjuarta Hola, teoretičara kulture i sociologa. Vremenom je pažnja publike donela Šerloku slavu i kao takav zavredio je pažnju Hola, koji Šerloka posmatra kao društveni fenomen kroz brojne načine njegovog prikazivanja.

Teoretičar kulture Stjuart Hol razvio je teoriju reprezentacije. Izabran je za ovaj rad jer glumci i reditelji prave predstave u obliku filmskih ili TV adaptacija. Oni stvaraju sopstvene verzije Šerloka Holmsa. Prema Stjuartu Holu, reprezentacija je kada se „koristi jezik da se kaže nešto značajno, ili da se svet smisleno predstavi“ (Hall, 1997: 15). Glumci u ovim adaptacijama predstavljaju Holmsa i stoga prenose nešto značajno o originalnom liku Konana Dojla.

Stjuart Hol, rodом Jamajčanin, profesor na Birmingenskom univerzitetu, prirodan je izbor jer su njegove tačke gledišta oblikovale studije kulture. Kasnije se u ovom radu koristi Holov pristup predstavljanja, pristup koji se bavi reprezentacijom kao delom oblikovanja značenja unutar kulture. Ovaj pristup je nazvan konstrukcionističkim pristupom predstavljanja. Javnost oblikuje značenja Šerloka Holmsa i unutar kultura i među njima. Reprezentacija se ne odnosi samo na to da li mediji tačno odražavaju stvarnost ili je iskrivljuju, jer to implicira da može postojati

samo jedno „istinsko“ značenje, već se odnosi na mnoga značenja koja reprezentacija može da generiše. Reprezentacija implicira da publika kreira svoje značenje, što je trenutak gde se životi likova odvajaju od svojih stvaralaca, u ovom slučaju Artura Konana Dojla, i počinju da „žive“ svoje živote kroz oči publike.

### Šerlok Holms i mediji u viktorijanskom dobu

Avanture Šerloka Holmsa blisko su povezane sa novim, izrazito kasnim viktorijanskim oblicima štampanih medija. Konan Dojl je za objavljivanje iskoristio jedan takav oblik – jeftinu periodiku. Iskoristio je kao svoju ciljanu publiku čitaoce vesti, kratke fikcije, članaka o slavnim ličnostima, popularne nauke, vesti o kraljevskoj porodici. Bila je to respektabilna ali ne i prezahtevna publika željna visokokvalitetnog materijala za čitanje. Dojlova upotreba časopisa *Strand* (*The Strand Magazine*, objavljivan od 1891. do 1950. godine) kao sredstva za Holmsove naracije proizvela je jednu od najuspešnijih književnih veza tog časopisa s autorom. Džordž Njuns (1851–1910), urednik i vlasnik *Stranda*, imao je na svojim stranicama najčitanijeg autora nove detektivske fantastike, a Sidni Pedžet (1860–1908) dodao je ilustracije koje su, kada je Holms bio u pitanju, definisale detektivski imidž za nekoliko generacija. Pedžetovi crteži su bili, možda, najuticajniji doprinos u grafičkoj umetnosti Holmsovog vizuelnog života van originalnih stranica u vreme Konana Dojla. *Strand* je, čak i na ovom nivou, bio neodvojiv od načina na koji je Holms bio poznat dok se etablirao u popularnoj kulturi. U vremenima koje slede Holms počinje da živi van stranica priča Konana Dojla (Carr, 1949: 34).

Artur Konan Dojl je maksimalno iskoristio svoju vezu sa časopisom *Strand*, a časopis je, kako piše u *Oksfordskom rečniku nacionalne biografije*, prodao trista hiljada primeraka svog prvog izdanja u januaru 1891. Dojl je imao dobre uslove: usluge dobrog ilustratora i povoljne aranžmane dobijene od urednika časopisa, a tu su bile i vizuelne zagonetke koje je koristio za svoje priče. (McDonald, 1997: 34). Čitalac je postao Holms. Holms, medij časopisa i njegovi konzumenti postaju neraskidivo povezani, a Njunsov časopis doprinosi oblikovanju takozvanih deduktivnih tehnika detektiva (O’Gorman, 2006: 52).

