



SOPRONI
EGYETEM |

FAIPARI MÉRNÖKI ÉS
KREATÍVIPARI
KAR

AZ ALKALMAZOTT MŰVÉSZET LÉTMÓDJAI ÉS A KREATÍV IPAR KIHÍVÁSAI NAPJAINKBAN

Faipari Mérnöki és Kreatívipari Kar Tudományos Kiadványa

Szerkesztette: Márfa Molnár László és Pásztory Zoltán



AZ ALKALMAZOTT MŰVÉSZET LÉTMÓDJAI ÉS A KREATÍV IPAR KIHÍVÁSAI NAPJAINKBAN

**FAIPARI MÉRNÖKI ÉS KREATÍVIPARI KAR TUDOMÁNYOS
KIADVÁNYA**

Szerkesztette: Márjai Molnár László és Pásztory Zoltán



SOPRONI EGYETEM KIADÓ

SOPRON, 2023

A kötet első 12 írása a Sopronban 2022. október 28-án *Az alkalmazott művészet létmódjai napjainkban* címmel megrendezett tudományos konferencia előadásainak szerkesztett anyagát tartalmazza.

A konferencia támogatói:

MTA VEAB Soproni Tudós Társaság Művészeti és Irodalomtudományi Szakbizottság

Magyar Tudományos Akadémia VEAB Képzőművészet, Művészetelmélet és Design
Munkabizottság

Soproni Egyetem Faipari Mérnöki és Kreatívipari Kar

Felelős kiadó: Prof. Dr. Fábíán Attila

a Soproni Egyetem rektora

Szerkesztette:

Dr. Márfai Molnár László és Dr. Pásztory Zoltán

Lektorálta:

Dr. Börcsök Zoltán

ISBN 978-963-334-453-8 (pdf)

<https://doi.org/10.35511/978-963-334-453-8>

Creative Commons licenc: BY-NC-SA 2.5



Nevezd meg! Ne add el! Így add tovább! 2.5 Hungary
Attribution – Non commercial – Share Alike 2.5 HUNGARY

Tartalom

Bevezetés.....	5
Művészeti szekció	
Posztmodern performansz.....	7
<i>Szabó Tibor</i>	
Az alkalmazott és az autonóm művészet szakrális alkotásokban.	15
<i>Karikó Sándor</i>	
Szépség és öröm. Gondolatok a hazai kortárs transzcendens művészetről.....	21
<i>Kovács-Gombos Gábor</i>	
A képi világ üzenetei. Két leány folyóirat margójára	30
<i>Fáyné dr. Dombi Alice</i>	
Ökoművészet és öcodesign mint új paradigma?	40
<i>Zalavári József</i>	
Fenntartható létharmónia, esztétikum és a feminin reprezentációja	48
<i>Major Gyöngyi</i>	
Tér(más)kép(pen) - adalékok a kortárs építészeti ábrázolás eszköztárának áttekintéséhez.....	61
<i>Kósa Balázs, Markó Balázs</i>	
Képirás – képolvasás (illúzió és gyakorlat)	70
<i>Gáspárdy Tibor</i>	
A kortárs (alkalmazott) művészet értelmezhetősége.....	80
<i>Márfai Molnár László</i>	
Bepillantás művészet és természettudomány közös metszetébe.....	87
<i>Nagy Máté</i>	
„Ut pictura poesis” Az intermedialitás megjelenési formái Tandori Dezső költészetében	95
<i>Zámbó Bianka</i>	
A soproni műemlék épületek dokumentálásának bemutatása egy helyi példán keresztül.....	102
<i>Kósa Balázs, Markó Balázs, Tárkányi Sándor</i>	
A makett, mint szemléltető eszköz.....	113
<i>Horváth Péter György, Markó Balázs, Tárkányi Sándor, Antal Mária Réka, Kósa Balázs</i>	
A fa élettani hatása	123
<i>Boros Eszter</i>	
Művészet és innováció az információ korában	130
<i>Szécsi Gábor, Szilágyi Tamás</i>	
A térészlelés és térhasználat kognitív működése	145
<i>Mucsi Zsuzsanna Mária, Horváth Péter György</i>	
A design hét megjelenési szintje	152
<i>Reményi Andrea</i>	

