

# CYBER BATTLE

## PRODUKTSIOON

### Lühikirjeldus

Sündmuse peamiseks sihtgruppideks olid koolid üle Eesti. Mõtlesime välja targa ja turvalise tulevikuühiskonna kontseptsiooni, mis vajab appi häkkereid ning käivitasime eetiliste häkkimisürituste sarja noortele vanuses 15-24 eluaastat. Cyber Battle of Estonia oli projekti publikuga suurejooneline finaali, kus 20 parimat rahvusvahelist võistkonda pidid otse-eetris kaitsma nutilinn Tartut.

### Ürituse ülesande püstitus

Luaa pretsendent "Cyber Battle" televõistluse kontseptsioonile, mis võimaldaks kübermängu viia Eestist välisriikidesse.

Soovisime muuta häkkeri kuvandit: produktsioon lähtus eesmärgist tuua eetrirežiis esile noori mängijaid ja muuta võistlus nende jaoks vaheldusrikkaks. Oluline oli üritusega näidata, et küberturvalisust saab õppida meelelahutuslikul ja interaktiivsel viisil.

Kommunikatsiooneesmärgiks oli suurendada küberturvalisuse olulisuse teadvustamist ja sündmuse nähtavust õpilaste, koolide ja lastevanemate seas, kaasates sündmusesse ka startup- ja tehnoloogiavaldkonna kogukonna.

### Ürituse elluviimise kirjeldus

Töö küberkaitse valdkonnas on ihaldusväärne amet. Seda paatost väljendas spordihalli ehitatud stuudio, valgus- ja telerežiiri ning persooniintervjuud. Kuivõrd varasem teemakäsitus on endas kätkenud ohtlikkust ja aegunud versioonil IT-valdkonna ametitest, siis selle produktsiooni kontekstis pakkusime välja uue kontseptsiooni eetilistest häkkeritest.

Noored olid produktsioonitiimi fookus - neid kujutati tele-eetris kui IT-sportlasi, keda autasustas Vabariigi President. Spordivõistluse formaati kinnistas kohtunike paigutus seljaga stuudio poole, sarnaselt arvutimängude maailmameistrivõistlusele. Kohtunike roll oli anda vaatajatele konteksti, milliseid probleeme lahendatakse.

Meeskondadele ehitati kahetasemeline Hacker Hub, mis võimaldas iga mängija korrektset väljavalgustamist telerežiiks, sh intervjuudeks. Tõime eetrisse Eesti kuumimad artistid, kes pausidel noorte mängijate ja vaatajate meelt lahutasid ning võistluspinget leevendasid. Igal tiimil oli produktsioonimeeskonnas kontaktisik, kellelt sai eetri ajal küsimusi küsida. Eelnevalt oli noortele saadetud põhjalik briif koos lavalist liikumist kätkevate videotega, mis aitasid keskenduda võistlusele ja vältida rambipalavikku.

### Tulemus

Muutsime häkatoni telesaatelikuks ja spordihalli multifunktsionaalseks hübriid-stuudioks, mis võõrustas 100 võistlejat. Panime kokku keerulise 6-tunnise otseülekandega produktsiooni, kus küberpolügoon toimis virtuaalse treeningväljana. Ürituspäeval sai Cyber Battle üleriigilise meediakajastuse, mh uudistesaadetes "AK" ja "Reporter". Otseülekandel oli 14 000+ globaalset vaatajat. Saavutasime ürituse nähtavuse tõstmise, lisaks sai küberturvalisus ühiskondlikult suurt kõlapinda. Sama produktsiooniformaat toimub suuremas mahus Saudi Araabias ja Austraalias, tugevdades Eesti kui digiriigi kuvandit.

