

---

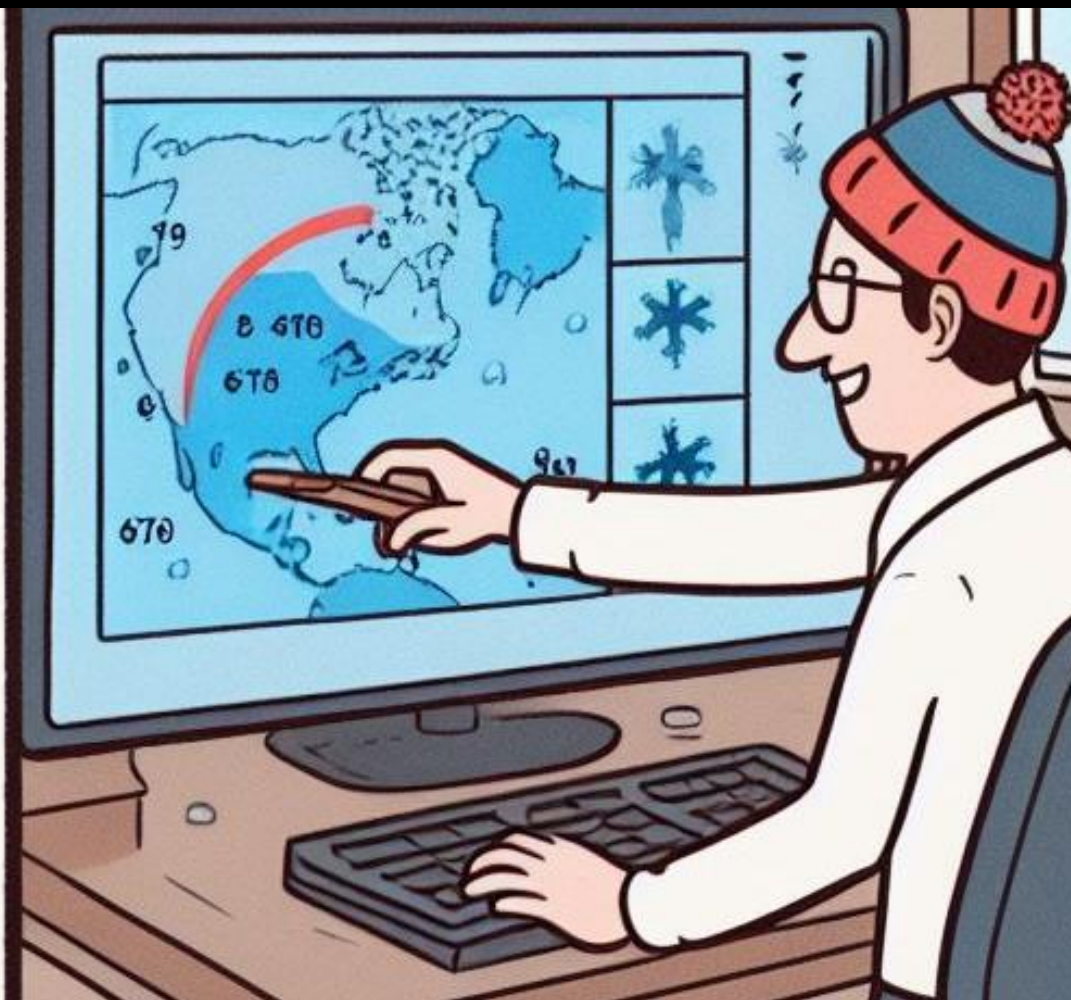
# Megatrendek formálódása a globális narratívák tükrében

Bartha Zoltán, PhD

Miskolci Egyetem

bartha.zoltan@ekon.me





Forrás: DALL-E/Bing Image Creator

---

Régi vicc: amikor közeleg a tél, az indiánok küldöttséget menesztenek a sámánhoz, hogy megtudakolják, mire számíthatnak. Aki nem ismeri, rákereshet. A viccből kiolvasható analógia a jövő fürkészésének kettős természetére kíván utalni, ugyanis a jövő vizsgálata kétrétegű probléma. A jelenbeli döntések meghozatalához szükségünk van információkra a világ jövőbeli állapotáról. Egy lehetséges információforrás a megatrend. De a jövőbeli állapotot nagyban alakítják a jelenbeli várakozásaink, amit történetek, vagyis narratíva formájában ragadnak ránk, gyakran nem is tudatos megismerési kísérletek eredményeiként. Az előadás ezt a kettőséget igyekszik visszatükrözni.

# Megatrend



Kép forrása: <https://saioaechebarria.com/>

- 1982 John Naisbitt
  - „We are drowning in information but starved for knowledge” – Naisbitt 1988, 17. o.
- Kritériumok
  - Időtáv: évtizedes
  - Földrajzi kiterjedtség: globális
  - Érintett rendszerek köre: széleskörű
  - Bekövetkezés bizonyossága: magas
  - Befolyásolás lehetősége: alacsony
- Olyan társadalmi (emberek közötti kapcsolatokkal megragadható) vagy természeti elmozdulások, amelyek hosszú (évtizedes) időtávon, tág földrajzi környezetben (globálisan) és széles spektrumon (több rendszert érintő módon) viszonylag nagy bizonyossággal fejtik ki hatásukat

## Jövőbeli lehetőségek kúpja

(Voros 2003, Hajkowicz 2015, TFSX)