Műszaki szekció

Kézi és gépi intarziakészítés összehasonlító elemzése	162
<i>Antal Mária Réka, Horváth Péter György</i>	
Vászonról kompozitig – Anyaghasználat a repülőgépgyártásban.....	178
<i>Zsákai Balázs, Alpár Tibor, Horváth Péter György</i>	
Ütemezési feladat eredményeinek nemparametrikus statisztikai elemzése	185
<i>Tóth Zsolt, Hegyháti Máté, Kulcsár Ernő, Ősz Olivér</i>	
Fenyő rönk és fűrészáru behozatal környezeti terhei.....	193
<i>Börcsök Zoltán, Pásztory Zoltán</i>	
A faenergetika racionális, környezetkímélő lehetőségei (kutatási összefoglaló).....	204
<i>Németh Gábor; Kocsis Zoltán</i>	
Faipari projektek szakirodalmi elemzése	212
<i>Novotni Adrienn</i>	
Faipari por-forgács elszívó hálózatok és a munkahelyi légtér fapor tartalmának kérdései ...	222
<i>Németh Gábor, Németh Szabolcs, Kocsis Zoltán, Magoss Endre</i>	
Természetes anyagok szigetelőképessége.....	230
<i>Szendi Dorina; Pásztory Zoltán</i>	

Foreign languages section

Thermal resistance values of natural fiber-based insulation panels and the impact of their thickness on the thermal transmittance values of an external wall structure.....	240
<i>Le Duong Hung Anh, Zoltán Pásztory</i>	
Developing Info-Droplets to model the dark flight phase of meteorite fall.....	252
<i>Agota Lang, Matyas Bejo, Benke Hargitai, Barnabas Molnar, Aron Sztojka</i>	
Social Network and Text Mining Analysis of Publications Related to Remote Sensing and R Programming.....	260
<i>Zsolt Tóth</i>	
Small and medium-sized enterprises (smes) in Hungary: industry 4.0 trends and challenges	272
<i>Ádám Fazekas, Endre Magoss, Veronika Suriné Lengyel</i>	
The effect of natural-based additive on paper.....	284
<i>Zsófia Kóczán, Katalin Halász, Edina Preklet, Zoltán Pásztory</i>	
Comparative social network analysis (SNA) of FP7 and Horizon 2020 projects on remote sensing	293
<i>Zsolt Tóth</i>	
Advancements in Sustainable Wood Furniture: A Comprehensive Review of Bonding Techniques and Adhesives	302
<i>Seda Baş, Levente Dénes, Csilla Csiha</i>	

A design hét megjelenési szintje

Reményi Andrea

*Innovációs és üzletfejlesztési menedzser, doktorandusz
Soproni Egyetem Vállalati Kapcsolatok és Innovációs Központ
Faipari Mérnöki és Kreatívipari Kar Cziráki József Faanyagtudomány és Technológiák
Doktori Iskola, email: remenyi.andrea@uni-sopron.hu*

DOI: https://doi.org/10.35511/978-963-334-453-8.Remenyi_A

Absztrakt

A kutatás elsődleges célja az erős fenntarthatóság szellemében kialakítható, egyénre szabott jelenbeli, valamint életképes és jövőálló szervezetfejlesztési megoldások kialakítása a design, mint szellemi alap és a technológia, mint eszközoldali alap fúziójával. A design fogalmának értelmezését követően megfigyelhető annak egy adott szervezetben betöltött szerepe, mely az esztétikai élménytől az érzések kiváltásán át a szervezeti részfunkciók koordinálását, majd hálózatos összekapcsolását eredményezi, majd átlépve az egység határát több szervezet együttes működését optimalizálja. Az ökotudatos gondolkodás szintjén már a társadalmi és természeti környezet is megjelenik, majd ennek hosszú távú védelmében egy digitális alternatív út rajzolódik ki a megatrendek és a jövő fogyasztójának ismerete alapján, amely nem korlátozásokkal, hanem sokkal szélesebb lehetőségekkel tudja megvalósítani a szinergiát.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, design evolúció, szervezetfejlesztés, design-vezérelt szervezet, metadesign

