

WIZERUNKI KOBIET W ZDIGITALIZOWANYCH KOLEKCJACH FOTOGRAFICZNYCH JAKO PRZYKŁAD ZARZĄDZANIA INFORMACJĄ¹

Evelina Kristanova

 0000-0003-4935-7417

Instytut Nauk Społecznych

Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Uniwersytet SWPS

ABSTRACT

Representations of Women in Digitized Photographic Collections as an Example of Information Management

Digitized collections available online constitute an important source of information for researchers. The ability to browse them from any location and at any convenient time greatly facilitates scholarly work. The aim of this article is to analyze representations of women in selected digital archival collections, to present the circumstances of their creation, as well as curiosities and other information useful to those interested in this area of study. Debates concerning the role of women in society have been taking place in Europe since the Middle Ages, conducted predominantly by men. These discussions encompassed theological, social, legal, and professional aspects, which are reflected in the representations of women found in numerous photographic archives. The selected photographic collections include Europeana, “Być kobietą, być kobietą...” (“Being a Woman, Being a Woman...”), “Fotografie polskich arystokratek”, “Kobieta zmienną jest” (“Woman is Changeable”), and “Szalone lata dwudzieste” (“The Roaring Twenties”). The study seeks to address the question of how representations of women differ across historical periods. The images of women were examined through case studies of diverse photographic collections, both international and national in scope.

Keywords: representations of women, photography, digitization, digital collections

¹ Artykuł stanowi efekt stażu naukowego, który autorka odbyła w Staffordshire University w dniach od 2.12.2024 do 31.01.2025 r. pod opieką profesor Agaty Lulkowskiej.

Wprowadzenie i przegląd literatury

W literaturze przedmiotu obecne są zarówno opracowania na temat wizerunku mężczyzn i instytucji (Barańska-Szmitko 2018; Giereło 2003; Janowiec 2020; Leśniczak 2023), jak też dotyczące wizerunku kobiet (Kristanova 2025; Krzak 1998; Wiśniewska 2014). Sporo opracowań ukazało się na temat imagu kobiet w reklamie telewizyjnej (Arcimowicz 2004; Kosiak 2023; Madera 2004; Romanowska-Tołłoczko 2015), internetowej (Rudzewicz, Grzybowska-Brzezińska, Wojtkowska 2014) oraz w przestrzeni publicznej (Czubińska 2021). Dość dobrze omówiono również obraz kobiet w prasie (Kristanova 2022, 2025; Maj 2020a, 2025; Szablowska-Zaremba 2016), w serialach telewizyjnych (Sojak, Meler, Królicka 2020) czy w przekazie telewizyjnym (Kijewska 2009). Reklamy audio-wideo, zarówno telewizyjne, kinowe, jak i internetowe emitowane w XXI wieku z motywem kobiet przebadali Jarosław Kończak (2022). Barierami stojącymi przed kobietami na drodze ich aktywizacji politycznej w Polsce po 1989 roku zainteresowała się Agnieszka Sznajder, pisząc m.in.:

Kobieta polityczka spotyka się z ostrą krytyką, bowiem wkracza na teren zarezerwowany wyłącznie dla mężczyzn. Polityka to sfera, w której toczą się męskie rozmowy wokół męskich spraw. Kobieta ze swoją kobiecością odbiera powagi funkcjom politycznym (Sznajder 2005, s. 133).

Założenia metodologiczne

Definicję wizerunku należałoby rozumieć według Walerego Pisarka jako „ogólny obraz w oczach opinii publicznej” (Pisarek 2006, s. 232). Kurt Huber określa go natomiast jako sumę wszystkich spostrzeżeń i obserwacji, w których dokonujemy projekcji naszego ego (Huber 1994). Wojciech Budzyński w ujęciu marketingowym zawęża go tylko do wizerunku firm. Sugeruje jednocześnie, że określa on pozytywny obraz przedsiębiorstwa w odbiorze otoczenia, a ten wykreowany zostaje dzięki aktywnym działaniom marketingowym (Gackowski, Łączyński 2009).

W artykule skupiono się na wizerunku medialnym rozumianym w wymiarze komunikacyjnym, w którym zwrócono szczególną uwagę na kanały, jakimi informacja dociera do odbiorcy (Gackowski, Łączyński 2009). Wzięto bowiem pod uwagę fotografie z wizerunkiem kobiet dostępne w wybranych archiwach, bibliotekach i muzeach cyfrowych. Autorkę interesował też częściowo aspekt socjologiczny wizerunku (Gruchoła, Kruczek 2013, s. 140)² w przypadku zdjęć grupowych, które wskazywały na instytucjonalną przynależność kobiet na fotografiach w zbiorach cyfrowych.

² Małgorzata Gruchoła i Ewelina Kruczek definiują wizerunek socjologiczny jako „grupową i instytucjonalną przynależność osób, w umysłach których istnieje wizerunek jakiegoś podmiotu, typologię tych grup i instytucji, a także rodzaje interakcji między tymi grupami, instytucjami i osobami” (Gruchoła, Kruczek 2013, s. 140).

Zgodnie ze społecznymi stereotypami można wyróżnić dwa podstawowe wizerunki kobiety – tradycyjnej i nowoczesnej. Występują one często w reklamie. Pierwszy z nich przedstawia matkę, żonę i gospodynię. Drugi obrazuje głównie „obiekt pożądania, kobietę pracującą lub aktywną, wyzwoloną” (Wasilewska 1997; Zakrzewska 2023). Joanna Bator konstatuje, że reklama stanowi bardziej formę przekazu odzwierciedlającego już istniejące elementy świadomości kulturowej, niż ją aktywnie kreuje. Przekazuje schemat w atrakcyjnej formie (Bator 1998, s. 5). Stereotypowy wizerunek to oprócz żony i matki także kobieta pracownica i działaczka społeczna (Hajdo 2006). Niektórzy z autorów ambitnie odnieśli się w analizie do metodologii badań wizerunku (Gackowski, Łęczyński 2009; Grech 2012). Brakuje natomiast opracowań na temat wizerunku kobiet w zdigitalizowanych kolekcjach archiwalnych, muzealnych i bibliotecznych, co wskazuje na słusność podjęcia teź problematyki w niniejszym artykule.

Zdigitalizowane kolekcje archiwalne i muzealne ułatwiają dostęp do dziedzictwa kulturowego naukowcom i szerokiej publiczności. Pełnią także rolę zabezpieczenia zbiorów przed zniszczeniem oraz szerokiego oraz nieograniczonego udostępniania. Celem opracowania jest analiza wizerunku kobiet i ich reprezentacji w wybranych cyfrowych kolekcjach fotograficznych. Metodą studium przypadku wybrano zasoby o tematyce kobiecej obecne w Europeana oraz zbiorach „Być kobietą, być kobietą...”, „Fotografie polskich arystokratek”, „Kobieta zmienną jest”, „Szalone lata dwudzieste”. Zadano następujące pytania badawcze: 1. Czy kolekcje te są reprezentatywne? 2. Jaki wizerunek kobiet przedstawiają – tradycyjny czy nowoczesny? 3. Jak zmieniał się wizerunek w różnych okresach historycznych na podstawie źródeł fotograficznych? Do przeprowadzenia analizy konieczne było podejście interdyscyplinarne, z wykorzystaniem dorobku archiwistyki, *gender studies* oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach.

Wizerunki kobiet – wyniki badań własnych

Na platformie biblioteki cyfrowej, wirtualnego muzeum i zarazem archiwum Europeana³, znaleźć można zbiory fotograficzne dotyczące wizerunków kobiet w różnym kontekście historycznym i społecznym. Materiały źródłowe udostępniane są w formie tematycznych galerii i wystaw. Zaprezentowano je także w formie pojedynczych zdjęć oraz albumów fotografii. Mają przy tym różnorodny charakter oraz odmienną chronologię. Niektóre z kompozycji są obszerniejsze, inne natomiast tworzy zaledwie kilka zdjęć o wspólnej tematyce.