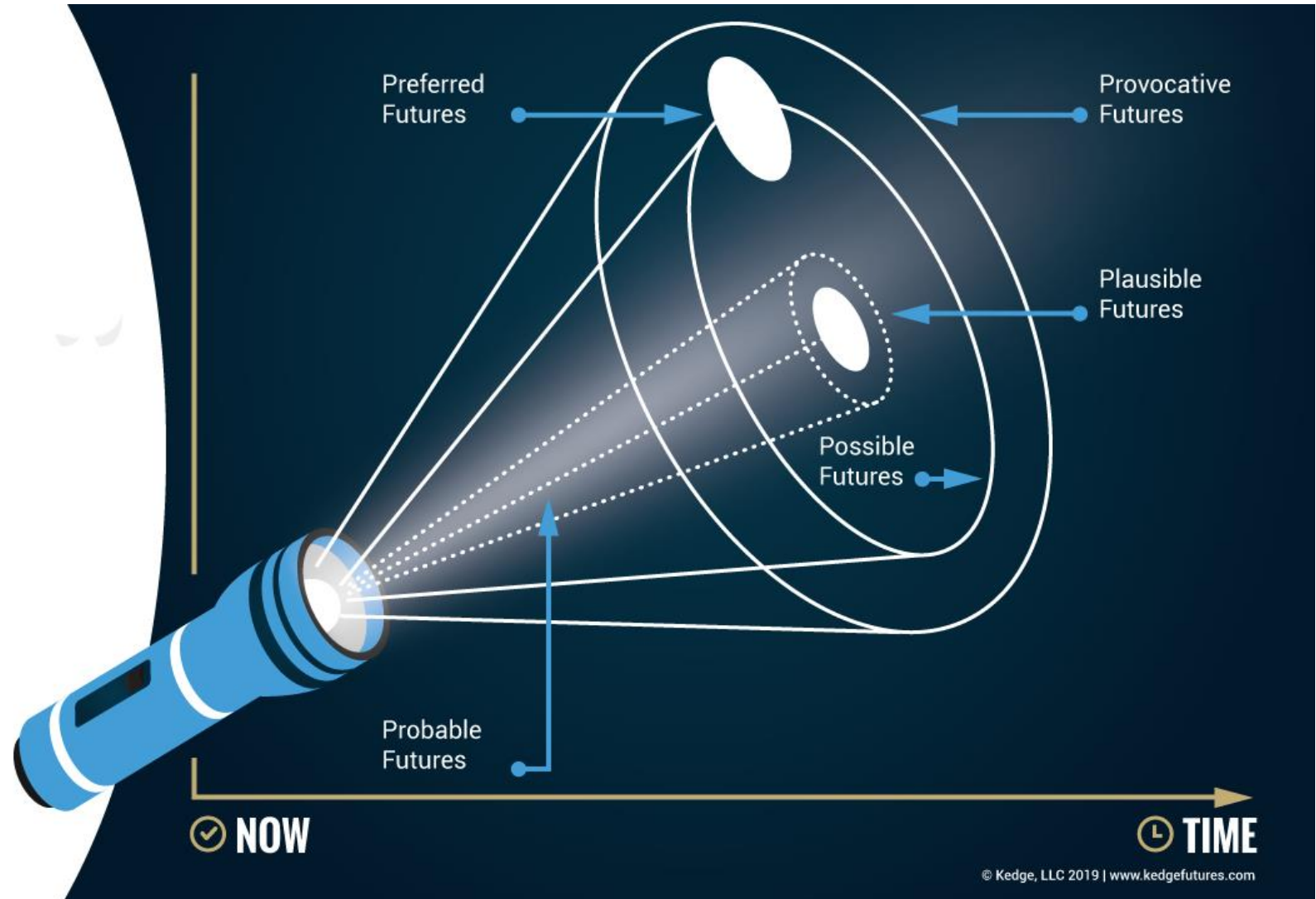
Possible: lehetséges

Plausible: hihető

Probable: legvalószínűbb,  
alapváltozat

Preferred: kívánatos

A megatrend a valószínű  
változatok azonosításában  
segít, egyben formálja a  
kívánatos jövőről szóló  
elképzeléseket is.



---

# A megatrendek irodalma napjainkban

## 2014-2023

Vielmetter & Sell, 2014	Hessel, 2014	Hajkowicz, 2015	Biswas, 2016	Retief és mtsai., 2016 *	Lustig & Ringland, 2018	IPSOS, 2019
D. Naisbitt & Naisbitt, 2019	OECD, 2019	Bhargava, 2020	Boschetto Doorly, 2020	National Intelligence Council, 2021	Hieker & Pringle, 2021	Roubini, 2022
	Salzman, 2022	Jeflea és mtsai., 2022 **	Lebedeva & Kuznetsov, 2022	Waal & Linthorst, 2023 ***	Haluza & Jungwirth, 2023 ****	

---

# Gyakori megatrend említések



Megatrend	Említés gyakorisága
Gazdasági erő eltolódása, feltörekvő piacok, új gazdasági rend	11
Digitalizáció	11
Klímváltozás	11
Demográfiai válság	11
Globalizáció	10
Gyorsuló technológiai innováció, Technológiai összetartás	8
Individualizmus fokozódása	8
Gyors városiasodás	7
Egészségügyi kihívás, mentális egészség	7
Társadalmi-gazdasági egyenlőtlenségek	6
Adósságválság, Háztartások eladósodása, Államadósság növekedése	5
Mesterséges intelligencia	5
Migráció	5
Deglobalizáció, kereskedelem szűkülése	4
Kormányzás sokszínűsége, a politikai rendszerbe vetett bizalom	4
Automatizálás	4
Mobilitás új mintázatai	4
Szűkös erőforrások	4
Növekvő környezetszennyezés, biodiverzitás visszaszorulása	4
Nemi szerepek	4
Big data	3
Fogyasztói társadalom terjedése	3
Környezettudatosság	3
Oktatás változása, nyílt hozzáférésű tanulás	3