Bevezető

*"Az igazi design megindítja az embereket, érzelmeket közvetít, emlékeket idéz fel, meglep és szembemegy a megszokott gondolkodással."
Alberto Alessi*

Számos szervezet ismeri fel a fenntartható működés kialakítása nyomán elérhető környezeti, társadalmi, gazdasági előnyöket. Miközben a világban zajló események egyre több kihívással szembesítik a vállalatokat, a jelen és a túlélés biztosításán túl az innovatív cégek eszközöket, módszereket, új irányokat keresnek a jövőálló és minden tekintetben profitábilis működéshez. Korunk egyre bizonytalanabb világában megfigyelhető trend, hogy a magas design-értékű termékek, szolgáltatások és folyamatok iránti kereslet nem csökkent, a design-vezérelt vállalatok működésében számszerűsíthető többlet meghaladhatja a kétszáz százalékot. A design adott szervezeti struktúrákban való evolúciós megjelenési szintje azonban eltérő, az esztétikai kiinduló állapottól egészen a közeli virtuális tér, a meta világok hálózatáig jelen lehet, mint mindenütt megfigyelhető, értékteremtő, „nem művészeti, nem műszaki, hanem társadalmi jelenség” (prof. Stefan Lengyel).

A design értelmezése

Számos szervezet fogalmazta meg saját design-megközelítését, a Design Management Institute (DMI) értelmezésében a design a problémamegoldás módszere. A World Design Organization (WDO) részéről a design már egy olyan stratégiai problémamegoldó folyamatnak tekinthető, amely innovatív termékeken, rendszereken, szolgáltatásokon és élményeken keresztül ösztönzi az innovációt, üzleti sikert hoz, és jobb életminőséget eredményez. Hidat képez a meglévő és a lehetséges között. Egy transzdiszciplináris terület, amely a kreativitást alkalmazza a problémák megoldására és a megoldások közös megalkotására azzal a céllal, hogy egy terméket, rendszert, szolgáltatást, élményt vagy vállalkozást eredményesebbé tegyen. A problémák lehetőségként való átfogalmazásával összekapcsolja az innovációt, a technológiát, a kutatást, az üzleti életet és az ügyfeleket, hogy új értéket és versenyelőnyt teremtsen a gazdasági, társadalmi és környezeti szférában.

Az European Design Leadership Board kezdetől a design fogalmának széles körű értelmezését vette alapul. Jelentésében (Design For Growth and Prosperity, 2012) a design-t az emberközpontú innováció egyik alaptevékenységéként értelmezi, amelynek eredményeképp az emberek által vágyott, általuk jól használható termékek és szolgáltatások születnek.

A design ma már önálló ágazatnak tekinthető, amelyben képzett szakemberek szakosodott, professzionális gazdasági tevékenységet végeznek, és egyben az üzleti és szervezeti növekedés legmagasabb szintű stratégiai eszköze is. A gazdasági előnyök biztosítása mellett a designra a fenntartható és felelős magatartás is jellemző, ezáltal hozzájárulva az innovatív társadalom és a jobb életminőség megteremtéséhez (Magyar Formatervezési Tanács, 2012).

