

T. XXVII (2024) Z. 2 (74)  
ISSN 1509-1074  
10.24425/rhpp.2024.150648

ROCZNIK  
HISTORII PRASY POLSKIEJ

The second funeral of Henryk  
Sienkiewicz and the 1924  
*Quo vadis* film in Poland:  
Press reports

**Drugi pogrzeb Henryka  
Sienkiewicza —  
*Quo vadis* w kinie.  
Świadectwa prasowe**

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej  
w Lublinie  
(Prof. em.)

e-mail: [krzysztof.stepnik@mail.umcs.pl](mailto:krzysztof.stepnik@mail.umcs.pl)  
<https://orcid.org/0000-0003-4172-231X>

**Krzysztof  
STĘPNIK**

KEY WORDS:

literature and film, Henryk Sienkiewicz's state funeral  
1924, the 1924 *Quo vadis* film in Poland, silent film,  
movie theatre business in 1920s

SŁOWA KLUCZOWE:

pogrzeb Henryka Sienkiewicza 1924, *Quo vadis*  
w kinie, protest rodziny Sienkiewicza, reklamy  
i recenzje prasowe, biznes kinematograficzny

## Streszczenie

W październiku 1924 r. odbyła się wielka manifestacja narodowa wywołana powrotem do Polski z Vevey trumny Henryka Sienkiewicza. Celem artykułu jest opis zbiegających się w czasie uroczystości pogrzebowych pisarza z następującą po nich półroczną obecnością w kinach polskich najnowszej ekranizacji *Quo vadis* (1924). Jednym z epizodów tej zbieżności była sensacyjna sprawa wstrzymania projekcji tego filmu w Warszawie wskutek sądowego protestu spadkobierców pisarza. Autor opisał okoliczności towarzyszące wyświetlaniu *Quo vadis* w kinach miast polskich i zinterpretował dotyczące tego dzieła treści reklam i recenzji prasowych. Wskazał też na pewne aspekty funkcjonowania biznesu kinematograficznego w Polsce. Pod uwagę wzięta została prasa codzienna, gdyż dla masowego widza to ona była najpoważniejszym kanałem informowania o aktualnym repertuarze filmowym.

## Summary

In October 1924, as the coffin with the ashes of Henryk Sienkiewicz returned to Poland from Switzerland huge crowds came out to pay their respects for their beloved national writer in cities along the train's route and at the state funeral in Warsaw. This article is an account of the national funeral ceremony which, as it happened, was followed by a six-months' run in Polish cinemas of a recent screen adaptation of *Quo Vadis*. In Warsaw, however, its showing was suspended after Sienkiewicz's heirs, appalled by the film's lurid scenes, obtained an appropriate court order. The article throws light on that sensational twist and examines all the circumstances — including the functioning of the movie theatre business, publicity, advertisements and press reviews — connected with the arrival of that silent movie spectacular in Poland. The main focus is on the daily newspapers as they were the primary information channel about cinema repertoire for the mass audience.

Zbieżność, zbieg okoliczności, przypadek... Te i podobne terminy mogą służyć opisowi sytuacji, gdy wielka manifestacja narodowa, jaką stał się pogrzeb Sienkiewicza w październiku 1924 r., dopełniała się — niewiele dni po tym wydarzeniu — wejściem na ekrany nowej włosko-niemieckiej produkcji *Quo vadis*, wyświetlanej przez pół roku w kinach polskich. 20 października 1924 r. z Vevey wyruszył do kraju specjalny pociąg wiozący ekshumowaną trumnę pisarza wraz z kilkusobową eskortą honorową, ze Stanisławem Libickim jako prezesem ciała wykonawczego Komitetu Sprowadzenia Zwłok Henryka Sienkiewicza na czele, w którego skład weszli najwyżsi dygnitarze Rzeczypospolitej i kardynał Aleksander Kakowski. W eskorcie brał udział syn Sienkiewicza, Henryk Józef. Pociąg zatrzymywał się na stacjach szwajcarskich, żegnany przez wygłaszających przemówienia oficjeli i tłumy publiczności. Następnie przyjechał do Wiednia i Pragi, która urządziła iście monarszą uroczystość pożegnania czczonego przez Czechów pisarza. Po przekroczeniu granicy pociąg przez Dziedzice skierował się do Katowic, następnie zaś Częstochowy (z ominięciem Krakowa), Koluszek, by wjechać do Warszawy. Główne uroczystości odbyły się w stolicy Polski 26 i 27 października. W ostatnim ich dniu trumnę pisarza złożono w krypcie w podziemiach katedry św. Jana, gdzie spoczywa do dzisiaj. Prasa wypełniona była kolumnami opisującymi pochód, uroczystości żałobne i akademie z udziałem najwyższych dygnitarzy państwowych i dostojników Kościoła (przy pomniku Adama Mickiewicza przemówienie wygłosił prezydent Stanisław Wojciechowski).

W roku 1924 na ekranach kin europejskich pojawił się film *Quo vadis* wyprodukowany przez Unione Cinematografica Italiana w reżyserii Georga Jacoby'ego i Gabriellina D'Annunzia. Jego gwiazdą był grający rolę Nerona niemiecki aktor Emil Jannings. Do Austrii i Czech trafił we wrześniu 1924 r., w Polsce zaś miał być wyświetlany dosłownie w dniach eksportacji trumny Sienkiewicza, odnotowywanej przez prasę europejską jako *news* godny uwagi. Zatem mamy przypadkową lub nieprzypadkową koincydencję czasu przejazdu pociągu przez Wiedeń i Pragę z obecnością na ekranach tych miast *Quo vadis*, z wyjątkiem Warszawy, gdzie odwołano mającą się odbyć premierę tego filmu w kulminacyjnym dniu uroczystości Sienkiewiczowskich (o czym będzie jeszcze mowa).

Film miał olbrzymią reklamę, ale włoskie produkcje monumentalnych filmów historycznych w tym czasie nie cieszyły się już specjalnym powodzeniem. Film

niemy wszedł w etap romansów, sensacji i komedii, zdominowany przez produkcję amerykańską. Odbywał się już pod znakiem wielkich gwiazd, takich jak Charlie Chaplin, Lillian Gish, Pola Negri, Mary Pickford, Rudolf Valentino, a w Europie np. Max Linder i Asta Nielsen. Między *Quo vadis* z 1912 r. w reżyserii Enrica Guazzoniego (wytwórnia Cines) a tym z 1924 r. minęło zaledwie 12 lat, ale to już była inna epoka, inne gusty i inna powojenna publiczność oraz nowa, w znacznej mierze awangardowa miara praktyk artystycznych<sup>1</sup>. Film z 1912 r. odniósł światowy sukces, czego nie można powiedzieć o filmie z Janningsem w roli głównej, aktorem, który wkrótce stanie się gwiazdą w produkcjach hollywoodzkich. Prasa brytyjska, jak każda inna powiązana z rynkiem reklamy, anonsowała wprawdzie film zrealizowany przez Unione Cinematografica Italiana jako „długo oczekiwany”, lecz w porównaniach niżej oceniany niż film w reżyserii Guazzoniego, który „pobił wszelkie rekordy w 1913 r.”<sup>2</sup>, i jako „cudowny film sprzed dekady”<sup>3</sup>. Film ten, podobnie jak przed wojną, nadal określano mianem „arcydzieła”, z przypomnieniem nazwiska jego reżysera, podobnie jak autora *Quo vadis*. Film nie cieszył się powodzeniem wśród wyspiarzy, znikając z repertuaru raczej lokalnych kin.

W prasie brytyjskiej wobec filmu z 1924 r. używano określenia „nowy”<sup>4</sup>. Nie oznaczało to *remake'u*, było raczej sygnałem reklamowym nasuwającym skojarzenie z sukcesem przedwojennej produkcji. Chciano w ten sposób podsyć zainteresowanie kinowego widza. Podobnie reklamowano to dzieło w prasie włoskiej w roku 1925 (opóźnione wejście na ekrany kin włoskich) jako „Il nuovo *Quo vadis*”<sup>5</sup>. Prasa wiedeńska poświęciła wiele miejsca Sienkiewiczowi i ekranizacji jego dzieła. Recenzje filmu *Quo vadis*<sup>6</sup> pojawiły się wcześniej niż okolicznościowe artykuły poświęcone pisarzowi<sup>7</sup>, gdyż w Wiedniu wyświetlano go od końca września 1924 roku i w następnych miesiącach. W październiku dochodził więc do głosu efekt zbieżności

<sup>1</sup> Wojciech Otto tak to ujmuje: „Kinematograf — jako wynalazek z kręgu techniki oraz synonim nowoczesnej sztuki — był przedmiotem fascynacji i bodźcem estetycznym dla wielu artystów, głównie awangardowych”, w tym futurystów, abstrakcjonistów i krakowskich awangardystów. Wśród nich — według autora przywołanej książki — „najciekawszą pod względem artystycznym była grupa twórców, którzy od teorii przeszli do praktyki, tworząc bądź scenariusze filmowe, bądź autorskie filmy”. W. Otto, *Literatura i film w kulturze polskiej dwudziestolecia międzywojennego*, Poznań 2007, s. 37.

<sup>2</sup> „Reading Standard” 25 X 1924, s. 16; „Shields Daily News” 5 XI 1924, s. 2.

<sup>3</sup> „Dundee Courier” 1 XI 1924, s. 7; „Dundee Evening Telegraph” 4 XI 1924, s. 2.

<sup>4</sup> *The New Quo Vadis Arrives*, „Kinematograph Weekly” 18 XII 1924, s. 29.

<sup>5</sup> W reklamie Cinema Ambrozio w Turynie, „La Stampa” 5 II 1925, s. 2. Powtarzana formuła „Il nuovo *Quo vadis*” dominuje w jednej z reklam filmu. „Il Piccolo di Trieste” 4 III 1925. Lokalnie na ekranach pojawiała się wersja filmu w reżyserii Guazzoniego. Można ją było obejrzeć w Cinema Edison w Parmie. „Gazzetta di Parma” 12 V 1923, s. 3.

<sup>6</sup> Na przykład w „Der Filmbote” 27 IX 1924, s. 12; „Das Kino Journal” 29 XI 1924, s. 2–3. Reklamy anonsujące film pojawiły się znacznie wcześniej, jak ta zajmująca całą stronę pisma: „*Quo vadis*” mit Emil Jannings Das Ereignis der nächsten Saisons, „Das Kino Journal” 1 III 1924, s. 12.

<sup>7</sup> „Neues Wiener Journal” 22 X 1924, s. 5; „Neue Freie Presse” 23 X 1924, s. 10–11; „Neues Wiener Tagblatt” 23 X 1924, s. 6; „Der Tag” 24 X 1924, s. 3.

wyświetlanego w tamtejszych kinach dzieła z twórcą *Quo vadis*, którego trumnę uczczono w Wiedniu<sup>8</sup>. W recenzjach i reklamach podkreślano, że film jest „monumentalny”, a magnesem przyciągającym widzów do kin miała być kreacja Emila Janningsa jako Nerona. Niekiedy do tego nazwiska dodawano inne: Alfonsa Frylanda grającego rolę Marka Winicjusza, co było zrozumiałe, gdyż aktor był Austriakiem. W Pradze uroczystości poświęcone pamięci Sienkiewicza przybrały formę manifestacji narodowej. Trumnę pisarza wystawiono w Panteonie. Prasę przepełniały informacje dotyczące przebiegu uroczystości<sup>9</sup> oraz niezliczone teksty okolicznościowe. W stolicy Czech *Quo vadis* wyświetlano od 16 września 1924 r., lecz recenzje pojawiły się znacznie wcześniej. W jednej z nich określano to dzieło mianem „nowego opracowania” i „najpotężniejszego filmu, jaki kiedykolwiek Europa wytworzyła”<sup>10</sup>. Te określenia niosą z sobą pewną sprzeczność, gdyż „nowe opracowanie” konotuje obecność „starego”, i to nie byle jaką obecność. W innej więc recenzji „stare” *Quo vadis* uznano za lepsze od „nowego”, i wersję Guazzoniego określono mianem „największego dzieła włoskiej sztuki filmowej”, odznaczającego się pięknem inscenizacji<sup>11</sup>. Można powiedzieć, że krytycy czescy, podobnie jak brytyjczy wykazali pewną powściągliwość w ocenie nowego produktu ekranowego, dla którego punktem odniesienia pozostawał ciągle film z 1912 roku. Tego sukcesu nie udało się powtórzyć. Film wzbudził pewne zainteresowanie w innych krajach, na przykład w Finlandii, gdzie Sienkiewicz był bardzo dobrze znany z licznych przekładów Maili Talvio. W marcu i kwietniu 1925 r. w reklamach *Quo vadis* dominowało nazwisko Janningsa jako magnes przyciągający uwagę czytelnika. Ciekawy jest jeden z artykułów okolicznościowych, którego treść urozmaicono reprodukcją trzech obrazów Henryka Siemiradzkiego<sup>12</sup>.

