

# Trenderna som formar vårt samhälle

Hur påverkar de oss?  
TutorDay 221020



# En sammanställning från olika källor

- ❑ Jag har jobbat hela 2000-talet med samhällstrender.
- ❑ **Medievärlden** - har varit en av de branscher som omformats mest - jag har försökt förstå och leda den förändringen.
- ❑ Samarbetar med **universitet** som forskar i förändring. (proffs.me)
- ❑ Jobbar via **Montem** med många olika sektorer som nu går igenom förändring:
  - ❑ Städer och kommuner
  - ❑ Offentliga institutioner: Bibliotek, Försvarsmakten mfl
  - ❑ Organisationer
  - ❑ Näringslivet
  - ❑ Finland och Sverige

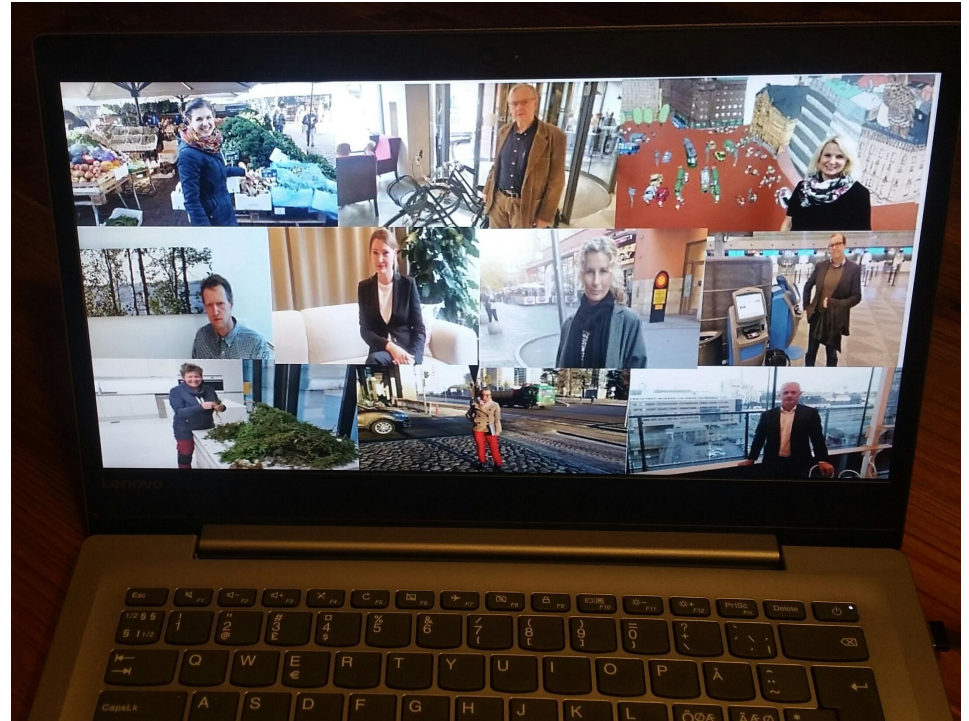
# En sammanställning från olika källor



- ❑ [sitra.fi/megatrender](https://sitra.fi/megatrender)
- ❑ “Sitra är ett framtidshus som förutser, utreder och engagerar samarbetsparter från olika sektorer i fördomsfria experiment och reformer. Vårt framtidsarbete siktar på en rättvis och hållbar framtid, välfärdens nästa rond.”

# En sammanställning från olika källor

- ❑ Kristallkulan 2019 - en serie Montem producerade för Yle 2019 om de samhällstrender som formar vår närmaste framtid
- ❑ 10 trendspanare förutspådde arbete, skola, boende, konsumtion, mat, livsstil.