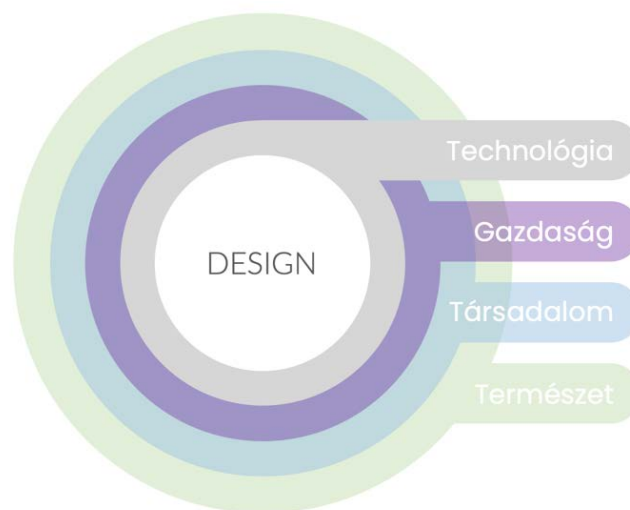
Az International Council of Design értelmezésében a design az ember és a környezet közötti kölcsönhatásra összpontosít, figyelembe véve esztétikai, funkcionális, kontextuális, kulturális és társadalmi szempontokat. Ezeken túl a design hatással van a kulturális jelentéstalomra, kifejezi, tükrözi, sőt formálja a kulturális normákat.

Míg egykor a design-t szigorúan a konkrét világgal kapcsolatban határoztuk meg, "dal cucchiaio alla citta" (a kanáltól a városig – Rodgers, E.), nem csupán a fizikai tárgyakkal, épített terekkel és digitális környezetekkel való mindennapi interakciókat jelent. Ma "a design egyre szélesebb diszciplináris, konceptuális, elméleti és módszertani kereteit bővíti, hogy egyre szélesebb tudományágakat, tevékenységeket és gyakorlatot foglaljon magába" (Rodgers és Bremner, 2017). A designerek üzleti stratégián dolgoznak, virtuális környezeteket hoznak létre, digitális interfészeket készítenek, szolgáltatási rendszereket terveznek, így a design új

ági folyamatosan fejlődnek. A designerek a problémák holisztikus elemzésére vannak kiképezve, és nemcsak a közvetlen vagy nyilvánvaló problémát, hanem az azt létrehozó rendszert is meg akarják érteni. Bill Miller leírásában a design a gondolkodás mindhárom aspektusának (belátás, intuíció és értelem) szintézise; a létrehozás tevékenysége: események és eljárások nem-lineáris sorozata vagy halmaza, továbbá magába foglalja a tervezendő entitás létrehozását megelőző, azzal együtt járó, sőt az azt követő gondolkodási folyamat minden egyes részét, nem korlátozva azt az egyes részekre. A design nem más, mint megvalósulás, ahol a változás az érési folyamat természetes része. Bármilyen entitást lehet tervezni, azaz szándékkal és céllal létrehozni, legyen az fizikai, időbeli, fogalmi vagy kapcsolati. Összefoglalóan: "A design az a gondolkodási folyamat, amely egy entitás létrehozását magában foglalja."

Erős fenntarthatóság technológiai és design alapokon

Az ökológiai közgazdaságtanban az erős fenntarthatóság (Málovics, 2009) a gazdaságot a társadalom, a társadalmat pedig a természeti környezet alrendszerének tekinti, mely maga is zárt rendszerként működik, ahogy az az 1. ábrán látható. A három alappillér minden fenntarthatósági megközelítésben megjelenik, de az erős megközelítés esetén kiemelten fontos a természeti javak megőrzése. Kulcs gondolata szerint a tőkejavak egymással nem helyettesíthetőek (Ayres, 1998). Daly 2001-ben definiálta a gazdaságtalan növekedés fogalmát, amely a természet túlterhelésének következtében alakul ki. Mindhárom rendszer tekintetében létezik egy optimális, illetve egy maximális méret, amely meghaladása rendszer-összeomlásához vezet.