Wśród galerii i wystaw tematycznych można obejrzeć m.in. „Kobiety w pracy” (*Picturing women at work*). Wystawa prezentuje historyczną ewolucję ról zawodowych kobiet. Odwołuje się do historycznych stosunków społecznych, w których kobiety przyczyniły się do rozwoju gospodarki. Wbrew patriarchalnym oczekiwaniom

³ Europeana [<https://www.europeana.eu/pl>; 8.08.2025].

pracowały na roli czy w przemyśle⁴. Fotografkom w zbiorach Europeany poświęcono ekspozycję pt. „Kobiece spojrzenie” (*A female lens*). Na zdjęciach zaobserwować można wizerunki kobiet, które starały się wyrazić siebie i swoją osobowość w sposób kwestionujący dotychczasowe stereotypy w przedstawianiu własnych historii. Znajdujemy tu osobiste autoportrety oraz dokumenty życia społecznego z udziałem kobiet⁵. Kolejną galerię na tej samej platformie cyfrowej tworzą „Pionierki fotografii” (*Pioneering women photographers*). Zawarto w niej pierwsze prekursorskie prace europejskich kobiet-fotografek.

Zmiany w przedstawianiu artystek można zaobserwować na przykładzie kolekcji „Kobiety w malarstwie” (*Women in paintings*). Podtytuł kolekcji jest znaczący, gdyż brzmi następująco: „Jak artystki przejęły kontrolę nad swoim wizerunkiem poprzez tworzenie autoportretów?”. Oglądamy tu portrety zróżnicowane kulturowo⁶. Z kolei niewielki zbiór liczący sześć zdjęć „Sylwetki: wiek mody kobiecej” (*Silhouettes: a century of female fashion*) poświęcono zmieniającym się kanonom kobiecej mody XX wieku. W wizerunkach kobiet można dostrzec zmiany społeczne w postrzeganiu zarówno ciała kobiecego, jak też ich roli. Kolekcja ma charakter wybiórczy, a jej chronologia obejmuje lata 1900–1999. Stanowi zatem jedynie bardzo ogólny i wyselekcjonowany przegląd⁷. Zapewne będzie jeszcze uzupełniana.

Większą i zarazem ciekawszą jest galeria 30 fotografii zatytułowana „Kobiety w czasie I wojny światowej” (*Women in World War I*), która zapoznaje ze zdjęciami płci pięknej w czasie działań wojennych w latach 1914–1918. Zarejestrowano w niej liczne ujęcia pielęgniarek na froncie, szwaczek, kucharek, siostr zakonnych, kobiet roznoszących pocztę, żon i matek⁸. W opisie czytamy: „Marzec to miesiąc historii kobiet – chcemy pamiętać o różnorodnych rolach, jakie kobiety odegrały podczas I wojny światowej: uczestniczyły jako pielęgniarki na froncie, przejęły prace wykonywane wcześniej przez mężczyzn w domu i opiekowały się swoimi rodzinami”⁹.

„Gdy autoportrety stają się metamorfozą” (*When self-portraits become metamorphosis*) to kolejna wystawa Europeany ukazująca *image* kobiet z lat 70. i 80. XX wieku. Ekspozycja nawiązuje tematycznie do walki kobiet o prawa społeczne. Podkreśleniu zmian w ich tożsamości miały służyć m.in. autoportrety. Uświadamia odbiorcy, w jaki sposób zmiana wyglądu miała na celu zakwestionowanie stereotypów narzuconych

⁴ Europeana. Historia. Picturing women at work [<https://www.europeana.eu/pl/stories/picturing-women-at-work>; 9.09.2025].

⁵ Europeana. Exhibition A female lens. Women, society and the history of photography [<https://www.europeana.eu/en/exhibitions/a-female-lens>; 10.09.2025].

⁶ Europeana. Exhibition A female lens. Women in paintings. How women artists took control of their image through the self-portrait [<https://www.europeana.eu/en/exhibitions/a-female-lens/women-in-paintings>; 10.09.2025].

⁷ Europeana. Gallery Silhouettes: a century of female fashion [<https://www.europeana.eu/en/galleries/9059-silhouettes-a-century-of-female-fashion>; 10.09.2025].

⁸ Europeana. Gallery Women in World War I [https://www.europeana.eu/en/galleries/9025-women-in-world-war-i?__cf_ch1_tk=KusuC5FKZ7xQM8YDpUTm.OKJlAcmq670AuYBj-kQIIYM-1755614396-1.0.1.1-FZS.eUoUTlJxFLfJ83ttfS3kcGuVVYouslzhZbcco; 12.09.2025].

⁹ Europeana. Gallery Women in World War I [<https://www.europeana.eu/en/galleries/9025-women-in-world-war-i>; 15.09.2025].

przez „męskie spojrzenie”. Ekspozycja nawiązuje do ówczesnych przemian społecznych i do walki kobiet o prawa obywatelskie oraz równość płci. Zmiana wyglądu i sposobu przedstawiania siebie miała stanowić manifestację wolności i odrzucenie narzuconych modeli kobiecości. Wystawa świadczy o tym, jak kobiety poprzez sztukę starały się zmienić swoją pozycję w społeczeństwie. W XX wieku, a zwłaszcza w latach 70. oraz 80., autoportret stał się środkiem artystycznej emancypacji. Kobiety posłużyły się nim, by transformować własny wizerunek i w ten sposób odzyskać władzę nad sposobem, w jaki są postrzegane. Kolekcja, w skład której wchodzi sześć fotografii artystycznych, różni się od dotychczas omówionych, gdyż skupiono się w niej na procesie przemiany tożsamości, a nie jedynie na przedstawieniu postaci.

Równoległe do tego projektu powstała również inicjatywa Europeana zatytułowana „Sezon kobiet” (*Women’s Season*) (wystawa trwała od stycznia do marca 2019 roku). Jej celem było zwrócenie uwagi na rolę kobiet w historii, podkreślenie ich wkładu w rozwój społeczeństwa oraz ukazanie wyzwań, z jakimi mierzyły się w przeszłości i mierzą obecnie. W ramach tej inicjatywy zaprezentowano historie 21 kobiet – 16 rzeczywistych i 5 fikcyjnych – pochodzących z 19 krajów i obejmujących 4 stulecia historii. Wykorzystano przy tym materiały pochodzące z 80 instytucji z 20 krajów, tworząc bogatą panoramę kobiecego dziedzictwa kulturowego.

Integralną częścią projektu była wystawa internetowa „Pionierki: kobiety wyznaczające nowe kierunki w sztuce, nauce i społeczeństwie” (*Pioneers: Trailblazing women in the arts, sciences and society*)¹⁰. Ukazywała ona życie i dokonania 8 niezwykłych Europejek, których działalność miała przełomowe znaczenie dla rozwoju nauki, sztuki i myśli społecznej. Były to Maria Skłodowska-Curie, Maria Sibylla Merian, Sofonisba Anguissola, Aletta Jacobs, Madame de Staël, Amalia Lindegren, Elisa Leonida Zamfirescu i Dora Gabe. Od stycznia do 8 marca 2019 roku czyli Międzynarodowego Dnia Kobiet, co tydzień publikowano nowy rozdział poświęcony jednej z wymienionych wyżej pań. Wystawa powstała we współpracy z Marią Gabriel, europejską komisarz do spraw gospodarki cyfrowej i społeczeństwa, w ramach strategii mającej na celu wzmocnienie pozycji kobiet i zwiększenie ich udziału w przestrzeni cyfrowej.