# Samhällstrender

- ❑ Det finns massor!
  - ❑ Tex i Sitras material finns ca 50 centrala trender listade
  - ❑ Många är uttryck för samma sak.
  - ❑ Sedan finns det mottrender som egentligen är en de av samma trend
- ❑ Viktigt att kunna gruppera och förstå vad som de facto driver förändringen.
- ❑ Det spännande uppstår när de stora drivande trenderna möts till korsbefruktningar.
  - ❑ Där föds innovationen.
- ❑ Jag har grupperat de mest centrala trenderna.
  - ❑ Sedan tittat på de trender som mötet mellan dem föder
- ❑ Intressant att läsa av de här mot “**den nya läroplanen**” - framtida kompetenserna, det fenomenbaserade lärandet osv

# 1. Digitaliseringen driver informationsamhället

- ❑ Så gott som hela världens **samlade information** och delvis kunskap finns tillgänglig bara genom att skriva in ett sökord.
  - ❑ Lärarens/utbildarens/bibliotekspersonalens jobb förändras!
  - ❑ De traditionella mediehusen är i gungning.
- ❑ Alla kan producera och **distribuera** information, åsikter och tankar.
  - ❑ Bloggar, sociala medier, poddar och kommentarer kan sättas upp och skapas av vem som helst.
- ❑ Skillnaden mellan **fakta** och fiktion blir blurrig i och med att utseendet på ett enskilt tyckande kan vara snarlikt en journalistisk eller vetenskaplig artikel.
  - ❑ Dessutom ligger de i samma flöde.
  - ❑ Exempelvis en artikel från MV-lehti och en artikel från Helsingin Sanomat kommer efter varandra i ett ditt Facebook-flöde.

# 1. Digitaliseringen driver informationssamhället

- ❑ Konkurrensen om kundernas tid och uppmärksamhet ökar - **hur skilja sig ur mängden?**
- ❑ Krav framför allt från yngre på att aktörer ska **finnas på de plattformar** där de rör sig. Uttryck som video, pod och interaktiv grafik växer!
- ❑ Faktakoll och trovärdighet - hur positionera sig på den här spelplanen?
  - ❑ Finns ett växande behov av aktörer som **trovärdigt presenterar fakta - men på ett sätt som är lätt att ta till sig!**
- ❑ När all information finns för den som söker - hur påverkar det exempelvis skolornas, bibliotekens, kyrkans roll mm?
  - ❑ Överlag inom kunskapsbranscher behövs mera handledande och att sätta in saker i sitt sammanhang!

# 1. Digitaliseringen driver de nya tjänsterna

- ❑ Helt ny service utvecklas
- ❑ **Skräddarsytt** för användaren
- ❑ **Rekommendationer** styr
- ❑ Mobiltelefonen ersätter prylar
- ❑ Gammal service dör (ex musik)
- ❑ Automatiserat flöde
- ❑ Algoritmerna styr
- ❑ **Data, data och data!**






# 1. Digitaliseringen driver de nya tjänsterna

- ❑ Paradoxen om det stora och det lilla: I det digitala är det de stora som klarar sig och skapar olika monopol. Samtidigt växer det ultralokala och det som finns i vår närmaste krets.
  - ❑ **Det som ligger däremellan faller bort.**
  - ❑ Fem av de största – Apple, Alphabet (Google), Amazon, Alibaba och Facebook kommer med nuvarande tillväxt att ha lika stor omsättning som Frankrikes och Tysklands samlade BNP redan 2025.
- ❑ Data och **kunskap om användarna är den digitala valutan**. Analys av besökare och riktade kampanjer på de sociala medierna blir allt viktigare.
  - ❑ Data gör att ni kan börja förutspå hur många som i framtiden kommer att vara med er på olika ställen.
- ❑ **Rekommendationerna är den nya marknadsföringen**. Varje kund, varje kurs och varje träff med nya människor kan leda till ett stort lyft eller en stor katastrof (i och med informationskanalerna).

# 1. Digitaliseringen driver delaktigheten

- ❑ Informations - och det digitala samhället har skapat ett krav på att **slutanvändarna är med redan i utvecklingen.**
  - ❑ Att jobba agilt är det nya normala - testa smått och skala upp.
  - ❑ Långa processer blir föråldrade innan de ens är lanserade.
  - ❑ Jobba med prototyper, sådant som hela tiden är halvfärdigt - nödvändigt men inte så tillfredsställande.
- ❑ Om någon säger att vi behöver en långsiktig plan (3-5 år) så ska varningsklockorna ringa!
  - ❑ För 10 år sedan fanns inte I-paden och ingen kunde ens fantisera att USA:s president heter Donald Trump.
- ❑ Delaktighet är **en värdering** som speciellt unga har.
  - ❑ För personer under 35 år det en självklarhet att användaren tas i beaktande.