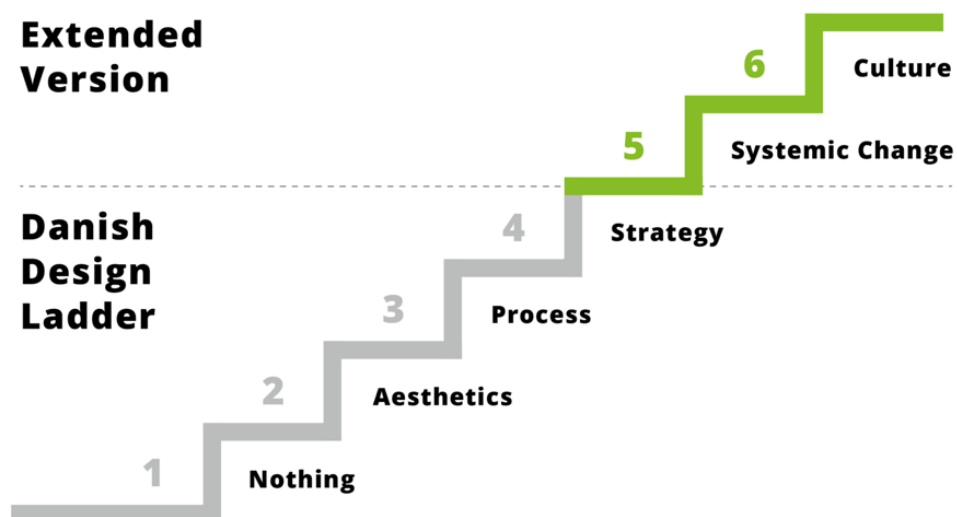
1. ábra Természet – társadalom – gazdaság szinergikus működése technológiai és design alapon
Forrás: saját szerkesztés, 2022

Az ember jóléte egyaránt függ e hármasság optimális működésétől, tehát a harmonikus, szinergikus hatás elérése kiemelt emberi érdek. De miközben a természeti környezet lassú változásokat él meg, a társadalom, s még inkább a gazdaság rendkívül gyors, a zárt rendszerű természet számára már követhetetlen tempóban alakul át.

Megoldási stratégiaként rendszerszintű megközelítéssel, hálózatos, új logikára épülő gondolkodással, teljeskörű hatásvizsgálattal, a megatrendek és a közeljövő fogyasztói csoportjainak megismerésével új lehetőség fogalmazódott meg, melyet a technológiai háttér eszközoldalról, a design alkalmazása pedig szellemi oldalról támogat. Ez utóbbi ugyanis sokkal összetettebb hatást gyakorol a szervezeti struktúrákra, mint pusztán esztétikai jelenlét.

A design korábbi szervezeti megjelenési szintjei

Előzménynek tekintem a Dán Design Center 2002-ben publikált, népszerű *design létráját*, majd ennek a 2. ábrán bemutatott, kibővített *lépcső* változatát, melyet Bryan Hoedemaekers 2016-os publikációjában jelentetett meg. Ő négy helyett már hat szintet különböztet meg a design alkalmazásának szervezeti evolúciójában.

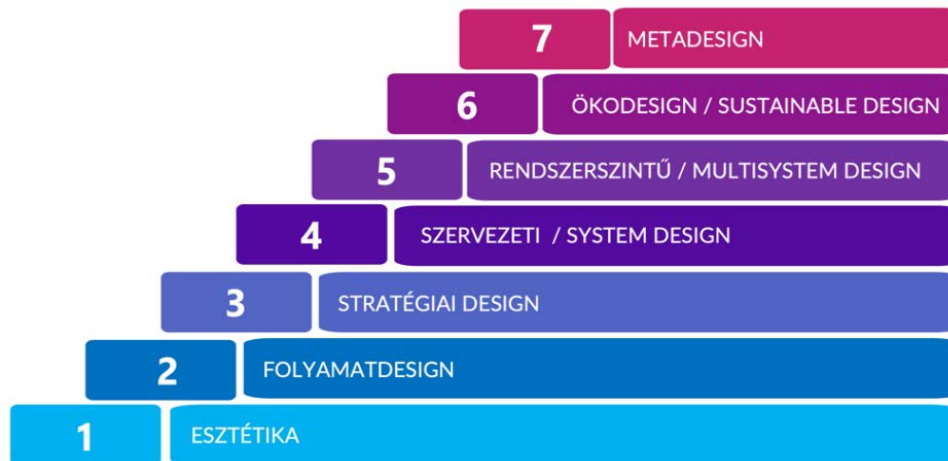


2. ábra A Dán Design Center designlépcsője, majd annak Hoedemaekers által továbbfejlesztett lépcső változata
Forrás: Hoedemaekers (2016): Are you getting the most out of Design?