Zarówno „Gdy autoportrety stają się metamorfozą”¹¹, jak i „Pionierki...” wpisują się w szeroki nurt badań nad historią kobiet i sztuką feministyczną. Ich wspólnym mianownikiem jest refleksja nad sposobem, w jaki kobiety przejmują kontrolę nad własną reprezentacją – od przedmiotu spojrzenia do podmiotu narracji. Metamorfoza pojmowana w tym kontekście nie oznacza już kary czy ucieczki, lecz świadomy akt przekształcenia tożsamości. W wymiarze teoretycznym projekty te odnoszą się do koncepcji „męskiego spojrzenia”, sformułowanej przez Laurę Mulvey, lecz jednocześnie proponują jej przewartościowanie poprzez estetykę autoidentyfikacji i samoprezentacji. Autoportret stał się w tym przypadku narzędziem, które

¹⁰ Europeana. Discover Europeana’s Women’s Season [<https://pro.europeana.eu/page/women-s-season>; 16.09.2025].

¹¹ Europeana. Historia When self-portraits become metamorphosis [<https://www.europeana.eu/pl/stories/when-self-portraits-become-metamorphosis>; 19.09.2025].

pozwoili kobietom nie tylko widziec siebie, ale i byc widziana niejako na wlasnych warunkach. Oba projekty lacza refleksje historyczna z nowoczesna forma prezentacji, otwierajac przestrzen dialogu miedzy przeszloscia a terazniejszoscia, miedzy obrazem a tozsamoscia, miedzy sztuka a spolecznym doswiadczeniem kobiecosci.

Poprzez wyszukiwanie haslowe „fotografie kobiet” w Europeana otrzymujemy 751 wynikow (stan na 18.08.2025), w ktorzych mozna odnalezc rowniez pojedyncze i zbiorowe zdjecia ze zbiorow Museum of Arts and Crafts w Zagrzebiu, Bialskiej Biblioteki Cyfrowej, Jewish Historical Museum, The International Center for Information Management Systems and Services, Workers Museum. Sa to m.in. portrety feministek, np. Jenny Velander z konca XIX wieku ze zbioru „Rownosc plci i historia kobiet” (*Gender Equality and Women’s History*), Adele Schreiber-Krieger, Christabel Pankhurst z Workers Museum, pisarki i dziennikarki Evelyn Sharp z Workers Museum, Aletty Jacobs oraz Cornelii Kehrler-Stuart z „Rownosci plci...”. W zbiorze widnieje tez fotografia 90-letniej A. Balabanov, ktora gosila w Radzie Kobiet Pracujacych w 1962 roku. Obecne sa takze portrety zbiorowe siostr zakonnych. Z Jewish Historical Museum mozna zapoznac sie z wizerunkami kobiet na zdjeciach wykonanych w czasie otwarcia wystawy Zydowskiej Rady Kobiet w Muzeum Miejskim w Hadze w 1933 roku, z okazji Dnia Kontaktowego Stowarzyszenia Kobiet Zydowskich Debora. Ciekawostka sa fotosy kobiet na urlopie w kostiumach kapielowych w Ciechocinku.

Do dokumentow zycia spolecznego mozna zaliczyc obrazy kobiet ze spotkan z okazji Dnia Nauczyciela (*The International Center for Information Management Systems and Services*), Konkursu czytelniczego „Zdrowie i kultura podstawa wspolczesnej rodziny” czy Dnia Kobiet obchodzonego w 1977 roku (Bialska Biblioteka Cyfrowa). Nie brak fotografii z plutonu lacznosci liniowej i kurierskiej kobiet 27. Wolynskiej Dywizji Piechoty AK (Grodzka Gate – NN Theatre) czy Weteranek Ochotniczej Legii Kobiet (*The International Center for Information Management Systems and Services*) oraz z defilady z okazji uroczystosci 10-lecia powstania „Przysposobienia Wojskowego Kobiet” (Grodzka Gate – NN Theatre). W Europeana mozna obejrec rowniez anonimowe zdjecia przedstawicielek plci pieknej przy pracy, spacerujace na ulicy z 1940 roku itp. (Digital Library of the KARTA Center).

Zdarzaja sie takze pojedyncze zdjecia z kadrów filmowych, jak np. z „Trzech kolorow. Niebieskiego” Krzysztofa Kieslowskiego (National Institute Poland), „Pamiec i zapomnienie. Przesiedlenia powojenne w opowieściach kobiet” (Grodzka Gate – NN Theatre) oraz ujec teatralnych „Domu kobiet” z 1997 (Arts and Theatre Institute). Wśród dokumentow o charakterze zbiorowym warto wspomniec o fotografii z 1913 roku zatytułowanej „National Federation of Women’s Elections visiting the Parliament”.

W wyniku wyszukiwania w Europeana znaleziono fotografie nalezace do roznych zbiorow pod wzgledem narodowosciowym, jezykowym i chronologicznym. O ile zarzadzanie od strony uzytkownika jest raczej proste, to opisy wizerunkow kobiet nie zawsze sa dokladne i czesto wymagaja wiedzy oraz orientacji historycznej odbiorcy.

Kolekcja „Być kobietą, być kobietą...” z Archiwum Akt Nowych

Niewielki lecz niezwykle ciekawy zestaw zatytułowany „Być kobietą, być kobietą...” zawiera 15 brązowo-białych fotografii¹². Są to fotografie z Archiwum Państwowego w Warszawie. Zdjęcia zaprezentowano m.in. jako plenerową wystawę na murach Barbakanu w Warszawie od 8 marca do 7 kwietnia 2015 roku. Materiał źródłowy zawiera wizerunki kobiet z drugiej połowy XIX i XX wieku, w rolach prywatnych i publicznych, od „strażniczek domowego ogniska” po kobiety przedsiębiorcze i wyemancypowane. Wśród nich znajdują się dwa zdjęcia żony, córek i siostry marszałka Józefa Piłsudskiego¹³. Nie brak w kolekcji także zbiorowych zdjęć z balu zorganizowanego przez komitet francusko-polski na rzecz funduszu Polskiego Czerwonego Krzyża. 4 zdjęcia przedstawiają panie należące do polskich organizacji na Śląsku Cieszyńskim. Trzy dokumenty prezentują sceny z życia szkół, przedszkoli i obozów młodzieżowych. W kolekcji możemy poznać znane i nieznane arystokratki, nauczycielki, członkinie organizacji politycznych i społecznych. *Image* kobiet to zazwyczaj ujęcia tradycyjnych „strażniczek domowego ogniska”, starych obyczajów i tradycji narodowej, ale jednocześnie też kobiety przedsiębiorcze i wyzwolone. Zaprezentowano także wybrane fotografie Polek z okresu dwudziestolecia międzywojennego. Wykorzystano przy tym, jak czytamy w opisie, materiały pochodzące z takich zespołów, jak Akta Lucjana Żelichowskiego, Akta Józefa i Aleksandry Piłsudskich oraz Muzeum Józefa Piłsudskiego w Belwedrze. Zakres chronologiczny dokumentów to lata 1850–1970. Dokumenty powstały w Królestwie Polskim i II Rzeczypospolitej, głównie w Warszawie. Fotografie mają charakter gabinetowy i wizytowy. Niektóre z nich pochodzą z zespołów rodzinnych i osobistych. Są to portrety indywidualne, zbiorowe, ujęcia zawodowe, towarzyskie, sceny życia codziennego oraz fotografie kobiet różnych zawodów pochodzących z odmiennych klas społecznych.

