

## ТЕХНОЛОГІЯ ІМІДЖМЕЙКІНГУ В ЦИКЛІ ПРО ШЕРЛОКА ХОЛМСА

У статті розглянуто використання Конан Дойлем технологій іміджмейкінгу при створенні образу Шерлока Холмса, в чому вбачається потужний чинник міфологізації образу детектива, його зближення з ніщеанською надлюдиною в умовах пізньовікторіанського суспільства.

**Ключові слова:** імідж, сугестія, масова аудиторія, міфологізація, надлюдина.

Масштабна і різноспекторна міфологізація образу Шерлока Холмса поки що дуже мало висвітлена у науковій літературі. З-поміж інших її чинників, доцільно шукати ключ популярності характеру в особливій манері подачі художнього матеріалу, особливому способі комунікації автора і читача, який «змушує» майже безапеляційно повірити у силу натури й метод головного героя, відчути харизматичність образу.

Аналіз творів циклу дозволяє простежити послідовний, цілеспрямований вплив автора на читача через підходи, співвідносні із сучасними технологіями іміджмейкінгу, дослідження яких і є метою даної статті.

Проблема міфологізації образу Холмса вітчизняними чи зарубіжними вченими досі не досліджувалась в аспекті використання іміджевих технологій. Проте поодинокі пояснення міфогенності образу дойлівського детектива ми знаходимо у працях Д. Сташауера [12], Дж. Томпсона [23], К. Роджека [22], Л. Франка [21], П. Андерсона [18], Зехера [24] та ін. Найбільше заслуговує на увагу спроба пояснити фактори міфологізації Холмса у монографії М. Чертанова про Конан Дойля [15]. За словами М. Чертанова, «міфологічним є зовсім не Холмс, міфологічна холмсiana як цілісний твір» [15, 129]. Це насамперед визначено позицією автора, який, свідомо чи ні, творить міф свого героя, апелюючи до ефективних в цьому плані прийомів (за аналогією, Конан Дойль застосовує той само інструментарій, про який говорить Г. Тард з приводу преси, а саме – стимулює та визначає зміст і напрям діалогу, що, в свою чергу, формує думки та почуття людей [13, 196]).

Усі зусилля Конан Дойля так чи інакше спрямовані на створення іміджу Холмса, який відповідає би смакам широкої аудиторії і, як показав час, залишався таким впродовж значного періоду, що свідчить про звернення до вічних, архетипальних людських цінностей. За словами Е. Кондратьєва, саме імідж допомагає «викристалізовувати і впорядковувати всі інформаційні потоки» в «ідеалізовану картинку» [4, 126]. Імідж підштовхує читача сприймати інформацію в необхідному ключі, ніби уніфікуючи її і є дієвим інструментом сугестії, маніпуляційного впливу, з допомогою якого автор «змушує» читача поводитись «за його програмою», причому пересічний читач сприймає цей вплив мимовільно, не розпізнаючи, що «не викликає спротиву» [3, 7] і дозволяє цілком піддатись гіпноітичній силі художнього слова.

Домінантна роль у створенні іміджу предмета мовлення (яким у творах незмінно виступає Шерлок Холмс) належить суб'єкту комунікації – оповідачеві. У більшості випадків ним є Ватсон. Обравши такий спосіб спілкування із читачем, коли оповідачем виступає, власне, очевидець подій (так званий гомодієгетичний аукторіальний тип оповіді), людина із міддл-класу, яка не створює відчуття відчуження ні в більш, ні в менш освіченого реципієнта, а, навпаки, викликає довіру, автор відчутно посилив фатичну, магічно-містичну та волюнтативну функцію мовлення. Імідж героя у творах міддллітератури, якими є твори про Холмса, має балансувати: бути таким, щоб не відлякувати надмірною манірністю, елітарністю, складнощами внутрішнього світу малоосвіченого читача і в той же час залишатись цікавим для читача-інтелектуала.