A design hétlépcsős evolúciós megjelenése

A szervezetek számára választ keresve a hármasság környezeti egységben megvalósítható, hosszú távú fenntartható működésre, ki kell lépni egy adott szervezet kereteiből, és az egyéni stratégia részévé kell tenni a szervezetek közti kooperációs partnerséget, az ökológiai

gondolkodást és a technológiai fejlődés által lehetővé vált új, digitális dimenziókban való megjelenés lehetőségeit. Ahogy a 3. ábrán látható, e lépésekkel kibővített változatában a design-lépcső minden felsőbb szintje magába foglalja az alatta lévőket. Minden szint élő, aktiválható, visszacsatolható. Az éppen aktuális környezetre adott válasz bármelyik szintről/szintekről adható.



2. ábra A design hét megjelenési szintje
 Forrás: saját szerkesztés Hoedemaekers 2016 nyomán

1. SZINT - ESZTÉTIKA

A design a használati értékhez kapcsolt vizuális megjelenés kialakításának eszközeként jelenik meg: jellegzetes stílus, színek és formák harmóniája, épületek külső látványelemei, belső terek, termékek, tárgyak, grafikai megjelenítés, márképítés, branding, melyet professzionális, generális szemléletű tervezők dolgoznak ki. Az esztétikai szint csúcsát az art design képviseli, ez a művészet és a design találkozásából születő innovatív, a legmagasabb szinergiát megjelenítő kapcsolódás.



3. ábra A design esztétikai szintje és az art design
 Forrás: Christopher Guy Harrison asztala (EUR 2.417) és logója: christopherguy.com, Ron Arad által tervezett asztal (EUR 84.250): christies.com/en/lot/lot-5076994

2. SZINT - FOLYAMAT DESIGN

A design, mint visszacsatoló folyamattervezés jelenik meg: szolgáltatások, élmények, környezeti feltételek kialakításában van szerepe. Megjelenik a tervezett elavulás, az *interthinking*. Szakspecialisták lépnek a designerek mellé, pl. ergonómus, színdinamikai kutató, technológusok, szemiotikusok, szociológusok, anyagkutatók. A vállalati folyamatok tekintetében ide tartozik számos tervezési tevékenység: a digitális és technológiai megoldások, finanszírozás, HR, hatékonyságtervezés, operatív menedzsment, marketing, service design, kockázatkezelés...

3. SZINT - STRATÉGIAI DESIGN

A design a stratégiaalkotás eszközeként jelenik meg: a designer vagy business designer a vállalat tulajdonosaival, vezetésével együttműködve teljesen vagy részben újragondolja a stratégiát és ajánlatot tesz új fejlesztési koncepciókra. Itt a fő hangsúly a versenyhelyzet érzékelésén van, a vállalat üzleti elképzeléseihez és a kívánt piaci területekhez, valamint az értékláncban betöltött jövőbeli szerepéhez viszonyítva. Megjelenik a designmenedzsment: a designer ajánlattevő szerepet tölt be a cég menedzsmentjében, olyan pozícióban, ahol befolyásolni tudja a beruházási döntéseket. Előtérbe kerül a szociális érzékenység és a hosszú távra tervezés nyomán az életciklusok stratégiai tervezői szemlélete.

