

Baglyos Sándor¹

A toborzás egy innovatív formája

An Innovative Way to Recruit

A digitalizációnak köszönhetően átalakult a hadviselés, aminek következtében olyan katonák sokaságára van szükség, akik megfelelő ismeretekkel rendelkeznek a digitális eszközök használatát, valamint a kiberhigiéniai képességeket illetően. A kibertérben lezajló paradigmaváltások miatt a fiatalok figyelmét is egyre nehezebb a régi, elavult katonai toborzóeszközökkel megragadni, így a siker érdekében új típusú megközelítésre van szükség.

A cikk betekintést nyújt az idegen haderőkbe és azok toborzási szokásaiba, abba, hogyan alakult ki dollármilliárdokat érő kapcsolat a katonaság és a film-, később videójátékipar között, továbbá felhívja a figyelmet a videójátékokban rejlő hatalmas potenciálra.

Kulcsszavak: digitalizáció, haderő, videójátékok, toborzás

Digitalisation has transformed warfare, requiring a large number of soldiers with the right skills in the use of digital tools and cyber-humanitarian capabilities. Paradigm shifts in cyberspace are also making it increasingly difficult to capture the attention of young people with old, outdated military recruitment tools, so a new type of approach is needed to succeed.

The article gives an insight into the foreign military and their recruitment habits, how billions of dollars' worth of links between the military and the film and later video game industries were forged, and the huge potential of video games.

Keywords: digitalisation, armed forces, video games, recruitment

¹ Nemzeti Közsolgálati Egyetem Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar Közigazgatás-szervező alapképzési szak, hallgató, e-mail: sandor19990213@gmail.com

1. Bevezetés

A videójátékokról hallva sok embernek értelmetlen időtöltés juthat eszébe, és hogy ezek többsége tizenévesek vagy gyermekek szórakoztatására készült. Tanulmányomban megpróbálom ezt cáfolni, és feltárni az egyre növekvő politikai, kulturális és katonai vonatkozásokat a videójátékokkal kapcsolatban.

Kutatásom feltárja, hogyan is jutottunk el a katonaság egyik legjobban bevált toborzói módszerétől, a háborús filmektől a videójátékokig, úgy, hogy közben a Pentagon és Hollywood közötti szoros történelmi kapcsolatokat is megvizsgáljuk. Ma ez az együttműködés, amelyet Phil Strub, a Pentagont és Hollywoodot összekötő iroda vezetője „kölcsonös kizsákmányolás kapcsolatának”² nevez, egyre inkább magában foglalja a háborús filmek és az FPS³-játékok viszonyát Amerikával.

A cikkben megvizsgálom azokat a történelmi eseményeket, amelyek szerepet játszottak a fent említett „szövetségben”. Miként is lett a katonai ipari komplexumból a szakértők szerinti *the military-industrial-media entertainment network* (MIME-Net), vagyis a katonai-ipari-média szórakoztató hálózat. Továbbá az informatikai fejlődésnek köszönhetően milyen új platformok jöttek létre, amelyek segítettek a katonaságnak különböző céljait kivitelezésében. A katonai toborzás nemcsak a toborzási misszió nagysága miatt, hanem a toborzás jelenlegi környezete miatt is kihívást jelent a toborzótiszteknek, hiszen nehéz egy új generációt, a korábban használt néhol talán már elavult eszközökkel megfogni/„katonáskodásra” ösztönözni. Mindazonáltal a katonai szolgálat sok fiatal számára vonzóbbá vált az évek során, hiszen a világ hadseregei célzottan, a háborús filmek mellett, már a videójátékokkal is próbálják megszólítani ezt a célcsoportot.⁴ Az emberek nagy részét már gyermekkorától érdekli a hadászat világa, és a számítógépes játékok segítségével hamar elsajátítják azokat a taktikai készségeket, amelyek hatalmas előnyben részesítik majd őket leendő katonai karrierjükben.⁵

1.1. Tudományos probléma

A digitalizációnak köszönhetően átalakul a hadviselés. Olyan katonák sokaságára van szükség, akik tudják tartani a lépést a technikai fejlődéssel és kiberbiztonsági szempontból is meg tudják védeni a hazájukat. A fiatalokat is egyre nehezebb lesz a régi, elavult módszerekkel megszólítani. Meg kell találni azokat a csatornákat a filmek és videójátékok mellett, amelyek hatással lehetnek rájuk.

² Sebastian Kaempf: 'A Relationship of Mutual Exploitation': The Evolving Ties between the Pentagon, Hollywood, and the Commercial Gaming Sector. *Social Identities*, 25. (2019), 4. 542–558.

³ FPS – *first person shooter*.

⁴ Bányász Péter: A közösségi média szerepe a lélektani műveletekben az elmúlt időszak válságainak tükrében. *Szakmai Szemle: A Katonai Nemzetbiztonsági Szolgálat tudományos-szakmai folyóirata*, 13. (2016), 1. 61–81.

⁵ Bányász Péter: A közösségi média, mint a nyílt forrású információszerezés fontos területe. *Nemzetbiztonsági Szemle*, 3. (2015), 2. 21–36.

1.2. Kutatási célkitűzések

Cikkemben többek között a Pentagon és Hollywood közötti szoros történelmi kapcsolatokat vizsgálom az 1920-as évektől napjainkig, feltárva, hogyan jutottunk el a filmektől a valóságshow-kon keresztül a számítógépes szimulációk és videójátékok világáig. Az amerikai hadseregre mint mélyreható esettanulmányra támaszkodva megtudhatjuk, hogy a háborúk körzete jóval túlmutat a tényleges harctereken. Kutatásom célja a videójátékokban rejlő potenciál ismertetése, amelyet a Magyar Honvédség toborzási missziója és a kiképzései során alkalmazni tudna.

1.3. Hipotézisek

Kutatásom során az alábbi hipotéziseket fogalmaztam meg:

H1. Akik videójátékokat játszanak, nagyobb eséllyel döntenek úgy, hogy katonának állnak.

H2. A katonaságra vonatkozó percepcióra pozitív hatást gyakorolnak a filmek és sorozatok.

H3. Akik videójátékokat játszanak, szívesebben állnának be a seregbe, ha az ottani feladatuk az lenne, hogy e-sportolóként tevékenykednek.

H4. Az e-sport kifejezés említésének az interneten többségében pozitív jelentéstartalma van.

2. Kutatási módszertan

Kutatásomban empirikus vizsgálattal elemeztem a videójátékok hatását a katonai toborzásra, és megismertem a játékprogramokban rejlő hatalmas potenciált a katonai szakma népszerűsítésére. Kutatásom első fázisában kérdőíves felmérést végeztem a videójátékok, e-sport, illetve filmművészet témakörében. A kérdőívek kiértékelését keresztábra-elemzéssel végeztem el. Cikkemben ezen kívül szentimentanalízis segítségével vizsgáltam az e-sportokkal kapcsolatos internetes attitűdöt. Kutatásom alapját nagyrészt a külföldi cikkek, tanulmányok és azok általam készült fordításai képezik, valamint néhány magyar forrás is.