Kada je u *Baskervilskom psu* prikazana gospođa Lajons koja sedi za pisačom mašinom Remington No 2, a Sidni Pedžet je ilustruje usred kucanja, predstavivši posao daktilografkinje Dojl je trgovao novim stereotipom tog vremena (Rainey, 1940: 71). One su bile deo ciljne publike, što je nagovešteno uključivanjem mnogih oglasa u svako izdanje za najnovije proizvod i time on ulazi u svet marketinga. (Price, 2006) „Štampa je, Votsone, najvrednija institucija, ako samo znate kako da je koristite,“ kako se navodi u knjizi (Doyle, 1981: 59). Konan Dojl, koji je imao drugačiji odnos sa savremenom štampanom kulturom, mogao bi da kaže isto.

Holms, kao proizvod fikcije, postaje i njen autor. Štampa, koja se obično slavi kao izvor pouzdanih informacija, sada je izmanipulisana u neistinu od strane spoljnog autoriteta kome se obično ne pridaje ništa osim najstrože istinitosti. Popularna čitalačka publika je Holmsa, prikriveno ali namerno i čak problematično, uveliko smatrala bar napola stvarnim i stoga ga, kako je Konan Dojl shvatio, nije bilo lako ograničiti na domen imaginativne proze. Čuveni stanovnik ulice Bejker 221B, kako je i sam Konan Dojl znao, redovno je dobijao pisma, kao što ih još uvek dobija. Možda je više od bilo kog lika u engleskoj književnosti Holms bio taj za koga bi čitaoci voleli, a možda bi i dalje želeli, da misle da je stvaran. Ono što je izmišljeno, a što nije empirijski istinito ili što je fantazija, isprepleteno je u junaku Konana Dojla. Ta kombinacija postala je čarobna formula za prikazivanje mnogih drugih detektivskih fikcija u narednom veku. Međutim, Holmsova problematična realnost bila je jedinstvena i sveprisutna, i to je veoma uznemirilo Konana Dojla. Ta stvarnost je, naravno, bila jedan od razloga zašto je ubio Holmsa u *Konačnom problemu* (1893). Kao pisac morao je da pokaže čitaocima i sebi da je njegov junak figura koja je samo prepuštena na milost i nemilost njegovom stvaraocu. Kao reakcija na ubistvo Šerloka usledila je neočekivana reakcija čitalaca časopisa *Strand*. Njih preko dvadeset hiljada pretilo je da će otkazati pretplatu na časopis, što je Dojla primoralo da se vrati pisanju avantura Šerloka Holmsa.

Uspešno iskorišćavajući jedan element modernih medija, Konan Dojl je, čak i nerado, izvukao najbolje iz novog pristupačnog časopisa koji je brinuo za manje zahtevnu čitalačku publiku od tradicionalnijih časopisa. Dojl je u mnogim pričama stavio fokus na moć, ažurnost i tačnost onoga što se moglo pročitati na stranicama štampe; skrenuo je pažnju na materijalnu formu svojih publikacija kao deo samih savremenih medija i proslavio te medije insistiranjem na zavisnosti svog detektiva od vesti i neophodnoj pretpostavci o njihovoj tačnosti. Holms je bio stvorenje medija, i zahvaljujući tome je postojao. U avanturi *Šest Napoleona* namerno je pobrkano ono što se nalazilo u štampanim medijima i ono što je izmišljeno i diskretno podsetio svoju publiku da sve što se može naći na stranicama naizgled savršenog savremenog sveta nove štamparske kulture možda nije istina. U svetu viktorijanske štampe koji se brzo menjao otkrila se činjenica da svaki čitalac nije bio dobar u pamćenju. Kako je vreme prolazilo, ta činjenica se pokazala kao večna (McDonald, 1997).