An aerial view of a park path. A person in dark clothing is walking away from the camera on a dirt path, carrying a red bag. To the right is a paved walkway with several wooden benches. A young tree stands between the paths. A metal handrail runs along the edge of the paved area in the foreground. The scene is bright and sunny, with shadows cast on the ground.

User experience

Design

# 1. Digitaliseringen driver delaktigheten

- ❑ Människan vänjer sig vid att **få blixtnabb respons** och på att kunna påverka.
  - ❑ Att sitta och vänta i flera dagar på ett svar känns frustrerande.
  - ❑ Digital service är ofta omedelbar - kravet på den mänskliga och personliga servicen likställs.
- ❑ Kampanjer, ensaksrörelser och spontana evenemang ökar.
  - ❑ Sociala medier gör det enkelt att samla ihop en skara som jobbar för ett ändamål.
  - ❑ Allt fler engagerar sig i **sina nischade intressen** - svårare att få någon att engagera sig i samhället som helhet.
- ❑ Det här syns i kampen om byskolor, trafiklösningar, markplanering osv.
- ❑ **Att jobba agilt innebär osäkerhet och att planer förändras** - känns i början frustrerande!

## 2. Demografin driver invandringen

- ❑ Befolkningstillväxten i Finland är en av de lägsta i Norden. Under de senaste tio åren har befolkningen ökat med 4,3 procent i Finland, vilket kan jämföras med 8,1 procent i hela Norden. Tillväxten i Finland sker främst i tätorterna i södra Finland medan utvecklingen i övriga delar av landet är oroväckande.
  - ❑ Givet att utvecklingen fortsätter som nu fram till 2030 kommer stora delar av norra Finland att ha en struktur där över hälften av befolkningen fyllda 15 år kommer att vara äldre än 65.  
**Försörjningsbördan blir på många håll ohållbar**
- ❑ Utmaningen: **Vi är beroende av invandring**, men integrationen på arbetsmarknaden går långsamt och den regionala fördelningen av nyanlända är skev.
  - ❑ Vi har endast sett början på den globala trenden med större invandring

## 2. Demografin driver invandringen

- ❑ Samtidigt ser vi en stor **internationalisering** av unga finländare (under 35 år främst).
  - ❑ De studerar betydligt oftare utomlands, att jobba utomlands är det nya normala
- ❑ **Finlandssvenskarna** flyttar till Sverige.
  - ❑ Under 2000-talet har cirka 6 procent av alla finlandssvenskar flyttat till Sverige
  - ❑ Tidigare var det österbottningar och ålänningar, nu har de fått sällskap av nylänningarna
- ❑ En generation (eller egentligen två generationer: Y och Z) som lever med **globala referenser** och har vuxit upp med att kunna ta del av vad som händer i alla delar av västvärlden.

## 2. Demografin driver invandringen

- ❑ Vi har endast sett början av de stora flyttrörelserna i Finland.
  - ❑ Världens befolkning ökar och trycket på invandring ökar.
- ❑ Finland är i stort behov av nya invånare och ny arbetskraft på grund av den skeva befolkningspyramiden.
  - ❑ Åtminstone den **arbetskraftsrelaterade invandringen i Finland** måste därför stiga.
- ❑ Arbetslivet och många företag blir globala eller åtminstone så att de verkar i många olika länder samtidigt.
  - ❑ Blir vanligare med att du på distans kan ha ett callcenter i Spanien, kodarna i Indien och underleverantörerna i Kina.
- ❑ Vi bör vara förberedda på de nya kunderna och behoven.

## 2. Demografin driver urbaniseringen

- ❑ Migrationen från landet till städerna fortgår globalt.
- ❑ **År 2050 bor nästan 70 procent** av världens befolkning i städer.
- ❑ Den globala framtiden bestäms också av hurdana de megastäder som för tillfället uppstår i Asien och Afrika är.
  - ❑ Kina 25-25-25
- ❑ Finland är inget undantag
  - ❑ De absoluta stadskärnorna är vinnarna
  - ❑ Vi bor på hyra
  - ❑ Det byggs massor av nytt (mindre, nära centrum)
  - ❑ Avfolkning av landsbygden och mindre städer
  - ❑ Svårt att sälja och bli av med egnahemshus, gamla gårdar (Coronan har lett till boom för sommarstugor)



### 3. Klimatförändringen driver det ekologiska

- ❑ Första gången i människans historia ser **jordklotet ut att bli för litet** både ekologiskt och i fråga om utrymmet för den enorma mängden människor. Tanken på och insikten om vår gemensamma jord blir starkare.
- ❑ Hållbarhetskrisen är akut och gäller både de allt **knappare naturresurserna** och klimatförändringen. Vår tids största utmaning är att hitta en lösning på hur **användningen av naturresurser och utsläpp** kan åtskiljas från/kombineras med den **ekonomiska tillväxten** och det upplevda välbefinnandet.
- ❑ Teknologin innefattar redan många möjligheter. Den största utmaningen är att ändra **människornas beteende och tankesätt**.