Celem niniejszego artykułu będzie problemowy opis zbiegających się w czasie uroczystości pogrzebowych Sienkiewicza z następującą po nich półroczną obecnością w kinach polskich najnowszej ekranizacji *Quo vadis*. Ta koincydencja jest szczególnie interesującą i wymaga rozpoznania, gdyż spoza niej wyłania się szereg spraw odsłaniających perypetie związane z ekranowymi losami tego filmu w Polsce, włącznie z sensacyjną sprawę wstrzymania jego projekcji wskutek skargi spadkobierców Sienkiewicza<sup>13</sup>. Na przykładzie okoliczności towarzyszących wyświetlaniu *Quo va-*

<sup>8</sup> Na jednym ze zdjęć przedstawiających dworzec wiedeński im. Franciszka Józefa, na którym zatrzymał się pociąg specjalny widać obecnych oficjeli, a wśród nich syna pisarza, Henryka. „Das Interessante Blatt” 30 X 1924, s. 6.

<sup>9</sup> W najważniejszych dziennikach czeskich obszerne doniesienia umieszczano na pierwszych stronach wydań, np.: *Sienkiewiczovy ostatky přivezeny do Prahy*, „Národní Listy” 24 X 1924, s. 1–2; *Československý národ u rakve Sienkiewiczovy*, „Národní Listy” 25 X 1924, s. 1–2.

<sup>10</sup> „Film” 15 IV 1924, s. 72.

<sup>11</sup> „Český Filmový Zpravodaj” 1 XI 1924, s. 2.

<sup>12</sup> *Kirjallisuustarinoita „Quo vadis”*, „Otavainen” 25 III 1925, s. 250–252.

<sup>13</sup> O tej sprawie nie ma informacji w podstawowym kompendium wiedzy o drugim pogrzebie pisarza, jakim jest książka J. Czempińskiego *„Na Ojczyzny lono”... Opis przewiezienia zwłok*

*dis* zinterpretowane będą treści reklam i recenzji tego dzieła oraz wyłaniający się z nich obraz funkcjonowanie biznesu kinematograficznego. Przedmiotem opisu będą też daty i fakty związane z projekcją *Quo vadis* w kinach kilkunastu miast polskich od listopada 1924 do kwietnia 1925 roku. Pod uwagę wzięta zostanie prasa codzienna, gdyż dla przeciętnego widza to ona stanowiła najważniejszy kanał informacji o repertuarze filmowym.

Nie ulega wątpliwości zbieżność czasowa Sienkiewiczowskich uroczystości w Wiedniu i Pradze z wyświetlanym w tym czasie na ekranach tych miast *Quo vadis*. Wydawać by się mogło, że ta okoliczność zostanie wyeksponowana szczególnie w Warszawie, co leżało przede wszystkim w interesie właścicieli kin. I tak rzeczywiście było. Oto w reklamie zamieszczonej w „Robotniku” anonsowano, że „dzięki specjalnym staraniom” udało się przyspieszyć sprowadzenie filmu do Warszawy, wskutek czego można będzie „podziwiać na ekranie to arcydzieło pióra hetmana ducha polskiego w dniach poświęconych pamięci i uroczystościom pogrzebowym wielkiego pisarza i obywatela”<sup>14</sup>. Podkreślono też, że *Quo vadis* „ukaże się w Warszawie równocześnie z Wiedniem i Pragą, gdzie demonstrowane będzie również w związku z uroczystym przewiezieniem zwłok Henryka Sienkiewicza”. Można powiedzieć, że reklama bardzo mocno akcentowała zbieżność czasową uroczystości w Wiedniu i w Pradze z wyświetlanym w tych miastach filmem, lecz tak nie było, a nawet być nie mogło, biorąc pod uwagę fakt, że stolica Czechosłowacji otrzymała od polskiego Komitetu zgodę na postój pociągu eksportacyjnego i zorganizowanie uroczystości w tym mieście dopiero 4 października, a *Quo vadis* wyświetlano już w Pradze od pewnego czasu. Prasa wiedeńska również nie podniosła tej koincydencji, i w żadnym sprawozdaniu czy reklamie filmu nie było mowy o łączeniu projekcji z uroczystościami upamiętniającymi pisarza. Zatem reklama zamieszczona w „Robotniku” wykorzystywała przypadkową zbieżność dwóch faktów, i w kalkulacjach właścicieli kin termin uroczystości Sienkiewiczowskich w Warszawie rzeczywiście mógł ich ponaglać do „przyspieszenia” działań. Dzień pogrzebu i dzień premiery filmu zdawały się tworzyć idealną figurę zbiegu okoliczności.

Kilka dni później w jednej z reklam anonsowano, że „w dniach poświęconych uczczeniu pamięci Henryka Sienkiewicza” film wyświetlany będzie w kinoteatrach „Nowy” i „Pan”<sup>15</sup>. Pisano, że odbywają się ostatnie próby przystosowania filmu do polskiego ekranu i próby z udziałem „zwiększonej orkiestry” oraz o „olbrzymim zachwycie”, jako wzbudziło to dzieło wśród osób przygotowującego jego projekcję. Reklamę zakończyła rzeczowa informacja: „Uroczyste przedstawienie dla przedsta-

---

*nieśmiertelnego duchowego przywódcy narodu, genialnego pisarza Henryka Sienkiewicza z Vevey, gdzie zmarł, do Warszawy oraz pogrzebu w stolicy i uroczystości żałobnych, Warszawa 1927.*

<sup>14</sup> „Robotnik” nr 286, 18 X 1924, s. 5. Cytaty z reklam zapisujemy czcionką zwykłą, pomijając format liternictwa i kompozycję tekstu.

<sup>15</sup> „Kurier Warszawski” nr 297, 23 X 1924, s. 2 (wyd. wieczorne); „Kurier Poranny” nr 291 (23 X), s. 1.

wicieli prasy i zaproszonych gości zostało zapowiedziane na piątek dn. 24 października w kinie «Pan», Nowy Świat 40. Zaproszenia zostały już rozesłane”. Właściciele kin działali więc profesjonalnie i z właściwym wyczuciem czasu; to nic, że z rachubą na zysk.

Na podgrzaną przez reklamę atmosferę wylał się jednak kubeł zimnej wody, i stało się coś niebywałego, mianowicie w dniach uroczystości nie doszło do projekcji filmu. Zszokowany czytelnik mógł przeczytać komunikat dyrekcji kin „Nowy” i „Pan” w brzmieniu:

Otrzymałszy od jednej z agencji kinematograficznej w Warszawie do wyświetlania wielki obraz filmowy „Quo vadis”, wykonany przez słynną wytwórnię w Rzymie Unione Cinematografica Italiana i wystawiony na całym świecie, wobec zgłoszonego ze strony spadkobierców śp. Henryka Sienkiewicza zarzutu pogwałcenia przez tęż wytwórnię ich praw autorskich, zmuszeni jesteśmy pomimo, iż w drodze telegraficznej wytwórnia od-piera ten zarzut, odroczyć wyświetlanie powyższego obrazu, aż do chwili nadejścia całkowicie zadowalającego wyjaśnienia ze strony włoskiej wytwórni, względnie do czasu udzielenia nam aprobaty przez rodzinę zmarłego pisarza<sup>16</sup>.

I stało się to, co trudno było sobie wyobrazić. Warszawski widz musiał czekać na film do 13 listopada, a więc ponad dwa tygodnie później od zapowiedzianego terminu (wcześniej obejrzeni go kinomani poznańscy). Następnego dnia po komunikacie dyrekcji kin pojawiła się reklama filmu przedstawiającego przebieg uroczystości pogrzebowych pisarza:

Sprowadzenie zwłok H. Sienkiewicza do Polski. Monumentalny film aktualny, jedne zdjęcia wykonane w Szwajcarii, Wiedniu, Pradze Czeskiej, w Piotrowicach na granicy polskiej, Katowicach, Częstochowie i niedzielne uroczystości w Warszawie będą demonstrowane od dziś w kinoteatrach „Filharmonii” i „Stylowym”. Własność obrazu: Wytwórnia doświadczalna, Moniuszki 4<sup>17</sup>.

Dla zawiedzionych kinomanów film nie mógł być niczym więcej niż ersatzem. Fraza „monumentalny film aktualny” to oksymoron godzący wyraz „monumentalny” (stosowany w reklamach w szczególności w odniesieniu do dzieł o treści historycznej) z określeniem „film aktualny”, który odnosił się rzeczywiście do bieżącego wydarzenia, nawet z dnia projekcji filmu. Naturalnie nie był to film fabularny, za to mógł liczyć na zainteresowanie publiczności. Podobne ogłoszenia pojawiały się w anonsach aktualnego repertuaru filmowego, i jako „nadprogram” owa ilustracja uroczystości wyświetlana była naraz w pięciu stołecznych kinach<sup>18</sup>.

<sup>16</sup> „Kurier Warszawski” 1924, nr 300, s. 21; „Kurier Poranny” 1924, nr 294, s. 2.

<sup>17</sup> „Kurier Warszawski” 1924, nr 301 (wyd. wieczorne), s. 6.

<sup>18</sup> „Kurier Polski” 1924, nr 297, s. 1.

W końcu października w kinach mamy zatem projekcję dokumentu z uroczystości pogrzebowych pisarza, ale nadal nie wiadomo, kiedy na ekranach pojawi się *Quo vadis*. Do 13 listopada trwa ten okres niepewności, wypełniany sensacyjnymi doniesieniami dotyczącymi roszczeń spadkobierców Sienkiewicza odnośnie do Unione Cinematografica Italiana. Jedynym dokumentem w tej sprawie jest cytowany komunikat dyrekcji kin „Nowy” i „Pan”. Wyjaśnia on istotę sprawy i otwiera perspektywę na załatwienie sporu poprzez satysfakcjonujące wyjaśnienie włoskiej wytwórni (ewentualne wygranie przez nią procesu) albo skutek dojścia do porozumienia właścicieli kin z rodziną pisarza. Doniesienia prasowe pełne są niejasności, co trudno uznać za wyłączną winę dziennikarzy. Opinia publiczna chciała wiedzieć więcej, ale władze sądownicze i policyjne milczały w tej sprawie. Rodzina Sienkiewicza i jej pełnomocnicy również nie wypowiedzieli się publicznie, być może nawet nie byli indagowani w tej kwestii. Rozumiano, że potrzebna jest dyskrecja w pertraktacjach prawnych, zapewne też nie chciano bezceremonialnie skontaktować się z wdową i dziećmi pisarza. W tej sytuacji otwierało się pole do spekulacji i wytwarzania informacji niepodlegających weryfikacji. Warto tę sprawę pokrótce nakreślić jako ilustrację mechanizmu zastępowania faktów prawdą cząstkową albo tylko domnieniami, które czytelnik uzna za prawdę.

W środowisku dziennikarskim szerzyły się plotki jeszcze przed oficjalną publikacją komunikatu dyrekcji kin „Nowy” i „Pan”. „Kurier Poranny” już w tytule swojego doniesienia stawał po stronie „pokrzywdzonych” spadkobierców Sienkiewicza<sup>19</sup>. Tekst rozpoczyna formuła „jak się dowiadujemy”, która oznacza wieści krążące wśród dziennikarzy czerpane przez nich z różnych źródeł, także plotkarskich. Mowa w nim o „zatargu” zaistniałym pomiędzy rodziną pisarza a włoską wytwórnią filmową (jej nazwę całkowicie zniekształcono), która „nie poczuwa się” do zapłacenia honorarium autorskiego za *Quo vadis*. Z tego powodu mecenas Antoni Osuchowski, pełnomocnik spadkobierców, uzyskał od polskich władz (nie podano jakich) zakaz wyświetlania filmu do czasu uregulowania „słusznych żądań” rodziny, „które, o ile wiemy wynoszą kilkanaście tysięcy dolarów”. Tego samego dnia rzeczową notatkę o sprawie zamieścił „Przegląd Wieczorny”:

Wczoraj [tj. 24 X] na skutek polecenia prokuratora sądu okręgowego komisarz urzędu śledczego p. Szabrański zjawił się w kinoteatrze „Pan” i nałożył areszt na przygotowany do wyświetlenia w tym teatrze obraz osnuty na tle Sienkiewiczowskiego „Quo vadis”. Zarządzenie aresztu wydane zostało w następstwie zgłoszonej do p. prokuratora skargi przez pełnomocników spadkobierców H. Sienkiewicza, którzy w przygotowaniu do wyświetlenia obrazu bez porozumienia się z nimi dopatryli się pogwałcenia art. 620 kod. kar., niedozwalającego naruszania praw autorskich. Niezależnie od akcji karnej — spad-

<sup>19</sup> „*Quo vadis*” nie ma wstępu do Polski. Włoska wytwórnia, nie żałując pieniędzy na wspaniałą wystawę, „zaoszczędziła” na honorarium autorskim, „Express Poranny” 1924, nr 296, s. 3.



kobiercy występują podobno z akcją cywilną przeciwko włoskiej firmie „Continental” o 50 tysięcy dolarów. Obraz został przewieziony wczoraj do urzędu śledczego i tam zabezpieczony do dalszego rozporządzenia prokuratora<sup>20</sup>.

