

Warszawa, 20.06.2024r.

## **Dawid Podsiadło i sanah gwiazdami wakacyjnego wydania „Vogue Polska”**

Wakacyjny numer poświęcony został muzyce. Do dwóch sesji okładowych zaproszono wyjątkowych artystów. Według rankingu Spotify sanah jest najczęściej słuchaną polską artystką w ostatnim dziesięcioleciu. W ciągu roku potrafi sprzedać ponad milion płyt. Dawid Podsiadło nie musiał nawet reklamować najnowszej trasy koncertowej. Bilety wyprzedzały się w rekordowym tempie (na wywiad znalazł czas po koncercie, na który przyszło 60 tysięcy osób) – pisze we wstępie Ina Lekiewicz Levy, redaktorka naczelna „Vogue Polska”. Oprócz tego lipcowo-sierpniowe wydanie „Vogue Polska” kupicie z dodatkiem „Vogue Polska Travel”, które w tym sezonie zabierze was w podróż po polskich górach. Sprawdźcie, co jeszcze dla was przygotowaliśmy.

### **Dawid Podsiadło, czyli muzyk, który wyprzedaje stadiony**

Łącznie na siedmiu stadionowych koncertach, które artysta da w czerwcu 2024 r., ma się zebrać pół miliona fanów. Dla Dawida Podsiadły pełen stadion to przeżycie, którego nie da żaden inny występ: – *Teraz gramy największą trasę koncertową, jaką mógłbym sobie wyobrazić, a potem zobaczymy, dokąd to wszystko popłynie* – mówi Dawid Podsiadło w rozmowie z Aleksandrem Hudzikim. Znany jest z tego, że na koncertach lubi zabawiać swoją widownię: – *Niedawno odkryłem termin „people pleaser” i wydaje mi się, że jestem jego słownikową definicją. Może poza samą muzyką, bo pisząc piosenki, nie zastanawiam się nad tym, jak odbiorą je słuchacze, tylko nad tym, co sam czuję i chcę przekazać* – mówi piosenkarz, w którego tekstach liczy się każde słowo. Co planuje w przyszłości? I czy wrodzona empatia przeszkadza mu w życiu? Przeczytacie w wakacyjnym wydaniu „Vogue Polska”.

### **sanah, czyli kobieta z innej epoki**

Po trzech wyprzedanych koncertach stadionowych Zuzanna Irena Grabowska, znana jako sanah, wróciła do studia, by nagrać piątą płytę w swojej pięcioletniej karierze: – *Każda płyta to dla mnie nowa era. „Królowa dram” – rękawiczki i róże, „Irenka” to koronki i kapelusze, „Uczta” – duety z moimi idolami, „sanah śpiewa Poezyje” – muzyczne spełnienie marzeń, „Kaprysy” – sukienka przed kolano idealna na działkę* – opowiada artystka w rozmowie z Anną Koniecznyńską. W rok sprzedała ponad milion płyt. Jest najczęściej słuchaną na Spotify polską artystką ostatniego dziesięciolecia. Nic w tym dziwnego, bo dwudziestosześcioletnia Zuzanna od zawsze wiedziała, czego chce: – *Śpiewać do pianinka. I ze skrzypcami. Do pisania smutnych piosenek potrzebuję ciszy. Lubię w sobie melancholię* – wyznaje i podkreśla, że ślub ze Stasiem w 2021 r. trochę ją zmienił: – *Odkąd zostałam żoną, mniej we mnie gimnazjalnych emocji, „przygód” w głowie. Dorosłam. Małżeństwo sprzyja życiu spokojniejszemu, dbaniu o siebie nawzajem* – dodaje.

## **Muzyka i moda, czyli kultura techno oraz ścieżki dźwiękowe pokazów**

Muzyka, która jest tematem przewodnim wakacyjnego wydania „Vogue Polska”, jest również mocno związana z branżą mody. Michalina Murawska w raporcie „Taniec szczęścia” sprawdza wpływ kultury techno na modę: *„Choć Berghain – najśłynniejszy klub techno w Berlinie – powstał dopiero w 2004 r., gdy techno powoli wchodziło w pełnoletność, a w samej stolicy Niemiec obecne było od mniej więcej 14 lat, stał się miejscem kultowym – kolebką kultury hołdującej indywidualizmowi i wolności nawołującej do niepohamowanej ekspresji, dającej radość, ukojenie i szczęście. Projektanci szybko dostrzegli potencjał, który krył się w niepowtarzalnym stylu raverów. Żaden jednak nie odnajdywał w techno tyle natchnienia, co Demna Gvasalia”*. Z kolei Kamila Wagner wsłuchuje się w ścieżki dźwiękowe na pokazach mody: *„Bywają przyczynkiem do twórczych dyskusji albo trampoliną do sławy twórcy. Kto tworzy najpopularniejsze ścieżki dźwiękowe do największych pokazów na tygodniach mody, jak one brzmią i dlaczego właściwie moda potrzebuje muzyki”*, zastanawiamy się w wakacyjnym numerze „Vogue Polska”.

## **Magnus von Horn i Joanna Hawrot, czyli artyści kina i mody**

Film „Dziewczyna z igłą” to już trzecia produkcja Magnusa von Horna, która trafiła do Cannes. Mieszkający w Polsce szwedzki reżyser w tym roku zaprezentował czarno-biały horror, który w konkursie głównym walczył z produkcjami takich twórców, jak Yórgos Lánthimos, David Cronenberg czy Paolo Sorrentino. W rozmowie z Anną Koniecznyńską zdradził, czego poszukuje w swoich opowieściach: *– Niektórzy idą do kina, żeby uciekać od świata, inni – żeby przejrzeć się w swoim odbiciu. Ja wybieram tę drugą opcję* – mówi von Horn. Z kolei dla projektantki Joanny Hawrot najważniejsze pozostaje myślenie o ubraniu jako o kostiumie do performance’u: rozumianego artystycznie czy jako ten codzienny performance płci, roli społecznej, tożsamości. Na chwilę przed swoją pierwszą wystawą „Kimono jako doświadczenie. Język sztuki Joanny Hawrot”, przygotowywaną w Muzeum Narodowym we Wrocławiu, rozmawia z Karoliną Sulej o swojej pracy.

*Wakacyjne wydanie „Vogue Polska” z dodatkiem „Vogue Polska Travel” w sprzedaży od 20 czerwca 2024 r. Zamów numer już dziś na [Vogue.pl](http://Vogue.pl) z dostawą do domu oraz z jedną z dwóch okładek do wyboru.*

Kontakt dla mediów:

Wioleta Woroniecka  
Marketing and PR Manager  
[w.woroniecka@vogue.pl](mailto:w.woroniecka@vogue.pl)  
506723479

Szymon Machnikowski  
Dyrektor Marketingu i PR  
[s.machnikowski@vogue.pl](mailto:s.machnikowski@vogue.pl)