„Fotografie polskich arystokratek”

Kolejna kolekcja zatytułowana „Fotografie polskich arystokratek”, przechowywana w Archiwum Głównym Akt Dawnych w Warszawie, stanowi unikalny zespół źródeł wizualnych dokumentujących przedstawicielki elit ziemiańsko-arystokratycznych drugiej połowy XIX i początku XX wieku. Zbiór, dostępny m.in. w portalu państwowych archiwów „Szukaj w Archiwach”, jest przykładem zachowania i udostępnienia materiałów, które pierwotnie pełniły funkcję pamiątkową i reprezentacyjną w ramach rodzinnych archiwów rodowych. Zawiera on wizerunki kobiet

¹² Być kobietą, być kobietą... [https://www.szukajwarchiwach.gov.pl/de/kolekcje/-/kolekcje/48121955; 1.10.2025].

¹³ Być kobietą, być kobietą... [https://www.szukajwarchiwach.gov.pl/de/web/guest/kolekcje/-/kolekcje/48121955?refererPid=678730&utm_source=chatgpt.com; 1.10.2025]. W serwisie Szukaj w Archiwach kolekcja widnieje z adnotacjami dot. sygn. 2/109/0/2.1/66 i m.in. fotografii kobiet z kręgu Józefa Piłsudskiego.

należących do rodów dawnej Rzeczypospolitej, takich jak Tarnowscy, Branicki, Zamoyscy czy Potoccy. Kompozycja może stanowić źródło do badań nad genealogią, obyczajowością i kulturą polskiej arystokracji. Chronologicznie fotografie mieszczą się w przedziale od lat 60. XIX wieku po pierwsze dekady XX stulecia, odzwierciedlając zarazem ewolucję technik fotograficznych oraz zmianę funkcji społecznych portretu.

Pod względem ikonograficznym kolekcja stanowi cenny materiał do analizy społecznego znaczenia portretu arystokratycznego. Fotografie przedstawiają kobiety w konwencjach typowych dla salonowej fotografii epoki: w statycznych pozach, z użyciem charakterystycznych rekwizytów, takich jak fotele, kolumny, draperie czy kwiatowe aranżacje. Stroje modelek, od ciężkich krynolin i turniur po uproszczone sylwetki mody *belle époque*, stanowią precyzyjny wskaźnik chronologiczny i odzwierciedlają proces adaptacji europejskich trendów do polskiego kontekstu społecznego (Banach 1957; Gutkowska-Rychlewska, Taszycka 1967; Wójcik 2008). Wśród sfotografowanych arystokratek rozpoznano m.in. Jadwigę Bnińską z Tarnowskich, Pelagię z Zamoyskich Branicką, Różę Tarnowską z Branickich, Wandę Zamoyską z Badenich, Izabelę Potocką, Julię Potocką z Branickich, Natalię Kicką z Bispingów i Zofię Potocką z Branickich. Zestawienie tych nazwisk ukazuje genealogię i reprezentatywność zbioru, obejmującego kobiety powiązane poprzez koligacje rodzinne z najważniejszymi rodami II połowy XIX wieku.

Z punktu widzenia historii fotografii kolekcja jest także świadectwem działalności warsztatów artystycznych epoki. Choć wiele fotografii pozostaje anonimowych, ich stylizyka i sposób opracowania odpowiadają praktykom czołowych warsztatów, takich jak pracownia Walerego Rzewuskiego w Krakowie czy warszawskie zakłady Karola Beyera i Maksymiliana Fajansa. Fotografie te wpisują się w szerszy nurt portretu arystokratycznego, w którym fotograf pełnił rolę zarówno rzemieślnika, jak i artysty – kreatora wizerunku społecznego, współtworzącego ikonografię polskich elit. Z kolei ich funkcja społeczna była dwójaka: z jednej strony stanowiły insygnium statusu i wyraz przynależności do określonego rodu, z drugiej – utrwały pamięć rodzinną i więzi pokoleniowe. W tym sensie fotografie te należy traktować jako element kultury pamięci, analogiczny do portretu malarskiego czy herbarza genealogicznego.

Z naukowego punktu widzenia kolekcja posiada wartość badawczą. W kontekście historii mody i obyczaju pozwala ona na szczegółowe datowanie względne poszczególnych obiektów poprzez analizę ubiorów, fryzur i dodatków. W perspektywie genealogicznej stanowi materiał komplementarny wobec źródeł pisanych, umożliwiając wizualną rekonstrukcję więzi rodzinnych i koligacji rodowych. Dla historii fotografii zbiór ten jest z kolei świadectwem recepcji europejskich wzorców portretowych w praktyce fotografów działających na ziemiach polskich. Kolekcja przedstawia ikonografię ról kobiecych w środowisku arystokratycznym, nie tylko w kontekście reprezentacji rodu, lecz także w rolach macierzyńskich i filantropijnych. To pozwala na analizę przemian w sferze kobiecej tożsamości i reprezentacji społecznej na przełomie XIX i XX wieku.

Z punktu widzenia konserwatorskiego fotografie wchodzące w skład kolekcji wymagają szczególnej ochrony. Albuminowe odbitki¹⁴ na kartonikach są podatne na żółknięcie i kruszenie, zaś podłoża papierowe narażone na działanie wilgoci i światła. Właściwe przechowywanie wymaga stosowania materiałów bezkwasowych, utrzymania stabilnych parametrów wilgotności i temperatury oraz wykonania kopii cyfrowych w rozdzielczości archiwalnej. Opracowanie katalogowe każdego obiektu powinno obejmować identyfikację osoby, daty życia, określenie ram chronologicznych zdjęcia na podstawie mody i typu kartonika, nazwę atelier, technikę i format, opis inskrypcji, stan zachowania oraz informacje o proveniencji.

Kontekst kolekcjonerski zbioru „Fotografie polskich arystokratek” należy rozpatrywać w relacji do innych analogicznych przedsięwzięć, zwłaszcza do kolekcji Janusza Przewłockiego w Muzeum Narodowym w Warszawie, obejmującej około 7 tysięcy fotografii, w tym 5 tysięcy portretów, z czego blisko trzy tysiące stanowią *carte-de-visite*. Zbiór ten, podobnie jak kolekcja AGAD, gromadzi wizerunki rodzin arystokratycznych z ziem dawnej Rzeczypospolitej, dokumentując rozwój praktyk wizualnych i genealogicznych w środowisku elit. Oba zespoły uzupełniają się, tworząc podstawę do badań porównawczych nad typologią portretu arystokratycznego, sieciami atelier fotograficznych i funkcjonowaniem fotografii jako medium pamięci w XIX wieku.

W świetle powyższych ustaleń kolekcja „Fotografie polskich arystokratek” jawi się jako źródło o wartości interdyscyplinarnej – łączące elementy historii fotografii, kultury wizualnej, genealogii, studiów nad modą i nad rolami społecznymi kobiet w elitach. Jest ona zarazem częścią szerszego procesu kształtowania nowoczesnej kultury pamięci, w której fotografia, przejmując funkcję tradycyjnego portretu, stała się jednym z najważniejszych narzędzi autoidentyfikacji i reprezentacji polskiej arystokracji.

„Kobieta zmienną jest...”

Kolekcja fotograficzna „Kobieta zmienną jest...”¹⁵, opracowana przez Archiwum Państwowe w Kaliszu, stanowi przykład nowoczesnego wykorzystania zasobów wizualnych w ramach archiwistyki. Ekspozycja została przygotowana z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet w 2023 roku i udostępniona w formie wirtualnej wystawy. Jej celem jest ukazanie przemian roli kobiet w życiu prywatnym, zawodowym i publicznym na przykładzie regionu południowej Wielkopolski. Wystawa obejmuje materiały powstałe w latach 1910–1988, pochodzące ze zbiorów archiwalnych, organizacyjnych i prywatnych. Zgromadzone fotografie, pocztówki,

¹⁴ Albuminowa odbitka (ang. *albumen prints*) – wprowadzona w 1850 r. przez Louisa-Désirého Blanquarta-Evrarda technika dominowała w II połowie XIX wieku i pozwalała na uzyskanie zdjęć o wysokiej jakości. Był to pozytywowo obraz fotograficzny otrzymywany na papierze pokrytym warstwą albuminy. Technikę zaprzestano stosować w 1929 r.