Імідж Холмса як такої собі «надлюдини» вікторіанської епохи стає ефективним завдяки поєднанню традиційних ресурсів створення іміджу:

1. Зовнішні дані Холмса, подані крізь призму ватсонівського бачення із проекцією не просто на опис, а на характеристику: риси зовнішності Холмса яскраво відбивають його риси вдачі, внутрішній світ («Навіть зовнішні його риси могли вразити увагу випадкового спостерігача» [2, Т. I, 22]). «Гострі» та «проникливі» [2, Т. I, 22] – постійні епітети для опису очей Холмса. Так само показовими є описи Холмса в момент праці, які демонструють його запал, цілковиту самовіддачу, розчинення в справі, з якою працює: «Обличчя його спохмурніло. Брови витяглися двома чорними лініями, з-під яких крицевим блиском світилися очі. Голова похилилася, плечі зсутилились, уста щільно стулилися, на міцній шії здулися жили. Ніздрі роздулись, наче в тварини, яка женеться за здобиччю; всі думки його так зосередились довкола справи, якою він перейнявся, що найкраще було не звертатися до нього з жодними запитаннями: він або нічого

не відповідав, або нетерпляче уривав розмову» [2, Т. I, 254]. Згідно з концепцією Г. Почепцова, біологічні дані мають демонструвати агресивність чи силу [9, 43]. В образі Холмса робиться ставка на аспект сили в різних її проявах.

2. Соціальні і професійні характеристики Холмса, які в нашому випадку слід розглядати окремо. Адже соціальна сторона особистості Холмса виписана досить неоднозначно. З одного боку, Холмс представлений людиною-рятівником, без якої важко уявити собі порядок у криміналізованому, розхитаному морально-релігійною кризою суспільстві кінця XIX століття (образ Холмса підпадає під визначені Г. Почепцовим рамки «харизматичного лідера» [9, 42], прототипом якого є Бог, цар, і головними характеристиками котрого є установка на фактичну силу, владу керувати і наказувати, а також відгородженість від решти населення, певна неподоланна дистанція між ними). З другого боку, Холмс старається уникати соціальних контактів, які не пов'язані безпосередньо із професійною діяльністю. За теорією Ф. Ніцше, тільки справді сильна людина, прототип надлюдини, може терпіти самотність, що є ознакою звільнення, перемоги над презирливим «стадним інстинктом»: «Самотність – ось той аргумент, перед яким відступають найпереконливіші доводи» [6, 84]. Боязнь залишитись самотнім, відторгнутим соціумом – це голос стадного інстинкту, тому вищою мірою визволення від рабських пут буття частиною соціуму як цілого є самоусунення, що демонструє Шерлок Холмс: він включається в структуру соціального життя тоді, коли того бажає він сам, навіть із одруженим Ватсоном він зустрічається лише тоді, коли потрібен компаньйон у веденні справи. Причому потяг до усамітнення закладений в образі дойлідського детектива генетично: Холмс і його брат Майкрофт такі собі генії-самітники серед багатоголоного Лондону. Цим підтверджується його «інакшість», позиція поза натовпом, яким узагальнено і є соціум (Ф. Ніцше, наприклад, називає єдиним все людство: «...нашого біологічного виду, нашого стада, яке іменується людством» [6, 30]): «Ця його мовчанка лише підсилювала враження чогось трагічного, яке він на мене справляв, і часом мені здавалося, що я бачу в ньому щось відчужене від світу – ніби мозок без серця, так само слабкий у своїх почуттях, як і могутній у міркуваннях» [2, Т. II, 147]. Суспільство, втім, залишається постійно відкритим для Холмса: він сам обирає, коли із ним взаємодіяти.

З професійного ж боку імідж Холмса створено бездоганно – він професіонал, майстер своєї справи, ретельний у досконалості до дрібниць, на які в житті б не стали звертати увагу обивателі із Скотленд-Ярду. Для Холмса немає незначущих сторін справи, кожна деталь становить невід'ємну частину сплетеного вузла: «Детективові стає в пригоді будь-яке знання, – зауважив Холмс. Навіть така дурниця, що 1865 року картину Греза під назвою «Дівчина з ягням» було продано на аукціоні «Порталіс» за мільйон дві тисячі франків...» [2, Т. IV, 14]. Соціальний і професійний аспекти іміджу Холмса тим більше підкреслюються у випадках, коли автор навмисно акцентує на важливості перебування Холмса на стороні добра: «Щастя для лондонців, що я не злочинець» [2, Т. III, 282]; чи слова Ватсона: «Порухи його були швидкі, тихі, обережні, мов у собаки, що нанюхав слід. Я мимоволі подумав, яким страшним злочинцем він міг би стати, якби спрямував своє завзяття і талант не на захист закону, а проти нього» [2, Т. I, 133]. Такими невинними, на перший погляд, зауваженнями автор вразі посилює вплив на свідомість читача, змушуючи все більше вірити у категоричність сили і вольового стержня Холмса і підсвідомо все-таки дякувати, що Холмс на боці світла.