### Šerlok Holms na putu do 21. veka

Kroz godine koje slede Šerlok Holms prolazi kroz razne transformacije da bi se prilagodio medijima koji su ga prikazivali. Književnosti, zavisno od stila pisca, nekad nedostaje vizuelni aspekt, ali to se donekle može nadomestiti ilustracijama. Različite vrste ilustracija uključene su u priče o Šerloku Holmsu pošto je časopis *Strand* koristio ilustracije Sidnija Pedžeta, koji je stvorio neke od postojećih zaštitnih znakova Šerloka Holmsa, iako ih Artur Konan Dojl nikada nije uključio u svoje priče.

Konan Dojl je pisao da Holms nosi „platnenu kapu koja tesno pristaje“ (Doyle, 1992: 159), a Pedžet ju je kroz svoje ilustracije transformisao u jedan od najprepoznatljivijih sinonima čuvenog detektiva savetnika.

Jedna od glavnih tema u teoriji reprezentacije Stjuarta Hola jesu društvene interakcije koje pomažu da se prihvate kulturološka značenja svake reči. Pisane reči imaju značenje koje im je pridato kroz društvene interakcije u kulturama. Stuart Hol sklapa prikaz kao proizvodnju značenja pojmova u našem umu kroz jezik. Postoje naravno i ograničenja u filmovima jer filmovi, kao i televizijske serije, često imaju vremenski okvir kojeg se moraju držati. U vezi sa ovom tezom važno je napomenuti da filmski mediji ne dopuštaju gledaocima da zamišljaju sopstvene verzije lika jer lik predstavlja glumac. Glumci i reditelji stvaraju sopstvene verzije Šerloka Holmsa. Prema Stjuartu Holu, reprezentacija je kada se „koristi jezik da se kaže nešto značajno, ili da se svet smisleno predstavi“ (Hall, 1997: 15). Slika Šerloka Holmsa na osnovu njegovih zaštitnih znakova je prevedena u različitim kulturama bez upotrebe jezika i reči.

Prva filmska adaptacija Šerloka Holmsa je kratka forma američke produkcije pod nazivom *Šerlok Holms zbunjen*, crno-beli film iz 1900. godine koji traje oko 35 sekundi (Barnes, 2011: 216). Prikazuje Holmsa kako se suočava sa zlikovcem koji neprestano nestaje. Ovaj kratkometražni film je otvorio put budućim glumcima da predstave Šerloka Holmsa na sopstveni način (Harrion, 1975: 89).

Godine 1939, kada je svet bio na ivici katastrofe, američka filmska kompanija „20th Century Fox“ snimila je prvi namerno periodizovani film o Šerloku Holmsu (Charney, Schwartz, 1995: 158). Iz različitih razloga, uključujući oživljavanje viktorijanskih vrednosti i estetike u popularnoj kulturi, sklonost ka bekstvu i estetsku raskršnicu u pogledu mode i tehnologije, „Foks“ je odlučio da napravi upadljivu viktorijansku adaptaciju (Prince, 2000: 49). Holmsa su predstavljali glumci Vigo Larsen, Vilijam Džilet, Klajv Bruk, Bejzil Retboun, Piter Kašing, Džeremi Bret, Robert Dauni Mlađi, Benedikt Kamberbač i Džoni Li Miler. Jedno od najkultnijih glumačkih prikaza Šerloka Holmsa jeste ono u izvedbi Džeremija Breta iz serije *Šerlok Holms*, britanske producerske kuće *Grenada* u periodu između 1984. i 1994. godine. U savremenom svetu Džeremi Bret je predstavljao najautentičniji lik Šerloka otežavajući time svojim glumačkim naslednicima svako sledeće predstavljanje Šerlokovog lika (Stam, 2005: 128). Iako iskusan glumac, Bret je svojevremeno izjavio da mu je teže bilo da glumi Šerloka nego Magbeta ili Hamleta (Manners, Terry, 2001). Zadovoljstvo rešenjem koje detektivska priča pruža savršeno se uklapa u doba raznih neizvesnosti i strepnji koje potiču od naučnih diskursa o evoluciji i geopolitičkih promena u kolonijalnom carstvu. Bret postaje slika kasnoviktorijanskog džentlmena koji se, rame uz rame, bori za pravdu zajedno sa dr Votsonom, svojim kolegom i prijateljem iz srednje klase koji ne samo da je rizikovao svoj život u ime Imperije u