¹⁵ Archiwa Państwowe. Archiwum Państwowe w Kaliszu [https://www.kalisz.ap.gov.pl/wystawy-on-line/kobieta-zmienna-jest; 6.10.2025].

dokumenty, afisze i wycinki prasowe tworzą spójną narrację o ewolucji kobiecości w kontekście społecznym, politycznym i kulturowym XX wieku.

Tytuł ekspozycji, będący parafrazą słynnej arii „La donna è mobile” z opery „Rigoletto” Giuseppe Verdiego, został użyty w sposób ironiczny i interpretacyjny. Zamiast podtrzymywać stereotyp niestałości kobiecej natury, wystawa ukazuje „zmiennosc” jako metaforę historycznych przeobrażeń, adaptacji i emancypacji. Kobieta jawi się tu nie jako przedmiot opowieści, lecz jako jej aktywny podmiot – uczestniczka procesów społecznych, gospodarczych i kulturowych, które kształtowały tożsamość nowoczesnej obywatelki.

Zawartość wizualna wystawy jest bardzo zróżnicowana. Znajdują się tu portrety atelierowe z początku XX wieku przedstawiające kobiety w eleganckich sukniach i typowych dla epoki fryzurach, utrzymane w stylistyce secesyjnej i międzywojennej. Obok nich pojawiają się fotografie zbiorowe, dokumentujące członkinie kół gospodyń wiejskich, pracownice fabryk, nauczycielki i działaczki społeczne. Dużą część kolekcji stanowią zdjęcia z uroczystości i wydarzeń okolicznościowych – obchodów Dnia Kobiet, akademii, rozdania nagród czy pochodów pierwszomajowych. W materiałach prasowych i dokumentach organizacyjnych, takich jak legitymacje, sprawozdania i plakaty Ligi Kobiet czy Koła Gospodyń Wiejskich, utrwalony został obraz kobiety jako aktywnej uczestniczki życia publicznego i lojalnej obywatelki państwa socjalistycznego.

Warstwa wizualna materiałów odzwierciedla zarówno przemiany estetyczne, jak i techniczne. Od fotografii albuminowych i żelatynowo-srebrnych z początku XX wieku po barwne ujęcia z lat 70. widać ewolucję formy, kadrów i sposobów inscenizacji. Wiele zdjęć zachowuje konwencję reprezentacyjnego portretu frontального, typowego dla fotografii zakładowej, jednak wraz z upływem czasu pojawia się więcej ujęć reportażowych, spontanicznych, pokazujących kobiety w działaniu. Uwagę zwracają powtarzające się elementy symboliczne – kwiaty, szarfy, odznaki, dekoracje z motywem 8 marca, które stanowią wizualne tropy kulturowe łączące kobiecość z celebracją, uświęceniem i zarazem z ideologicznym rytuałem.

Analiza teoretyczna kolekcji pozwala dostrzec, że „kobieta zmienną jest” w tym kontekście odnosi się nie tyle do cech psychologicznych, co do zmienności wizerunku. Obraz kobiety XX wieku funkcjonował w ramach określonych systemów społecznych: od tradycyjnych wzorców rodzinnych (Hajdo 2006; Kristanova 2022; Maj 2020b; Sikorska-Kowalska 2001) po nowoczesne narracje propagandowe (Śliwa 2020). Fotografie z okresu PRL-u dokumentują tworzenie się oficjalnego modelu „kobiety socjalistycznej” – aktywnej zawodowo, oddanej rodzinie, zaangażowanej społecznie – stanowiąc jednocześnie świadectwo politycznej instrumentalizacji wizerunku (Stańczak-Wiślicz 2013; Sokół 2012). W tym sensie kolekcja jest nie tylko zbiorem ikonograficznym, ale także źródłem do badań nad semiotyką obrazu i nad dyskursem instytucjonalnym kobiecości.

Z naukowego punktu widzenia wystawa ma znaczenie wielowymiarowe. Dla historyków i socjologów stanowi cenny materiał empiryczny do badań nad przemianami ról płciowych w Polsce. Dla badaczy kultury wizualnej jest przykładem,

jak lokalne może stać się przestrzenią refleksji nad pamięcią i tożsamością zbiorową (Stempowski 2013). Dla archiwistów – modelem opracowania, w którym tradycyjny zasób papierowy zostaje przekształcony w hipertekstową narrację z przypisanymi metadanymi, zachowującą równocześnie funkcję źródłową i edukacyjną.

Konkludując, należy stwierdzić, że „Kobieta zmienną jest...” to nie tylko wystawa o kobietach, ale także poświęcona temu, jak społeczeństwo je widziało i jak one same pragnęły być widziane. Przemiana od portretu prywatnego do wizerunku publicznego odzwierciedla głębszy proces modernizacji społecznej i emancypacji. Archiwum, prezentując tę kolekcję, nie tylko zachowuje ślady przeszłości, lecz aktywnie je interpretuje, czyniąc z nich narzędzie refleksji nad kulturową zmiennością kobiecości. W tym sensie ekspozycja stanowi przykład archiwum, które nie ogranicza się do przechowywania dokumentów, lecz poprzez cyfrową narrację współtworzy znaczenie w przestrzeni współczesnego dyskursu naukowego i społecznego.

Zbiór „Szalone lata dwudzieste”

Fotografie kobiet z okresu tzw. szalonych lat dwudziestych stanowią archiwalny dokument przemian obyczajowych, społecznych i estetycznych pierwszej połowy XX wieku. Wizerunek kobiety w tym czasie kształtował się na styku modernistycznej fascynacji nowoczesnością, rodzącej się kultury masowej oraz idei emancypacji (Sioma 2018). To właśnie w fotografii – zarówno artystycznej, jak i użytkowej – znalazł odbicie konflikt pomiędzy tradycją a nowym porządkiem społecznym. Kategorie, według których można wyszukiwać i zapoznać się z kolekcją, to moda i uroda, nastroje i uczucia, styl życia. Wśród licznych haseł warto odnotować następujące: szalone lata dwudzieste, 1920–1929, moda, odzież, elegancja, powrót do retro, kostium 20–29 lat, kobiety, ludzie, obraz w kolorze, płęć żeńska, sukienka, suknia wieczorowa, tylko kobiety, akcesorium osobiste i in.

Jednym z najbardziej rozpoznawalnych symboli epoki stała się postać *flapper*, w Europie często określana mianem *chłopczycy* (*garçonne*). Jej wzorzec został utrwalony zarówno przez literaturę, jak i fotografię (Trojanowski 2018). Bohaterka powieści Victorii Margueritte „La Garçonne” (1922) oraz jej filmowej adaptacji ucieleśniała nową kobiecość – niezależną, zmysłową, pozbawioną konwenansów. W fotografii wizerunek ten rozpowszechniały m.in. portrety takich aktorek, jak Louise Brooks, Clara Bow czy Josephine Baker, które publikowano w czasopismach *Vogue*, *Vanity Fair* i *Harper's Bazaar*. Kształtowały one wyobrażenie o kobiecie nowoczesnej poprzez krótkie fryzury typu *bob cut*, obniżone talie sukienek projektu Coco Chanel czy Jeanne Lanvin oraz wyrazisty makijaż.