### 3. Klimatförändringen driver det ekologiska

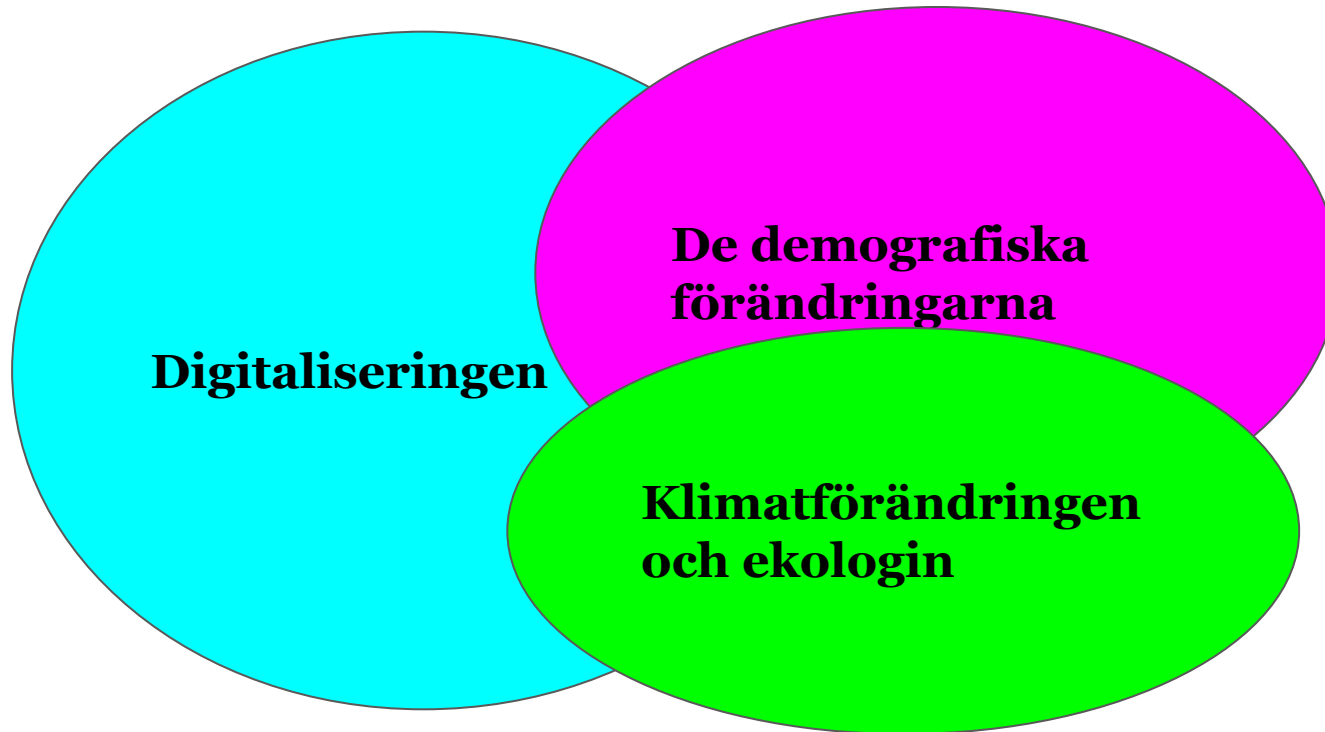
- ❑ Klimatförändringen leder till att **extrema väderfenomen** ökar. Översvämningar och torka ökar, likaså allt kraftigare stormar.
- ❑ De varierande väderförhållandena är en utmaning särskilt för **jordbruket och infrastrukturen (flyttrörelser)**
- ❑ Priset på sol- och vindkraft har sjunkit snabbt. Samtidigt har **batteritekniken**, som är förknippad med lagringen av dessa, utvecklats i snabb takt. Förnybar energi är ställvis redan billigare än energi som produceras med fossila bränslen. Samtidigt **decentraliseras energiproduktionen** i och med att allt fler medborgare producerar sin energi själva och säljer det som blir över.