Z notatki wynika, że skutecznie wszczęto postępowanie karne oraz że zapowiedziano sprawę cywilną w tej sprawie, tyle tylko, że praktycznie musiała być ona rozstrzygnięta przez sąd w Polsce. W Wiedniu i w Pradze projekcje odbywały się bez przeszkód. Stroną pozywającą była rodzina Sienkiewicza, ale kto został pozwany? Unione Cinematografica Italiana czy włoska firma Continental? Dziennikarze utożsamili te nazwy, bez zastanowienia, jako określenia synonimiczne. Tymczasem pierwsza z nich odnosiła się do włoskiej wytwórni filmowej, druga zaś nie do firmy włoskiej, lecz polskiej, noszącej nazwę Import Filmowy „Continental”. Po nabyciu praw do dystrybucji (niekiedy „praw monopolowych na Polskę”) sprzedawała ona właścicielom kin nabyty za granicą produkt, dbając o jego reklamę. Była więc pierwszym reklamodawcą filmu, i tak miała się sprawa w wypadku *Quo vadis*<sup>21</sup>. Zatem stroną pozwaną — tak należy się domyślać — był dystrybutor filmu, czyli Import Filmowy „Continental”, który zdążył przekazać kopię filmu właścicielowi kina „Pan”. Nabywca, o czym była mowa, zaanonsował wielką akcję promocyjną, z której natychmiast musiał się wycofać.

Odpowiedź na pytanie, jak zakończył się spór, przynosi z sobą rzeczowy artykuł zamieszczony w „Expressie Porannym”<sup>22</sup>. „Przebieg sprawy — pisano — jest tak

<sup>20</sup> „*Quo vadis*” zaarrestowane. Znajduje się w Urzędzie śledczym, „Przegląd Wieczorny” 1924, nr 246, s. 2. Notatkę przedrukował łódzki dziennik „Rozwój” 1924, nr 293 (bez podania źródła informacji), a za nim „Gazeta Ludowa” 1924, nr 251 z komentarzem mówiącym, że „fakt ten, który miał równocześnie miejsce z przewiezieniem zwłok Mistrza do Polski, wywołał w Warszawie łatwo zrozumiałą sensację”, która według redakcji wpłynie na powodzenie filmu „na długi czas”. Ponadto notatka zamieszczona w „Przeglądzie Wieczornym” była źródłem informacji dla doniesień „Gazety Lwowskiej” 1924, nr 248, s. 3; „Ilustrowanego Kuriera Codziennego” 1924, nr 246, s. 7; „Głosu Narodu” 1924, nr 248, s. 5. Pominęto w nich nazwisko komisarza urzędu śledczego i datę wydarzenia, którą ściśle podał „Przegląd Wieczorny”. Do 1932 r. obowiązywały w Polsce kodeksy karne byłych państw zaborczych. W pozwie spadkobierców rodziny Sienkiewicza powołano się na art. 620 rosyjskiego kodeksu karnego z 1903 r., w brzmieniu: „Winny umyślnego pogwałcenia cudzego prawa autorskiego będzie karany: aresztem lub grzywną do rubli pięciuset”.

<sup>21</sup> Import Filmowy „Continental” reklamował na stronie fachowego periodyku *Quo vadis* jako „najpotężniejsze arcydzieło filmowe doby obecnej z Janningsem w roli Nerona, w 2-ch wielkich seriach”. „Kinema” 1924, nr 43/44 (na stronie reklamowej). W tekście poświęconym *Quo vadis* redakcja informuje prenumeratorów pisma, że wraz z aktualnym numerem otrzymują oni broszurkę z fotosami przedstawiającymi bohaterów tego dzieła. Instruuje też właściciele kin, że powinni oni umieszczać te fotosy w oknach wystawowych sklepów jako „zapoczątkowanie przewidzianej szumnej reklamy tego najpotężniejszego arcydzieła filmowego”. Włoska wytwórnia „Unione Cinematografica Italiana” — czytamy dalej — wysłała te broszurki do wszystkich magazynów filmowych na świecie. „Kinema” nie stosowała paginacji. Wypełniały ją reklamy i teksty o charakterze informacyjnym ważne dla właścicieli kin.

<sup>22</sup> *Wyzwolono z aresztu arcydzieło. Nareszcie Warszawa ujrzy „Quo vadis”, „Express Poranny”* 1924, nr 311, s. 4.

zajmujący, że chcemy zapoznać z nim bardziej szczegółowo naszych czytelników”. Otóż wystąpienie spadkobierców Sienkiewicza było sensacją osłoniętą tajemnicą biur prawniczych i instytucji związanych ze stroną pozwaną, więc do opinii publicznej przenikać mogły tylko plotki lub domysły. Sprawa nabrała jednak znaczenia także za granicą, gdyż zainteresowały się nią agencje filmowe i przedsiębiorstwa kinematograficzne rozpowszechniające film. Właściciele praw monopolowych w Austrii, Niemczech, Czechosłowacji i na Węgrzech — pisze redakcja — zaczęli indagaować Unione Cinematografica Italiana w sprawie praw autorskich do *Quo vadis*. Takie prawo w odniesieniu do terenu Rzeczypospolitej Polskiej nabył Import Filmowy „Continental” za pośrednictwem Towarzystwa Akcyjnego Filmwerke w Wiedniu. Po próbnym pokazie w kinie „Pan” film „został aresztowany” wskutek nakazu prokuratora. Redakcja podkreśla profesjonalizm Continentala zarówno w kwestii „pietyzmu” w przygotowaniu filmu do projekcji w Polsce (pod literackim kierownictwem Stanisława Sierosławskiego), jak i podjętych przezeń kroków prawnych. Przede wszystkim polska firma od razu uznała racje spadkobierców Sienkiewicza, a następnie w celu wyjaśnienia sprawy wydelegowała do Rzymu jednego ze swoich dyrektorów. Nie było to łatwe, a pertraktacje nieco się przeciągały. Włoska wytwórnia powoływała się na honorarium wypłacone Sienkiewiczowi, lecz otrzymał on je od firmy Cines, która niegdyś została zlikwidowana, wchodząc w skład koncernu Unione Cinematografica Italiana. Producenci *Quo vadis* poinformowali stronę polską o wysokich kosztach produkcji filmu (nie podając danych dotyczących zysku) i związanych z nim nieprzewidzianych wydatkach poniesionych wskutek śmierci artysty podczas kręcenia sceny męczeństwa chrześcijan. Problem jednak narastał i był na tyle poważny, że wytwórnia włoska wysłała do Warszawy znanego adwokata rzymskiego dra Fabbriego, który rozpoczął pertraktacje z pełnomocnikami spadkobierców Sienkiewicza mecenasami Osuchowskim i Wilczyńskim. Ich uczestnikiem był także adwokat dr Karol Welisz jako przedstawiciel Banca Commerciale Italiana w Warszawie, będącego udziałowcem włoskiej wytwórni. Kilkundniowe rozmowy zakończyły się sukcesem. Osiągnięto porozumienie, jak czytamy w artykule, „dzięki życzliwemu stanowisku i uступliwości rodziny śp. H. Sienkiewicza oraz dzięki energicznym zabiegom Importu Filmowego «Continental»”. Do artykułu dołączono fotokopię maszynopisu podpisanego przez syna pisarza. Oto jego treść:

Firma Import Continental w Warszawie.

Miło nam stwierdzić życzliwe stanowisko firmy Import Continental w sprawie ochrony praw autorskich, dotyczących „Quo vadis”, mimo opóźnienia, jakie dochodzenie tych praw spowodowało w wyświetlaniu zapowiadzanego obrazu

w imieniu rodziny Sienkiewiczów

H.J. Sienkiewicz

Warszawa, dn. 7 listopada 1924

List ten zakończył — jak to ujęto w artykule — „nieznaną szerszemu ogółowi interesującą sprawę uwięzienia *Quo vadis*”. Redakcja „Expressu Porannego” umiejętnie wykorzystała wiedzę na temat przebiegu pertraktacji, korzystając z informacji pozyskanych z Continentalu. Obie strony mogły być zadowolone. „Express” ubiegł konkurencję, odsłaniając kulisy sprawy, która interesowała opinię publiczną, Continental zaś odniósł korzyść wizerunkową jako firma skutecznie poruszająca się na międzynarodowym rynku dystrybucji produkcji filmowej. Specjalne znaczenie dla niej miał też zacytowany list Henryka Józefa Sienkiewicza.

Artykuł, o którym mowa, nie zaspokajał jednak zbyt ciekawskich czytelników, którzy chcieliby się dowiedzieć, jaka była wynegocjowana kwota honorarium (redakcja „Expressu Porannego” nie mogła wyjść poza uzgodnienia poczynione z Continentalem, a te wymagały dyskrecji). Odpowiedzią na to oczekiwanie był artykuł zamieszczony w „Gońcu Krakowskim”, który ukazał się dwa dni po publikacji „Expressu Porannego”<sup>23</sup>. Opisywano w nim sprawę honorarium za *Quo vadis* jako aktualną. Spadkobiercy Sienkiewicza mieli wystąpić do Prokuratury Generalnej RP ze skargą na przekroczenie praw autorskich przez włoską wytwórnię (w innych źródłach prasowych mowa jest o prokuraturze okręgowej w Warszawie). W tekście padają różne kwoty. Przedsiębiorstwo kinematograficzne (Continental) wyłożyło 5 tysięcy dolarów za prawo do rozpowszechniania *Quo vadis* w Polsce. Przybyły do Warszawy pełnomocnik Unione Cinematografica Italiana, adwokat Fabbri okazał mecenasowi Osuchowskiemu dokumenty świadczące o tym, że w roku 1912 Sienkiewicz sprzedał prawo do sfilmowania *Quo vadis* we Włoszech i Francji za 500 franków (nie dodano, że dotyczyło to wytwórni Cines). Ponadto w innym dokumencie uwzględniono 150 tysięcy lirów, które w r. 1921 otrzymał Bronisław Kozakiewicz za przekład użyty do produkcji filmu, który kosztował 600 tysięcy dolarów. Fabbri zażądał uchylecia decyzji prokuratury, proponując w imieniu swoich mocodawców — „ze względu na przyjazne stosunki z Polską” — dobrowolne odszkodowanie w kwocie 20 tysięcy dolarów. Ta propozycja nie została jednak przyjęta. Tekst jest typowym produktem prasy goniącej za sensacją, nieodwołującym się do źródeł informacji, w dniu publikacji już nieaktualnym, co świadczyło o nieuważności redakcji. Lecz krakowski czytelnik (który nie wiedział o artykule „Expressu Porannego”) mógł uznać ten tekst za interesujący.

W Warszawie *Quo vadis* wyświetlano w dwóch seriach naraz w kinach „Nowy” i „Pan” od 13 listopada do 14 grudnia 1924 roku. Kina te dawały po kilka seansów dziennie, można więc uznać, że frekwencja była satysfakcjonująca dla ich właścicieli. Zadbano o reklamę dzieła, zajmującą jak w wypadku poczytnych dzienników całą pierwszą ich stronę<sup>24</sup>. Naturalnie reklama mieściła się w rubryce wydatków,

<sup>23</sup> *Wielki spór o obraz „Quo vadis”*, „Goniec Krakowski” 1924, nr 257, s. 8.