W fotografii portretowej tego okresu dominował styl *glamour*, reprezentowany przez twórców takich, jak Edward Steichen, Cecil Beaton czy Adolf de Meyer, którzy łączyli miękkie światło i subtelny retusz z elegancją modernistycznej kompozycji. Steichen, jako główny fotograf *Vogue'a* i *Vanity Fair*, stworzył

kanon portretu kobiecego lat 20.: teatralnie inscenizowanego, lecz zarazem pozbawionego XIX-wiecznej dekoracyjności. Kobieta w jego obiektywie była jednocześnie realna i idealna – istota z krwi i kości, ale także projekt estetyczny, symbol luksusu i nowoczesności.

Jednocześnie w awangardzie fotograficznej rodził się zupełnie inny wizerunek kobiecości. Fotografki i tacy artyści, jak Man Ray, László Moholy-Nagy, Florence Henri czy Germaine Krull, eksperymentowali z fotomontażem i niekonwencjonalnymi kadrami. W ich pracach kobiece ciało stawało się formą geometryczną, światłocieniem lub fragmentem struktury, a nie tylko obiektem erotycznego spojrzenia. Germaine Krull w albumie „Métal” (1928) zestawiała kobiecy wizerunek z architekturą i maszyną, podkreślając związek kobiety z rytmem nowoczesnego miasta. Z kolei Berenice Abbott, uczennica Mana Raya, tworzyła portrety artystek i intelektualistek, ukazując je jako autonomiczne podmioty – silne, skupione i niezależne.

W fotografii użytkowej lat 20. kobieta pojawia się w kontekście technologii: z telefonem, samochodem, aparatem fotograficznym czy maszyną do pisania¹⁶. Ujęcia te odzwierciedlają nową społeczną rolę kobiet – ich wejście w przestrzeń zawodową i publiczną. Zmianę tę można odczytać jako wizualną manifestację emancypacji, zapoczątkowanej jeszcze w okresie I wojny światowej, gdy kobiety przejęły wiele funkcji męskich w przemyśle i administracji. Fotografia odgrywała w tym procesie rolę ideologiczną – legitymizowała obecność kobiety w nowoczesnym świecie, ale zarazem czyniła z niej element spektaklu.

W polskim kontekście międzywojennym przemiany te również znalazły odzwierciedlenie w kulturze wizualnej. Portrety takich aktorek i artystek, jak Pola Negri, Jadwiga Smosarska czy Nora Ney, publikowane były w ilustrowanych czasopismach *Światowid*, *Kino*, *Tygodnik Ilustrowany* oraz *Ilustrowany Kurier Codzienny*. Wizerunek kobiety w tych periodykach łączył europejską modę z lokalnym etosem nowoczesności i aspiracji narodowych. Negri, która zrobiła międzynarodową karierę w Hollywood i Niemczech, stała się ikoną polskiego eksportu kulturowego i symbolem kobiecego sukcesu.

Równolegle rozwijała się rodzima fotografia artystyczna, zdominowana przez nurt piktorializmu reprezentowany przez Jana Bułhaka, jednak z czasem otwierająca się na nowe tematy społeczne. W latach 20. pojawiają się pierwsze polskie fotografki – m.in. Zofia Chomętowska i Stefania Gurdowa – które dokumentowały życie codzienne, przestrzeń miejską i kobiecą pracę, wprowadzając do polskiej fotografii perspektywę kobiecego doświadczenia. Ich twórczość, choć formalnie zakorzeniona w estetyce reportażu, ma wymiar modernizacyjny: pokazuje kobiety aktywne, obecne w przestrzeni publicznej, a nie tylko bierne modelki.

Wizerunek kobiety lat 20. utrwalony w fotografii był jednak nowym zjawiskiem. Z jednej strony dokumentował rzeczywiste procesy emancypacyjne – udział kobiet w życiu zawodowym, politycznym i artystycznym, z drugiej

¹⁶ Taki wizerunek obecny jest także w prasie II Rzeczypospolitej np. w *Tęczy* czy *Wiadomościach Literackich*. Szerzej zob. E. Kristanova (2006).

natomiast utrwał nowe formy wizualnej kontroli i komercjalizacji kobiecego ciała. Reklama i fotografia modowa, współpracując z przemysłem kosmetycznym i odzieżowym, czyniły z kobiety konsumentkę i jednocześnie obiekt przyjemności wzrokowej. To wówczas ukształtował się wzorzec szczupłej, energicznej sylwetki, który do dziś pozostaje jednym z najbardziej trwałych ideałów urody.

Analiza fotografii kobiet z lat 20. prowadzi do wniosku, że wizerunek kobiecy w tym okresie był zarówno dokumentem, jak i narzędziem performatywnym. Fotografia nie tylko przedstawiała przemiany, ale aktywnie je współtworzyła – kreowała wyobrażenie o kobiecie nowoczesnej, niezależnej, ale też podporządkowanej nowym normom wizualnym. Z tego powodu obrazy te należy czytać nie jako neutralne przedstawienia rzeczywistości, lecz jako formy dyskursu społecznego, w których kobiecie ciało stało pomiędzy wolnością a normą, podmiotowością a spektaklem.

Podsumowując omówienie kolekcji fotograficznych dokumentujących, „Szalone lata dwudzieste” ukazują nie tylko modę i styl epoki, ale przede wszystkim proces konstruowania nowoczesnej kobiecej tożsamości. W tej tożsamości spotykają się wątki emancypacyjne, estetyczne i technologiczne: kobieta jako użytkowniczka nowoczesności, ale też jej obraz, symbol i medium. To właśnie dzięki fotografii kobieta lat 20. mogła po raz pierwszy w historii spojrzeć w obiektyw – i zobaczyć siebie nie jako obiekt, lecz jako podmiot współczesności.

Analizując konkretne fotografie kobiet z lat 20., można dostrzec, jak różne strategie wizualne współtworzą mit kobiecej nowoczesności. Kluczowym przykładem jest portret Glorii Swanson autorstwa Edwarda Steichena z 1924 roku. Artysta przedstawił aktorkę zza delikatnej, czarnej koronki, której struktura tworzy na jej twarzy zjawiskowy deseń światła i cienia. Fotografia łączy w sobie chłodną elegancję z aurą tajemniczości – spojrzenie modelki kieruje się wprost w obiektyw, co nadaje jej wizerunkowi cechy sprawczości, ale zarazem kontrolowanego dystansu. Steichen, wykorzystując miękkie oświetlenie i bogaty tonalny druk platynowy, stworzył wizualny ekwiwalent idei „nowoczesnej bogini” – kobiety silnej, ale wpisanej w estetykę luksusu i perfekcji.

Inną, kontrastową wizję kobiecości przynosi fotografia „Kiki z Montparnasse”, autorstwa Mana Raya z 1924 roku. Ujęcie przedstawia nagie plecy modelki uformowane w kształt skrzypiec, zatytułowane „Le Violon d’Ingres”. To ironiczny i zarazem prowokacyjny komentarz do tradycji artystycznego aktu. Man Ray wykorzystuje technikę fotomontażu i graficznej manipulacji, by przekształcić ciało kobiety w obiekt – instrument, narzędzie ekspresji artysty.

Odmierna w przekazie jest wspomniana już twórczość Germaine Krull, jednej z najważniejszych fotografek europejskich awangardy. W serii „Métal” (1928) Krull zestawia kobiece ciało z architekturą przemysłową i maszynami, budując metaforę organicznego związku człowieka z technologią. W jej ujęciach kobieta nie jest biernym obiektem, lecz uczestniczką nowoczesnego świata – silną, pracującą, fizycznie obecna w przestrzeni miejskiej. Fotografie Krull, oparte na ostrych kontrastach i dynamicznych diagonalach, wyrażają afirmację energii i rytmu współczesności.

