



INFORMACJA PRASOWA - MAZDA MOTOR POLAND

MA*zda Design 2019

Warszawa, 20 luty 2019 - Ruszyła dziesiąta jubileuszowa odsłona konkursu dla projektantów Mazda Design 2019. Hasłem tegorocznej edycji jest „MA” – japońskie pojęcie oznaczające: „przestrzeń pomiędzy”, „odstęp”, „pauzę”. To bezpośrednie nawiązanie do sztuki minimalizmu i refleksyjnego sposobu postrzegania świata. „MA” to czas i przestrzeń na nabranie oddechu i pytania o współczesne poczucie komfortu, harmonii i piękna. Pula nagród dla zwycięzców wynosi 35 tys. złotych. Termin nadsyłania zgłoszeń mija 16 kwietnia 2019 r., a ogłoszenie wyników nastąpi w drugiej połowie maja.

20 lutego 2019 r. wystartowała dziesiąta edycja konkursu projektowego Mazda Design 2019 pod hasłem – „MA”. Co oznacza to słowo, które wydaje się bezpośrednio wpisane w nazwę japońskiej marki?

„MA” to czas i przestrzeń niezbędne do realizacji jakiegoś dzieła czy kształtowania własnego życia – „MA” to pustka, która czeka żeby zostać wypełniona sensem. Ta japońska idea odwołuje się do filozofii postrzegania przestrzeni, tworzenia sztuki, sposobu projektowania, a nawet – ogólniej – stylu życia. Znaczenie słowa „MA” najlepiej oddaje jego symbol kanji, który powstał z połączenia dwóch symboli oznaczających „drzwi” oraz „światło (np. słońca)” – razem mogą być odczytane jako *szczelina w drzwiach przez, którą wpada światło*. Ta wiązka światła – wąska „przestrzeń pomiędzy” jest symbolem możliwości, otwartości i wolności. To miejsce na nasze wybory i kreatywność, granice w obrębie których możemy doświadczać życia i wypełniać je sensem.

Japońska tradycja i filozofia, mają ogromny wpływ na zasady konstruowania i estetykę samochodów Mazdy. *Hasło „mniej daje więcej” to dewiza, która przyświeca naszym projektantom w ewolucji języka stylizacji KODO-Dusza Ruchu. Zmierzają oni do tego, żeby usuwać jak najwięcej rozpraszających elementów na rzecz pięknych i prostych kształtów.* – mówi o stylistyce nowej, przełomowej Mazdy 3 Szymon Sołtysik, PR Manager Mazdy w Polsce. – *Nowa Mazda3 jest inspiracją dla tegorocznej edycji konkursu, bo tym modelem pokazujemy, że można tworzyć piękne samochody poprzez doskonałość samej formy i wykorzystanie światła, unikając w ten sposób nadmiaru ozdorników. Przekłada się to także na wnętrze Nowej Mazdy 3 – chodzi o to, żeby człowiek nie był przytłoczony liczbą ekranów, przycisków, elementów które odwracają jego uwagę. Wewnątrz samochodu musi się znaleźć przestrzeń na nasze skupienie, refleksje i emocje. Bo najważniejsze jest poczucie harmonii z pojazdem, które nazywamy Jinba-Ittai oraz biorąca się z niej przyjemność prowadzenia. Właśnie tak wygląda przepis na samochód idealny według Mazdy.*

Więcej informacji:

kontakt@mazda-media.pl

www.mazda.pl | www.mazda-press.pl



INFORMACJA PRASOWA - MAZDA MOTOR POLAND

Aby wziąć udział w konkursie, uczestnicy – studenci i absolwenci szkół artystycznych, projektowych i technicznych – muszą stworzyć oryginalny projekt w jednej z trzech kategorii: Człowiek, Przestrzeń lub Znak.

Kategoria: Człowiek

Współczesny komfort – zgodnie z koncepcją „MA” – można zdefiniować jako przestrzeń i moment należące wyłącznie do nas, a także – pauzę albo oddech w codziennym życiu pełnym niepożądanych bodźców, które zabierają nam tę przestrzeń.