<sup>24</sup> Identyczna reklama pojawiła się w „Kurierze Warszawskim” nr 318 (wyd. wieczorne) z 13 XI, s. 1 i w „Kurierze Polskim” nr 311 z 13 XI, s. 1. Anonsowano *Quo vadis* jako „najnowsze arcydzieło filmowe świata na tle powieści Henryka Sienkiewicza”, którego projekcja ma być „największą premierę sezonu”. Podobnie Emila Janningsa jako odtwórcy roli Nerona towarzyszyły ujęte w ramki nazwiska

więc format inseratów był minimalizowany i odpowiednio rozkładany w czasie; by przyciągnąć widza anonsowano zbliżający się koniec projekcji, niekiedy odraczany z powodu prawdziwego lub rzekomego zainteresowania odbiorców. Wobec potężnego rynku warszawskiej prasy reklamodawcy stawali przed wyborem interesujących ich tytułów. Musieli ze względu na koszty wybierać tylko niektóre z nich, nie dało się — jak w wypadku Poznania czy Bydgoszczy — ograniczyć do najważniejszych dzienników ukazujących się w tych miastach. Również w odniesieniu do Krakowa i Lwowa trudno mówić o nadmiernym nasyceniu miejscowej prasy reklamą *Quo vadis*. Wydaje się, że właściciele kin zawierali ciekawości kinomanów znających twórczość Sienkiewicza. I w tym się nie mylili, jakkolwiek trudno uznać, iż film cieszył się jakimś nadzwyczajnym powodzeniem. Był to drogi produkt wpływający na wysokie ceny biletów, więc wyświetlały go po dwa kina w Warszawie, Łodzi, we Lwowie i w Wilnie lub tylko jedno, jak w Poznaniu, Krakowie i w innych miastach. Zmonopolizowanie tego produktu dawało przewagę nad konkurencją, gdyż na filmie trzeba było zarobić. Lecz nie przedłużano jego projekcji, jeśli ta nie przynosiła zysku, i natychmiast zmieniano repertuar.

Reklamie towarzyszyła krytyka filmu, dość oględna w „Wiadomościach Literackich”, a najbardziej zdecydowana w „Kurierze Warszawskim” i „Przeglądzie Wieczornym”. Karol Irzykowski dostrzegł defekty pewnych scen, niekiedy zahaczające o „świętokradztwo”, lecz uznał, że film ma swoje zalety, do których zaliczył właściwy dobór aktorów<sup>25</sup>. Rolę Nerona ocenił jako „interesującą i oryginalną”, lecz nie do końca „odpowiednią”, gdyż w odgrywaniu postaci historycznej należy respektować tradycję. W tym wypadku właściwe byłoby inspirowanie się antykiem w grze scenicznej. Jannings zaś — według Irzykowskiego — w roli Nerona starał się powtórzyć swój pomysł na rolę Henryka VIII, co w efekcie przydało filmowi zbyt wiele „dziecinnego humoru”.

Recenzent „Kuriera” zmiażdżył wręcz „powtórna wersję” *Quo vadis* przede wszystkim za fatalną reżyserię<sup>26</sup>. We „wspaniałych ramach” architektonicznych

---

innych aktorów i odgrywane przez nich role. Walorem filmu ma być „dokładnie zrekonstruowany Rzym z czasów Nerona”. Epatowano liczbami dzikich zwierząt, statystów, robotników, a nawet operatorów. Film miał kosztować 7 milionów dolarów. Wyeksponowano występujący w nim wątek erotyczny: „Orgie i bachanalie rozpustnego Rzymu”. Do tego dochodziła informacja o trzech wypadkach śmiertelnych (ofiary lwów), do jakich doszło podczas kręcenia filmu. Reklamowano „zwiększone orkiestry” i „ilustrację muzyczną pod dyr. Jakubowskiego” jako atrakcję towarzyszącą projekcji (po jednej dziennie w obu kinach).

<sup>25</sup> K. Irzykowski, *Kurier kinowy*, „Wiadomości Literackie” 1924, nr 47, s. 7.

<sup>26</sup> B., *Przed ekranem*, „Kurier Warszawski” 1924, nr 334 (wyd. wieczorne), s. 8. Podobną ocenę wartości artystycznej tego filmu podziela współczesna badaczka, pisząc: „Jako całość narracja filmowa grzeszy brakiem rytmu i spójności i rozpada się na szereg luźno powiązanych epizodów, które nie budują ani dramatycznego napięcia, ani przesłania ideologicznego”, sam zaś film „to tylko błady cień, a raczej mimowolna karykatura filmu z 1912 roku”. Okazał się on „artystyczną i finansową kląpą”, a „jego niepowodzenie przyczyniło się do bankructwa UCI [Unione Cinematografica Italiana]”. M. Woźniak, *Przyływy i odpływy „Quo vadis” we włoskim obiegu literackim i kulturowym*, [w:]

— pisze autor rubryki przeglądowej — pokazano widzowi „obraz zamazany, chwiejny, nierówny, męczący”. Georg Jacoby jako reżyser (bo przecież nie Gabriellino D’Annunzio, który „oprócz nazwiska niczym poszczycić się nie może”) wręcz nie może „sobie dać rady z tłumem statystów ani z przestrzenią, ani z rytmem”. Jedne postacie snują się obojętnie, podczas gdy drugie wykonują ruchy gwałtowne. Niektóre sceny są rażąco chybione (widzenie św. Piotra), podobnie gra aktorów, w tym Janningsa, który w roli Nerona „dał szablon jaskrawego kabotyna, traktując poszczególne momenty zbyt groteskowo i kanciasto”. Według recenzenta pozytywne wrażenie, jakie może wywoływać film, bierze się nie ze sposobu jego realizacji, lecz skutek zobrazowania w nim „fascynującego tematu i świetnego talentu Sienkiewicza”.

Również recenzent „Przeglądu Wieczornego” wyraził swój dyzgust odnośnie do wartości artystycznej zekranizowanego dzieła, nawet w porównaniu z jego realizacją z 1912 roku<sup>27</sup>. Linia wyводу jest prosta: film nie jest w stanie dorównać plastyczności powieści, i cechuje go „trywialny naturalizm”. Owszem, „nie brak w nim niczego, co może zaimponować”, lecz nie jest on „realizacją” dzieła Sienkiewicza. Kto czytał *Quo vadis* — pisze krytyk — powinien zapomnieć o filmie, gdyż zawarto w nim szereg scen (zostają one wyliczone), których w ogóle nie ma u Sienkiewicza. Z Nerona zaś zrobiono „błaznującego rubachę”. Według niego „reżyser i przerabiacz scenariusza [powinno być: powieści]” popisali się „barbarzyństwem właściwym kinochamstwu, rozpanoszonemu dziś na całym świecie”. Efektem tej pogoni za „fotogenicznym” momentem, którego ceną było odstępstwo od oryginału książkowego, jest „bogate, surowe jednak jeszcze widowisko”. Krytyk opowiada się zatem za taką „transpozycją” filmową dzieła literackiego, która byłaby wierną jego przeróbką, lecz nie daje odpowiedzi, w jaki możliwy sposób byłoby to wykonalne. Nie był on zresztą tylko teoretykiem opowiadającym się za literacką koncepcją kina, gdyż tworzył ją

---

M. Woźniak, K. Biernacka-Licznar, J. Rybicki, *120 lat recepcji „Quo vadis” Henryka Sienkiewicza we Włoszech*, Warszawa 2020, s. 81. Por. też opinię mówiącą, że „w porównaniu z prekursorskim dziełem malarza Guazzoniego *Quo vadis?* anno 1924 było próbą podrobienia osiągnięć poprzednika”. J. Słodowski, *Filmowe adaptacje „Quo vadis?” Sienkiewicza*, [w:] *Sienkiewicz i film*, red. L. Ludorowski, Kielce 1998, s. Podkreślić należy, że dzieło Guazzoniego w opracowaniach historii filmu traktowane jest jako jedno z kilku najważniejszych osiągnięć artystycznych kina światowego przed I wojną światową. Zob. passus *The Apex of Italian Historical Epics in Australasia: „Quo Vadis?”* w książce J.K. Allen *Screening Europe in Australasia. Transnational Silent Film Before and After the Rise of Hollywood*, Exeter 2022, p. 168–176. Autorka zwraca uwagę na wartości artystyczne i symboliczne tego filmu oraz na walory, które przyczyniły się do jego globalnego sukcesu, także na antypodach (wzmianki o recepcji kulturowej i funkcjach edukacyjnych *Quo vadis* w Australazji). Tamże informacje o działalności przedsiębiorstw dystrybucji tego filmu w Stanach Zjednoczonych i w Australii. W książce nie ma porównania dzieła Guazzoniego do produkcji Jacoby’ego i D’Annunzia, którą — dodać by można — prasa australijska prawie całkowicie zignorowała. Za to jej uwagę przyciągnęła tragedia na planie filmowym i jej skutki związane z odpowiedzialnością karną reżyserów. Zob. przypis 32.

<sup>27</sup> Ad[am] Z[agórski], *Z życia sceny i ekranu. Z wędrowek po kinach*, „Przegląd Wieczorny” 1924, nr 276, s. 3.

właściwie jako autor kilku scenariuszy filmowych, napisanych na podstawie dzieł Sienkiewicza i Reymonta (*Na jasnym brzegu* i *Chłopi*).

W Poznaniu *Quo vadis* wyświetlano w kinie „Apollo” od 3 do 16 listopada (seria I), w dniach 17–26 listopada (seria II) i od 27 do 30 listopada, całość. Poznański widz obejrzał zatem to dzieło 10 dni przed warszawską jego premierą i kilka dni przed porozumieniem spadkobierców Sienkiewicza z włoską wytwórnią. Sprawa nie jest łatwa do wyjaśnienia, i biorąc pod uwagę źródła prasowe, poprzestać wypadnie raczej na sformułowaniu hipotez niż uzyskaniu pewności odnośnie do faktów. Wydaje się, że Continental niekoniecznie miał monopol na rozpowszechnianie filmu na terenie Rzeczypospolitej, a prawo wyłączności mogło dotyczyć tylko Warszawy (jakkolwiek ta klauzula terytorialna wydaje się zbyt wąska), stąd interwencja tamtejszej prokuratury w kinie „Pan”<sup>28</sup>. Firma, o której mowa, nie zamieściła nigdy informacji o miastach, gdzie miał być wyświetlany film, koncentrując się wyłącznie na dwóch stołecznych kinach. Ponadto, o czym jest wzmianka w przywołanym artykule „Expressu Porannego”, nabyła ona prawo do rozpowszechniania filmu na terenie Rzeczypospolitej za pośrednictwem Towarzystwa Akcyjnego Filmwerke w Wiedniu. W odniesieniu do Poznania — można snuć domysły — mógł to być dystrybutor niemiecki<sup>29</sup>. Continental w żadnej ze swoich reklam nie zapowiadał, że film wyświetlany będzie w miastach polskich, natomiast wymieniano w nich nazwy tylko dwóch kin stołecznych. W każdym razie polska premiera *Quo vadis* w poznańskim kinie „Apollo” nie spotkała się z żadną ingerencją prokuratury. Podczas gdy w Warszawie trwały prace mające na celu adaptację filmu do „ekranu polskiego” (włącznie z opracowaniem napisów w języku polskim), w Poznaniu mógł on być wyświetlany z napisami w języku niemieckim i w takiej postaci, w jakiej go zakupiono od dystrybutora (lecz nie wyklucza to napisów w języku polskim). Wprawdzie projekcja z napisami w języku obcym łamała art. 5 rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych z dnia 12 II 1919 r. nakładający obowiązek sporządzania tekstu w języku polskim w „obrazach świetlnych przeznaczonych do publicznej produkcji”, lecz na terenie byłego zaboru pruskiego przepis ten był łamany, i, „[z]e względu na powiązania z dystrybutorami niemieckimi nadal duża część filmów wyświetlana była wyłącznie w języku niemieckim”<sup>30</sup>. Ponadto odbiorcy tej dystrybucji byli zorganizowani, co nie oznacza, że tworzyli jakieś lobby niemieckie, po prostu wynikało to z ich interesów. Otóż na dawnym zaborowym terenie działał Związek właścicieli kin

<sup>28</sup> Innym dystrybutorem była krakowska firma L. Lang. J. Maśnicki, *Niemcy kraj. Polskie motywy w europejskim kinie niemy (1896–1930)*, Gdańsk 2006, s. 282. Zob. też przypis 41, w którym pojawia się nazwa kolejnego dystrybutora *Quo vadis*: Spółki Kinematograficznej „Kolos”.

<sup>29</sup> Unione Cinematografica Italiana zawarła umowę z berlińską firmą UFA (Universum Film Aktiengesellschaft), która w Europie dysponowała ponad 4 tysiącami sal projekcyjnych. T. Miczka, *Kino włoskie*, Gdańsk 2009, s. 51.