3. A haderők kapcsolata a filmiparral

Kiindulópontunk Hollywood, valamint annak a filmipar és a katonaság közötti szimbiotikus kapcsolata. A Pentagon hamar felismerte a celluloid történetmesélés erejét, és arra ösztönözte Hollywoodot, hogy hősi portrékat teremtsen az eddigi amerikai háborúkról.⁶

⁶ Georg Löfflmann: *Hollywood, the Pentagon, and the cinematic production of national security*. *Critical Studies on Security*, 1. (2013), 3. 280–294.

3.1. A filmipari együttműködés története

A Pentagon és Hollywood közötti történelmi együttműködés a 20. század elején kezdődött. 1942-ben a Pentagon megnyitotta első saját irodáját Los Angeles szívében, a „Motion Picture Liaison Office”-t. Az Egyesült Államok II. világháborúba való belépésével a kezdeti cél az volt, hogy propagandafilmeket⁷ állítsanak elő. Olyan neves színészek és filmrendezők, mint James Stewart, Clark Gable, Henry Fonda és John Ford a katonaság szolgálatába állították tehetségüket. A legerősebb láncszem pedig Frank Capra rendező volt, aki hét propagandafilm-sorozatot készített *Why We Fight* címmel.

Annak ellenére, hogy sok idő telt el azóta, a Pentagon és Hollywood között az együttműködés folytatódott, igaz a propagandának sokkal finomabb formájában. Az elmúlt évtizedekben a legtöbb amerikai háborús film a showbiznisz és a hadsereg szoros együttműködésében készült. A hosszú listán olyan híres filmek szerepelnek, mint a *Top Gun*, a *Pearl Harbor*, a *Black Hawk Down*, a *Wind Talker*, a *We were Soldiers*, a *Transformers* és az *Iron Man*. Ebből a szimbiotikus kapcsolatból mindkét fél profitál. A Pentagon számára a filmek hatékony eszközök voltak a hősi mítoszok létrehozására és a történelmi események átírására, kiszínezésére. Toborzási eszközként is szolgáltak, hiszen folyamatos áramlást eredményeztek a lelkes fiatalok köréből.⁸

Az első mérföldkő a *Wings* gyártása volt az 1920-as években. A *Wings* egy 1927-es némafilm volt, amely az akciódús háborús filmek klasszikusa. A film az I. világháború idején játszódott, és tele volt amerikai katonák nagyszabású csatáival a német erők ellen. A film sikere a Pentagonnak a későbbi együttműködését eredményezte Hollywooddal.⁹

Másik kulcsfontosságú mérföldkő az 1986-os *Top Gun* volt. A *Top Gun* sikere után a katonaságnál jelentősen megnövekedtek a toborzási számok, ami nagyban segítette a vietnámi háború okozta trauma leküzdését.¹⁰ A forgatott filmtől függően a Pentagon harckocsikat, teherautókat, repülőgép-hordozókat, vadászgépeket vagy akár tényleges amerikai katonákat is kölcsönbe adott. Nehéz mérni, hogy a filmgyártók mennyit spóroltak. A filmtől és a helyszíntől függően ez a katonai hozzájárulás többségében ingyenes volt, bár amikor a gyártóknak fizetniük kellett, például egy repülőgépes kaszkadőrért, ez körülbelül 16 000 dollárba kerülhetett óránként. Ezt természetesen szigorú szerződés kapcsolta össze, amelyet „Production Assistance Agreement”-nek hívtak.¹¹

Egy dolog számít: a katonaság imázsát nem szabad rontani. Más szóval, nem feltétlenül szükséges a 100%-os egyetértés, némi engedékenység az egész cselekményben értékesebbnek tekinthető, mint a produkció együttes befolyásolásának elvesztése.

⁷ Esméknek, nézeteknek, politikai elméleteknek szóban vagy írásban (vagy egyéb módon) való tervszerű hirdetése, terjesztése, népszerűsítése.

⁸ Bányász Péter: *A közösségi média szerepe a katasztrófaelhárításban a Sandy-hurrikán példáján keresztül*. In Horváth Attila (szerk.): *Fejezetek a kritikus infrastruktúra védelemből: kiemelten a közlekedési alrendszer*. Budapest, Magyar Hadtudományi Társaság, 2013. 281–292.

⁹ Bányász Péter: *Social engineering and social media*. *Nemzetbiztonsági Szemle*, 6. (2018), 1. 59–77.

¹⁰ Tibor Farkas – András Tóth: *Electronic warfare in full spectrum operation*. In *Proceedings of the International Scientific Conference: New Trends in Signal Processing*, 2012. 181–188.

¹¹ Tamás Szádeczky: *Governmental Regulation of Cybersecurity in the EU and Hungary after 2000*. *Academic and Applied Research in Public Management Science*, 19. (2020), 1. 83–93.

A Pentagon részvételének megőrzése azt eredményezi, hogy az továbbra is befolyást tud gyakorolni, potenciálisan javítva a toborzási számokon. A filmesek számára pedig az, hogy a katonaság gyakran fedélzeten van, hozzájárul ahhoz az izgalomhoz és realizmushoz, amelynek megtalálása egyébként nehézkes lenne.

3.2. A katonai életről szóló valóságshow-k/sorozatok

Ez a fajta együttműködés később a filmkészítésen is túlszárnyalt. Most már a valóságshow-k is a repertoárba tartoznak. Jerry Bruckheimer és Bertram van Munster ötlete az volt, hogy indítsanak egy valóságshow-t, amelyben amerikai katonákat mutatnak be Afganisztánban járőrözve.¹² Az ötlet a szeptember 11-ei események után valósult meg, amikor éppen az al-Káida elleni műveletek zajlottak. Alapvetően követték az afganisztáni háború eseményeit. A valóságshow neve a *Profiles from the Frontline* volt. A háború steril változatát mutatta be, senki nem halt meg egyik oldalon sem a felvételeken, mert amint a harc közeledett az operatőrök felé, a kamerákat kikapcsolták. Inkább reklámfilmnek tűnik, mintsem dokumentumfilmnek. Ez volt a Pentagon első együttműködése a valóságshow-k gyártásában.¹³ Azóta ez a televíziós műfaj exponenciális növekedési ütemet mutat az amerikai médiapiacra. Míg a 2000-es évek elején csak maréknyi ilyen műsor volt, 2015-re ezeknek a műsoroknak a száma meghaladta a 300 amerikai tévéműsort. Legkiemelkedőbbek az *NCIS*, *NCIS Los Angeles* és *Hawaii Five-0*. Az akkori legnagyobb együttműködés azonban az *Inside Combat Rescue* (magyar cím: *Bevetések hősei*) volt, amelyet a *National Geographic* együttműködésével készítettek. A *National Geographic* kameracsapatái közvetlenül beépültek az Egyesült Államok mentőegységeibe. Minden egyes forgatási nap végén valaki átnézte az összes felvételt, és a nem tetsző részeket meg kellett semmisíteni. Csak azokat a felvételeket használhatták fel később, amelyeket engedélyeztek. Ez végül sikeres módszerrel fejlődött ki mind a filmesek, mind a DOD¹⁴ számára. A műsor egy afganisztáni bevetést mutat be, a „Pararescuemen” elit légierő harci mentőegységének feladatait, amely az amerikai erők és a szövetségesek kimenekítését végzi. A *National Geographic* rengeteg pozitív visszajelzést kapott az *Inside Combat Rescue*-nak köszönhetően, ami rengeteg új együttműködési kérelmet eredményezett.¹⁵