Drugom avganistanskom ratu nego je bio i oličenje svih vrednosti koje su se očekivale od viktorijanskog džentlmena. Taj trag viktorijanskog perioda ostaće neizbrisiv i u narednim ekranizacijama, jer je on bio i ostao deo identiteta Šerloka Holmsa kao što je slučaj u Bi-Bi-Sijevom *Sherlock*-u i Si-Bi-Esovom serijom *Elementary*. Savremen diskurs u štampi i krugovima obožavalaca nudi česte podsetnike da su ovi programi jedinstveni upravo zato što su smešteni u 21. vek (Porter, 2012: 20). Pored toga, oba programa jačaju viktorijansku estetiku Šerloka Holmsa kostimirajući ga tako da uvek izgleda kao čovek van vremena – Kamberbač nosi tamna odela i niz kućnih haljina, a Džoni Li Miler se obično vidi sa zakopčanom košuljom i u prsluku. Te 1939. godine, kulturni i umetnički pritisci kreirali su viktorijanski fenotip, a izbor je definisao Šerlov prikaz od tog trenutka (Pearson, 2007: 17).

Nedavne adaptacije i ponovno vaskrsnuće Šerloka Holmsa stvaraju novootkrivenu ljubav prema njemu. Stari obožavaoci se raduju ponovnom rođenju lika prihvatajući ga sa svim novinama uz manja ili veća negodovanja, dok nova publika uživa u otkrivanju Šerlokovog lika (Nollen, 2004: 164). Jedna od novih strana Šerlokovih ličnosti nalazi se u dve adaptacije Gaja Ričija: *Šerlok Holms* iz 2009. i *Šerlok Holms: Igra senki* iz 2011. godine. U Ričijevim adaptacijama Holms se pretvara u akcionog heroja koji se ne plaši ulaska u borbu (Ashley, 2013: 7). Istovremeno, Holmsov lik je u izvedbi Roberta Daunija Mlađeg tumačen kao šarmantan, boemski, neuredan i aljkav (Davies, 2007: 64). Osnova dve adaptacije je poseban odnos između Šerloka Holmsa i Džona Votsona. Novo vreme i publika drugačijeg mentaliteta traži takve izmene (Parody, 2011: 214). Reč „bromance“ počinje da se često koristi u vezi sa novim filmovima. „Bromance“ je žargonska reč koja se koristi da opiše intenzivnu i neseksualnu vezu između dva muškarca. Robert Dauni Mlađi je izjavio da su Holms i Votson „dva muškarca koji su slučajno cimeri, mnogo se rvu i dele krevet“ (Hunter, Whelhehan, 1997: 15). Šerlov lik inače nema jasan seksualni identitet jer publika viktorijanskog doba njegovu seksualnost nije dovodila u pitanje. Kako Vanaker kaže, savremena publika je primorana da sama razmišlja o tome i da to analizira (Vanacker, 2013: 69).