W polskim kontekście podobną wrażliwość można odnaleźć w twórczości Zofii Chomętowskiej, jednej z pierwszych polskich reporterek fotograficznych. Jej zdjęcia z końca lat 20. i początku 30. – m.in. z cyklu dokumentującego życie w Warszawie i na Kresach – przedstawiają kobiety w codziennych sytuacjach: spacerujące po mieście, prowadzące samochody, uczestniczące w życiu towarzyskim. Chomętowska stosowała perspektywę subiektywną i naturalne światło, dzięki czemu jej bohaterki wydają się autentyczne, pozbawione teatralnej pozy. W jej fotografii kobiecość zyskuje wymiar społeczny – jest elementem pejzażu nowoczesnej Polski, a nie tylko konstruktorem estetycznym.

Interesującym przykładem wizerunku jest także portret Poli Negri, wykonany w 1925 roku przez Henry'ego Waxmana w Hollywood. Aktorka, ubrana w ciemną suknię z odkrytymi ramionami i perłowym naszyjnikiem, spogląda poza kadr, co buduje aurę melancholii i dystansu. Fotografia ta stanowi modelowy przykład wizerunku kobiety-gwiazdy epoki kina niemego: jednocześnie silnej i tajemniczej, erotycznej, lecz niedostępnej. Negri, jako emigrantka z Polski, wpisuje się w globalny mit sukcesu kobiety samowystarczającej, a jej portrety publikowane w międzynarodowej prasie ilustrują, jak fotografia kształtowała transnarodową ikonografię nowoczesności.

Warto również przywołać fotografię László Moholy-Nagya „Dancer” z 1926 roku, w której kobieca sylwetka, uchwycona w ruchu, rozbita zostaje na świetlne plamy i geometryczne rytmy. Ujęcie to przekracza dokumentalność, stając się wizualnym zapisem energii i rytmu ciała. Dla Moholy-Nagya kobieta była elementem modernistycznej kompozycji, symbolem kinetycznego świata przyszłości.

Fotografie kobiet z lat 20. ujawniają więc złożoną grę znaczeń: między emancypacją a kontrolą, podmiotowością a spektaklem, rzeczywistością społeczną a jej estetycznym przetworzeniem. Portrety Steichena i Beatona wpisują kobiecość w mit luksusu i doskonałości formy, prace Mana Raya i Moholy-Nagya dokonują jej dekonstrukcji w duchu awangardowej ironii, natomiast twórczość Krull i Chomętowskiej przywraca jej wymiar realny, społeczny i etyczny. W efekcie wizerunek kobiety w fotografii „Szalonych lat dwudziestych” jawi się jako pole artystyczne, w którym odbija się proces modernizacji kultury wizualnej i transformacji ról płciowych w epoce międzywojennej.

Fotografia tego okresu nie była jedynie dokumentem – stanowiła również akt twórczy, który współtworzył nowe wyobrażenie kobiecości. Wizerunek kobiety z lat 20., utrwalony w obiektywie Steichena, Krull, Chomętowskiej czy Moholy-Nagya, do dziś pozostaje jednym z najbardziej rozpoznawalnych symboli XX wieku – symbolem narodzin kobiety nowoczesnej, świadomej swej tożsamości, obecnej w przestrzeni społecznej i artystycznej, a zarazem wciąż będącej między emancypacją a estetyzacją. Przykładowo w kolekcji można obejrzeć „piękne kobiety w stylu Great Gatsby z kieliszkiem wina”¹⁷, piękną

¹⁷ Szalone lata dwudzieste [<https://www.istockphoto.com/pl/obrazy/szalone-lata-dwudzieste>; 6.10.2025].

kobietę ubraną w stylu Great Gatsby¹⁸, „kobietę wyzwoloną w Charleston”¹⁹ czy wreszcie portret pięknej kobiety Gatsby’ego²⁰. Do innego stylu należy fotografia kobiety uprawiającej sport²¹.

Podsumowanie

Przedstawione w artykule wizerunki kobiet z wybranych kolekcji cyfrowych odzwierciedlają trendy epoki, modę i stereotypowe postrzeganie kobiety. W niektórych z nich widoczny jest także wyrażenie nurtu emancypacyjnego danego okresu. Zbiory różnią się nie tylko wielkością ze względu na zasięg międzynarodowy lub polski, ale także charakterem i przyjętym celem w przekazie. Pozostają wartościowe dla odbiorcy i łatwo w nich wyszukiwać tematycznie fotografie z wizerunkiem kobiet. Pod tym kątem wyróżniają się kolekcje Europeany. Mniejsze zbiory, o których była mowa, dostarczają natomiast licznych ciekawostek. Opisy zdjęć są najbardziej szczegółowe w kolekcjach międzynarodowych. Mniejsze zbiory nie we wszystkich przypadkach mają staranne czy długie opisy. Wszystkie natomiast w ułatwiony sposób można obejrzeć.

Studia nad wizerunkiem kobiet w cyfrowych zespołach fotograficznych wymagają niewątpliwie dalszych pogłębionych analiz i badań.

Bibliografia

- Arcimowicz K. (2004). Wzory współczesnej kultury: wizerunki kobiet i mężczyzn w reklamie telewizyjnej. W: A.A. Kwiatkowska (red.). *Etos nauczyciela w jednoczącej się Europie* (s. 63–86). Białystok.
- Banach A. (1957). *O modzie XIX wieku*. Warszawa.
- Barańska-Szmitko A. (2018). Wizerunek felietonisty i sposoby jego werbalnego komunikowania. Łódź.
- Bator J. (1998). *Wizerunek kobiety w reklamie telewizyjnej*. Warszawa.
- Czubińska G. (2021). Wizerunek kobiety w reklamie na ulicach Londynu. *Zeszyty Naukowe PUNO*, nr 9, s. 137–160.

¹⁸ W średnim wieku piękna kobieta ubrana w stylu Great Gatsby, [<https://www.istockphoto.com/pl/zdjecie/wieloletni-wiek-pi%C4%99kna-kobieta-ubrana-w-stylu-great-gatsby-gm638461638-114487985>; 6.10.2025].

¹⁹ Kobieta wyzwolona. Sukienka, taniec w Charleston [<https://www.istockphoto.com/pl/zdjecie/kobieta-wyzwolona-sukienka-taniec-w-charleston-gm508966473-45686312>; 6.10.2025].

²⁰ Retro vintage portret pięknej kobiety Gatsby’ego [<https://www.istockphoto.com/pl/zdjecie/retro-vintage-portret-pi%C4%99knej-kobiety-gatsbyego-rozejrzyj-si%C4%99-poczekaj-na-poci%C4%85g-gm1365961847-436649750>; 6.10.2025].

²¹ Atletyczna kobieta robi trening cardio całego ciała [<https://www.istockphoto.com/pl/obraz/ca%C5%82a-posta%C4%87-obraz-gm1365961847-436649750>; 6.10.2025].