4. A haderők kapcsolata a játékiparral

A történelem során a játékokat egész életen át tartó alapvető és normális tevékenységnek tekintették. A játékok révén a gyerekek megtanulják felfedezni, elsajátítani a különböző kognitív képességeket, és kötődést alakítanak ki rajtuk keresztül

¹² Bányász Péter: Az ellátási lánc kiberfenyegetettsége, különös tekintettel a közlekedési alrendszer biztonságára, a szervezett bűnözés hatásai. In Csengeri János – Krajnc Zoltán (szerk.): *Humánvédelem – békeműveleti és veszélyhelyzet-kezelési eljárások fejlesztése*. Budapest, Nemzeti Közszolgálati Egyetem, 2016. 643–673.

¹³ Kelefa Sanneh: *The Reality Principle. The Rise and Rise of Reality Genre*. *The New Yorker*, 2011. május 9.

¹⁴ DOD – *Department of Defense*, Amerikai Védelmi Minisztérium.

¹⁵ Go 'Inside Combat Rescue'. *Military.com*, 2013. február 15.

a szülőkkel és társaikkal egyaránt. A játékok olyan feltételeket teremthetnek meg, amelyek lehetővé teszik az emberek számára, hogy fejlesszék a különböző készségeiket, vagy akár olyan szerepet ölthetnek magukra, amelyet a való életben is el szeretnének élni. Sőt, az a fajta játék, amelyet az emberek választanak, befolyásolhatja a személyiségük fejlődését is.¹⁶ A memóriajátékok fejleszthetik a kognitív képességeket, a társasjátékok pedig az együttműködési és kommunikációs készségekre vannak pozitív hatással. Az emberek azt játsszák, amit szeretnek, és idővel egyre jobbra válnak abban, ami tetszik nekik.

4.1. A videójátékok evolúciója

Mik is a videójátékok? Sok millió ember játszik rendszeresen videójátékokkal. A videójáték kifejezés nagyjából a digitális szórakozás interaktív formájára utal. A tipikus irányításért felelős eszközök a billentyűzet és a controller. Ezekkel lehet manipulálni az eseményeket egy kijelzőn, amely lehet monitor, tévé vagy akár okostelefon. (Viszont ezeket lehet extrémebb szintre is emelni, például 2020 szeptemberében egy klasszikus játékot, a *Doomot* sikerült egy digitális terhelességi teszt kijelzőjére varázsolni.) Általánosságban elmondható, hogy a játékos nyerhet, továbbjuthat vagy veszíthet.¹⁷ Ez a technikai meghatározás azonban nem ragadja meg a játék pszichológiai tapasztalatait, különösen a modern játékok esetében. Számos modern játék korlátlan élményt nyújt (főleg a multiplayer játékok, amelyeknek fő mozgatórugója nem egy történet elmesélése, hanem a más játékosok elleni végtelen versengés), emellett komplex narratívákat, karaktereket, nagy nyitott világokat tár a szemünk elé, lehetőségeket adva arra, hogy megismerkedjünk új emberekkel (Coop, vagy multiplayer játékmódoknál). A játékok lehetővé teszik a játékosok számára, hogy megtapasztaljanak különböző lelkiállapotokat, különböző érzelmeket éljenek át, vagy csak szimplán eltöltsék az időt és „elmeneküljenek” kicsit a valóságból. A játékok alternatív helyet kínálhatnak a társasági élethez a hétköznapi élet mellett. A játékok és a játékelmények nagyon változatosak.¹⁸ Meg lehet őket különböztetni műfajuk szerint (lövöldözős, szerepjáték, stratégiai játék), platform szerint (számítógépek, konzolok, okostelefonok), módok szerint (egy játékos, több játékos), online kapcsolattartás szerint (online vagy offline) és a játék célkitűzése alapján is (ellenfél legyőzése az erőszak, a meggyőzés, a lopakodás taktikájával vagy teljesen más stratégiával).

¹⁶ Tóth András: A NATO kommunikációs rendszerének elméleti és gyakorlati vizsgálata. In Fekete Károly (szerk.): *Kommunikáció* 2014. Budapest, Nemzeti Közsolgálati Egyetem, 2014. 65–76.

¹⁷ Zsolt Bederna – Tamás Szádeczky: *Cyber espionage through botnets*. *Security Journal*. 33. (2020), 43–62.

¹⁸ Tóth András: Internet of Things Traps in National and International Cyber-Security Solutions. In Peter Spilý (szerk.): *Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie: Národná a medzinárodná bezpečnosť 2020*. Liptovsky Mikulas, Akadémia ozbrojených síl generála Milana Rastislava Štefánika, 2020. 468–475.

4.2. A katonaság új stratégiája

Az elmúlt években a Pentagon érdekeltsége túlnyúlt a filmek, a sorozatok és a valóságshow-k műfaján.¹⁹ Tekintettel a játékkonzolok, az FPS-játékok és sportszimulátorok kereskedelmi sikerére, a hadsereg úgy gondolta, hogy hiba lenne nem kihasználni a médiaszektor adta lehetőségeket.²⁰ Ezért 1999-ben megalapították a Los Angeles-i „Institute for Creative Technologies” (ICT) nevű intézményt, vagyis a Kreatív Technológiai Intézetet. A fő cél az volt, hogy a Pentagon finanszírozásából összefogják azokat a hollywoodi tehetségeket, neves játékkészítőket és magát a játékipart, hogy a katonaság segítségére legyenek.²¹ A cél az, hogy minél valóságosabb (immerzív) élményt tudjanak kreálni az amerikai hadseregnek, hogy a katonák kiképzésén, a taktikai döntéshozatalán, a kulturális tudatosságán áttörő fejlődést érjenek el, továbbá, hogy a PTSD-ben (poszttraumás stressz) szenvedő betegeket a legmodernebb technológiával tudják meggyógyítani.