---

# Narratíva

- Mint egy tudományos modell, csak sokkal lazább szerkezetű
  - Olyan alapvető stratégia, ami segít megérteni az események időbeliségét és változását (Herman 2009)
  - Összetevői
    - Élethelyzet vagy kontextus
    - Események meghatározott időrendben
    - Az időrend keretbe foglalja az eseményeket (egyensúly → kimozdulás → egyensúly ismételt megtalálása)
    - Érzelmi reakciók
- Szájról-szájra is terjedhet vagy a hagyományos mémforrásokon keresztül
- Shiller (2020): a narratívák minden érdemi döntésünk gyökereinél megtalálhatók





---

# Narratíva mérése: kulcsszavak trendjei

## Google Ngrams

- Könyvek szövegtészlete
- Több nyelv; legnagyobb az angol
- 1800-2019
- Michel és mtsai., 2011

## Google Trends

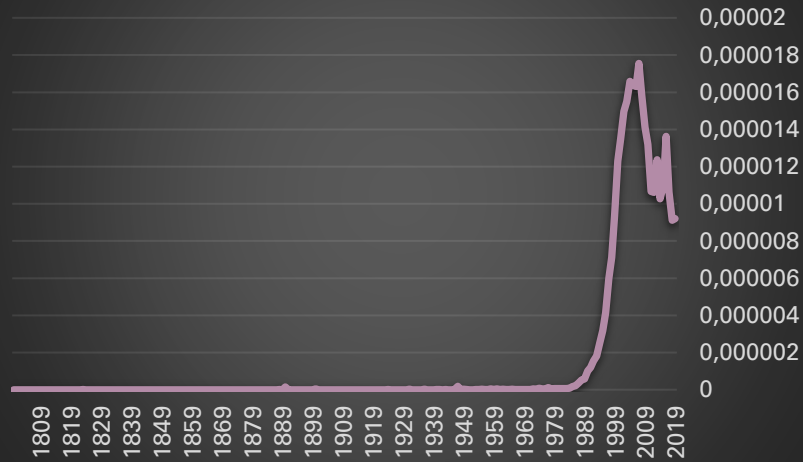
- Google keresőszavak
- Sok nyelv és sok régió
- 2004 –
- Rogers, 2016

---

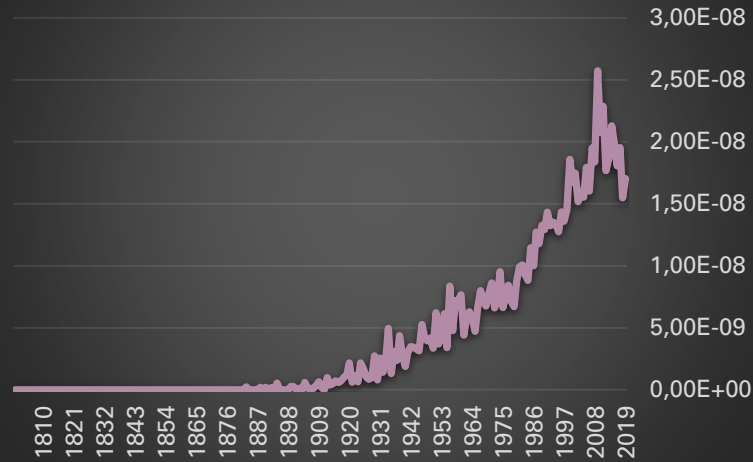
# Google Ngrams gyakoriságok átlaga, 2010-19

Kifejezés	Gyakoriság
Gender	4,82464E-05
Uncertainty	2,17891E-05
Security	2,17891E-05
Migration	2,15274E-05
Privacy	1,74433E-05
Mobility	1,55616E-05
Inequality	1,48276E-05
Mental health	1,34834E-05
Climate change	1,31334E-05
Sustainability	1,23693E-05
Globalisation	1,10637E-05
Ecosystem	7,90493E-06
Entrepreneurship	4,57769E-06
Biodiversity	4,56136E-06
Automation	3,49452E-06
Immortality	3,13482E-06
Biotechnology	2,05083E-06
Big data	1,59225E-06
Consumerism	1,48917E-06
Artificial intelligence	1,35114E-06
Distance learning + online learning	1,25201E-06
Emerging markets + emerging countries	1,18931E-06