4. SZINT - SZERVEZETI DESIGN / SYSTEM DESIGN

A design a vállalati struktúra, a stratégia és az alaptechnológia együttműködésén túl a jelenlegi és a várható környezetet is összhangba hozza, pl. a technológiákkal, a belső politikai erőkkel, a szabályozási korlátokkal, a társadalmi elvárásokkal, valamint a gazdasági és versenyfeltételekkel, amelyekkel a vállalat szembesül. (G. P. Huber, Organizational Design Community) A design az egész vállalatra kiható változást generál, hálózatként kezeli a szervezeti egységeket és folyamataikat. Jellemző a designvezérelt vállalatirányítás, erős, tanuló, reflektáló, empatikus szervezeti kultúra, együttműködő problémamegoldás az összetett kihívásokra (pl. Wicked Problem Solving (WPS)).

5. SZINT - RENDSZERSZINTŰ DESIGN / MULTISYSTEM DESIGN

A szervezeti felépítés kulcsfontosságú jellemzője a vállalat hatóköre, vagyis más vállalatokkal kötött megállapodásainak összessége: mely tevékenységeit tartja meg, és melyeket adja át hálózati partnereinek. További strukturális jellemző a szervezet alegységeinek jellege, azaz számuk, méretük és specializációjuk, valamint a vállalat integratív és koordinációs mechanizmusai, azaz a hatáskörök, a konzultációs és információáramlási kapcsolatok. A

designnt már komplex társadalmi kérdések, iparági problémák megoldására vagy komplex ökoszisztémák racionalizálására alkalmazzák, mellyel rendszerszintű változásokat eszközölnék számos szervezeten keresztül. Az egyes cégek kooperatív hálózatot alkotva keresik a közös megoldásokat.

6. SZINT – ÖKODESIGN (*ECODESIGN, SUSTAINABLE DESIGN*)

Rendszerszinten is jelen van a környezettudatos gondolkodásmód, kiemelt figyelmet kap és alapvetővé válik a fenntarthatóság. A környezeti hatások csökkentésére tett erőfeszítések a vállalat teljes működési folyamatában megjelennek, a szervezetek a *bölcsőtől a bölcsőig elv* - mint mindenre kiterjedő rendszer - szellemében folytatják tevékenységüket. Tágabb értelemben nem csak az ipari tervezésre és a termékek előállításra vonatkoztatható, a városi környezetek, épületek, a közgazdaságtan és a szociális rendszerek esetén szintén alkalmazható. További jellemző, hogy a hatékonyság helyett az ökohatásosság elérésére törekszik, azaz a használt és kiselejtezett termékeket nem hulladékként kezeli, hanem zárt rendszerben forgó, többszörösen hasznosuló alapanyagként. A cégek teljesítményének egyik fő meghatározója a szervezet kialakítása és annak környezete közötti illeszkedés minősége. Ha "rosszul" tervezünk, akkor veszítünk azokkal a versenytársakkal szemben, akiknek "jól" sikerül. A versenytársaknál "jobb" tervezéssel teljesítmény- és túlélési előnyre lehet szert tenni.

7. SZINT – METADESIGN

A meta jelentése túlmutat a szó szerint idézhető *változáson, megszokotton kívül esőn*. Ez a szint a korábbiaktól teljesen eltérő megközelítést kíván, hiszen ez a technológiával való kapcsolatunk következő foka, a három dimenzióssá váló internet mindent összekötő virtuális tere. Az ember, mint a szervezeteket irányító biológiai életforma önmagát és alkotásait is virtuális környezetbe helyezi, esetenként már működteti is. A jelen folyamatai itt is megjelennek, de nem terhelik úgy a környezetet, mint a fizikai valóságban. Így a fenntartható működés, a környezet védelme nem korlátozásokkal érhető el, hanem sokkal tágabb lehetőségek útján. Ez az új kor már a küszöbön áll, egy év alatt napi szinten fél órával emelkedik a képernyő előtt töltött idő, és rohamosan nő az e-kereskedelem részaránya. Ahogy az internet története is mindössze a hatvanas években kezdődött, s ma már az életünk része, úgy a meta világok jelenlétének ígérete sem csak egy gamer-vízió, hanem egy újabb game-changer, azaz sorsfordító, hatalmas innovációt megvalósító folyamat, melyhez most hibrid megoldások biztosítják az átmenetet. Már ismerkedünk az NFT piaccal (tulajdonjoggal ellátott digitális tárgyak), mely különböző tranzakciókban részt vevő harmadik feleket