# 3. Klimatförändringen driver konsumtionen

- ❑ **Klimatoron** är drivande också för:
  - ❑ Det nya resandet - flygskammen - **nya snabba tåg kommer!**
  - ❑ Den närproducerade maten
  - ❑ Ett nytt boende (energisnålt)
  - ❑ Att bygga ut kollektivtrafiken



I skärningspunkterna föds det nya!



# Exempel på vad det här leder till - delningsekonomi

- ❑ "Världens största taxibolag, Uber, äger inga bilar. Världens mest populära medieföretag, Facebook, skapar inget innehåll. Världens största hotellföretag, Airbnb, äger inga fastigheter. Intressanta saker händer."
  - ❑ Journalisten **Tom Goodwin** satte träffsäkert ord på vad den digitala ekonomin har fört med sig redan 2015.
- ❑ En värdering som framför allt **unga har**.
  - ❑ Enligt en stor undersökning som Kantar Sifo (ett företag som utför marknads- och opinionsmätningar) i Sverige gjorde ifjol (på uppdrag av World Wildlife Fund) uppgav hela 94 procent av de undersökta svenskarna (i åldern 16-25) att det är viktigt att leva klimatsmart. 60 procent svarade att de tänker på klimatförändringen minst en gång i veckan. Var tredje av de svarande såg att de alltmer under de närmaste åren kommer att **hyra och låna än att äga exempelvis bilar, kläder eller sportutrustning**.

# Exempel på vad det här leder till - delningsekonomi

- ❑ Det är framför allt tre bakomliggande faktorer som har påverkat utvecklingen: **ekonomi (du sparar), ekologi (vi konsumerar mindre) och ideologi (vi äger inte).**
- ❑ En massa **nya företag** med den här tanken som drivkraft växer fram:
  - ❑ Uppstartsföretag som skapar tjänster för att låna ut verktyg i grannskapet
  - ❑ Delta i en bilpool
  - ❑ Samordna varutransporter
  - ❑ Göra hemmet till en restaurang
  - ❑ Samäga idrottsredskap och
  - ❑ Dela på djurpassningen
- ❑ Delningsekonomi är en utvidgad version av ett traditionellt **bibliotek.**

# Exempel på vad det här leder till - de nya jobben

- ❑ **Automatisering och robotik** håller på och revolutionera arbetslivet.
  - ❑ Gamla traditionella jobb försvinner och ersätts av nya. Exempel: **banksektorn, resebranschen, hotell, taxi, hamnar**
- ❑ **“Expertjobben”** ökar i samma takt som de traditionella och manuella jobben ersätts av automatiserade processer.
- ❑ Traditionella jobb ändrar karaktär. Kommer alltid att finnas ett behov av vård men också i de så kallade människonära yrkena sker det en snabb utveckling.
  - ❑ Vård på distans, självvård och en kombination av vård och övrig service blir vanligare.
- ❑ **Den globala arbetsmarknaden** börjar synas på riktigt först nu i Finland. Vägen går fortfarande ofta från Finland till Norden, sedan ut i Europa och vidare till Asien och USA.