3. Самосприйняття. Самооцінка особистості становить собою так званий дзеркальний імідж, який, за спостереженнями науковців (Г. Почепцов, Е. Кондратьєв, Р. Абрамов), майже завжди є позитивним. Самооцінка Холмса закономірно відповідає закладеній автором концепції. Холмс – найперша особа, яка переконана у власній силі. Г. Почепцов наводить слова С. Маршака, який говорить, що для того, аби викликати повагу в інших, слід спершу навчитись поважати себе самого [9, 36]. Згідно з Ф. Ніцше, «індивід завжди залишається індивідом, початком і кінцем усього» [6, 32]. Індивід в силі сам себе створити і змусити інших вірити у свою силу, причому Ф. Ніцше відзначає інстинктивний потяг маси до особистості, яка випромінює силу і впевненість, що продемонстровано не тільки в тканині твору, але діє у відносинах читацької аудиторії із образом Холмса: «Бо маси, насправді, завжди готові прийняти будь-яке рабство, тільки б повелитель постійно демонстрував свою вищість, своє законне право веліти...» [6, 75]. І Холмс демонструє це право дуже потужно і самоствердно. Із упевненістю він називає себе людиною «особливих знань і сили» [2, Т. III, 205], «останньою надією на порятунок» [2, Т. I, 264], єдиною людиною, яка віддала «розкриттю злочинів стільки праці й таланту» [2, Т. I, 28], а свій розум – «великим» [2, Т. I, 51]. Поєднання гострого розуму, унікального методу, справді значних досягнень в розкритті найзаплутаніших справ, що становить доказовий ґрунт успішності особистості Холмса в поєднанні із впевненістю у власних силах є ефективними засобами впливу на формування іміджу Холмса, причому останній аспект є не менш важливим, ніж усі попередні: яким блискучим не був би послужний список Холмса, важко уявити собі ситуацію, коли б він користував-

ся таким самим успіхом, будучи невпевненим, скромним і менш харизматичним. Очевидно, що становище поза офіційними поліційними структурами продовжує цю саму лінію: він не бажає коритися формальностям і бути керованим будь-чим іншим, окрім своєї власної волі: «У мене свої методи, і я розповідаю лише те, що сам вважаю за потрібне. Оце й є перевагою мого неофіційного становища» [2, Т. II, 19–20].

4. Сприйняття референтними групами. З середньостатистичного погляду, коло спілкування Холмса досить обмежене, проте в Холмса, схильного до усамітнення, це не викликає ніякого дискомфорту. Основними контактними групами, з якими взаємодіє Холмс в процесі перебігу оповідань, є: Холмс–Ватсон, Холмс–місіс Хадсон, Холмс–Майкрофт, Холмс–Моріарті, Холмс–детективи Скотленд-Ярду, Холмс і його помічники (Біллі чи «загін кримінальної поліції з Бейкер-стрит»), Холмс і персонажі, з якими він стикається в процесі ведення розслідування і які змінюються з кожними новим твором. Дослідивши роль Холмса в кожній із цих контактних груп, можна зробити висновок, що він виступає в них із позиції внутрішньої сили, авторитету, яким незмінно користується його персона в кожного, з ким пересікає його автор. За цим стоїть твердження, що за розвитком вольового прояву, духовно й інтелектуально Холмс стоїть значно вище від усіх інших людей, які становлять собою масу і, за законами маси, тягнуться до нього як до неформального лідера і, свідомо чи підсвідомо, прагнуть керуватись його волею: «Чим менше людина схильна веліти, тим сильніший її потяг до того, хто велить, і велить суворо, – до Бога, правителя, становища в суспільстві, лікаря, духівника, догмі...» [6, 273].

У відображенні взаємозв'язку Холмса з контактними групами так само помітне ватсонівське схилення перед його особою: як оповідач, він сам вирішує, як саме і наскільки «достовірно» передавати ці стосунки.

