

Agata Chrobot

Zjawisko konwergencji mediów na przykładzie postaci detektywa Sherlocka Holmesa w serialu *Sherlock* (2010-2017)

Celem artykułu jest charakterystyka zjawiska konwergencji mediów (m.in. technicznej i odbiorczej) na przykładzie postaci Sherlocka Holmesa w serialu *Sherlock* (2010-2017). Analiza materiału badawczego wykazała, że zjawisko konwergencji zachodzi nie tylko na poziomie dyskursu – czyli poziomie wykraczającym poza serial *Sherlock* (2010-2017), ale także na poziomie jego fabuły i akcji, a sama postać detektywa jest łącznikiem różnego rodzaju mediów. Zachodzą także inne zjawiska badane przez medioznawców: w produkcji media przeplatają się ze sobą (informacje z gazet przenikają do Internetu – artykuły z których korzysta Holmes) – ukazując w całej okazałości także zjawisko cyfryzacji mediów. Na przykładzie wizerunku Sherlocka w londyńskiej prasie i artykułów dotyczących zbrodni i śledztw – widoczna jest tabloidyzacja.

Słowa kluczowe: konwergencja mediów, Sherlock Holmes, Arthur Conan Doyle, serial *Sherlock* (2010-2017), tabloidyzacja, cyfryzacja mediów