Koncept bromansa prisutan je i u drugim adaptacijama – jedna od njih je britanska Bi-Bi-Sijeva produkcija Šerloka koja je počela da se emituje 2010. godine. U njoj se pojavljuju Benedikt Kamberbač i Martin Friman kao Šerlok Holms i Džon Votson, a kreiraju je Mark Getis i Stiven Mofat. Radnja epizoda je skoro identična pričama Artura Konana Dojla, ali je malo modernizovana (Porter, 2013: 15). Holms je aseksualni muškarac sa jasnom zloupotrebom supstanci koji živi u Londonu 21. veka, dok je Votson lekar veteran koji se vratio sa službe u Avganistanu. TV serija, baš kao i Ričijeva adaptacija, mnogo se fokusira na odnos između dva glavna muška lika. Kreatori i glumci su od Holmsa napravili ponekad komičnu figuru kojoj nedostaju društvene veštine i kog mnogi ljudi vide kao homoseksualca, što se može

smatrati i posledicom savremenog narativa i aktuelnim temama o kojima se rado diskutuje. Holms je od nivoa gotovo božanstva koji je imao, spušten „na zemlju“ da bi bio bliži običnom čoveku, da njegova „savršenost“ ne uznemiri gledaoca, već da se on može ponekad poistovetiti sa Holmsom, a ostavljeno je dosta prostora za dalje debate o svim aspektima koje lik Šerloka predstavlja.

Glumac Kamberbač, zahvaljujući neverovatnom uspehu Bi-Bi-Sijevog Holmsa, postaje seks simbol. Svi novinari i reporteri žele da ga intervjušu, a novonastala glad medija za njim znači da je Šerlok Holms postao seks simbol 21. veka, ali i komičar i akcioni heroj (Heilmann, Llewellyn, 2010: 154). O neverovatnom uspehu i popularnosti serije svedoče i brojni takozvani mimovi (memes) i džifovi (gifs) sa likom Kamberbačovog Šerloka, a koji su nebrojeno puta podeljeni među korisnicima raznih društvenih mreža čime se slava Šerloka seli i na društvene mreže. Na društvenoj mreži Facebook postojala je i online igra sa Šerlokom u glavnom liku, a taj sajt nije bio jedini koji je iskoristi lik Šerloka ne bi li napravio online igrice o njegovim avanturama. Iako igrice nisu dostigle uspeh lika Šerloka u knjigama ili u serijama, njihovo postojanje svedoči o Šerlokovoj popularnosti.

U Bi-Bi-Sijevom Šerloku 21. veka primetne su i neizbežne tekovine novog doba. Sam način rada viktorijanskog Šerloka bio je preteča poslu forenzičara. Stiven Mofat, tvorac Šerloka (2010–) koji je i sam obožavatelj njegovog lika, izjavio je pre premijere svoje televizijske serije da za razliku od drugih detektiva koji imaju slučajeve, Šerlok Holms ima avanture, i to je ono što je važno, što ga čini posebnim. Primetno je da nedavne adaptacije i dalje sadrže detektivski rad, negativce i uzbudljive zločine koji sugerišu da priče o Šerloku Holmsu i dalje sadrže originalne zaštitne znakove iako se dešavaju u aktuelnijim i modernijim vremenskim okvirima (Gutleben, 2001: 64). U savremenoj erupciji adaptacija, neke predstavljaju viziju Šerloka Holmsa kao društveno neprilagođenog karaktera, koja je počela sa serijom *Doktor Haus* koja je crpela inspiraciju iz Holmsovog lika da bi stvorila toksično grubog, samolećećeg genija doktora, i popularnost fenotipa antiheroja. Lako je uočiti da je Šerlov lik bio i inspiracija za lik čuvenog doktora Hausa, jer se mogu povući izvesne paralele između dva lika.

Holmsova kontinuirana popularnost dovela je do nebrojenih dela zasnovanih na njegovom liku kao i adaptacija njegovih avantura za bilo koje medije, a interesantno je pomenuti da „autorska prava za sva Doyleova dela istekla su 1980. godine u Velikoj Britaniji tako da su u toj zemlji, ali i u većem dijelu svijeta (tamo gdje je datum isteka autorskih prava 50 ili 70 godina nakon autorove smrti), njegova djela javno dobro. Međutim, zbog razlika u zakonu, sva djela objavljena u Sjedinjenim Državama pre 1923. su u javnom „vlasništvu.“ (Sherlockian.net). *Ginisova knjiga rekorda* (*Guinness Book of Records*) navodi Holmsa kao „najportretiranijeg lika na

filmu“ sa gotovo 70 glumaca koji su tumačili njegov lik u preko 200 filmova (Guinness World Record News).