5. A videójátékok térhódítása

A videójátékok piaca már több mint egy évtizede felülmúlja a mozis sikereket. Jó példa erre az egyik leghíresebb FPS-játék, a *Call of Duty: Modern Warfare 2*. A játék 2009-es kiadásának eladási adatai meghaladták ugyanezen év két legmagasabb kasszasikeres filmjeinek, a *Harry Potter és a Félvér Herceg*, továbbá a *Sötét Lovag* bevételeit. 2011-ben a *Call of Duty: Modern Warfare III* ötnapos világszintű eladási rekordot állított fel (775 millió dollár); összehasonlítva az év legkelendőbb filmjével, a *Harry Potter és a Halál Erekljével* (202 millió dollár).²² Ez a virágzó piac segít megmagyarázni, hogy az összes nagy szórakoztató óriás, mint a Sony, a SEGA, az EA és a „Ubisoft” miért része az ICT-nek.²³

5.1. Toborzás a videójátékokban

A szimulációkat és az FPS-játékokat nemcsak katonai kiképzésre vagy magánszemélyek számára tervezték, hanem egyre inkább toborzási célokra is. 2002-ben például a Pentagon kiadta az *America's Army*²⁴ játékát, egy ingyenes, korszerű

¹⁹ Tóth András: International information security in hungary. In Ivan Majchút et al. (szerk.): *National and International Security 2017*. Liptovsky Mikulas, Szlovákia, Akadémia ozbrojených síl generála Milana Rastislava Štefánika, 2017. 548–557.

²⁰ Pierre Corbeil: Payne, M.T.: *Playing War: Military Video Games after 9/11*. *The Computer Games Journal*, 8. (2019), 2. 63–64.

²¹ Szádeczky Tamás: E-kormányzati szolgáltatások kommunikációbiztonsága. *Hadmérnök*, 12. (2017), 2. 280–289.

²² Farkas, Tibor – Hronyecz, Erika: The Infocommunication System Requirements and Analysis of the Communication of the Deployable Rapid Diagnostic Laboratory Support „Sampling Group” II. *Academic and Applied Research in Public Management Science*, 14. (2015), 1. 53–61.

²³ Matt Liebl: *Lifetime Call of Duty Sales Exceed Earnings for Harry Potter and Star Wars Film Franchises*. *GameZone*, 2012. november 16.

²⁴ America's Army: www.americarmy.com/

videojátékot, amelyet kizárólag a fiatal férfiak és nők katonai szolgálatra vonzása céljából fejlesztettek ki. A 2005-ben felvett hallgatók mintegy 40%-a korábban játszott a játékkal, és a 16 és 24 év közötti amerikaiak 30%-a azt mondta, hogy a tudásuk egy része a hadseregről a játékból származik.²⁵ Eredeti verziójában a játék két részből állt, az egyik a „Soldier” nevű Boot Camp edzésszimulációból, és egy másik, hagyományosabb „Operations” nevű FPS-játékból, amelyben a játékosok online csapatokba szerveződve küzdenek meg egymással, és oldanak meg különböző feladatokat. Az *America’s Army* a 21. századi katonai fogyasztói kultúra monumentális lépését jelentette. Óriási siker volt mind a játékosok, mind a toborzás szempontjából. A játék a legmagasabb interaktív és dizájnminősítést kapta (többek között a *PC Games Magazine*-től „Triple A Quality” minősítést kapott). 7,5 millió dollárba került a programot létrehozni, és a hadsereg reklámarzenáljának állandó eszköze lett. PC-n a www.americasarmy.com weboldalon keresztül érhető el, de később kiadták Xbox és Playstation konzolokra is. 2005-re több mint 6 millió regisztrált felhasználóval rendelkezett, és maga a hadsereg toborzási aránya is az egekbe szökött.

Az amerikai hadsereg sikerei után 2008-ban úgy döntött, hogy a nagyvárosok bevásárlóközpontjaiba játékgépeket telepít. Erre az egyik legnevesebb példa a Philadelphiában létrehozott Army Experience Center (AEC). Komplet központ volt tele különleges játékgépekkel, amelyeken ki lehetett próbálni harci helikoptereket, harckocsikat, különböző fegyvereket – természetesen a virtuális valóságban. Ezeket a játékgépeket toborzótisztek felügyelték, és bárkinek bármi kérdése volt a katonasággal kapcsolatban, egyből választ kaphatott rá ezektől a tisztektől.²⁶

A videojáték és a médiaalapú toborzás azonban nem csak az állami hadseregekre szűkölt le. Sajnos erőszakos nem állami szereplők, terroristák is előszeretettel alkalmazzák ezeket az eszközöket embereik oktatására/toborzására. Ilyen szoftver volt például a „Blackwater” (azóta Academi-re lett keresztelve).²⁷ A híres GTA V-ben is különböző „modokkal” próbáltak katonákat toborozni a terroristák.²⁸ Az al-Káida és a Daesh bár nem fejleszt videojátékokat, ezekkel kapcsolatos videókat, mémeket használnak fel felkeléseik, toborzásaik során.

5.2. E-sport

A videojátékok sok országban jelentős kulturális jelenséggé váltak.²⁹ Ezt megerősíti az e-sport, vagy a profi bajnokságok és versenyek térnyerése, ahol a játékosok

²⁵ Nick Robinson: *Military Videogames*. *The RUSI Journal*, 164. (2019), 4. 10–21.

²⁶ Tamás Szádeczky: *Enhanced Functionality Brings New Privacy and Security Issues – An Analysis of eID*. *Masaryk University Journal of Law and Technology*, 12. (2018), 1. 3–28.

²⁷ Farkas Tibor – Sándor Miklós: A honvédség állandó hírhálózatának fejlesztési kérdései. *Kard és Toll*, 1. (2006), 2. 158–164.

²⁸ Miron Lakomy: *Let’s Play a Video Game: Jihadi Propaganda in the World of Electronic Entertainment*. *Studies in Conflict & Terrorism*, 42. (2019), 4. 383–406.

²⁹ Tóth András: *Information-Sharing Challenges and Issues in Multinational Operations, Part 2*. *Land Forces Academy Review*, 26. (2021), 1. 22–30.

