

Ilona Kanclerz

artystka multimedialna, projektantka mody, działaczka społeczna. Promotorka młodych marek modowych, inicjatorka m.in. ruchu Modny Śląsk i Ambasada Śląska. Wielokrotnie nagradzana. Uznawana za jedną z najbardziej wpływowych kobiet na Śląsku.



”Zawsze szukam pozytywów. Młodym markom potrzebne jest wsparcie, a nie krytyka. Ubolewam jednak nad tym, że tak niewielu mamy projektantów zainteresowanych czymś innym niż streetwear.

Wchodzimy w erę designu.

- Tak jak niedawno wszyscy chcieli być szefami kuchni, tak teraz każdy jest projektantem - mówi Ilona Kanclerz, projektantka i promotorka mody, inicjatorka ruchu Modny Śląsk.

Iwona Sobczyk: Czy śląska ulica jest modna?

Ilona Kanclerz: Śląsk jest regionem bardzo różnorodnym więc trudno wysnuwać jakieś generalne wnioski. Natomiast to, co jest bardzo widoczne w ostatnich latach, to niezwykle istotny wpływ mediów na to, jak ubiera się ulica. Jeszcze dwadzieścia lat temu nie było kolorowych magazynów, programów telewizyjnych o modzie czy ser-

wisów internetowych. Dzisiaj, kiedy jesteśmy zalani tak ogromną falą informacji, możemy na bieżąco obserwować wszystkie światowe trendy. Pytanie jest tylko takie, czy ludzie mieszkający na Śląsku mają wystarczającą ilość czasu i energii, żeby interesować się modą i wystarczająco dużo pieniędzy, żeby ją kupować.

Zainteresowanie modą najbardziej widać po młodych ludziach.

Oczywiście, młode pokolenie zawsze jest motorem zmian.

Wydaje się, że wśród młodych coraz większą popularność zdobywają niezależne marki modowe.

Ludzie chcą być niezależni, sami poszukiwać nowych rozwiązań. Poza tym właściciele tych marek to często znajomi tych, którzy je noszą.

Jak Pani ocenia młode, śląskie marki modowe?

Zawsze szukam pozytywów. Młodym markom potrzebne jest wsparcie, a nie krytyka. Ubolewam jednak nad tym, że tak niewielu mamy projektantów zainteresowanych czymś innym niż streetwear. Wydaje mi się, że dzieje się tak dlatego, że większość śląskich marek modowych ma krótki staż, nie dysponuje kapitałem ani doświadczeniem. Nie mogą sobie pozwolić na drogie materiały ani skomplikowane formy. Szare dresy i koszulki z nadrukami zalały

śląski rynek. Natomiast bardzo mało jest dobrej, klasycznej czy wieczorowej mody.

Łatwo być projektantem, jeśli polega to na nadrukowaniu grafiki na kupioną koszulkę, prawda?

Tak jak niedawno wszyscy chcieli być szefami kuchni, tak teraz każdy jest projektantem. Generalnie jednak uważam, że na Śląsku dzieje się bardzo dużo dobrego. Po erze węgla, wchodzimy w erę designu. Wydaje mi się, że coraz więcej ludzi zaczyna też dostrzegać, że to, co nas odróżnia od innych regionów, to potencjał ludzki. Mamy sporo uczelni artystycznych, również tych zajmujących się modą, jak Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach czy sosnowiecki Zespół Szkół Projektowania i Stylizacji Ubioru. Śląska aglomeracja tworzy bardzo specyficzną młodą społeczność, zainteresowaną światowymi trendami, żyjącą w miejskiej przestrzeni, tworzącą produkty i usługi przeznaczone dla podobnych do nich. Tworzy się nowe mieszczaństwo.

To nowe mieszczaństwo chętnie też bywa na targach modowych.

Nie dość, że mamy Silesia Bazaar i Swag Show, to ostatnio śląską edycję zorganizowały największe w kraju targi Mustache. Mnożą się akcje wymiany ubrań czy warsztaty krawieckie. A przecież niedawno, kiedy rozkręcaliśmy Modny Śląsk, to była jedyna modowa impreza w Katowicach. A dwadzieścia lat temu, kiedy organizowaliśmy wraz TVP Katowice pierwsze działania modowe na Śląsku, wszyscy patrzyli na to szeroko otwartymi oczami.

Od wielu lat pracuję nad zmianą postrzegania Śląska i widzę, jaką długą drogę przeszliśmy. Modny Śląsk w ostatnich pięciu latach stał się szerokim ruchem społecznym, skupiającym śląskie środowisko mody, designu, kultury i sztuki. W jego ramach powstaje wiele przedsięwzięć - w ubiegłym roku wyłoniła się nowa część, którą nazwaliśmy Ambasadą Śląska. Poświęcona jest międzynarodowym projektom. Pokazywaliśmy już nasze marki w Berlinie i na Litwie, mieliśmy gości z Niemiec i z Czech. W zeszłym roku znana projektantka, Teresa Rosati, wybrała naszą imprezę na premierę swojej paryskiej kolekcji.

Jest kogo pokazywać?

Oczywiście. Mamy wspaniałych ludzi takich jak Kamil Sobczak, Iza Świąs - właścicielka marki Furelle czy Grażyna Pander-Kokoszka zainteresowana między innymi modą wieczorową. Jest także Sophie Kula, która robi bardzo dużo rzeczy za granicą czy Ola Bajer, która szyje streetwear. Z naszego regionu pochodzą natomiast Barbara Hoff, Barbara Ptak, Tomasz Ossoliński czy Mariusz Brzozowski.

A także Ilona Kanclerz. Ma Pani jeszcze czas na projektowanie?

Bardzo mało. Przeszłam tworzyć kolekcje po to, żeby sprzedawać spodnie, bluzki czy sukienki, bo zauważyłam, że wypalam się, kiedy mam projektować z miesiąca na miesiąc. To mi nie wystarcza, zmienność w modzie już mnie nie interesuje. Przeciwnie, fascynuje mnie klasyka i poszukiwanie źródeł. Zająłam się tym naukowo i kończę doktorat na ASP w Warszawie, który ma też swoją część modową. Kolekcja „Perły w koronie” miała premierę podczas drugiej edycji Modnego Śląska. Jako pierwsza podjęłam się próby uwspółcześnienia naszego tradycyjnego, regionalnego stroju. Śląska sylwetka jest bardzo trudna, ciężka. Długo zastanawiałam się, jak sobie z nią poradzić. Ostatecznie powstała kolekcja w całości czarna, której motywem przewodnim jest liść paproci. W czerni śląski strój wygląda bardzo współcześnie, ale zachowuje konotacje historyczne. Zresztą inspiracją była jakła śląska, którą podarowała mi Irma Kozina - historyk i znawca naszej sztuki.

Czy Śląsk dobrze promuje swój modowy potencjał?

Nie jest łatwo, choć kilka instytucji udało się już przekonać, że na modę warto postawić. Z Modnym Śląskiem współpracuje na przykład instytucja Miasto Ogrodów. Moda może stać się istotnym elementem kulturalnego pejzażu i wizerunku regionu. Takie kraje jak Włochy czy Francja potrafiły zrobić z niej wielki przemysł. My dopiero zaczynamy walczyć, żeby została doceniona. Na szczęście nie bez sukcesów.



Sesja zdjęciowa sierpień 2015, NOSPR Katowice



Ilona Kanclerz Laureatką Nagrody Honorowej Kobieta Humanitas anno domini 2015



Rozpoczęcie wiosennego sezonu modowego 2015