<sup>30</sup> M. Hendrykowska, *Meandry i paradoksy międzywojennej cenzury w Polsce*, „Images” 2016, t. XVIII, nr 27, s. 67.

w byłym zaborze pruskim (będzie o nim jeszcze wzmianka). Tworzył on konsorcjum, które prowadziło politykę zakupu filmów i ich dystrybucji. Wydaje się, że właściciele kin mogli się porozumiewać ze sobą odnośnie do terminów operowania kopiami filmu. W miastach byłego zaboru pruskiego *Quo vadis* wyświetlano najpierw w Poznaniu, a potem kolejno na początku 1925 r. w Grudziądzu od 8 stycznia, w Bydgoszcy od 10 stycznia i w Toruniu od 24 stycznia.

Właściciel kina „Apollo” zadbał o reklamę prasową filmu w najważniejszych poznańskich tygodnikach. W reklamie zapowiadającej „najuroczystszą premierę zimowego sezonu” i „niezwykłą ucztę artystyczną” określono projekcję jako „przedstawienie ku czci śp. Henryka Sienkiewicza”<sup>31</sup>. Czytelnik przywołanych dzienników mógł przeczytać 6 listopada, że „*Quo vadis* pióra Hetmana ducha polskiego niedawno wykończone w Rzymie olbrzymim kosztem przyciąga i zachwyca obecnie tłumy w kinie «Apollo»”, a frekwencja na seansach jest tak nadzwyczajna, iż uprasza się widzów o wcześniejsze przybycie „w celu uniknięcia natłoku”. W reklamach zamieszczonych 16 listopada wątek filmowy „okrutnego prześladowania chrześcijan” skojarzono z „tragicznymi wypadkami” podczas kręcenia filmu. Z kolei w numerach opublikowanych 27 listopada reklamy podniosły kwestię rozgłosu filmu, „o którym w salonach poznańskich najwięcej się mówi” oraz o żywionym doń uznaniu „najwybitniejszych krytyków Paryża, Londynu i Rzymu”. Rzecz jasna w tekstach, o których mowa, pojawiły się i inne elementy związane z samym filmem (nazwa wytwórni filmowej, nazwiska reżyserów, Emil Jannings w roli Nerona) i informacjami dotyczącymi godzin projekcji (nie podano ceny biletów).

W Bydgoszcy wyświetlano *Quo vadis* w kinie „Kryształ” w dniach od 10 do 23 stycznia 1925 roku. Reklamowano je jako „najmonumentalniejsze, najpotężniejsze arcydzieło świata w 2 seriach 14 aktach podług nieśmiertelnego dzieła Henryka Sienkiewicza”, epatując czytelnika wątkiem filmowym „orgii i bachanalii rozpustnego Rzymu” oraz tragicznymi wypadkami mającymi miejsce podczas kręcenia filmu (śmierć dwóch operatorów oraz artysty)<sup>32</sup>; widza przyciągać też miała „zwięk-

<sup>31</sup> „Dziennik Poznański” 1924, nr 254, s. 2; „Kurier Poznański” 1924, nr 254, s. 2; „Postęp” 1924, nr 254, s. 6. I seria *Quo vadis* reklamowana była też w „Posener Tageblatt”, poczynając od nr 254 z 4 XI 1924, s. 2. W reklamach kina „Apollo” zamieszczanych w tym niemieckim dzienniku polskim akcentem patriotycznym było wyeksponowanie frazy: „*Quo vadis*” aus der Feder des Hetmans, des polnischen Geistes [„*Quo vadis*” spod pióra Hetmana Ducha polskiego]. Jako element programu wymieniano w reklamach obrazy przedstawiające przewiezienie ze Szwajcarii do Polski doczesnych szczątków pisarza, w tym mowę Paderewskiego.

<sup>32</sup> Nazwisko Palamba zostało zniekształcone, jak w wielu innych reklamach, powinno ono brzmieć: Augusto Palombi. Zginął on 5 lutego 1924 r., rozszarpany przez lwicę, podczas kręcenia sceny obrazującej męczeństwo chrześcijan. To tragiczne wydarzenie nabrało sensu symbolicznego, stając się *newsem* globalnym, odnotowanym także na antypodach. Prasa australijska używała doń określeń typu „Over-Realistic Film” („The Daily Telegraph” 7 II 1924, s. 7), „Too Much Realism” („Morning Bulletin” 7 II 1924, s. 9), „Terrible Realism” („The Advertiser” 7 II 1924, s. 9), „Real Thriller” („Tweed Daily” 14 II 1924, s. 3) oraz (najczęściej) „Too Realistic Film” („The Argus” 29 III 1924, s. 12).

szona orkiestra pod osobistym kierownictwem p. W. Teutsch<sup>33</sup>. Dość interesująca jest sprawa, którą wywołał jeden z czytelników „Dziennika Bydgoskiego”<sup>34</sup>. Otóż znalazł on sposób, by przyjąć z finansową pomocą komitetowi Sienkiewiczowskiemu w Bydgoszczy, który postanowił przeznaczyć dochód z uroczystości w wysokości 1 tysiąca złotych na wykonanie popiersia z marmuru autora *Quo vadis*. Lecz koszt wyraźnie przewyższał zamysł, bo aż o 3 tysiące złotych. Czytelnik uznał w liście do redakcji, że brakującą kwotę powinni wyłożyć właściciele kina „Kryształ”. O ich wysokich dochodach świadczy „istna orgia” powodzenia filmu, skwitowana frazą: „tłumy, bójki, demolowanie kasy, policja, spazmy, lekarze, awantury”. Zaproponował on więc, by właściciele kina przeznaczyci „dziesięć” z zysku w celu ufundowania popiersia pisarza. Redakcja „Dziennika Bydgoskiego”, mówiąc kolokwialnie, dała się nieco podprowadzić swojemu czytelnikowi, bezwarunkowo popierając pomysł, nawet z wyrzutem skierowanym przeciwko „legionom różnych przedsiębiorców”, którzy porobili na dziełach Sienkiewicza „milionowe fortuny”. Sienkiewicz — czytamy w komentarzu — nie był krezusem, ale zawsze wspierał finansowo swoich rodaków, zwłaszcza podczas wojny. Redakcja ma nadzieję, że „panowie z kina «Kryształ» spełnią swój obowiązek”, o czym opinia publiczna nie zwątpi „ani na chwilę”. W tym życzeniu chyba się zagalopowano, gdyż apel o cudze (nie własne) pieniądze nie jest rzeczą ładną.

Mając świadomość tego, że było to pójście o krok za daleko, redakcja postanowiła poznać opinię drugiej strony w myśl powiedzenia *audiatur et altera pars*. Przeprowadziła więc interesujący wywiad z właścicielami kin<sup>35</sup>, prostując tym samym swoje uchybienie, jakim był ów pochopny apel wyrażony w komentarzu do listu czytelnika. W ten sposób wykazała swój profesjonalizm dziennikarski. Właściciele kin zbulwersowało stanowisko redakcji. Według nich każde kino tylko na pozór jest „kopalnią złota”. Apelować trzeba o pieniądze na cele społeczne nie do „mocno nadszarpanych kieszeni kiniarzy”, lecz raczej do magistratu pobierającego „horrendalnie wysoki” podatek w postaci doliczenia 60 procent do ceny biletu. Takiego opodatkowania nie ma w żadnym państwie na świecie, a powodem jego pobierania była inflacyjna marka polska, obecnie zastąpiona przez twardą złotówkę. Do tego dochodzi państwowy podatek obrotowy, patent, podatek od lokali, szyldów i reklam, muzyka i oświetlenie. W Bydgoszczy za prąd elektryczny kina płacą o 50 procent więcej niż inne przedsiębiorstwa. Wywiadu udzielił też przedstawiciel Związku

---

Podobnie było we Włoszech, gdzie po wejściu *Quo vadis* na ekrany kin niewiele mówiono o wartościach artystycznych tego filmu, częściej zaś o konfliktach i incydentach, które rozegrały się na planie filmowym. A. Miller-Klejsa, „*Quo Vadis?*” by Enrico Guazzoni and „*Quo Vadis*” by Gabriellino D’Annunzio: *Production — Dramaturgy — Reception*, „Panoptikum” 2017, nr 18 (25), s. 251.

<sup>33</sup> „Dziennik Bydgoski” 1925, nr 7, s. 5.

<sup>34</sup> P. P., *Zza kulis komitetu Sienkiewiczowskiego w Bydgoszczy*, „Dziennik Bydgoski” 1925, nr 10, s. 7.

<sup>35</sup> „*Nie wszystko złoto, co się świeci*”... (Wywiad nasz z właścicielami kinematografów), „Dziennik Bydgoski” 1925, nr 13, s. 5.



właściciele kinoteatrów w byłym zaborze pruskim, prezes Marian Bawarski z Nakła. Famę o nadzwyczajnej frekwencji w kinie „Kristal” ocenił on jako „grubą przesadę”. Istotnie sam tytuł arcydzieła nie wystarczał. O frekwencję należało nieustannie dbać i wyczuć moment, kiedy projekcje przestają być opłacalne. „Kristal” w ciągu 10 miesięcy działalności zapłacił różnym podmiotom 110 tysięcy złotych. Zakup *Quo vadis* kosztuje więcej niż 10 tysięcy złotych.

W Toruniu *Quo vadis* wyświetlano w kinie „Cristal” od 24 stycznia do 10 lutego 1925 roku, najpierw I serię, potem drugą, a następnie dwie naraz. W dniu premiery reklamowano je jako „najpotężniejszy film świata podług słynnej powieści H. Sienkiewicza”, eksponując jego wyższą wartość artystyczną w porównaniu z filmem Guazzoniego: „Film wykonany w 1924 r. swą inscenizacją i grą aktorów przewyższa stare *Quo vadis* 1912 r. Najwybitniejsi artyści świata biorą udział w odtworzeniu głównych ról”<sup>36</sup>. Skromne reklamy w „Słowie Pomorskim” informowały o dacie i godzinie projekcji w kinie „Cristal”, sporadycznie zaś i skrótowo o atrakcyjnych scenach z filmu: „Pożar Rzymu. Walki gladiatorów. Męczeństwo chrześcijan. Śmierć Nerona!”<sup>37</sup>.

Krakowianie mogli obejrzeć *Quo vadis* w kinie „Warszawa”, I serię od 22 listopada do 2 grudnia 1924 r., II zaś od 3 do 15 grudnia tego roku. Filmem entuzjazmował się zwłaszcza popularny „Ilustrowany Kurier Codzienny”, na którego łamach zamieszczano reklamy wypełniające pierwszą stronę wydania<sup>38</sup>. Redakcja nie omieszczała obwieścić sukcesu produkcji w kryptoreklamowej recenzji filmu<sup>39</sup>. Pisano w niej, że „sukces, jaki odniosło *Quo vadis*, nie da się porównać z powodzeniem żadnego dotychczas wyświetlanego obrazu”. Rozżalone tłumy odchodziły od kas kina. Film przewyższył „najśmielsze oczekiwania” publiczności, która miała szczęście nabyć bilety i obejrzeć „gigantyczne arcydzieło geniuszu ludzkiego” (reklamy lubowały się w określeniach hiperbolicznych). Półstronicowa reklama filmu umieszczona tego samego dnia w innym dzienniku przypomina przywołaną kryptoreklamę, gdyż nie były to byty słowne odległe od siebie<sup>40</sup>. Premiera „wypadła znakomicie”, a „film okazał się pierwszorzędnym — tak pod względem wystawy, reżyserii, jak też i gry światowych artystów”. Podkreślono walor muzyki, „do filmu znakomicie zastosowanej”. Superlatywy zahaczały o horror; w jednej z reklam epatowano czytelnika tym, że film przewyższa „okropnością swych niezrównanych scen, wszystko dotychczas widziane i nawet pierwszą serię”<sup>41</sup>. Oprócz reklam i kryp-

<sup>36</sup> „Express Pomorski” 1925, nr 24, s. 2. W tymże dzienniku pojawiały się reklamy *Quo vadis* wyświetlanego w kinie „Orzeł” w Grudziądzu od 8 stycznia 1925 roku.

<sup>37</sup> „Słowo Pomorskie” 1925, nr 32, s. 3.

<sup>38</sup> Na przykład „Ilustrowany Kurier Codzienny” 1924, nr 319, s. 1; nr 330, s. 1.

<sup>39</sup> M. g., *Rzadki sukces kasowy i artystyczny filmu „Quo vadis”*, „Ilustrowany Kurier Codzienny” 1924, nr 320, s. 9.