# Exempel på vad det här leder till - **hårda tonen**

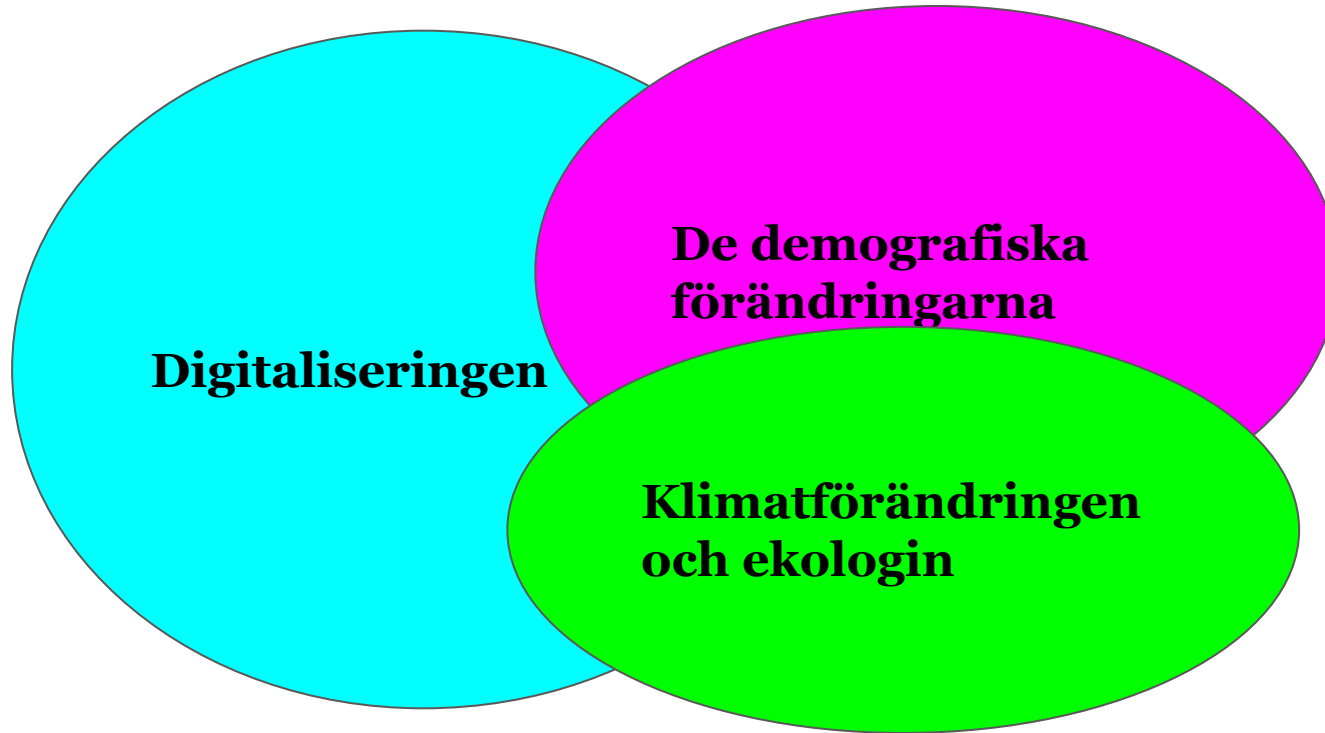
- ❑ Under 2010-talet har tonen i det offentliga samtalet hårdnat.
- ❑ Frammarschen av **populistiska** och högerextrema rörelser har smittat av sig på hela tonläget.
  - ❑ Det finns allt tydligare ett “vi” och ett “de” (invandrare och övriga minoriteter)
  - ❑ Enkla svar på svåra frågor
  - ❑ Syns i Finland, Sverige, Europa, USA och på globala arenor
- ❑ Saker som inte var möjliga att säga i offentligheten sägs nu.
- ❑ De många **uttrycksformerna** (informationssamhället och det digitala samhället) har skapat jordmånen för det här.
- ❑ Det korta i en tweet, en bild eller en rubrik gör att budskapet ytterligare **tillspetsas**.



# Andra exempel på vad det här leder till

- ❑ Nya koncept och sätt att jobba föds där det globala och det lokala möts.
  - ❑ Jobba på distans med kollegor på andra orter - **nya lärmiljöer**
  - ❑ Det ultralokala som en del av en global rörelse
- ❑ **Det livslånga lärandet** drivs av digitaliseringen, demografin och ekologin
  - ❑ Alla branscher har beröringspunkter med de tre megatrenderna
- ❑ **Det projektbaserade sättet** att jobba drivs av den snabba förändringen.
  - ❑ Behovet av “nya” kompetenser växer fram. Speciellt det sociala (umgås och jobba med olika yrkesgrupper och nationaliteter) - **en ny bedömning/utvärdering**
- ❑ Ett delat samhälle- många hinner inte med i den snabba takten när det mesta digitaliseras.
  - ❑ **Teknik och ekologi blir en kompetens.**

I skärningspunkterna föds det nya!



# Jag svarar gärna på frågor!

**M**  
MONTM

JENS BERG

+358 40 5859 039

jens@montem.fi

Hampasvägen 6 • 02400 Kyrkslätt • Finland