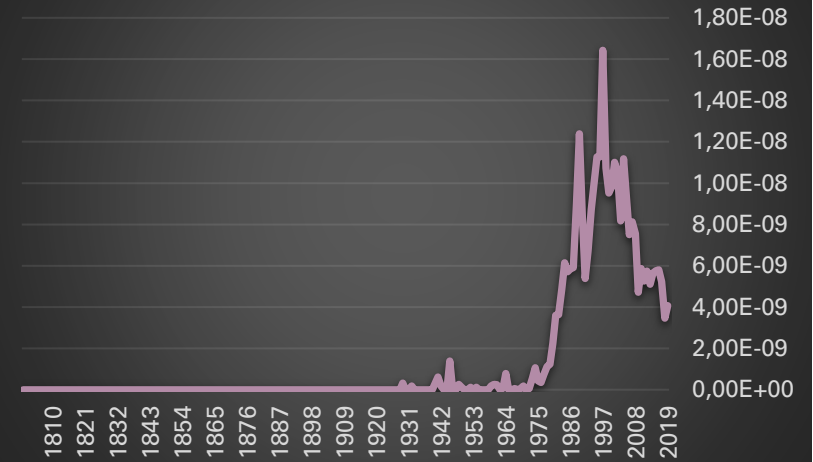
## Globalisation



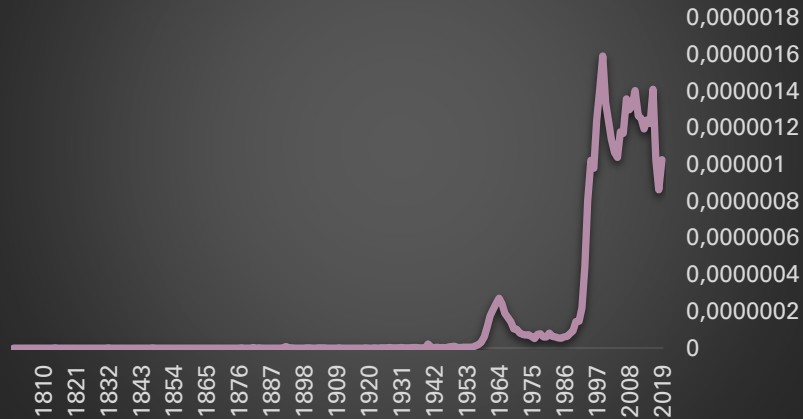
## Self-centeredness



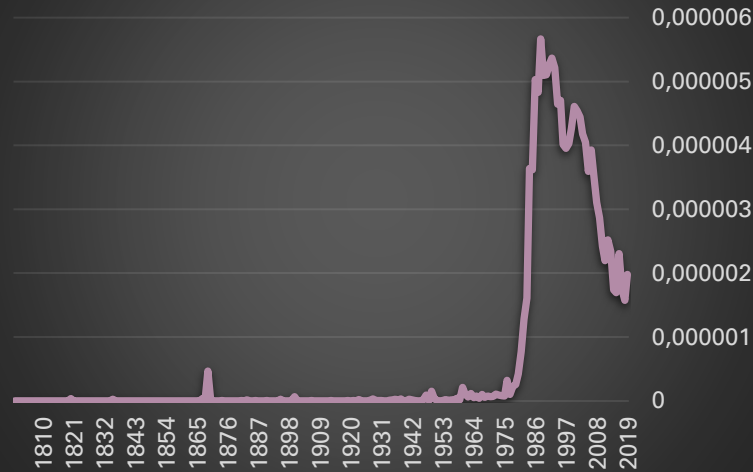
## Ageing of society



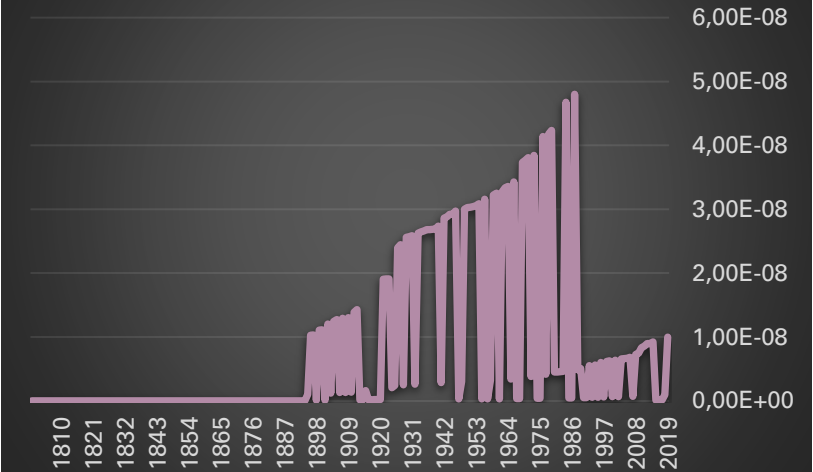
## Emerging markets + emerging countries