- Gackowski T., Łączyński M. (red.) (2009). *Metody badania wizerunku w mediach*. Warszawa.
- Giereło K. (2003). Wizerunek (image) polityka – teoria i praktyka. W: B. Ociepa (red.). *Public relations w teorii i praktyce* (s. 36–42). Wrocław.
- Grech M. (2012). Badanie wizerunku – metody ankietowe. W: M. Grech (red.). *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże* (s. 11–26). Łódź.
- Gruchola M., Kruczek E. (2013). Elementy wizerunku medialnego w internetowych serwisach plotkarskich w świetle badań ankietowych. *Rozprawy Społeczne*, nr 1(VII), s. 137–146.
- Gutkowska-Rychlewska M., Taszycka M. (1967). *Ubiory i akcesoria mody wieku XIX*. Kraków.
- Hajdo M. (2006). Wizerunek kobiety jako matki, pracownika i działaczki społecznej prezentowany na łamach prasy kobiecej w latach 1948–1956. *Dzieje Najnowsze*, nr 3(38), s. 55–72.
- Huber K. (1994). *Image czyli Jak być gwiazdą na rynku*. Warszawa.
- Janowiec N. (2020). Wizerunek Jana Pawła II w prasie polonijnej USA na przykładzie *Dziennika Związkowego* i *Nowego Dziennika – Polish Weekly*. *Studia Polonijne*, nr 41, s. 319–325.
- Kijewska B. (2009). Kobieta w przekazie telewizyjnym. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3/4, s. 45–53.
- Kończak J. (2022). Wizerunek kobiety w reklamie. Raport z badań. *Media – Biznes – Kultura*, nr 13, s. 89–106.
- Kosiak P. (2023). Wizerunek kobiet w reklamach. *International Journal of New Economics & Social Sciences (IJONESS)*, vol. 22(6), s. 47–60.
- Kristanova E. (2025). Obraz społecznej działalności organizacji kobiecych w miesięczniku *Rodzina Polska* (1927–1939). Zarys problematyki. *Journal of Modern Science*, nr 1, s. 144–159.
- Kristanova E. (2022). Wizerunki kulturowe kobiet dwudziestolecia międzywojennego w miesięczniku *Rodzina Polska* (1927–1939). *Journal of Modern Science*, nr 1, s. 305–322.
- Krzak K. (1998). Wizerunki świętych kobiet w malarstwie europejskim od XIV wieku do 1. połowy XVI wieku. *Studia Warmińskie*, nr 35, s. 145–152.
- Leńniczak R. (2019). Wizerunek zgromadzeń zakonnych w prasie polskiej (2013–2016). Warszawa.
- Leńniczak R. (2023). Wizerunek prezydenta Andrzeja Dudy na łamach *Tygodnika Powszechnego* (2015–2020). Warszawa.
- Madera A.J. (2004). Wizerunek kobiety w reklamie telewizyjnej. *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*, nr 1, s. 181–199.
- Maj E. (2020a). Dziennikarki prasy dla kobiet w Polsce 1918–1939. Portret zbiorowy na podstawie publicystycznego samoopisu. Lublin.
- Maj E. (2020b). Wzorzec kobiety w prasie dla katoliczek w Polsce międzywojennej: Przypadek periodyku *Kuźniczanka* (1931–1936). *Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobiety*, nr 8, s. 113–139.
- Maj E. (2025). Motyw matki i macierzyństwa w międzywojennej prasie dla Polek. *Rocznik Historii Prasy Polskiej*, R. 2, s. 91–104.
- Pisarek W. (2006). Wizerunek. W: W. Pisarek (red.). *Słownik terminologii medialnej* (s. 228–230). Kraków.
- Romanowska-Tołoczko A. (2015). Wizerunek kobiety w reklamie a percepcja i ocena własnego wyglądu przez dorastające dziewczęta. *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, nr 49, s. 34–41.
- Rudzewicz A., Grzybowska-Brzezińska M., Wojtkowska A. (2014). Wizerunek kobiety w reklamie internetowej w zależności od płci adresatów przekazu. *Handel Wewnętrzny*, nr 1, s. 231–238.
- Sikorska-Kowalska M. (2001). Wizerunek kobiety łódzkiej przełomu XIX i XX wieku. Łódź.
- Sioma R. (red.) (2018). *Kobiece dwudziestolecie 1918–1939*. Toruń.

- Sojak R., Meler A., Królicka B. (2020). Stereotypowe czy nietypowe? Wizerunek kobiet w polskich serialach – sposób prezentacji, obecność, konteksty. Toruń.
- Sokoł Z. (2012). Wizerunki kobiet na łamach tygodnika *Kobieta i Życie* w latach 1946–2002. *Rocznik Prasoznawczy*, R. 6, s. 11–36.
- Stańczak-Wiślicz K. (2013). Traktorzystka – o potęgze wizerunku. *Teksty Drugie*, nr 3, s. 150–163.
- Stempowski T. (2013). „Lieux de mémoire”, ikony, fotografie. Wpływ obrazów fotograficznych na pamięć zbiorową w Polsce. *Rekonesans. Pamięć i Sprawiedliwość*, nr 2(22), s. 93–109.
- Szabłowska-Zaremba M. (2016). Wizerunek kobiety nowoczesnej na łamach *Naszego Przeglądu* 1923–1939. *Prace Literaturoznawcze*, nr 4, s. 115–129.
- Sznajder A. (2005). Wizerunek kobiety aktywnej politycznie. *Państwo i Społeczeństwo*, nr 2, s. 131–137.
- Śliwa A. (2020). Wizerunek kobiety w prowincjonalnej prasie fachowej w okresie PRL-u na przykładzie czasopisma *Walczymy o Stal* w latach 1951–1956. *Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobietych*, nr 9, s. 54–69.
- Trojanowski K. (2018). Kobieta w spodniach. Od prowokacji do emancypacji. W: R. Sioma (red.). *Kobiecie dwudziestolecie 1918–1939* (s. 491–503). Toruń.
- Wasilewska M. (1997). Wzory kobiet w reklamie telewizyjnej w Polsce. W: R. Siemieńska (red.). *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych* (s. 69–93). Warszawa.
- Wiśniewska P.M. (2014). Wizerunek kobiety w mediach. Analiza porównawcza tematyki poświęconej kobietom w prasie polskiej i niemieckiej u schyłku pierwszej dekady XXI wieku. Poznań.
- Wójcik A. (2008). W garderobie prapradziadka. Akcesoria mody przełomu XIX i XX wieku. Kraków.
- Zakrzewska E. (2023). Siła i znaczenie współczesnych mediów w kształtowaniu wizerunku wpływowych kobiet. *Naukowy Przegląd Dziennikarski*, nr 3, s. 6–35.
- Zatwarnicka-Madura B. (2016). Wizerunek kobiet w przekazach medialnych o charakterze informacyjnym. *Marketing i Zarządzanie*, nr 4, s. 413–421.

STRESZCZENIE

Zdigitalizowane kolekcje dostępne online stanowią istotne źródło informacji dla badaczy. Możliwość przeglądania ich w każdym miejscu i dogodnym czasie ułatwia w dużej mierze pracę naukową. W artykule za cel postawiono sobie analizę wizerunków kobiet w wybranych cyfrowych kolekcjach archiwalnych, przedstawienie okoliczności ich powstawania, ciekawostek oraz innych informacji przydatnych dla zainteresowanych problematyką. Spory o rolę kobiet w społeczeństwie toczony był w Europie poczynając od średniowiecza głównie przez mężczyzn. Dyskusje dotyczyły aspektów teologicznych, społecznych, prawnych, zawodowych, co odzwierciedlają wizerunki płci pięknej na fotografiach obecnych w licznych zbiorach dokumentów. Wśród wybranych kolekcji fotograficznych znalazły się: Europeana, „Być kobietą, być kobietą...”, „Fotografie polskich arystokratek”, „Kobieta zmienną jest” i „Szalone lata dwudzieste”. W opracowaniu starano się odpowiedzieć na pytanie o różnice w prezentowaniu wizerunku kobiet w różnych okresach historycznych. Obraz kobiet przeanalizowano w zróżnicowanych kolekcjach fotograficznych o charakterze międzynarodowym i krajowym metodą studium przypadku.

Słowa kluczowe: wizerunki kobiet, fotografie, digitalizacja, kolekcje cyfrowe