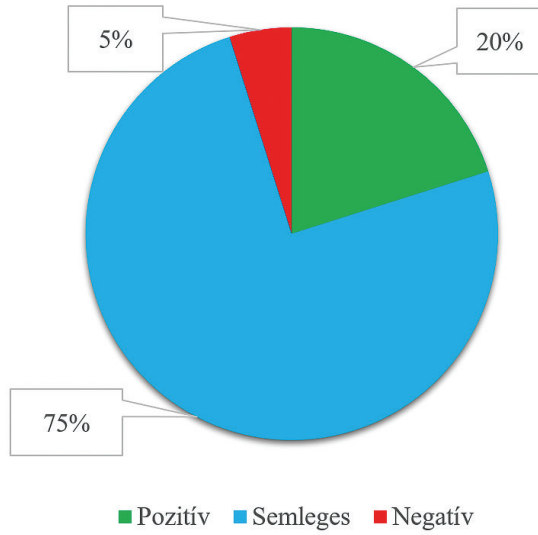
külön-külön vagy csapatokban is versenyezhetnek egymással. Ezek az események különösen népszerűek Dél-Koreában és Kínában. 2017-ben az e-sportok 756 millió dolláros bevételt termeltek a két országnak.³⁰ A népszerű játékok között a legkiemelkedőbb a *League of Legends* és az *Overwatch* volt, nézőközönségük megtöltött egy egész stadiont, és az online nézők száma meghaladta a 250 millió főt 2017-ben. Az e-sportban hatalmas pénzneremények vannak a nagy nézőbázisnak köszönhetően. A legnagyobb nyereményalap a „The International 2017” volt a *Dota 2* játéknál, amely 24 millió dollár összdíjazású alap volt a csapatok számára. A győztes csapatok kovácsolt fizikai trófeákat is kaptak, amelyeket a Wētā Workshop (*A Gyűrűk Ura*-filmek mögött álló speciális effektekkel foglalkozó cég) készített bronzból és ezüsből. A *Dota 2* adta eddig a legnagyobb díjazásokat, összesen 133 millió dollárt osztott szét 880 verseny között, azon belül 2335 játékosnak.³¹ Bár ezek a bevételek magasnak tűnnek, meg kell jegyezni, hogy a legtöbb játékos átlagfizetése viszonylag alacsony a többi sportághoz képest. Ehhez kapcsolódó fejlemény a játéktevékenységek online közvetítésének növekedése, televíziós műsorszolgáltatáshoz hasonló szórakoztatási formában. Sok millió ember nézi, ahogy mások online platformokon játszanak, mint például a Twitch és a YouTube Gaming. Ezeknek a műsoroknak két fajtája van: az egyik, amikor online történnek az események, és a „streamer” kapcsolatot tud létesíteni a nézőközönséggel, a másik pedig, amikor előre fel van véve az anyag, és az, mint egy tévéműsor, meg van vágva. Az egyik leghíresebb streamer, Felix Kjellberg (nickneven PewDiePie), teljes karriert épített a videózásra. Óriási fogyasztói igény lett, különösen a fiatalabb közönség körében az ilyen tartalmakra. Karrierje során Felix tartalma főleg a „Let's Play” videókból tevődött ki. A horrorjátékokkal kapcsolatos reakciói alkották meg sikerének kezdeti alapjait, és az, hogy más videósokkal ellentétben először a nézőközönségével próbált meg nagyon szoros kapcsolatot kialakítani.³²

Negyedik hipotézisem, hogy az e-sport említése globálisan az interneten pozitív jelentéstartalommal történik. Ezt a SentiOne adatelemző szoftver segítségével végeztem el. Az adatok a 2018. január 1-je és 2020. október 21-e közötti időszakot reprezentálják. Ez idő alatt 150 589 alkalommal volt pozitív, míg 36 478 alkalommal negatív jelentéstartalommal említve az e-sportot, ami arra enged következtetni, hogy az emberek az e-sportot pozitív dolognak tekintik. Bár döntő többségében, vagyis az összes említés 75%-ában semleges volt az e-sport kifejezésre kapott találatok attitűdje, ennek egyik oka az lehet, hogy kontextus nélkül osztották meg az ezzel kapcsolatos tartalmakat, és ezáltal nem lehetett vizsgálni a kapcsolódó érzelmet.

³⁰ SuperData: *2018 Year in Review* (2019. január).

³¹ Statistics. *Esports Earnings*: www.esportsearnings.com

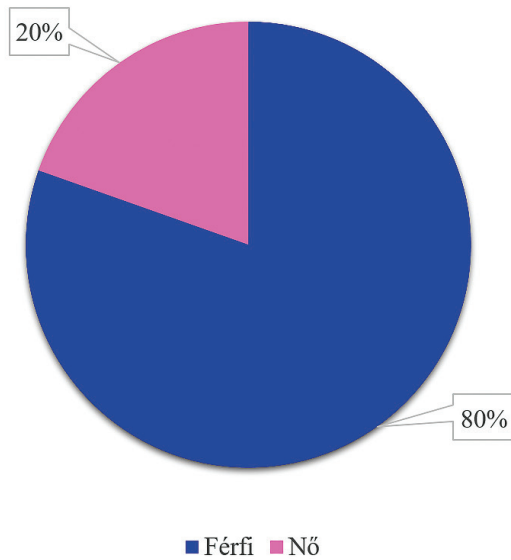
³² Tóth András: *Information-Sharing Challenges and Issues in Multinational Operations, Part 1. Land Forces Academy Review*, 25. (2020), 4. 307–316.



1. ábra

Az e-sportról alkotott vélemények az interneten

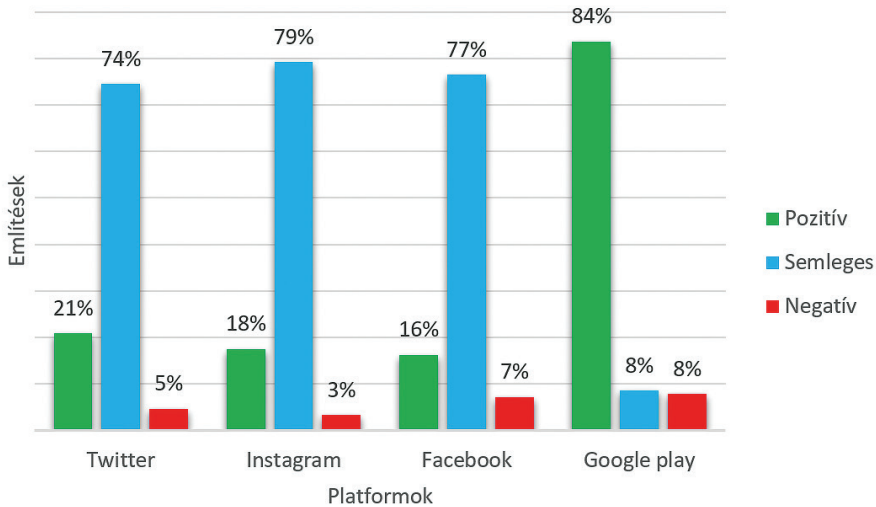
Forrás: a szerző szerkesztése a SentiOne adatai alapján



2. ábra

Az e-sport említése az interneten, nemek közti megoszlásban

Forrás: a szerző szerkesztése a SentiOne adatai alapján



3. ábra

Az e-sport megítélése a különböző internetes platformokon

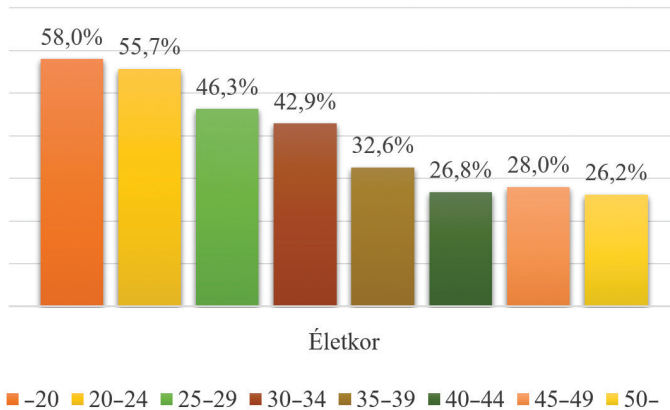
Forrás: a szerző szerkesztése a SentiOne adatai alapján