<sup>40</sup> „Goniec Krakowski” 1924, nr 269, s. 3.

<sup>41</sup> „Goniec Krakowski” 1924, nr 279, s. 3. W tej reklamie pojawia się informacja, że „obraz jest własnością biura „Kolos”, Kraków, przy ulicy Stradom 15”. To zaskakująca informacja, gdyż pojawia

toreklam pojawiały się w prasie dość rzadko recenzje rzeczowe. Autor jednej z nich skoncentrował się na dziele Sienkiewicza, którego określił mianem pisarza „fotogenicznego”<sup>42</sup>. *Quo vadis* stanowi „istotną kopalnię efektywnych motywów” sensacyjnych i awanturnicznych np. (porwanie i cudowne ocalenie bohaterki). Ponadto pisarz — podkreślał recenzent — jest batalistą, który „z nadzwyczajnym poczuciem perspektywy” operuje postaciami pierwszo- i drugoplanowymi. Te fotogeniczne zalety jego dzieła powodują, że jest on „ukochanym przez wszystkich kinomanów pisarzem”. W tekście nie ma specjalnej ekscytacji filmem ani otoczką towarzyszącą jego projekcji. Wytknięte zostają pewne „naddatki”, czyli wątki wprowadzone przez reżyserów. Nie szkodzą one pozytywnemu odbiorowi obrazu, ale jego oceny w całości — zapowiada recenzent — będzie można dokonać po wejściu na ekran II serii dzieła.

*Quo vadis* wyświetlano w łódzkich kinach „Casino” i „Odeon” w dwóch seriach naraz od 1 do 15 grudnia 1924 r. (dziennie dawano tylko jeden seans). Ogłoszenia zajmujące całą pierwszą stronę dziennika „Republika” były w pełnym znaczeniu tego słowa reklamami filmu, odwołującymi się do zmysłu wzroku widza i wysuwającymi na plan pierwszy fotosy aktorów, reprodukowane z materiałów rozprowadzanych przez wytwórnię włoską. Nazwisko Sienkiewicza w ogóle się w nich nie pojawia, wystarczy, że wyobraźnia kinomana skieruje się w stronę tego, co będzie mógł ujrzeć na ekranie. W reklamie zapowiadającej *Quo vadis* jako „największą premierę sezonu” anonsowano, że w rolach głównych wystąpią Emil Jannings i „hrabianka de Liguoro” (zaskakujące zestawienie Nerona z Eunice)<sup>43</sup>. Powiększony fotos Nerona otaczają dwa mniejsze, właśnie Riny De Liguoro oraz Lillian Hall-Davis w roli Ligii. W warstwie treści dominują liczby mające świadczyć o rozmachu filmu: koszcie jego produkcji, liczbie statystów, robotników, dzikich zwierząt, a nawet użycia 29 „aparatów filmowych”. Ilustrację muzyczną „zwiększonych orkiestr” zapewnić miał L. Kantor. Interesująca jest całostronnicowa reklama zapowiadająca ostatnie dwa dni projekcji filmu<sup>44</sup>. Składa się ona z samych fotosów: Janningsa oraz partnerujących mu 6 aktorów i aktorek. Czytelnik mógł podprogowo odczuć to, że w filmie istnieje równość płci, a role męskie i żeńskie dopełniają się z sobą, jak w świecie realnym i świecie fikcji artystycznej, a także na widowni w kinie. Odnotować trzeba pewien tekst kryptoreklamowy<sup>45</sup>. Opisano w nim scenariusz *Quo vadis*, oceniając obraz jako „potężny, najpotężniejszy z tzw. filmów historycznych”. Rolę Janningsa uznał autor tekstu za „najlepszą i najpotężniejszą kreację tego niezwykłego aktora”,

---

się w niej konkretna nazwa dystrybutora, druga oprócz Continentala. Spółka Kinematograficzna „Kolos” w ogłoszeniach dotyczących oferty podawała adres: Warszawa, Al. Jerozolimskie 31. W stolicy funkcjonowały też inne agencje kinematograficzne, np. „Corso”.

<sup>42</sup> Z ekranu. „*Quo vadis*” (Kinoteatr „Warszawa”), „Nowy Dziennik” 1924, nr 265, s. 4.

<sup>43</sup> „Republika” 1924, nr 328 (wyd. poranne), s. 1.

<sup>44</sup> „Republika” 1924, nr 341 (wyd. poranne), s. 1.

<sup>45</sup> Cines (pseudonim autora albo źródło informacji nawiązujące do nazwy włoskiej wytwórni filmowej), *Casino i Odeon. „Quo vadis”*, „Republika” 1924, nr 331, s. 6 (wyd. poranne).

a do jego poziomu — według niego — dostosowali się pozostali aktorzy i aktorki, dając „koncert gry filmowej”, której nie zaćmiewa przepych scenografii.

W kinie w Lublinie też można było obejrzeć *Quo vadis*. Właściciel kinoteatru „Corso” zamieszczał codziennie na pierwszej stronie miejscowego dziennika (podobnie jak konkurencyjne „Colosseum”) reklamę aktualnego programu, z podaniem godziny projekcji obrazów. Nie było żadnej bombastycznej zapowiedzi *Quo vadis* jako sensacji sezonu, przeciwnie — w pierwszym dniu projekcji i w następnych zwykły i powtarzany codziennie anons podawał ogólną informację o tym filmie, że jest on zrealizowany „podług nieśmiertelnego dzieła Henryka Sienkiewicza”, rolę Nerona gra w nim Emil Jannings, a urozmaica go „orkiestra pod batutą Stefana Turalskiego”<sup>46</sup>. W anonsie jak zwykle podano godzinę projekcji, i wyjątkowo, w przeciwieństwie do prawie wszystkich kin cenę biletów, a była ona wysoka, od 1,50 do 3 złotych. Film wyświetlany był w dwóch seriach w dniach od 4 do 16 grudnia 1924 r., więc dla ich widza cena urastała do znacznej, podwójnej kwoty.

W Kielcach *Quo vadis* wyświetlano w kinie „Phenomen” od 1 do 12 stycznia 1925 roku. W anonsie zapowiadającym projekcję pisano, że „udało się przyspieszyć sprowadzenie tego najnowszego filmu do Kielc”, podkreślając, iż ukazał się on w Warszawie równocześnie z Wiedniem i Pragą w związku z „uroczystym przewiezieniem zwłok” pisarza<sup>47</sup>. To nieprawdziwa i spóźniona informacja, automatycznie przejęta z dawniejszych ogłoszeń prasowych. W dniu premiery ukazało się półstronicowe ogłoszenie, w którym podano obsadę głównych ról oraz dane liczbowe mające świadczyć o rozmachu filmu (koszt, liczba statystów, robotników i operatorów)<sup>48</sup>. Zabrakło natomiast informacji o godzinach projekcji i o ewentualnych afiszach, które by tę lukę wypełniły.

31 grudnia 1924 r. w dziennikach lwowskich pojawia się reklama zapowiadająca „wielką premierę potężnego arcydzieła Henryka Sienkiewicza” w kinach „Kopernik” i „Marysienka”<sup>49</sup>. W „Kurierze Lwowskim” w kryptoreklamowej notatce pisano o *Quo vadis* jako „arcydziele sztuki kinematograficznej, które w tryumfalnym pochodzie przeszło [przez] największe kina stolic europejskich”<sup>50</sup>. Podkreślono w niej walory techniczne i artystyczne filmu, którego widz „znajdzie w nim zarówno źródło estetycznego zadowolenia, jak i patriotycznej dumy”. W przeddzień projekcji *Quo vadis* opublikowany został artykuł omawiający niezwykły rozwój „sztuki filmowej”, nie tak dawno uważanej za lichy gatunek rozrywki i posądzanej o „propagandę niemoralności”<sup>51</sup>. Obecnie artyzm obrazów doszedł do doskonałości i stał się narzę-

<sup>46</sup> „Głos Lubelski” 1924, nr 322, s. 1.

<sup>47</sup> „Gazeta Kielecka” 1924, nr 52, s. 1.

<sup>48</sup> „Gazeta Kielecka” 1925, nr 1, s. 1.

<sup>49</sup> „Gazeta Lwowska” 1924, nr 299, s. 3; „Kurier Lwowski” 1924, nr 298, s. 5; „Gazeta Poranna” 1924, nr 7287, s. 2.

<sup>50</sup> *Przed wystawieniem „Quo vadis”*, „Kurier Lwowski” 1924, nr 298, s. 5.

<sup>51</sup> H. Rudnicki, *Rozwój kinematografii a zacofany Lwów*, „Kurier Lwowski” 1925, nr 2, s. 8.

dziem „popularyzacji sztuki wśród szerokich mas”. Lecz prasa lwowska — według autora artykułu — lekceważy te trendy. Podczas gdy prasa warszawska omawia na równi z teatralnymi „nowe kreacje filmowe”, we Lwowie nie ma nawet śladu „krytyki kinowej”. Marne są reklamy prasowe, o które nie dbają nawet właściciele kin. Niegustowne afisze — uważa autor — są anachronizmem, gdyż informacje o seansach, zwłaszcza o godzinach ich rozpoczęcia, powinny trafiać do czytelnika codziennej prasy, bo takie są wymogi nowoczesności. Dodać by trzeba, że dzienniki lwowskie („Gazeta Lwowska”, „Kurier Lwowski”, „Słowo Polskie”, „Gazeta Poranna”, „Wiek Nowy”) nie prowadziły rubryk repertuarowych odnoszących się do kina. W Krakowie było inaczej. Większość tamtejszych dzienników prowadziła rubryki w rodzaju: *Repertuar kinoteatrów* („Czas”), *Co grają dzisiaj w kinie?* („Ilustrowany Kurier Codzienny”), *Repertuar kin krakowskich* („Nowy Dziennik”), *Repertuar kin krakowskich i Ze srebrnego ekranu* („Goniec Krakowski”).

Projekcje *Quo vadis* odbywały się we Lwowie od 3 do 18 stycznia 1925 r. na kilku seansach dziennie w kinach „Kopernik” i „Marysieńka”. W nieokazałych reklamach na czoło wybijano grę Janningsa, operowano nazwiskiem D’Annunzia jako reżysera filmu, podkreślano, że „cały Lwów” jest pod wrażeniem „niezwykłego piękna i artyzmu filmu”. To typowe *totum pro parte* (podobnie jak „cała Bydgoszcz”) znajdujące się w repertuarze chwytów reklamowych. Ważna jest reklama anonsująca premierę filmu, zamieszczona w „Słowie Polskim”, w której wyeksponowano zdanie mówiące o tym, że *Quo vadis* jest „dramatem historycznym przystosowanym do projekcji pod kierownictwem literackim Stanisława Sierosławskiego<sup>52</sup>. Oznaczało to, że wyświetlano kopię rozpowszechnianą przez warszawską firmę Continental.

W Stanisławowie film wyświetlano w lutym 1925 r. w kinie „Warszawa”. W miejscowym tygodniku dużego formatu ogłoszenie anonsowało *Quo vadis* jako „fenomenalny film wszechświatowej sławy” zawierający „oszałamiające sceny masowe”, z Emilem Janningsem jako „wykonawcą roli Nerona”; film miał być wyświetlany w najbliższych dniach<sup>53</sup>. Druga seria miała premierę 15 lutego i reklamowano ją jako „najpotężniejsze arcydzieło filmowe wszechświatowej sławy produkcji 1924–25”, wymieniając jego wątki treściowe, takie jak „Pożar Rzymu”, „Igrzyska w cyrku rzymskim”, „Śmierć krwiożerczego tyrana”<sup>54</sup>. Terminów projekcji nie podawano, odsyłając czytelnika do szczegółów podanych na afiszach. Interesujące jest oświadczenie zarządu kina „Warszawa”, w którym podniesiono problem kosztów ponoszonych przez kina prowincjonalne (dwa w Stanisławowie), porównując je do znajdujących się w znacznie lepszej sytuacji finansowej kin lwowskich<sup>55</sup>. W oświad-

<sup>52</sup> „Słowo Polskie” 1925, nr 1, s. 6.

<sup>53</sup> „Kurier Stanisławowski” 1925, nr 236, s. 1.

<sup>54</sup> „Kurier Stanisławowski” 1925, nr 238, s. 1.

<sup>55</sup> *Oświadczenie*, „Kurier Stanisławowski” 1925, nr 241, s. 3.

czeniu podano, że koszt wypożyczenia „poważniejszego obrazu” wynosi 1000–1500 dolarów, a liczba potencjalnych widzów jest tu znacznie ograniczona. Ponadto od cen biletów pobierane są podatki: 40% na rzecz miasta i 5% na inwalidów wojennych.