Zadanie w kategorii „Człowiek” polega na zaprojektowaniu dowolnego przedmiotu – który zwiększy komfort życia codziennego, poprzez zminimalizowanie nadmiaru bodźców napływających z otoczenia. Uczestnik powinien potraktować „brak” jako pozytywną wartość oraz punkt wyjścia do projektowania – ważne jednak, żeby proponowany przedmiot dawał poczucie przyjemności człowiekowi poprzez „ograniczenie”. Zaprojektowany obiekt powinien znajdować zastosowanie współcześnie, cechować się minimalizmem i pięknem w znaczeniu Mazdy (mniej daje więcej) i przyjemnością użytkowania, tak aby sam nie mnożył kolejnych „negatywnych bodźców”.

Kategoria: Przestrzeń

Wykorzystywanie światła jako tworzywa i narzędzia artystycznej ekspresji to praktyka charakterystyczna dla sztuki japońskiej. Tamtejsi mistrzowie Takumi zainspirowani dynamiką napięcia pomiędzy światłem i cieniem, stosują migotliwe wzory świetlne, aby ożywić tworzone przez siebie obiekty i eksponować ich piękno.

Zadanie w kategorii „Przestrzeń” polega na zaprojektowaniu obiektu, mebla, elementu wyposażenia lub dekoracji wnętrza, który swoje piękno i funkcje będzie ujawniać w relacjach przestrzennych ze światłem. Uczestnik powinien potraktować światło jako tworzywo i przyznać mu kluczową rolę w tworzeniu jakości i wartości estetycznej obiektu. Inspiracją mogą być w tym wypadku projektanci Mazdy, którzy korzystając z tak ulotnego materiału jakim jest światło, projektują karoserie najnowszych modeli tak, aby światło nadawało im niepowtarzalne piękno i dynamikę.

Kategoria: Znak

W 2020 r. minie sto lat od chwili, gdy Jujiro Matsuda założył koncern Mazda. Od 1920 r. logo marki zmieniało się kilkakrotnie i w sposób bardzo zdecydowany, wyrażając przy tym ewolucję wartości i designu marki. Dlatego w tym roku, ze względu na zbliżający się jubileusz Mazdy pytamy: jak powinno wyglądać logo marki na następne stulecie?

Więcej informacji:

kontakt@mazda-media.pl

www.mazda.pl | www.mazda-press.pl



INFORMACJA PRASOWA - MAZDA MOTOR POLAND

Zadanie w kategorii „Znak” polega na zaprojektowaniu nowej (alternatywnej do obecnej) wersji logo - sygnetu i logotypu - Mazdy, które będzie stanowić symbol wejścia marki w nową erę projektowania samochodów. Projekt powinien odwoływać się do kluczowych wartości marki, takich jak: sztuka designu, japoński kunszt, przyjemność prowadzenia, minimalizm (mniej daje więcej), harmonia, a także inteligentne, przełamujące konwencje rozwiązania technologiczne. Znak powinien pokazywać jak autor wyobraża sobie markę w przyszłości, ale koncepcja logotypu powinna brać pod uwagę wartości i estetykę wyznaczoną przez Nową Mazdę 3.

Nadesłane zgłoszenia oceni jury w składzie: Jo Stenuit – dyrektor designu Mazda Motor Europe, Tomek Rygalik – jeden z najbardziej znanych polskich designerów, Anna Grużewska – redaktor naczelna magazynu „Czas na Wnętrze”, Edgar Bąk – grafik wielokrotnie nagradzany za identyfikację wizualną, Marcin Rusak i Alicja Patanowska – projektanci, laureaci nagrody Mazda Design Award 2017 i 2018.

W każdej z kategorii zostanie wręczona pierwsza nagroda w wysokości 10 tys. zł, a najlepszy z trzech zwycięskich projektów otrzyma także tytuł GRAND PRIX i dodatkowe 5 tys. zł.

Partnerami konkursu są magazyny: F5, LABEL, Czas na Wnętrze, VOGUE Polska oraz Design Alive.

Prace można zgłaszać do 16 kwietnia 2019 r. na stronie www.mazdadesign.pl. Ogłoszenie wyników nastąpi 17 maja 2019 r. na specjalnej pokonkursowej wystawie zorganizowanej podczas Łódź Design Festival, którego Mazda jest partnerem.

Więcej informacji:

kontakt@mazda-media.pl

www.mazda.pl | www.mazda-press.pl