5.3. Kérdőíves felmérés eredményei

Ebben az alfejezetben két kérdőív elemzésével foglalkozom. Az egyiket én készítettem, amelyet a Facebook-ismerőseim és több videójátékos Facebook-csoport között osztottam meg (az ottani adminok engedélyével). A másik pedig a Karin A. Orvis által készített *Are Soldiers Gamers?* című kutatás.³³

Azért tartom fontosnak a fent említett, nem általam készített kérdőívet, mert több mint 10 000 amerikai katona töltötte ki. A katonák 43%-a állította azt, hogy legalább hetente játszik valamilyen típusú videójátékkal. Rendfokozat alapján is vizsgálták a válaszokat, amelyben az az eredmény jött ki, hogy a frissen besorozott katonák játszanak a legtöbbit, 51–59% között. Az életkor szerint végzett adatelemzések alapján kiderült, hogy szignifikáns negatív korreláció volt az életkor és a videójátékok használata között ($r = -.23$, $p < .001$). Ez hatalmas előnyt jelent a friss katonáknak, hiszen a kutatás alapján kiderült, hogy akik rendszeresen játszanak videójátékokkal (főleg FPS), azok magasabb eredményeket érnek el az FPP (first person perspective) (virtuális katona szemszögén keresztül látott események) típusú videójáték alapú kiképző szoftvereken ($r = .33$, $p < .01$).

³³ Karin A. Orvis: *Are Soldiers Gamers? Videogame Usage among Soldiers and Implications for the Effective Use of Serious Videogames for Military Training*. *Military Psychology*, 22. (2010), 2. 143–157.



4. ábra

Videójátékok használata életkor szerinti megoszlásban az amerikai hadseregben vizsgált katonák között

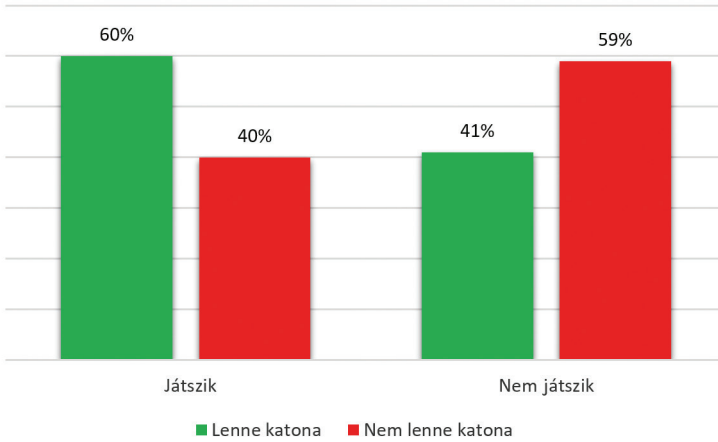
Forrás: a szerző szerkesztése, Karin A. Orvis kérdőívének eredményei alapján

Az általam végzett felmérés adatait az IBM SPSS Statistics Data Editor segítségével elemeztem keresztábra elemzéssel, amely során a Pearson-féle khi-négyzet értékét vettem figyelembe.

Kérdőívem kitöltői 61,4%-a volt nő, míg 38,6%-a férfi. Életkori különbségeket vizsgálva a kitöltők 55%-a volt 18 és 25 év közötti fiatal, és a kitöltők 48%-a játszik valamilyen videójátékkal.

Első vizsgálatom arra vonatkozott, van-e összefüggés a videójátékok használata és a katonai életpálya választása között ($n = 140$). A vizsgálat khi-négyzetének megfigyelt értéke 4,837, amelynek kétoldali szignifikanciaszintjének értéke 0,028, tehát megállapíthatjuk, hogy a két változó között az összefüggés szignifikáns, vagyis az, hogy valaki rendszeresen játszik videójátékokon, befolyásolja azt, hogy lenne-e katona vagy sem. Vizsgálatomban a Cramer's V mutató megfigyelt értéke 0,186, kétoldali szignifikanciaszintjének értéke szintén 0,028. A 0,186-os érték viszont alacsony korrelációra utal a két változó esetében. Ez azt magyarázhatja, hogy Magyarországon a katonai toborzást a videójátékok csak minimálisan befolyásolják. Viszont a 18 és 25 év közötti kitöltők 52%-a játszik rendszeresen valamilyen videójátékkal, ezért a megfelelő eszközökkel talán van rá mód, hogy ezen számok növekedjenek.

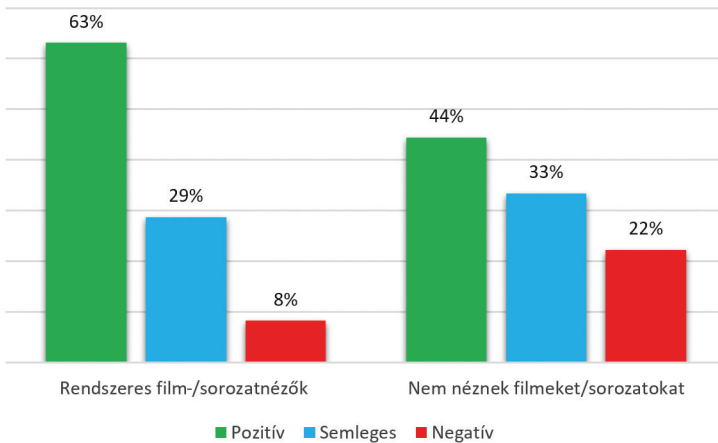
Második vizsgálatom arra vonatkozott, van-e összefüggés a filmek és sorozatok gyakori használata és a katonaság megítélése között ($n = 140$). A vizsgálat khi-négyzetének megfigyelt értéke 4,102, amelynek kétoldali szignifikanciaszintjének értéke 0,129, tehát megállapíthatjuk, hogy a két változó között az összefüggés nem szignifikáns. Vizsgálatomban a Cramer's V mutató megfigyelt értéke 0,171, kétoldali szignifikanciaszintjének értéke szintén 0,129. A 0,171-es érték alacsony korrelációra utal a két változó esetében.