### **Šerlok iz ugla Stjuarta Hola**

Glavna tema u teoriji reprezentacije Stjuarta Hola su društvene interakcije koje pomažu da se prihvate kulturološka značenja svake reči. Pisane reči imaju značenje koje im je pridato kroz društvene interakcije u kulturama. Korišćenjem Holove teorije, veza između lika Šerloka i slike o njemu koju svi imamo i moći svih pa i najsuptilnijih asocijacija na Šerloka, postaje jasnija i smislenija. Reprezentacija povezuje značenje sa kulturnim fenomenom (Hall, 1997: 15). Priče Artura Konana Dojla o avanturama detektiva savetnika uticale su na neke vidove medija kao i na kulture širom sveta. Holms i Votson postaju obeležja i simboli koji bivaju dekodirani. Obeležja Šerloka i Votsona su dobro znana publici i stoga mogu lako biti inkorporirani u teoriju reprezentacije. Samim tim reprezentacija i njeno kulturno značenje su uključeni kao deo teorije. Hol pokazuje kako reprezentacija oblikuje značenje koje je pridodato predmetu koje se prenosi širom kultura. Šerlokova kapa i lula čak i bez samog Šerloka jasna su asocijacija na njegov lik.

Stjuart Hol tradicionalno posmatra koncept kulture kao nešto najbolje u društvu. Najbolji proizvod iz različitih žanrova koji se dele sa publikom. Žanrovi uključuju slikarstvo, književnost i filozofiju. Savremeni pristup kulturi deli koncept u dve kategorije: visoka kultura i popularna kultura. Visoka kultura se definiše kao ono što je najbolje u okviru različitih žanrova, dok je popularna kultura masovno nastao proizvod dostupan celoj publici (Hall, 1997: 2). Hol nastavlja navođenjem da kultura, kako tvrdi, nije toliko skup stvari – romana, slika ili TV programa i stripova – koliko proces, skup praksi. Pre svega, kultura se bavi proizvodnjom i razmenom značenja – „davanjem i uzimanjem značenja“ – između članova društva ili grupe. Hol smatra da razumevanje reprezentacije sugerise da znaci koje koristimo u međusobnoj komunikaciji odražavaju njihovo pravo značenje jer jezik deluje kao ogledalo svetu (ibid.). Šerlov lik od momenta nastanka nosi značenje pravde, brzog uma i hrabrosti. Samo ime Šerlok ili pak nešto što ga vizuelno simboliše nosi sva ta značenja koje su mu pridodali konzumenti medija. Šerlok je reprezentovan kao sve to i svakom delu njegovog lika publika je pripojila te epitete.

### **Zaključak**

Pre gotovo vek i po stvoren je lik Šerloka Holmsa koji je od svog samog nastanka neraskidivo vezan za medije. Od časopisa do radija, pozorišta, televizije, bioskopskog platna pa čak i kompjuterskih igrica, Holms je prešao kreativne kilometre na putu svoje transformacije. Svaki novi autor i svako novo doba dali su sebi za pravo

da izmene Šerloka po svom nahodjenju ne bi li se dodvorili publici ili pak sami sebi, ispunivši svoje ideje o tome ko je Šerlok.