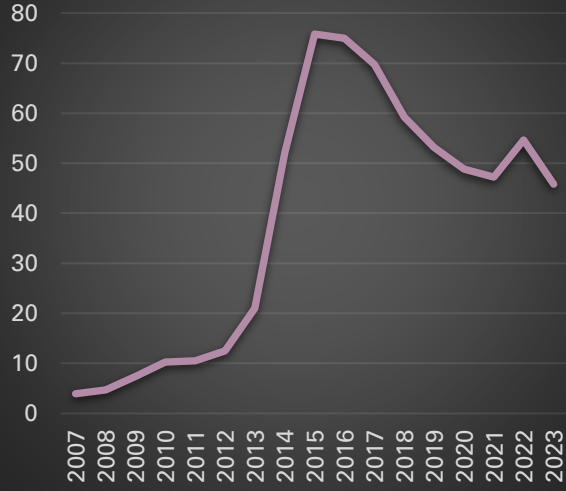
## Biotechnology



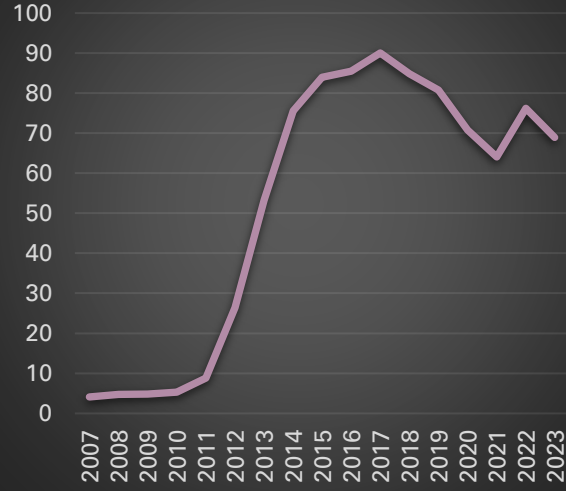
## Rising debt



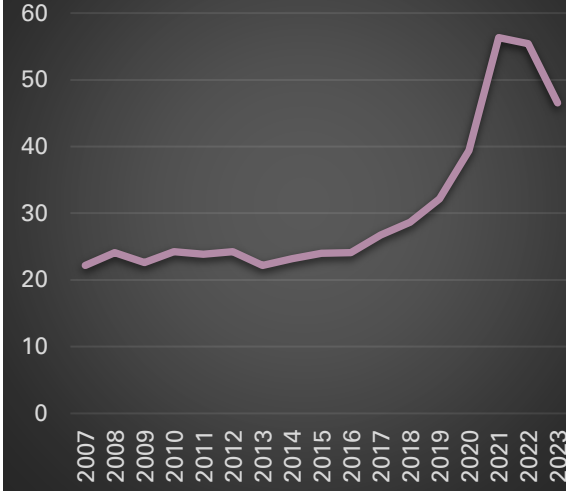
### Internet of things



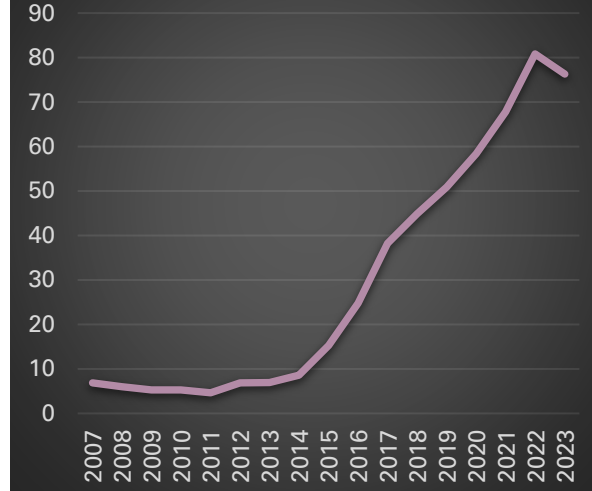
### Big data



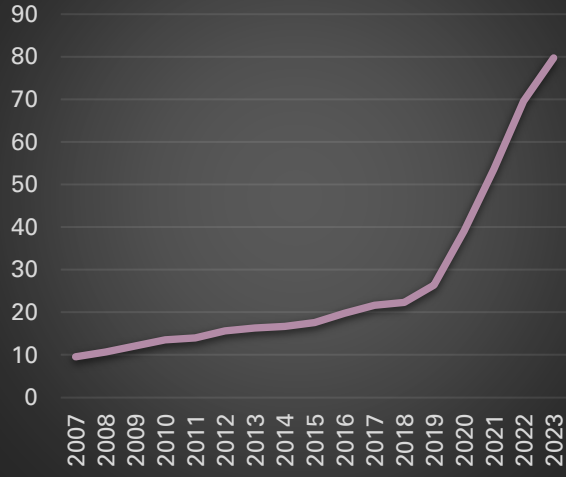
### Big tech



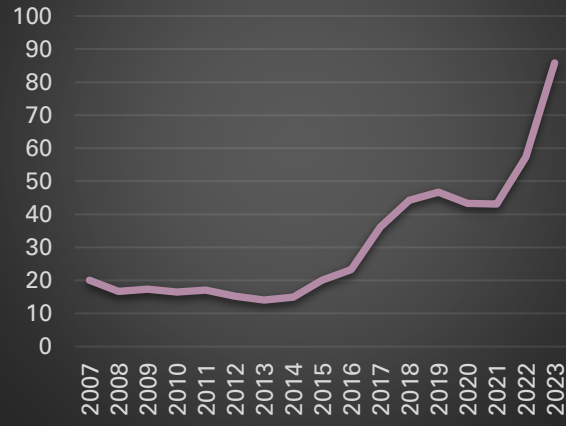
### Digitalisation



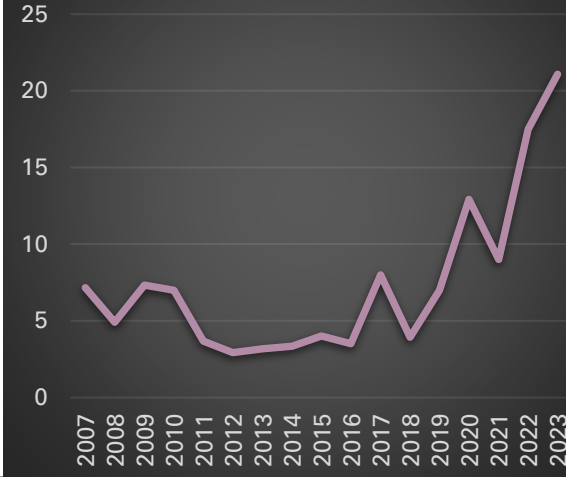