W Białymstoku film wyświetlano od 7 do 18 stycznia 1925 r. w kinie „Apollo” w dwóch seriach naraz; dawano dwie projekcje dziennie. Konsekwentnie reklamowano go każdego dnia w „Dzienniku Białostockim” zawsze na s. 4. Treści reklam nie zmieniano, tylko początkowo miała ona większy format. Film anonsowano jako „Oczekiwane przez wszystkich z niecierpliwością największe arcydzieło filmowe świata osnute na tle powieści Henryka Sienkiewicza *Quo vadis*”; podano nazwiska reżyserów oraz Janningsa jako odtwórcy roli Nerona<sup>56</sup>. Najciekawsze w reklamie były elementy pragmatyki kinowej, związanej z organizacją widowni. Podkreślano, że możliwe jest „Wejście na widownię tylko na początek przedstawienia”. Irytujący był zwyczaj spóźniania się widzów, lecz bywało, że spóźniano się z początkiem projekcji, co wywoływało gwizdy publiczności. Kino „Apollo” wydało walkę temu zwyczajowi<sup>57</sup>. Było to wyrazem troski o widza, podobnie jak numerowanie miejsc. Bilety można było nabyć w przedsprzedaży. Informowano, że „Specjalną ilustrację muzyczną do filmu wykona powiększona orkiestra pod batutą I. Korobkowa”. W numerze 15. z 15 stycznia anonsowano ostatnią w tym kinie projekcję *Quo vadis* z użyciem chwytu werbalnego: „Szkoda tych, którzy nie będą na najpotężniejszym obrazie świata”. Lecz film „na ogólne życzenie” wyświetlano jeszcze przez dwa kolejne dni z zaniżoną ceną biletów na wszystkie miejsca. W numerze 18. z 18 stycznia zapowiedziano „nieodwołalnie” ostatni dzień projekcji filmu, przy czym na seans o godz. 16 cenę biletów na wszystkie miejsca obniżono do 1,50 zł. Widać w tych decyzjach elastyczność właściciela kina, który przez kilka dni wstrzymywał się z zapowiedzianą projekcją atrakcyjnego filmu amerykańskiego, kalkulując, że ostatecznie opłaca się wydłużenie o kilka dni, nawet po obniżeniu ceny biletów, wyświetlanie *Quo vadis*. Nigdzie indziej w kinach polskich w reklamach prasowych tego filmu nie informowano ani o tego rodzaju obniżce, ani o cenie biletów (z wyjątkiem kina „Corso” w Lublinie, gdzie były one o wiele wyższe). Fama głosząca, że najtańszymi biletami w dwudziestoleciu międzywojennym cieszyli się kinomani białostoccy, wydaje się prawdziwa.

W Częstochowie w Teatrze „Odeon” film wyświetlano od 26 stycznia do 12 lutego 1925 r., najpierw serię I, potem II, a następnie na „ogólne życzenie publicz-

<sup>56</sup> „Dziennik Białostocki” 1925, nr 7, s. 4.

<sup>57</sup> O niepunktualności w rozpoczynaniu projekcji, a także o fatalnych warunkach higienicznych i braku zabezpieczeń przeciwpożarowych w kinach tarnowskich pisze R. Włodek w książce *100 lat Marzenia. Historia kina w Tarnowie*, Tarnów 2013, s. 56. Do elementów socjologii kina należy zaliczyć wybuchające na widowni konflikty społeczne — przypominające, jak pisze autor, „coś w rodzaju walki klas”, czyli awantury między plebejską a „lepszą” częścią publiczności (s. 57). W książce zamieszczona jest fotografia afisza informującego o projekcji *Quo vadis* z Janningsem w roli Nerona w tarnowskim kinie „Apollo” (s. 52).

ności” dwie serie razem. Właściciel zadbał o reklamę, która pojawiała się w każdym numerze miejscowego dziennika. Do numeru 21. z 27 stycznia dołączono „specjalne broszury ilustrowane ze streszczeniem obrazu”. Szczegóły dotyczące czasu i miejsca wyświetlania filmu podawano w afiszach kinowych. Całostronicowe ogłoszenia pojawiały się pod winiętą pisma w pierwszych dniach projekcji pierwszej i drugiej serii oraz całości, w kolejnych zaś drukowano je w mniejszym formacie. Reklamy wypełniające całą pierwszą stronę czerpano z materiałów udostępnianych właścicielom kin, jak tę z podobizną Jenningsa jako Nerona oraz podającą w ramkach nazwiska aktorów i odgrywane przez nich role<sup>58</sup>. Ta reklama, często wykorzystywana w różnych dziennikach, epatowała sensacją, mnożąc liczbę osób, które padły ofiarą lwów podczas kręcenia filmu, oraz operując hasłowymi wątkami treściowymi typu „Orgie i bachanalie rozpustnego Rzymu”<sup>59</sup> czy „Walka Ursusa z turem”. Celom hiperboli reklamowej dobrze służyły też liczby: 137 lwów, tygrysów i innych zwierząt, 47 tysięcy statystów, koszt produkcji filmu: 10 milionów dolarów, podkreślano jego „kolosalną długość”. W reklamie drugiej serii wyeksponowano jej zawartość poprzez nazwy „siedmiu wielkich aktów”, jak „Męczeństwo chrześcijan”, „Igrzyska cyrkowe” i „Bunt Gallów i śmierć Nerona”<sup>60</sup>. Uspokajano widza w kwestii ceny biletu, gdyż — jak mu persadowano — „pomimo kolosalnie wysokiej dzierżawy obrazu, aby uprzystępnic wszystkim obejrzenie tego kolosalnego dzieła” cenę podwyższono tylko o 50 groszy. Zadbano o ilustrację muzyczną, która w „Odeonie” towarzyszyła projekcji *Quo vadis*; „ułożył” ją J. Bursik.

W Wilnie *Quo vadis* wyświetlano w kinach „Polonia” i „Stella” w dwóch kolejnych seriach (a całość tylko w pierwszym z nich) w dniach od 10 do 30 kwietnia 2025 roku. W reklamach stosowano chwyt *totum pro parte* i hiperbole w rodzaju: „Cała prasa zagraniczna stwierdza, że obraz *Quo vadis* jest nowym etapem w rozwoju kinematografii, cała prasa warszawska poświęciła filmowi pochlebne, nieraz entuzjastyczne wyrazy uznania”<sup>61</sup>. Zachwalano *Quo vadis* jako „największe arcydzieło sezonu”, utożsamiając je z powieścią Sienkiewicza i masowym jej odbiorcą. Chodziło o to, by — jak to ujęto — „dać możność najszeršym warstwom społeczeństwa polskiego podziwiać to arcydzieło pióra Hetmana Duchy Polskiego”<sup>62</sup>. Tę identyfikację niosło z sobą określenie „nowe *Quo vadis*”, dość dwuznaczne, gdyż przymiotnik mógł się odnosić zarówno do powieści, jak i filmu Guazzoniego z 1912 r., do którego nie ma jednak żadnego odniesienia. Jedna z reklam wysuwa na czoło hasło „Potężna rewia cyrkowa!”, po którym następuje szereg innych, w tym „Klasyczne

<sup>58</sup> „Goniec Częstochowski” 1925, nr 21, s. 1.

<sup>59</sup> To wątek występujący w dziesiątkach reklam prasowych. Cenzura włoska zadbała o to, by wyeliminować z filmu sceny mogące wywołać zgorszenie publiczne. J. Maśnicki, *Niemy kraj...*, s. 234–235.

<sup>60</sup> „Goniec Częstochowski” 1925, nr 29, s. 2.

<sup>61</sup> „Dziennik Wileński” 1925, nr 87, s. 4.

<sup>62</sup> „Dziennik Wileński” 1925, nr 83, s. 2.

wścigi kwadrygl!” i „Gromady lwów na arenie cyrku!”. To chwytów werbalnych zapożyczonych z afisza cyrkowego, nastawionego na obwieszczanie sensacji, doskonale zakorzenione w ówczesnej reklamie filmowej, która pragnąc przyciągnąć widza, nie mogła nie być „krzykliwa”. Pokrewieństwo kina i cyrku podkreślał Karol Irzykowski: „Cyrk jest bardzo często tłem sztuk filmowych, i to nie bez głębszej przyczyny. W kinie zmienia się życie w cyrk, a cyrk w życie”<sup>63</sup>. Cyrk — dodawał — „daje rękojmię karkołomności prawdziwej”, kino zaś tylko ją naśladowuje.

Reklama kinoteatru „Udziałowy” w Sosnowcu zapowiadała „niebawem wielką premierę w Zagłębiu” *Quo vadis* na 21 kwietnia 1925 roku; szczegóły miały być podane na afiszach<sup>64</sup>. Nieco później w reklamach zamieszczanych w dzienniku „Iskra” termin ten przesunięto na 24 kwietnia i ostatecznie dwie serie jedna pod drugiej wyświetlano do 3 maja tego roku. W jednej z reklam podano, że film został „przystosowany do polskiego ekranu pod kierownictwem literackim Stanisława Sierosławskiego”, czyli źródło jego zakupu było to samo, co w wypadku kin lwowskich<sup>65</sup>. Reklamy ukazywały się sukcesywnie, lecz ich treści były ograniczone. Reklamowano rolę Emila Janningsa, w II serii podnoszono wątek „męczeństwa chrześcijan z wyrafinowanym okrucieństwem i śmierci Nerona”, zachwalano „muzykę zastosowaną do ekranu”.

Warto wspomnieć o „uroczystej premierze” *Quo vadis* 15 listopada 1926 r. w warszawskim kinie „Światowid”. W reklamie zamieszczonej w „Kurierze Warszawskim” anonsowano, że film został wznowiony w celu uczczenia dziesiątej rocznicy śmierci pisarza<sup>66</sup>. Podkreślano, że kopię — „całkowicie nowo opracowaną [pisownia oryginalna] i udoskonaloną” — sprowadził z zagranicy Komitet Obchodu Uroczystości Sienkiewiczowskich. Podnoszono, że film jest „potężną epopeją męczeństwa i miłości z Emilem Janningsem w roli Nerona”, a jego atrakcją ma być „powiększona orkiestra symfoniczna po kierownictwem A. Furmańskiego. Okolicznościowa projekcja nie zainteresowała prasy, całkowicie pochłoniętej uroczystością-

<sup>63</sup> K. Irzykowski, *Dziesiąta Muza. Zagadnienia estetyczne kina*, Kraków 1924, s. 58; zob. rozdz. XI *Cyrk*. Artykułowanym w tej książce nowatorskim poglądom odpowiada innowacyjny dyskurs, który — jak stwierdza badacz — „oscyluje między stylem quasi-naukowej rozprawy a nie stroniącym od użytych przewrotnie i z całą premedytacją efektów sensacyjno-retorycznych rodem z retoryki groszowych powieści czy może bardziej jeszcze łamów gazet”. M. Hendrykowski, *Na dnie oka. „Dziesiąta Muza z perspektywy stulecia*, „Przestrzenie Teorii” 2022, nr 37, s. 154. Tamże istotne filmoznawcze uzasadnienie prekursorstwa w skali światowej koncepcji Irzykowskiego, w tym sposobu rozumienia przezeń „kina i literatury w kategoriach konkurujących z sobą mediów”, co stawia go w pozycji nowoczesnego teoretyka mediów (s. 152).

<sup>64</sup> „Kurier Zagłębia” 1925, nr 85, s. 1.

<sup>65</sup> „Iskra” 1925, nr 95, s. 8. Jako nadprogram wyświetlano *Uroczyste sprowadzenie zwłok Henryka Sienkiewicza do Polski*.