Pored stalnih vrednosti koje publika vezuje za lika Šerloka Holmsa, koje su genijalnost, ekscentričnost, široko obrazovanje i na momente odstupanje od uobičajenog ponašanja u društvu, Šerlok se kroz vreme menja. Njegov lik daje prostora novoj publici da ga prilagodi, pomalo promeni, da mu pridoda neke neočekivane karakteristike. Menjaju ga autori televizijskih serija, menja ga doba u kom se prikazuje, menja ga i sama publika svojim potrebama i željama koje govore šta bi volela da gleda na ekranima. Šerlok dobija nove odlike, postaje seks simbol jer to traži društvo 21. veka, stidljivo se priča o njegovoj seksualnosti jer je to tema ovog doba, ali se opet ne razotkriva sve da bi autori ostali koliko-toliko verni originalu i zadržali dozu misterije. Šerlok i Votson postaju junaci novog doba jer je publika uvek željna nepobedivih heroja. Nove ekranizacije Šerloka smeštaju ga u savremeno doba, ali publici to ne smeta, još im je bliži, a opet je onaj stari Šerlok, suština njegovog lika je ostala.

Koncept kulture je u ovoj priči uključen i tim što su Šerlok Holms i Džon Votson postali kulturne ikone. Teorija reprezentacije pokazuje kako se glumci i reditelji prilagođavaju liku i delu i daju svoje viđenje kako da predstave likove. Svako je imao slobodu da interpretira likove po svom nahodjenju, ali ipak do određene granice, jer Šerlok Holms i Džon Votson nose mnogo znakova i simbola koje dekodira publika širom sveta, a publika nikad nije smela biti razočarana. Publika koristi konotacije koje su ili univerzalne ili pojedinačne kada dekodiraju sliku Šerloka i svako ima prostor da doživi likove po svom nahodjenju.

Kako je vreme pokazalo, kulturni fenomen koji je bio Šerlok Holms narastao je daleko iznad ograničenja od šezdeset priča koje obuhvataju kanon. Ipak, atmosfera Londona s početka 19. veka, nauka o dedukcijama, kapa i lula preživeli su kao simboli karaktera koji svoj život živi u sada već dalekoj prošlosti. Zaista je impresivno, s obzirom na stalno prisustvo ove kulturne ikone, da Šerlok i dalje izaziva misteriju i strast više od veka nakon svog stvaranja i da je postavši bezvremen spreman za nove reprezentacije i za novu publiku ostavljajući prostor za novu eksploataciju njegove simbolike i za dalja otkrivanja njegovog lika.

## Literatura

- Barnes, A. (2012). *Sherlock Holmes on Screen: The Complete Film and TV History*. London: Titan Books Limited.
- Berger, A. (2012.) *Asa: Media Analysis Techniques*. 4th edition. New York City: SAGE Publications, Inc.
- Carr, J. D. (1949). *The Life of Sir Arthur Conan Doyle*. London: John Murray.
- Charney, L. and Schwartz, V.R. (1995). *Cinema and the Invention of Modern Life*. Berkeley, Los Angeles, and London: University of California Press.
- Costello, P. (1991). *The Real World of Sherlock Holmes*. London: Robinson Publishing.
- Davies, D. S. (2007). *Starring Sherlock Holmes*. London: Titan Books.
- Doyle, A.C. (1981). *The Penguin Complete Sherlock Holmes*. Harmondsworth: Penguin.
- Gutleben, C. (2001). *Nostalgic Postmodernism: The Victorian Tradition and the Contemporary British Novel*. Amsterdam: Rodopi.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representation and signifying practices*. New York: SAGE Publications Ltd.
- Hutcheon, Linda. (2006). *A Theory of Adaptation*. Oxfordshire: Routledge.
- Harrison, M. (1975). *The World of Sherlock Holmes*. New York: Dutton.
- Heilmann, A. and Llewellyn, M. (2010). *Neo-Victorianism: The Victorians in the Twenty-first Century, 1999–2009*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Hunter, H. K. and Whelehan, I. (1997). “‘It’s Always 1895’: Sherlock Holmes in Cyberspace.” *Trash Aesthetics: PopularCulture and Its Audience*. London: Pluto.
- Knox, R. A. (1928). *Studies in the Literature of Sherlock Holmes*. In: *Essays in Satire*. London: Sheed and Ward, 145–75.
- Liening, A. (2013). "NOT YOUR GRANDFATHER'S SHERLOCK HOLMES": Guy Ritchie's 21st Century Reboot of a 19th Century British Icon.
- Manners, T. (2001). *The Man Who Became Sherlock Holmes - The Tortured Mind of Jeremy Brett*. London: Virgin Publishing Ltd.
- McDonald, P.D. (1997). *British Literary Culture and Publishing Practice, 1880-1914*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nollen, S. A. (2004). *Sir Arthur Conan Doyle at the Cinema: A Critical Study of the Film Adaptations*. London: McFarland and Co.
- O’Gorman, F. ed. (2006). *Arthur Conan Doyle, The Hound of the Baskervilles and ‘The Adventure of the Speckled Band’* Ontario, Broadview.