### Energy transition



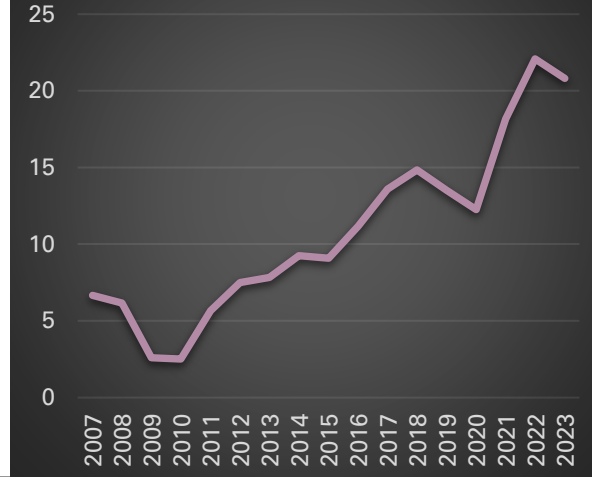
### Artificial intelligence



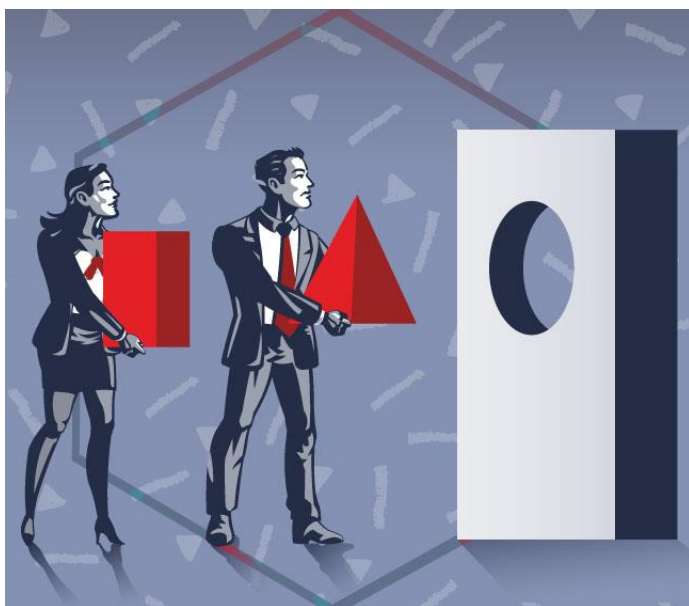
### Deglobalisation



### Skills mismatch



# SKILLS MISMATCH, MINT JELZŐ

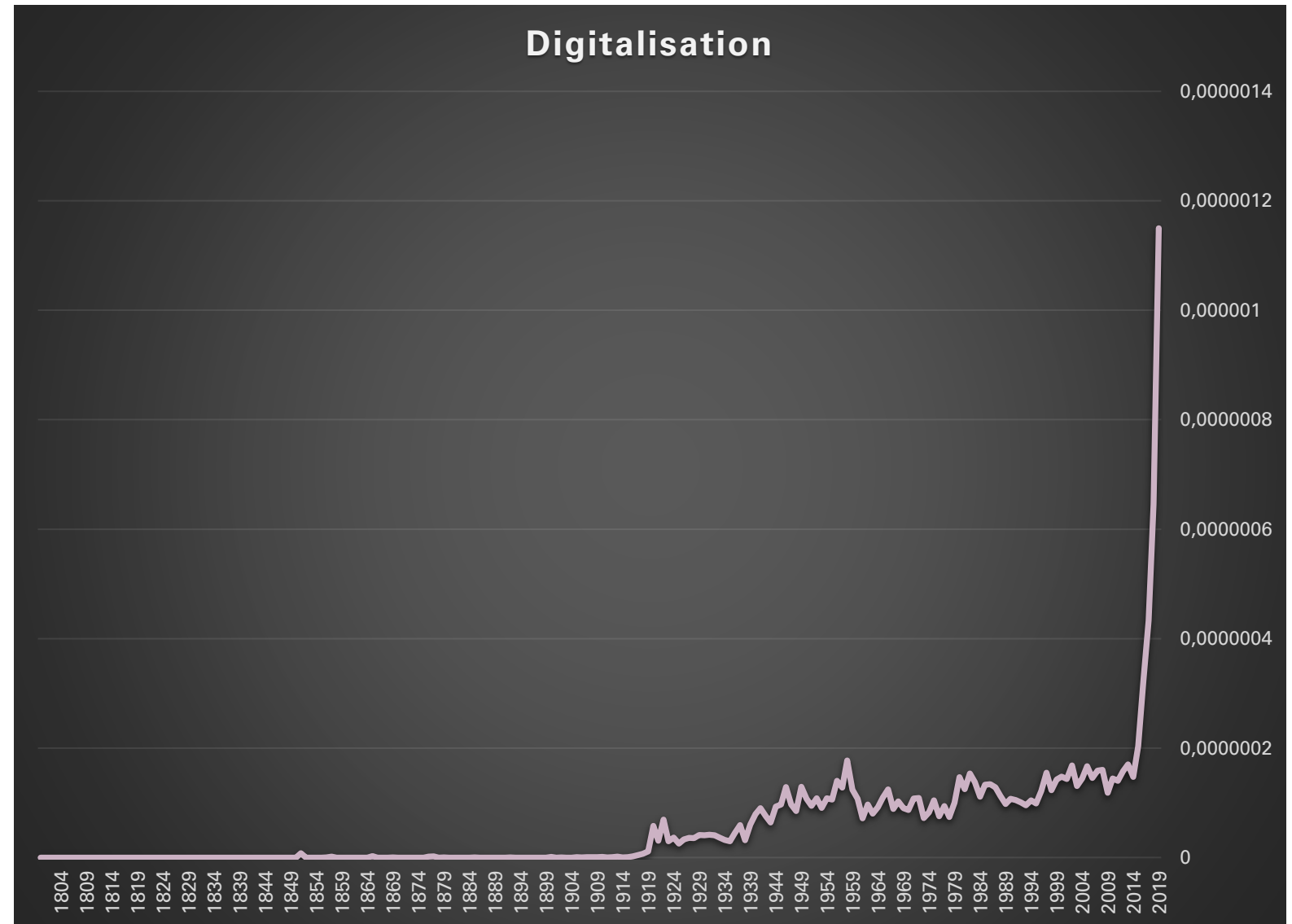


Kép forrása: [https://asnor.it/it-schede-577-skill\\_mismatch](https://asnor.it/it-schede-577-skill_mismatch)