5. ábra

A videójátékok hatása a toborzásra

Forrás: a szerző szerkesztése



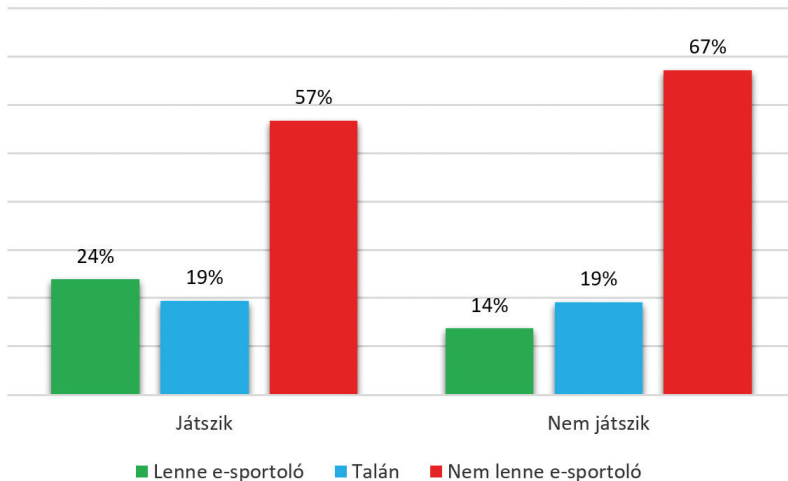
6. ábra

A rendszeres film- és sorozatfogyasztás hatása a katonaságról alkotott véleményre

Forrás: a szerző szerkesztése

Kérdőívemben felvázoltam, hogy az Amerikai Egyesült Államok hadserege úgy próbálja felkelteni a fiatalok érdeklődését a katonáskodásra, hogy saját e-sport-programokat szervez, ahol saját katonáik mint e-sportolók versenyezhetnek civilek ellen. Az „e-sportoló katonák” ugyanazt a fizetést és juttatásokat kapják, mint bárki más a hadseregben. Emellett fizetik az e-sportolók minden engedélyét, a nevezési díjakat és utazásokat, és a teljes gamerfelszerelést egyaránt. Olyan katonákat várnak, akik szolgálatukat e-sportolással töltенék. Illetve olyan civileket, akik emiatt a lehetőség

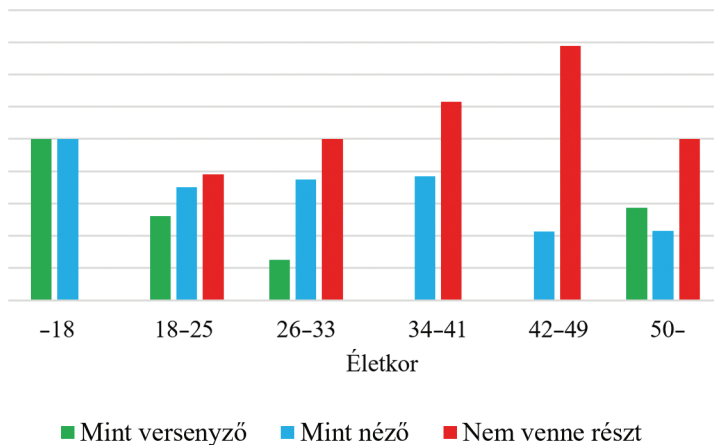
miatt belépnének a hadseregbe. Harmadik vizsgálatom arra vonatkozott, van-e összefüggés a videójátékok használata és a hasonló szakma iránti érdeklődés között (n = 140). A vizsgálat khi-négyzetének megfigyelt értéke 2,560, amelynek kétoldali szignifikanciaszintjének értéke 0,278, tehát megállapíthatjuk, hogy a két változó között az összefüggés nem szignifikáns.



7. ábra

A Magyar Honvédség által finanszírozott csapatban való részvétel kapcsolata a videójátékok használatával

Forrás: a szerző szerkesztése



8. ábra

Bármilyen e-sport-rendezvényen való részvétel és az életkor közötti kapcsolat vizsgálata

Forrás: a szerző szerkesztése

6. Összefoglalás

A katonaságra hatalmas szükség van Magyarországon, hiszen az utóbbi időben olyan új biztonsági fenyegetések jelentek meg a digitalizáció hatására (például a hibrid hadviselés),³⁴ amelyek modern, kiváló felkészültségű katonákból álló haderőt követelnek meg az országoktól. Benkő Tibor (honvédelmi miniszter) szavaival élve: „Olyan új biztonsági fenyegetések jelentek meg, amelyek befolyásolhatják és meghatározhatják a jövőben a Magyar Honvédség helyét és feladatát.”; „A katonai fenyegetettség – például a hibrid hadviselés – színtere, formája, tartalma és módszere jelentős változáson megy keresztül”, s „amely befolyásolhatja, meghatározhatja a jövőben a Magyar Honvédség helyét és feladatát.”; „figyelembe véve a biztonsági környezet változásait, a kormány úgy döntött, hogy egy modern, ütőképes, hazája iránt lojális, kiváló felkészültségű katonákból álló Magyar Honvédségre van szükség, mely biztosítani tudja Magyarországot és a magyar állampolgárok biztonságát”.³⁵

7. Tudományos eredmények

T1. Igazoltam, hogy a videójátékok hatással vannak a katonai toborzásra, igaz magyar viszonylatban még gyenge korrelációt figyelhettünk meg.

T2. Igazoltam, hogy nem mutatható ki összefüggés a film- és sorozatfogyasztók katonaságról alkotott véleménye között.

T3. Nincs összefüggés a Magyar Honvédség által finanszírozott e-sport-csapatba való bekerülési hajlandóság és a videójátékok használata között, amire talán az adhat választ, hogy az e-sport még a mai napig küzd azzal, hogy elfogadtassa magát a magyar sportvilág szemében.

T4. Igazoltam, hogy az e-sport kifejezés internetes említése döntően semleges kontextusban történik.

Felhasznált irodalom

Bányász Péter: A közösségi média szerepe a katasztrófaelhárításban a Sandy-hurrikán példáján keresztül. In Horváth Attila (szerk.): *Fejezetek a kritikus infrastruktúra védelemből: kiemelten a közlekedési alrendszer*. Budapest, Magyar Hadtudományi Társaság, 2013. 281–292. Online: <http://real.mtak.hu/94342/>

Bányász Péter: A közösségi média, mint a nyílt forrású információszerzés fontos területe. *Nemzetbiztonsági Szemle*, 3. (2015), 2. 21–36. Online: <https://doi.org/10.32561/nsz.2015.2.2>

Bányász Péter: Az ellátási lánc kiberfenyegetettsége, különös tekintettel a közlekedési alrendszer biztonságára, a szervezett bűnözés hatásai. In Csengeri János – Krajnc

³⁴ Tibor Farkas: *Communication and Information Services – NATO Requirements, Part I. Land Forces Academy Review*, 25. (2020), 4. 281–289; Tibor Farkas: *Communication and Information Services – NATO Requirements, Part II. Land Forces Academy Review*, 26. (2021), 1. 9–15.

³⁵ Révész Béla: *Magyarország biztonsági környezete szabja meg a feladatokat. Honvedelem.hu*, 2020. február 4.