У ставленні представників більшості названих контактних груп до Холмса помітне почуття цілковитої довіри та обожнювання, схилення перед його професійними й особистісними здобутками і толерантна поблажливість до дивацтв, які сприймаються як уділ талановитих, вищих (так би мовити, не від світу цього) людей, до яких зараховується Холмс. Ватсон зазначає, що «*господиня [місіс Хадсон – Л. Р.] дивилась на нього з поборжністю й ніколи не перечила, незважаючи на всі його чудернацькі вчинки*» [2, Т. III, 306]. Типовими є зауваження на кшталт висловленого Персі Фелпсом із «Морського договору»: «*Ми всі у ваших руках, містере Холмсе, й ви повинні лише наказати нам, що і як робити*» [2, Т. II, 182]. Помічник Холмса, Біллі, каже про нього Ватсону: «*Містер Холмс завжди знає все, що треба*» [2, Т. IV, 166]. Репліки Майкрофта теж сповнені пієтету, віри у винятковість, всемогутність Холмсової особи; на погляд Майкрофта, розум Холмса вартий тільки унікальних, надскладних за і надважливих справ типу викрадення креслень Брюса-Партінгтона: «*Облиш усе, Шерлоку. Викинь з голови свої дрібні поліційні загадки. Ти повинен розплутати таємницю міжнародної ваги*» [2, Т. III, 284]; «*...тільки ти зможеш розплутати цю справу*» [2, Т. III, 284]. І це при тому, що Холмс називає талант брата більшим, ніж власний: отже, Холмс наділений тим, чого самому Майкрофту бракує – пріоритетом волі, який дає змогу домінувати і активно досягати успіху попри всі складнощі, перед якими фігура Майкрофта відверто пасує. У ставленні клієнтів Холмс постає як єдина зі всього світу людина, яка може їм допомогти і встановити істину й справедливість. Клієнт Холмса із оповідання «Пригода в «Бузковій хижі» каже, що Холмс – «*людина, яка може дати пораду на будь-який випадок, хоч і найважчий*» [2, Т. III, 245], а Трелоні Гоуп, чия поведінка типова для більшості людей, знайомих із успіхами Холмса, висловлює щирий захват роботою детектива: «*Який тягар упав з моїх пліч! Але це незбагненно... незбагненно! Містере Холмсе, ви чарівник, чарівник!*» [2, Т. III, 238]

Задля уникнення схематизму і більшої ефектності, автор часто додає ситуації, коли хтось висловлює недовіру до можливостей Холмса. Але на фоні такого нехтування його методом тим більш виразним і дієвим в плані сугестивного впливу є подальше покаяння (випадок із Леслі Армстрогом із оповідання «Зниклий регбіст»). Природньо, що необґрунтовані напади на особу Холмса викличуть у читача рішучий спротив і підсвідоме бажання захистити репутацію Холмса. В свою чергу, це спрацює на користь симпатії до образу детектива і утвердить думку про його добропорядність та інші професійні та суто людські чесноти. Наприкінці твору, зазвичай, настає розкаяння; той же Леслі Армстронг говорить: «*Ви славний чолов'яга <...> Я помилявся, осуджуючи вас*» [2, Т. III, 197].

Ставлення детективів зі Скотленд-Ярду до Холмса дуже мінливе: вони раді були б ігнорувати його, якби не мусили через власну недолугість і для порятунку власної репутації постійно звертатись до нього по допомогу. Поряд із блискучою фігурою Холмса вони гостріше, болючіше відчувають власну неспроможність. Між Холмсом і детективами Скотленд-Ярду відчувається така собі духовна прірва: вони не здатні його зрозуміти і гідно оцінити, а його успіх для них – щось незбагненне, ефемерне: «*Лестрейд поглянув на Холмса, мов на божевільного*» [2, Т. III, 37].

Більшим драматизмом і благородством позначені взаємовідносини Холмса і Моріарті. Вони нагадують поєдинок: це бій титанів, однаково обдарованих людей, надлюдей, різниця між якими тільки в грі на стороні добра чи зла, і результат протистояння яких демонструє одвічну перемогу справедливості. Цей поєдинок виразноє лінію Холмса-рятівника і додає впевнено виписаному іміджу детектива ще більшої перекоханості: Моріарті якраз той талант, який, за словами Ватсона, «розпізнає й цінує генія» [2, Т. IV, 11]: «Для мене [тобто Моріарті – Л.Р.] було справжньою насолодою спостерігати за вашими методами боротьби» [2, Т. II, 194].