Hívószó	Megatrend	Pearson
Entrepreneurship	Digitalizáció	,930**
Privacy	Digitalizáció	,836**
Globalisation	Globalizáció	,817**
Self-centeredness	Individualizmus	,810**
Sustainability	Klíímaváltozás	,940**
Environmentalism	Klíímaváltozás	,921**
Climate change	Klíímaváltozás	,902**
Biodiversity	Klíímaváltozás	,877**
Ecosystem	Klíímaváltozás	,836**
Gender	Nemi szerepek	,927**
Missing-middle	Növekvő különbségek	,936**
Trust in government	Növekvő különbségek	,911**
Inequality	Növekvő különbségek	,895**
Distance learning	Oktatás átalakulása	,814**
Consumerism	Új világrend	,886**
Emerging markets	Új világrend	,853**
Resource scarcity	Új világrend	,846**
Deglobalisation	Új világrend	,828**
Megacity	Városiasodás	,897**

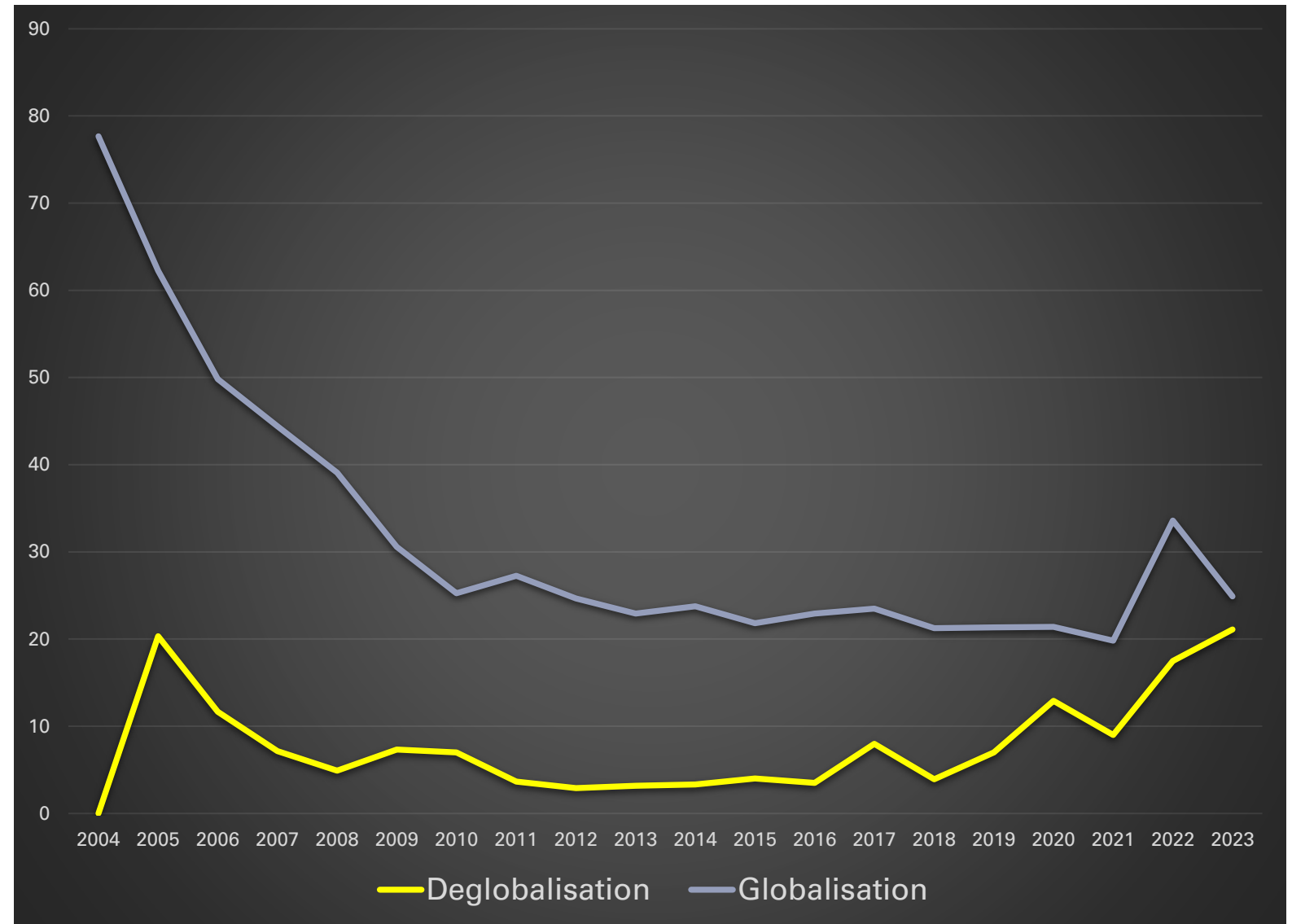
## Időtáv?

Naisbitt 1982-es művének első megatrendje az információs társadalomra való átmenet. A narratíva szerint ez 40 év után is csak erősödő trendet mutat.



## Bizonyosság?

Megatrend az, ami nagy valószínűséggel következik be. Ennek ellenére az irodalomban a globalizáció és a deglobalizációs is megatrendként jelenik meg.