- Zoltán (szerk.): *Humánvédelem – békeművelési és veszélyhelyzet-kezelési eljárások fejlesztése*. Budapest, Nemzeti Közsolgálati Egyetem, 2016. 643–673. Online: <http://real.mtak.hu/94339/>
- Bányász Péter: A közösségi média szerepe a lélektani műveletekben az elmúlt időszak válságainak tükrében. *Szakmai Szemle: A Katonai Nemzetbiztonsági Szolgálat tudományos-szakmai folyóirata*, 13. (2016), 1. 61–81.
- Bányász Péter: Social engineering and social media. *Nemzetbiztonsági Szemle*, 6. (2018), 1. 59–77. Online: <https://doi.org/10.32561/nsz.2018.1.4>
- Bederna, Zsolt – Tamás Szádeczky: Cyber Espionage through Botnets. *Security Journal*, 33. (2020), 1. 43–62. Online: <https://doi.org/10.1057/s41284-019-00194-6>
- Corbeil, Pierre: Payne, M.T.: Playing War: Military Video Games after 9/11. *The Computer Games Journal*, 8. (2019), 2. 63–34. Online: <https://doi.org/10.1007/s40869-018-0064-9>
- Farkas, Tibor: Communication and Information Services – NATO Requirements, Part I. *Land Forces Academy Review*, 25. (2020), 4. 281–289. Online: <https://doi.org/10.2478/raft-2020-0034>
- Farkas, Tibor: Communication and Information Services – NATO Requirements, Part II. *Land Forces Academy Review*, 26. (2021), 1. 9–15. Online: <https://doi.org/10.2478/raft-2021-0002>
- Farkas, Tibor – András Tóth: Electronic warfare in full spectrum operation. In Proceedings of the International Scientific Conference: *New Trends in Signal Processing*. 2012. 181–188.
- Farkas, Tibor – Hronyecz, Erika: The Infocommunication System Requirements and Analysis of the Communication of the Deployable Rapid Diagnostic Laboratory Support „Sampling Group” II. *Academic and Applied Research in Public Management Science*, 14. (2015), 1. 53–61. Online: <https://doi.org/10.32565/aarms.2015.1.5>
- Farkas Tibor – Sándor Miklós: A honvédség állandó hírhálózatának fejlesztési kérdései. *Kard és Toll*, 1. (2006), 2. 158–164. Online: <https://m2.mtmt.hu/api/publication/1809565>
- Go 'Inside Combat Rescue'. *Military.com*, 2013. február 15. Online: www.military.com/undertheradar/2013/02/go-inside-combat-rescue
- Kaempff, Sebastian: 'A Relationship of Mutual Exploitation': The Evolving Ties between the Pentagon, Hollywood, and the Commercial Gaming Sector. *Social Identities*, 25. (2019), 4. 542–558. Online: <https://doi.org/10.1080/13504630.2018.1514151>
- Lakomy, Miron: Let's Play a Video Game: Jihadi Propaganda in the World of Electronic Entertainment. *Studies in Conflict & Terrorism*, 42. (2019), 4. 383–406. Online: <https://doi.org/10.1080/1057610X.2017.1385903>
- Liebl, Matt: Lifetime Call of Duty Sales Exceed Earnings for Harry Potter and Star Wars Film Franchises. *GameZone*, 2012. november 16. Online: www.gamezone.com/news/lifetime-call-of-duty-sales-exceed-earnings-for-harry-potter-and-star-wars-film-franchises/
- Löfflmann, Georg: Hollywood, the Pentagon, and the cinematic production of national security. *Critical Studies on Security*, 1. (2013), 3. 280–294. Online: <https://doi.org/10.1080/21624887.2013.820015>

- Orvis, Karin A.: Are Soldiers Gamers? Videogame Usage among Soldiers and Implications for the Effective Use of Serious Videogames for Military Training. *Military Psychology*, 22. (2010), 2. 143–157. Online: <https://doi.org/10.1080/08995600903417225>
- Révész Béla: Magyarország biztonsági környezete szabja meg a feladatokat. *Honvedelem.hu*, 2020. február 4. Online: <https://honvedelem.hu/hirek/hazai-hirek/magyarorszag-biztonsagi-kornyezeke-szabja-meg-a-feladatokat.html>
- Robinson, Nick: Military Videogames. *The RUSI Journal*, 164. (2019), 4. 10–21. Online: <https://doi.org/10.1080/03071847.2019.1659607>
- Sanneh, Kelefa: The Rise and Rise of Reality Television. *The New Yorker*, 2011. május 9. Online: www.newyorker.com/magazine/2011/05/09/the-reality-principle
- SuperData: 2018 Year in Review (2019. január). Online: https://adindex.ru/files2/access/2019_01/230617_SuperData%202018%20Year%20in%20Review.pdf
- Szádeczky Tamás: E-kormányzati szolgáltatások kommunikációbiztonsága. *Hadmérnök*, 12. (2017), 2. 280–289. Online: <https://doi.org/10.32567/hm.2017.2.23>
- Szádeczky Tamás: Enhanced Functionality Brings New Privacy and Security Issues – An Analysis of eID. *Masaryk University Journal of Law and Technology*, 12. (2018), 1. 3–28. Online: <https://doi.org/10.5817/MUJLT2018-1-1>
- Szádeczky, Tamás: Governmental Regulation of Cybersecurity in the EU and Hungary after 2000. *Academic and Applied Research in Public Management Science*, 19. (2020), 1. 83–93. Online: <https://doi.org/10.32565/aarms.2020.1.7>
- Tóth András: A NATO kommunikációs rendszerének elméleti és gyakorlati vizsgálata. In Fekete Károly (szerk.): *Kommunikáció 2014*. Budapest, Nemzeti Közszolgálati Egyetem, 2014. 65–76.
- Tóth András: International Information Security in Hungary. In Ivan Majchút – Vladimír Andrassy – Štefan Ganoczy – Michal Hrnčiar – Ondrej Kredatus – Gabriela Kredatusová – Jakub Sasarák – Juraj Šimko – Jaroslav Varecha – Lubomír Belan – Stanislav Morong (szerk.): *National and International Security 2017*. Liptovsky Mikulas, Akadémia ozbrojených síl generála Milana Rastislava Štefánika, 2017. 548–557.”
- Tóth, András: Information-Sharing Challenges and Issues in Multinational Operations, Part 1. *Land Forces Academy Review*, 25. (2020), 4. 307–316. Online: <https://doi.org/10.2478/raft-2020-0037>
- Tóth András: Internet of Things Traps in National and International Cyber-Security Solutions. In Peter Spilý (szerk.): *Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie: Národná a medzinárodná bezpečnosť 2020*. Liptovsky Mikulas, Akadémia ozbrojených síl generála Milana Rastislava Štefánika, 2020. 468–475.
- Tóth, András: Information-Sharing Challenges and Issues in Multinational Operations, Part 2. *Land Forces Academy Review*, 26. (2021), 1. 22–30. Online: <https://doi.org/10.2478/raft-2021-0004>