5. Публічний образ, створений з допомогою посередників, з якими особистість не вступає у безпосередню взаємодію. Для оповідань про Холмса типовими є ситуації, коли клієнт, який приходиться до нього на Бейкер-стрит або присилає лист чи телеграму, згадує, що звертається до Холмса, бо чув про його успіхи раніше або отримав безпосередньо рекомендації від знайомих звернутись по допомогу саме до нього. Репліки такого типу (причому вони повторюються майже в кожному творі циклу) формують імідж Холмса, створений через посередників. Причому характерно, що коли клієнт звертається до нього з власної волі, то думка про Холмса переважно позитивна, тоді як люди, в плин життя яких Холмс втручається самовільно, дуже часто бачать особистість дойлівського детектива у негативному ракурсі, адже саме в цьому випадку Холмс переважно становить небезпеку розкриття їхніх секретів чи руйнації злочинних задумів. Наприклад, Мері Сазерленд з оповідання «Встановлення особи» говорить: «...чула про вас від місис Етерідж, чоловіка якої ви так швидко відшукали, коли вже всі, й навіть поліція, вважали його мертвим» [2, Т. I, 231]. Тоді як доктор Ройлот з оповідання «Строката бинда» сповнений обурення, з його слів видно, що через посередників він, навпаки, наділений негативною інформацією про Холмса: «Знаю я вас, падлюку! Я вже чув про вас. Ви отой Холмс, що пхає носа до чужого прося» [2, Т. I, 321]. Загалом, така ситуація досить закономірна, а те, що в творах подаються такі опозиційні думки про образ Холмса створює відчуття впевненості в об'єктивній силі авторитету детектива, який не може похитнутись під натиском негативу, тим більше коли цей негатив випромінюють образи з поганим іміджем.

Е. Кондратьєв зазначає, що «імідж є найбільш ефективною подачею повідомлення, яка в змозі обійти наявні в кожній людині різноманітні фільтри» [4, 132]. Отже, джерела іміджевих характеристик Холмса служать для цілеспрямованого утвердження винятковості, сили та підкресленої досконалості образу Холмса. Конан Дойль всяко працює над тим, щоб зробити образ Холмса не приторно-солодким і схематично правильним, а насамперед цікавим для читача, обходячи різного роду «гострі кути» (на кшталт релігії, яка більше ігнорується, а не заперечується) і акцентуючи на позитивних якостях.

Згідно з Ф. Ніцше, людська психіка влаштована так, що люди «...легко готові приймати продукт фантазії за справжню, необхідну людину, тому що, спостерігаючи за справжньою людиною, вони звикли приймати продукти фантазії, силует...» [7, 151]. Так само вийшло з образом Холмса: завдяки продуманій, планомірній роботі автора образ Холмса вийшов настільки реалістичним, аудиторія настільки повірила у його силу, розум, метод, що сам Холмс став сприйматись не як вигаданий персонаж, а як реальний. Тобто відбувся процес міфологізації, який Н. Барна називає процесом «створення такої інформації про об'єкт і поширення про нього відомостей в такому напрямку, в якому імідж об'єкта обростає все новими і новими атрибутами, що підсилюють і спрямовують його вплив на маси» [1, 224]. Про сильний ілюзійний вплив на читача через твори холмсіани пише, зокрема, Дж. Томпсон: «...міф Шерлока Холмса був врешті оригінальним чином створений завдяки особливому способу письма...», який створює таку собі ілюзію реальності світу, зображеного в оповіданнях [23, 63]. Реальною здається й особа Холмса. М. Чертанов вважає таку віру в справжність Холмса явищем аномальним, яке важко пояснити з точки зору науки. Дослідник порівнює віру в Холмса із вірою в Діда Мороза (до речі, тут є багато смислових паралелей), а сам факт тотальної міфологізації образу називає «масовим божевільям» [15, 118].

Таким чином, вміло сформований автором цілісний імідж Холмса, здатний задовольняти смаки і вимоги різних суспільних класів вікторіанської доби і сучасності, ненав'язливе використання форм сугестії та іміджевих технологій, які значно випередили свій час, стали інструментом популяризації і навіть міфологізації цього літературного героя, зробивши детективні твори Конан Дойля унікальним явищем літератури.

#### Список використаних джерел

1. Барна Н.В. Імідж як міфологічний архетип: філософсько-естетичний аналіз / Н.В. Барна // Мультиверсум : Філософський альманах : [збірник наукових праць] / Нац. акад. наук України, Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України. – К., 2008. – Вип. 69. – С. 218–231.
2. Дойль, А. К. Пригоди Шерлока Холмса: в 4-х тт. / А.К. Дойль / пер. з англ. В. Панченка. – К.: Веселка; Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2010.

3. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. – К.: Оріяни, 2000. – 864.
4. Кондратьев Э. В., Абрамов Р. Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника. – М.: Академический Проект, 2009. – 511 с.
5. Корнев М. Н., Фомічова В. М. Психологія масової поведінки. – К.: Ін-т післядипломної освіти Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, 2000. – 268 с.
6. Ницше Ф. Веселая наука / Пер. с нем. М. Коренева, С. Степанова, В. Топорова. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2011. – 352 с.
7. Ницше Ф. Человеческое, слишком человеческое: Книга для свободных умов / Пер. с нем. С. Франка. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2013. – 384 с.
8. Ольшанский Д. Психология масс / Д. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2001. – 386 с.
9. Почепцов Г. Имиджеология / Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2000. – 768 с.
10. Почепцов Г. Пабликрилейшнз для профессионалов / Г. Почепцов. – К.: Ваклер, 2005. – 624 с.
11. Різун В. В. Маси / В. В. Різун. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2003. – 264 с.
12. Сташауэр Д. Рассказчик: Жизнь Артура КонанДойла / Д. Сташауэр // Иностранная литература. – 2008. – № 1. – С. 170.
13. Тард Г. Законы подражания / Г. Тард – М.: Книга по Требованию, 2012. – 378 с.
14. Фрейд З. Психоаналитические этюды / З. Фрейд. – Мн.: ООО «Попурри», 1999. – 608с.
15. Чертанов М. Конан Дойл / Максим Чертанов. – М.: Молодая гвардия, 2008. – 328 с.
16. Чічановський, А. А. Новина в журналістиці: Проблеми практичної політики [Текст]: наукове видання / А. А. Чічановський. – Київ: Грамота, 2003. – 48 с.
17. Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии / Я. Щепаньский. – М.: Прогресс, 1969. – 240 с.
18. Anderson P. The Archetypal Holmes / P. Anderson // Sherlock Holmes by Gas-lamp: Highlights from the First Four Decades of the Baker Street Journal/ ed. by Philip A. Shreffler. – New York: Fordham University Press, 1989. – 423 p.
19. Arata S. Fictions of Loss in the Victorian Fin de Siècle: Identity and Empire / S. Arata. – Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – 235 p.
20. Atkinson M. The Secret Marriage of Sherlock Holmes and Other Eccentric Readings / Michael Atkinson. – Michigan: University of Michigan Press, 1998. – 208 p.
21. Frank L. Victorian Detective Fiction and the Nature of Evidence: The Scientific Investigations of Poe, Dickens, and Doyle / F. Lawrance. – London: Palgrave Macmillan, [2003] 2009. – 249 p.
22. Rojek C. Brit-myth: Who Do the British Think They Are? / C. Rojek. – London: Reaktion Books, 2007. – 215 p.
23. Thompson, J. Fiction, Crime and Empire: Clues to Modernity and Postmodernism / J. Thompson. – Champaign: University of Illinois Press, 1993. – 200 p.
24. Zecher, H. William Gillette, America's Sherlock Holmes / H. Zecher. – Bloomington: Xlibris Corporation, 2011. – 733 p.

*Summary.* The article deals with the discussion of the use of image-making technology by Conan Doyle in order to create specific character of Sherlock Holmes. This can be considered as a powerful factor of mythologizing of the detective's character, his rapprochement with the Nietzschean overman in the context of late-Victorian society. Among other factors of mythologizing of the Holmes's character, it is advisable to pay attention to the specific manner of submission of artwork, special methods of author's communication with the reader, which "makes" almost categorically believe in the power of nature and method of the protagonist and also let the reader feel specific charisma of the image. Analysis of the works of the cycle allows us to trace a consistent, meaningful impact on the reader by author that correlates with modern image-making technology. The dominant role in creating the image of the subject of speech (Sherlock Holmes) is the subject of communication, the narrator, who is Watson. In the article particular attention is drawn to the traditional image-making sources, which are analyzed in detail according to the detective's character: appearance; social and professional characteristics; self-perception; perception by the reference groups; and the public image of the character created by intermediaries with whom the person does not interact directly. The sources of the Holmes' image are targeted for approval exclusivity, power and underlined perfect of the character. Conan Doyle systematically works not to make the image of Holmes lusciously sweet and schematically correct but above all interesting for the reader, avoiding all sorts of "rough edges" (like religion that is more ignored rather than denied) and focusing on the positive qualities. Such a way through deliberate, systematic work the author makes the image of Holmes so realistic that the audience believes in his strength, intellect, method and Holmes himself is perceived not as a fictional character, but as real. That gives possibility to speak about its mythologizing.

**Keywords:** image, suggestion, mass audience, mythology, Overman.

Отримано: 11.07.2014 р.