<sup>66</sup> „Kurier Warszawski” nr 314 (wieczorny), 15 XI 1926, s. 2. W tym dniu kardynał Aleksander Kakowski odprawił w katedrze nabożeństwo żałobne za duszę śp. Henryka Sienkiewicza, a 19 listopada Syndykat Dziennikarzy Warszawskich zorganizował w Filharmonii Wielki Reprezentacyjny Wieczór Koncertowy mający na celu uczczenie 10. rocznicy śmierci pisarza. Projekcja *Quo vadis*, nabożeństwo żałobne i koncert były najważniejszymi w Polsce wydarzeniami upamiętniającymi tę rocznicę.

mi związanymi z odsłonięciem pomnika Chopina w Warszawie 14 listopada 1926 r. i recepcją związanych z tym faktem uroczystości w kraju i za granicą (obszerne sprawozdanie Jana Czempińskiego w przywołanym numerze „Kurier Warszawskiego”). Zresztą zwykłego widza o wiele bardziej mogła zainteresować zapowiedziana na 17 listopada „uroczysta premiera” *Ostatnich dni Pompei*, produktu włoskiej kinematografii reklamowanego jako „najmonumentalniejsze dzieło świata”. Anonsonowano wyświetlanie tego filmu w „najwytworniejszych kinoteatrach stolicy” („Wodewil” i „Filharmonia”) „pod łaskawym patronatem J.E. Ambadora Włoch” (nie obyło się od akcentu propagandowego)<sup>67</sup>. Dziełu nadawano więc markę faszystowską, jakkolwiek nie taka była intencja jego reżyserów<sup>68</sup>. Wznowione *Quo vadis* nie przyciągnęło publiczności pomimo ulg dla organizacji społecznych i bezpłatnego seansu dla młodzieży<sup>69</sup>. Otwarte pozostaje pytanie, co właściwie oglądali widzowie. Być może ocenzonej, wyświetlaną we Włoszech wersję *Quo vadis*<sup>70</sup>, skoro film sprowadzono z zagranicy i zachęcano do jego obejrzenia młodzież. Lecz nie wiadomo, w jakim języku wykonano napisy.

Z dokonanego przeglądu wyciągnąć można kilka wniosków. Film cieszył się popularnością w największych miastach polskich od początku listopada 1924 do początku maja 1925 roku. Pomiar tej popularności nie jest łatwy, w każdym razie w wypadku tego dzieła trudno mówić o nadzwyczajnym sukcesie frekwencyjnym. Jego podział na dwie serie był po prostu złym pomysłem, gdyż wydłużał ryzykownie czas odbioru, a widz któremu opatrzyła się „potężna”, „monumentalna”, „kolosalna” pierwsza seria, niekoniecznie chciał oglądać drugą, a potem całość (najkrócej wyświetlano właśnie tę „kodę”). W dużych miastach, w których odbywały się projekcje *Quo vadis*, funkcjonowało przeważnie 2–9 kin, a w Warszawie przynajmniej kilkanaście (to liczba zmienna). Kinoman miał więc do równoczesnego wyboru także lżejszą produkcję, ocierającą się o parter szmiry, reklamowaną jako „najbardziej sensacyjny i erotyczny film z bajecznego życia Paryża”, „pikantna dziewczina, prze-

<sup>67</sup> „Express Poranny” nr 319, 16 XI 1926, s. 2.

<sup>68</sup> Film nie jest propagandą faszystwu, lecz zawiera elementy które dają się interpretować jako odzwierciedlenie atmosfery politycznej panującej we Włoszech w pierwszych latach po dojściu Mussoliniego do władzy. Zob. E. Skwara, „*Quo vadis*” in *Film (1912, 1925, 1951, 1985, 2001). The Many Faces of Antiquity*, „Classica. Revista Brasileira de Estudos Clássicos” 2013, vol. 26, n. 2, p. 165. Tamże odwołanie do książki, w której elementy semiotyki niesione przez filmowy obraz Imperium Romanum oraz cytaty z kwestii wygłaszanych przez bohaterów dzieła (Nerona) dają się odczytać jako aluzje do sytuacji politycznej na Półwyspie, czego przykładem jest interpretacja cytatu z przemówienia Mussoliniego. R. Scodel, A. Bettenworth, *Whiter „Quo Vadis?”. Sienkiewicz’s Novel in Film and Television*, Oxford 2009, p. 110–111.

<sup>69</sup> *Ulg na „Quo vadis”*, „Kurier Polski” nr 285, 21 XI 1926, s. 6.

<sup>70</sup> W serwisie internetowym You Tube obejrzyć można ten film z napisami w języku włoskim. Opublikował go kanał Arcoinis TV: *Quo vadis?, di Georg Jakoby, Gabriellino d’Annunzio, dal romanzo omonimo di Henryk Sienkiewicz (1924)*. Nawiasem mówiąc, cenzura filmowa funkcjonowała nawet w takim kraju wolności słowa, jakim była Wielka Brytania.



bajeczna farsa w 6-ciu aktach” czy „arcywesoła a pikantna dwuaktowa komedia”. Realistyczne i psychologiczne filmy o wyższym lub niższym poziomie określano mianem „dramatu życiowego” lub „dramatu z prawdziwego zdarzenia”. Irzykowski ponad tę produkcję przedkładał jednak komedię, której wybitnym uosobieniem był dla niego Charlie Chaplin oraz filmy sensacyjne, pisząc, że „dzięki pogonią za sensacją kino ziszcza wrodzoną sobie skłonność do rozkoszowania się ruchem”<sup>71</sup>. Nie przepadał za „dramatami życiowymi” i „filmami aktorskimi”, czyli gwiazdorskimi. Przywołujemy, z konieczności w formie skrótowej, punkt widzenia tego teoretyka kina, gdyż podważa on status sensacji i tricków komediowych jako czegoś gorszego w stosunku do pozornie wyrafinowanych filmów realistycznych i psychologicznych, co ma swoje znaczenie w kontekście recepcji *Quo vadis* przez ówczesną publiczność oraz chwytów prasowych reklamujących to dzieło. Kina nie były inne niż bardzo podobny w nich do siebie repertuar, a widownia pozostawała ta sama.

Właściciele kin liczyli na powodzenie filmu, wiążąc go z nazwiskiem Sienkiewicza. Można to nazwać koniunkturalnym i skalkulowanym wykorzystaniem nazwiska pisarza, co uwidoczniają reklamy prasowe prześcigające się w jego superlatywnych określeniach. Lecz te określenia mogły też wybrzmieć jako probierz kultu pamięci autora *Quo vadis*, rezonującego jeszcze przez pół roku w kinach i w ogłoszeniach prasowych po drugim pogrzebie pisarza. W dni październikowych uroczystości w Warszawie i w całej Polsce, które stały się manifestacją narodową, nazwisko Sienkiewicza defilowało tryumfalnie na pierwszych stronach doniesień prasowych i w niezliczonych artykułach okolicznościowych. W listopadzie zaś i w następnych miesiącach niosły je reklamy i recenzje filmowe *Quo vadis*, które wytworzyły w przestrzeni społecznej swoisty kanał popularyzacji tego dzieła i osoby jego twórcy.

Na koniec warto przywołać pewne porównanie. W 1924 i 1925 r. *Quo vadis* w reżyserii Jacoby’ego i D’Annunzia wyświetlano w niepodległej Polsce jako ekranizację dzieła Sienkiewicza, co podkreślało w jego odbiorze czynnik dumy narodowej. Przed wojną film Guazzoniego też tak był odbierany na ziemiach polskich pod zaborami, ale w funkcji pokrzepienia serc. Małgorzata Hendrykowska stwierdza, że w ówczesnej sytuacji *Quo vadis* stawało się elementem kultury integrującym społeczeństwo polskie<sup>72</sup>. Wyświetlano je od marca 1913 do maja 1914 r. w dużych miastach, i stopniowo w mniejszych, jak w liczącym kilka tysięcy mieszkańców Łabiszynie. Masowość odbioru *Quo vadis* — twierdzi badaczka — zacierała społeczne bariery dzielące Polaków, stając się czynnikiem spójności narodowej. Film więc integrował i krzepił, służąc narodowemu zbudowaniu jako wydarzenie wspólnotowe niesione przez warunki życia i kulturę. Po wojnie ta funkcja pokrzepienia i integracji przesunęła się do obszaru pamięci, i *Quo vadis* odbierano jako nieko-

<sup>71</sup> K. Irzykowski, *Dziesiąta Muza...*, s. 51.

<sup>72</sup> M. Hendrykowska, *Pierwszy spektakl dla mas. „Quo vadis” Enrica Guazzoniego na ziemiach polskich (1913–1914)*, „Iluzjon” 1995, nr 1–4, s. 109–118.

niecznie najatrakcyjniejszy produkt (w porównaniu z kinem amerykańskim), tyle że z ważnym akcentem polskim, czyli nazwiskiem Sienkiewicza. Jest jeszcze jedna ważna różnica. Film Guazzoniego zyskał spektakularne globalne powodzenie, a oglądali go monarchowie, jak król Jerzy V czy cesarz Franciszek Józef, o czym donosiła ówczesna prasa. Torowało to — a przede wszystkim postępy demokratyzacji — drogę do uznania kina za przybytek kultury oraz filmu za dzieło artystyczne.

O *Quo vadis* pisano jako o „arcydziele”, podobnie jak o jego powieściowym prototypie. Nazwisko Sienkiewicza pojawia się w prasie jako nieusuwalna marka produktu, który odniósł światowy sukces. Na przykład „Illustrated London News” zamieściły fotografie scen filmowych z *Quo vadis*, ale w podpisie pod nimi pojawiło się tylko nazwisko Henryka Sienkiewicza<sup>73</sup>. I to wystarczyło. Zatem ta funkcja pokrzepienia znajdowała uzasadnienie w międzynarodowym odbiorze filmu jako w pewnej mierze także dzieła Polaka. Ekranizacja Jacoby’ego i D’Annunzia nie była już w zasadzie nośnikiem tej funkcji. Film nie należał do udanych, a głosy prasy światowej nie zestroiły się w wyraz tryumfalnego dlań uznania, jak to się stało w wypadku dzieła Guazzoniego. Dzięki *Quo vadis* przed wojną nazwisko Sienkiewicza szybowoło nad światem, a po wojnie nad wolną już Polską.

## Bibliografia

- Allen J.K., *Screening Europe in Australasia. Transnational Silent Film Before and After the Rise of Hollywood*, Exeter 2022.
- Czempiński J., „*Na Ojczyzny łono*”... *Opis przewiezienia zwłok nieśmiertelnego duchowego przywódcy narodu, genialnego pisarza Henryka Sienkiewicza z Vevey, gdzie zmarł, do Warszawy oraz pogrzebu w stolicy i uroczystości żałobnych*, Warszawa 1927.
- Hendrykowska M., *Meandry i paradoksy międzywojennej cenzury w Polsce*, „Images” 2016, t. XVIII, nr 27, s. 63–86.
- Hendrykowska M., *Pierwszy spektakl dla mas. „Quo vadis” Enrica Guazzoniego na ziemiach polskich (1913–1914)*, „Iluzjon” 1995, nr 1–4, s. 109–118.
- Hendrykowski M., *Na dnie oka. „Dziesiąta Muza” z perspektywy stulecia*, „Przestrzenie Teorii” 2022, nr 37, s. 145–157.
- Irzykowski K., *Dziesiąta Muza. Zagadnienie estetyczne kina*, Kraków 1924.
- Kosętka H., *Sienkiewicz na ekranie. Dokumentacja recepcji filmowej*, Kraków 2012.
- Kurz I., *Wspólnota obrazów. Sienkiewicz na ekranie*, [w:] *Sienkiewicz ponowoczesny*, red. B. Szleszyński, M. Rudkowska, Warszawa 2019 (aneks na s. 299–301 zawiera wykaz wszystkich ekranizacji dzieł pisarza).
- Maśnicki J., *Niemy kraj. Polskie motywy w europejskim kinie niemym (1896–1930)*, Gdańsk 2006.
- Miczka T., *Kino włoskie*, Gdańsk 2009.

<sup>73</sup> „Illustrated London News”, 8 XI 1913, s. 21.

- Miller-Klejsa A., „*Quo Vadis?*” by Enrico Guazzoni and „*Quo Vadis?*” by Gabriellino D’Annunzio: *Production — Dramaturgy — Reception*, „Panoptikum” 2017, nr 18 (25), s. 246–260.
- Otto W., *Literatura i film w kulturze polskiej dwudziestolecia międzywojennego*, Poznań 2007.
- Scodel R., Bettenworth A., *Whiter „Quo Vadis? Sienkiewicz’s Novel in Film and Television*, Oxford 2009.
- Skwara E., „*Quo vadis*” on Film (1912, 1925, 1951, 1985, 2001). *The Many Faces of Antiquity*, „Classica. Revista Brasileira de Estudos Clássicos” 2013, vol. 26, n. 2.
- Słodowski J., *Filmowe adaptacje „Quo vadis?” Henryka Sienkiewicza*, [w:] *Sienkiewicz i film*, red. L. Ludorowski, Kielce 1998, s. 101–110.
- Włodek R., *100 lat Marzenia. Historia kina w Tarnowie*, Tarnów 2013.
- Woźniak M., Biernacka-Licznar K., Rybicki J., *120 lat recepcji „Quo vadis” Henryka Sienkiewicza we Włoszech*, Warszawa 2020.