---

bartha.zoltan@ekon.me





# Irodalomjegyzék

- Batt, P. J. (2018). Responding to the challenges presented by global megatrends. *Acta Horticulturae*, 1205, 1–12. <https://doi.org/10.17660/ActaHortic.2018.1205.1>
- Bhargava, R. (2020). *Non-obvious megatrends: How to see what others miss and predict the future* ([Revised 10th anniversary edition]). Ideapress Publishing.
- Biswas, R. (2016). *Asian Megatrends*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9781137441898>
- Boschetto Doorly, V. (2020). Megatrends Defining the Future of Tourism: A Journey Within the Journey in 12 Universal Truths (Köt. 6). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-48626-6>
- Galinska, B. (2018). Logistics megatrends and their influence on supply chains. 18 th international scientific conference Business Logistics in Modern Management, Osijek, Croatia.
- Hajkowicz, S. (2015). *Global megatrends: Seven patterns of change shaping our future*. CSIRO Publishing.
- Haluza, D., & Jungwirth, D. (2023). Artificial Intelligence and Ten Societal Megatrends: An Exploratory Study Using GPT-3. *Systems*, 11(3), 120. <https://doi.org/10.3390/systems11030120>
- Herman, D. (2009). *Basic elements of narrative*. Wiley-Blackwell.
- Hessel, V. (2014). Megatrends – megascience? *Green Processing and Synthesis*, 3(2), 99–100. <https://doi.org/10.1515/gps-2014-0021>
- Hieker, C., & Pringle, J. (2021). *The Future of Leadership Development: Disruption and the Impact of Megatrends*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-53544-5>
- IPSOS. (2019). *Global Trends 2020*. IPSOS Mori. [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-02/ipsos-global-trends-2020-understanding-complexity\\_1.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-02/ipsos-global-trends-2020-understanding-complexity_1.pdf)
- Jeflea, F. V., Danciulescu, D., Sitnikov, C. S., Filipeanu, D., Park, J. O., & Tugui, A. (2022). Societal Technological Megatrends: A Bibliometric Analysis from 1982 to 2021. *Sustainability*, 14(3), 1543. <https://doi.org/10.3390/su14031543>
- Lebedeva, M. M., & Kuznetsov, D. A. (2022). Megatrends of World Politics: Globalization, Integration and Democratization (1. kiad.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003320944>
- Linthorst, J., & De Waal, A. (2020). Megatrends and Disruptors and Their Postulated Impact on Organizations. *Sustainability*, 12(20), 8740. <https://doi.org/10.3390/su12208740>
- Lustig, P., & Ringland, G. (2018). *Megatrends and how to survive them: Preparing for 2032*. Cambridge Scholars Publishing.
- Malik, R., & Janowska, A. A. (2018). Megatrends and their use in economic analyses of contemporary challenges in the world economy. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 523, 209–220. <https://doi.org/10.15611/pn.2018.523.18>
- Michel, J.-B., Shen, Y. K., Aiden, A. P., Veres, A., Gray, M. K., The Google Books Team, Pickett, J. P., Hoiberg, D., Clancy, D., Norvig, P., Orwant, J., Pinker, S., Nowak, M. A., & Aiden, E. L. (2011). Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books. *Science*, 331(6014), 176–182. <https://doi.org/10.1126/science.1199644>
- Mittelstaedt, J. D., Shultz, C. J., Kilbourne, W. E., & Peterson, M. (2014). Sustainability as Megatrend: Two Schools of Macromarketing Thought. *Journal of Macromarketing*, 34(3), 253–264. <https://doi.org/10.1177/0276146713520551>
- Naisbitt, D., & Naisbitt, J. (2019). *Mastering megatrends: Understanding and leveraging the evolving new world*.
- Naisbitt, J. (1982). *Megatrends: Ten new directions transforming our lives* (1. printing). Warner Books.
- Naisbitt, J., & Aburdene, P. (1990). *Megatrends 2000: Ten new directions for the 1990's* (1st ed). Morrow.
- National Intelligence Council. (2021). *Global trends 2040: A more contested world*. [www.dni.gov/nc/globaltrends](http://www.dni.gov/nc/globaltrends)
- OECD. (2019). *OECD Regional Outlook 2019: Leveraging megatrends for cities and rural areas*. OECD Publishing.
- Retief, F., Bond, A., Pope, J., Morrison-Saunders, A., & King, N. (2016). Global megatrends and their implications for environmental assessment practice. *Environmental Impact Assessment Review*, 61, 52–60. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2016.07.002>
- Rogers, S. (2016, July 1). What is Google Trends data—And what does it mean? Google News Lab. <https://medium.com/google-news-lab/what-is-google-trends-data-and-what-does-it-mean-b48f07342ee8>
- Roubini, N. (2022). *Megathreats: Ten dangerous trends that imperil our future, and how to survive them* (First edition). Little, Brown and Company.
- Salzman, M. L. (2022). *The new megatrends* (First edition). Currency.
- Shiller, R. J. (2020). *Narratív közgazdaságtan*. HVG Könyvek, Budapest.
- Utikal, H., & Woth, J. (2015). From megatrends to business excellence: Managing change in the German chemical and pharmaceutical industry. *Journal of Business Chemistry*, 12(2), 41–47.
- Vielmetter, G., & Sell, Y. (2014). *Leadership 2030: The six megatrends you need to understand to lead your company into the future*. AMACOM, American Management Association.
- Von Groddeck, V., & Schwarz, J. O. (2013). Perceiving megatrends as empty signifiers: A discourse-theoretical interpretation of trend management. *Futures*, 47, 28–37. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2013.01.004>
- Voros, J. (2003). A generic foresight process framework. *Foresight*, 5(3), 10–21. <https://doi.org/10.1108/14636680310698379>
- Vukanović, Z. (2018). The influence of ICT megatrends on global megatrends. *Informatologia*, 51(1–2), 43–52. <https://doi.org/10.32914/i.51.1-2.5>
- Waal, A. de, & Linthorst, J. (2023). *Futurize! Dealing with megatrends and disruptors: A handbook for the future-oriented CEO*. ROUTLEDGE.