- Parody, Clare. "Franchising/Adaptation." *Adaptation* 4.2 (2011): 210-18.
- Pearson, Roberta. (2007). "Bachies, Bardies, Trekkies, and Sherlockians." In: Jonathan Gray, Cornel Sandvoss, and C. (eds.) *Harrington Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York: NYU Press, 98-109.
- Porter, L. (2012). *Sherlock Holmes for the 21st century: essays on new adaptations*. North Carolina: McFarland & Company, Inc.
- Price, L. and Thurschwell, P. (2004). *Literary Secretaries, Secretarial Culture*. Ashgate: Burlington.
- Prince, S. (2000). *A New Pot of Gold: Hollywood under the Electronic Rainbow 1980-1989*. New York: Charles Scribner's Sons.
- Rainey, L. *Office Politics: The Secretary in Film and Fiction, 1890-1940*.
- Stam, Robert. (2005). "Introduction: *The Theory and Practice of Adaptation*." *Literature and Film: A Guide to the Theory and Practice of Adaptation*. Malden, MA: Blackwell.
- Vanacker, S. & Catherine W. (2013). *Sherlock Holmes and Conan Doyle. Multi-Media Afterlives*. London: Palgrave Macmillan.
- Pendreigh, B. (19.7.2010.) Times have changed but crimes are the same for new Sherlock Holmes. *Herald Scotland*. Retrieved from:  
<https://web.archive.org/web/20131105135259/http://www.heraldsotland.com/news/home-news/times-have-changed-but-crimes-are-the-same-for-new-sherlock-holmes-1.1042129> [18.8.2023]
- Sherlockian. The portal of the Great Detective. Retrieved from:  
<https://www.sherlockian.net/teaching/ownership/> [8.8.2023]
- Guinness World Record News. (14.5.2012). Retrieved from:  
<https://www.guinnessworldrecords.com/news/2012/5/sherlock-holmes-awarded-title-for-most-portrayed-literary-human-character-in-film-tv-41743/> [08.08.2023]

Ivana D. Nemet

## **SHERLOCK HOLMES THROUGH THE PRISM OF THE MEDIA, THEN AND NOW**

**Summary:** Through qualitative research, the paper will analyze the character of Sherlock Holmes through the theory of cultural representations of the cultural theorist Stuart Hall as well as the relationship with the media and Sherlock's cultural influence carried out through and with the help of the media. Speaking of the media, before the 19th century, the press was the only source of information for the public, but today, with the flood of information sources, the amplitude of the term media has expanded to include modern sources of information. After the first appearance of Sherlock in the magazine "Strand" in 1887, neither the author Conan Doyle nor the publishers dreamed that the character of Sherlock would experience such popularity that would affect the further course of creation of the writer as well as the further independent life and development of the character of Sherlock in the following decades. Sherlock and his audience continued to shape each other. The media's hunger for Sherlock has not diminished; it has turned out that they live in a beautiful symbiosis, and the question remains how their relationship has transformed and whether there is something else that the media and Sherlock have not given to each other.

**Keywords:** Sherlock Holmes, detective novel, print, screen adaptation, the internet

Datum prijema: 15.9.2023.

Datum ispravki: 3.11.2024.

Datum odobrenja: 5.11.2024.