helyettesít, személyazonosságot *is* kezel. A design szerepe ezen a szinten teljeskörű lesz, a véletlenek tere egyre kisebbre szűkül: a meta-környezetben már egy minden részletre kiterjedően megtervezett, programok és algoritmusok által optimalizált világba lépünk. A szervezetek vezetőinek tehát fel kell készülni, hogy már a megkezdődő átmenet időszakában is tudással, jogi ismeretekkel, a lehetőségek és kihívások felismerésével tudjanak reagálni, stratégiát alkotni.

Összefoglalás

A design-vezérelt vállalatok eredményessége, mely a hagyományos szemlélettel összehasonlítva minden forrás esetén meghaladta a kétszáz százalékot (Design Value Index (DVI) - DMI (Rae, 2016), McKinsey, Finnish Design Value Index (FDVI) - Pentagon Design (Suomela, 2018)) indította el a design-szemlélet alkalmazásának mélyebb kutatását, mely végül megoldási alternatívát kínál nem csak a bevételi és növekedési célok eléréséhez, hanem a leg-tágabb környezetünk védelmét támogató, mégis lehetőségekkel teli jövőkép felvázolásához is.

Bibliográfia

- Ayres, R.U., 1998. *Towards a Disequilibrium Theory of Endogenous Economic Growth*. Environmental and Resource Economics, 11, pp. 289-300.
DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1008239127479>
- Daly, H.E., 2001. *A gazdaságtalan növekedés elmélete, gyakorlata, története és kapcsolata a globalizációval*. Kovász, évf. V, 1-2. szám, Tavasz-Nyár, pp. 5–22.
- Hoedemaeckers, B., 2016. *Are you getting the most out of Design?* <https://medium.com/design-for-business/are-you-getting-the-most-out-of-design-f2f47caf2339>
- Huber, G.P., *What is Organization Design?* orgdesigncomm.com/Organization-design
- Miller, B., 2016. *Defining Design*, geodesign.blog
- Rae, J., 2016. *Design Value Index Exemplars Outperform the S&P 500 Index (Again) and a New Crop of Design Leaders Emerge. The Power & Value of Design Continues to Grow across the S&P 500*. DMI. Vol. 27 (4), pp. 4–11.
- Rodgers, P.A., Bremner, C., 2017. *The Concept Of The Design Discipline*, Volume I, Issue 1, DOI: <https://doi.org/10.3998/dialectic.14932326.0001.104>
- Suomela, S., 2018. Muotoilu – strateginen työkalu. *Lecture at Design Venture -ohjelma Teematapaaminen Vol. 2. Tuotekehitys ja muotoilu – strategiasta käytäntöön*.
- Tóth I.J., 2012. *Eltartóképesség és növekedés*. In: Bajmócy Z, Lengyel I, Málóvics Gy. (szerk.) *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*. pp. 283-302.

Abstract

Andrea Reményi

The seven appearance levels of the design

The primary objective of the research is to develop customised present, viable and future-proof organisational development solutions in the spirit of strong sustainability by fusing design as an intellectual foundation with technology as a tool-side foundation. Once the concept of design has been understood, its role in an organisation can be observed, ranging from the aesthetic experience to the triggering of emotions, the coordination and networking of organisational sub-functions, and then crossing the unit boundary to optimise the combined functioning of several organisations. At the level of eco-conscious thinking, the social and natural environment is already present, and then, in order to protect it in the long term, an alternative digital path is emerging, based on knowledge of megatrends and the consumer of the future, which can realise this synergy not with constraints but with much wider opportunities.

Keywords: sustainability, design evolution, organization development, design-driven organisation, metadesign