

Warszawa, 25.02.2026 r.

## O czym przeczytacie w marcowym wydaniu „Vogue Polska” poświęconym ikonom?

**Anda Rottenberg** wystąpiła na okładce marcowego wydania „Vogue Polska” poświęconego legendom. W numerze zastanawiamy się nad dzisiejszym znaczeniem słowa „ikona”, analizujemy kolekcje domów mody na sezon wiosna-lato 2026 i rozmawiamy z osobowościami polskiego kina. Co jeszcze znajdziemy w nowym wydaniu?

„Nie jest tajemnicą, że od dawna marzyliśmy, żeby została bohaterką naszej okładki, a ponieważ ten numer „Vogue Polska” poświęcony jest legendom, udało nam się ją do tego przekonać. W wywiadzie udzielonym Hannie Rydlewskiej opowiada m.in. o tym, co jest jej największym bogactwem. Dla naszej redakcji jest nim ona”, pisze redaktorka naczelna „Vogue Polska” Ina Lekiewicz Levy we wstępniku do marcowego wydania magazynu. Anda Rottenberg, krytyczka i kuratorka sztuki, pisarka i publicystka, szefowa działu kultury „Vogue Polska”, prawdziwa ikona, wystąpiła na okładce numeru. W materiale „Nadal mi się chce” przybliży historię swojego życia. – *Chciałam się zmieścić w normie, tylko mi nie wychodziło. Odstawałam. Próbowałam znaleźć złoty środek między tym, w czym się dobrze czułam, a tym, co było akceptowane* – mówi. I wspomina szkolne doświadczenia, pierwsze artystyczne zachwyty i najważniejsze przyjaźnie.

## Otwieramy nowy sezon w modzie, przyglądając się kolekcjom na wiosnę-lato 2026

W tekście „Jaka praca, taka płaca” Kamila Wagner analizuje kolekcje domów mody na nowy sezon, typując najważniejsze trendy, w tym odzież roboczą, np. fartuchy kuchenne Miu Miu, pasy narzędziowe Coperni czy pogniecione tkaniny Calvina Kleina. Szefowa działu magazynu w artykule „Nawiedzone domy” pochyliła się także nad projektantami debiutującymi na stanowiskach dyrektorów kreatywnych. Jak duża presja na nich spoczywa? Czym powinni się kierować podczas swoich twórczych poszukiwań? Kto życzy im sukcesu, a kto ucieszyłby się z ich porażki? I czego jeszcze boją się Matthieu Blazy, Jonathan Anderson i Demna? Natalia Żelazowska podejmuje natomiast temat *product heroes*. Te pozbawione daty ważności projekty, takie jak torebka Puzzle Loewe, buty Tabi Maison Margiela czy zegarek Tank Cartiera, stają się wizytówkami domów mody. Marzy o nich wielu, dostępne są dla nielicznych.

## Zastanawiamy się nad znaczeniem słowa „ikona”

Temat przewodni numeru interpretujemy wielorako. Maja von Horn w tekście „Modelki kropka com” przypomina najważniejszy bodaj portal branży mody. Jak powstał Models.com, kogo wyniósł na szczyt, czy zbudował wokół świata mody społeczność? Angelika Kucińska w „Niepewnej przyszłości mody”, na przykładzie Andy’ego Warhola czy Davida Bowiego, dywaguje na temat tego, czy ikoną zostaje się raz na zawsze. „Raz zdobyty, będzie chronił przez całe życie. A może przekonanie, że status legendy gwarantuje dożywnię nietykalność, kruszeje wraz z każdą kolejną kompromitacją dowolnej wielbionej ikony? Największy problem z legendami polega dziś na tym, że jest ich coraz mniej. I więcej nie będzie”, pisze dziennikarka.

## Przywołujemy Elbę Schiaparelli i królową Elżbietę II

Piotr Zachara w tekście „Non stop szok” kreśli portret Elsy Schiaparelli, pierwszej surrealistki świata mody, która nie tylko projektowała ekscentryczną modę, lecz także emanowała charyzmą, stając się jedną z najważniejszych osobowości swoich czasów. Kara Becker ogląda natomiast największą dotychczas wystawę strojów królowej Elżbiety II. Z okazji setnej rocznicy urodzin monarchini Pałac Buckingham prezentuje jej ubrania z kolejnych etapów życia. Każdy element opowiada część historii jej długiego panowania.

## **Rozmawiamy z osobowościami polskiego kina**

W wywiadach udzielonych Annie Konieczyńskiej Agata Turkot oraz duet Pat Howl i Kasia Samson tłumaczą, za co kochają kino. Agata Turkot po roli w „Domu dobrym” wzięła udział w kolejnym zaangażowanym społecznie projekcie – serialu HBO Max „Pieć kobiet”. Opowiada o nim w rozmowie „Pieć/Niebo”, a reżyser i producentka debiutanckiego „Króla dopalaczy” wspominają proces powstawania filmu.

## **Polecamy nowości kulturalne na marzec 2026 roku**

W dziale kultury zapowiadamy filmy, w tym „Peaky Blinders: Nieśmiertelny”, recenzujemy serial „Ołowiane dzieci”, oglądamy „Europę” Krzysztofa Warlikowskiego w Nowym Teatrze.

*Numer „Vogue Polska” na marzec 2026 roku będzie dostępny od 26 lutego. Do kupienia w salonach prasowych, online i z wygodną dostawą do domu.*

*Kontakt dla mediów:*

*Barbara Dobrzańska  
Marketing and PR Junior Manager  
[b.dobrzanska@vogue.pl](mailto:b.dobrzanska@vogue.pl)*

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