

This is an electronic reprint of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Kävitkö ottelussa, miltä kuulosti?

Ahlsved, Kaj

Published in:
Liikunta ja tiede

Published: 01/01/2014

[Link to publication](#)

Please cite the original version:

Ahlsved, K. (2014). Kävitkö ottelussa, miltä kuulosti? *Liikunta ja tiede*, 51(1), 26–30.
<http://www.lts.fi/julkaisut/liikunta-ja-tiede/julkaisut/liikunta-ja-tiede/2014/1/artikkelit/k%C3%A4vitk%C3%B6-ottelussa-milt%C3%A4-ku>

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



Teksti: KAJ AHL SVED
Käännös: LEENA NIEMINEN

Kävitkö ottelussa, miltä kuulosti?

Kuulemallamme musiikilla, yleisön ja kentän äänillä on tärkeä rooli urheilutapahtumissa. Ne muovaavat tunnelmaa ja ottelukokemustamme. Jokaisella lajilla on myös oma kannatuskulttuurinsa ja äänimaisemansa.

Vaikka yleisö ei aina tietoisesti kuuntelisi-kaan, se hahmottaa miten erilaiset äänimaisemat vaikuttavat tapaan, jolla katsoji-en odotetaan käyttäytyvän ja osallistuvan tapahtumaan äänellään. Joissakin lajeissa – kuten tenniksessä, golfissa ja



Kuva: LEHTIKUVA/RONI REKOMAA

biljardissa – äänimaisema on perinteisesti hyvin hiljainen. Jääkiekossa ja jalkapallossa se taas on varsin äänekäs.

Useat lajit luottavat nauhoitetun musiikin tehoon tunnelman luoja. Vaikka musiikin soittaminen urheilutapahtumissa ei ole uusi ilmiö – esimerkiksi Pietarsaareissa ja Kokkolassa vanhat jalkapallofanit muistavat jopa FF Jaron edeltäjän IF Drottin tai GBK:n otteluissa 1950- ja 60-luvuilla soitettujen kappaleiden nimet – nykyisin luotetaan yhä enemmän nauhoitettuun musiikkiin. ”Levyttä” soitettu musiikki on monissa lajeissa kaikkialla läsnä oleva, olennainen osa urheilutapahtumaa. Suurin osa katsojista ei luultavasti kuitenkaan huomaa peleissä tai kisoissa soivan musiikin suurta määrää. Pääsylippuahan ei ole ostatettu musiikin kuuntelemiseksi.

Vaikka urheilu onkin merkittävä osa monen arkielämää, urheilun äänimaisemia ei ole juurikaan tutkittu. Kun niitä on sivuttu, näkökulmana on ollut

fanien tuottama äänimaailma (Back 2003, Kytö 2011, Tuovinen 2007). Muutamat tutkijat ovat käsitelleet nauhoitetun musiikin käyttöä urheilutapahtumissa (McLeod 2006; 2011, Oriard 1981, Bale 1994), mutta yleensä fanien ”musiikin” ja kaiuttimista soitettun nauhoitetun musiikin erottelu on ollut epäselvä. Kannattajajoukon laulamalla omalla versiolla kappaleesta ”Go West” ja tapahtuman DJ:n soittaman levytetyn version välillä on luonnollisesti huima ero. On oleellista erottaa fanien laulaminen ja tapahtuman järjestäjien soittama musiikki puhuttaessa urheilun äänimaisemista. Yhtä tärkeää on tutkia nauhoitetun musiikin suhdetta äänimaiseman kokonaisuuteen.

Mikä sitten on äänimaisema ja mikä on sen suhde urheilun tuottamiin ääniin? Barry Truax (1984, 9–10) toteaa R. Murray Schaferin (1994/[1977]) äänimaisemakonseptiin viitaten, että kuulija on aina läsnä äänimaisemassa. Ei pelkästään kuuntelijana vaan myös ääntä tuottavana. Truax ja Schafer käyttävät termiä hi-fi kuvaamaan ympäristöjä, joissa äänet voi kuulla selkeästi. Usein kaupunkimaisissa lo-fi ympäristöissä taas on enemmän äänen päällekkäisyyttä. Kun ääniympäristö on tasapainoinen (hi-fi) äänen, kuuntelijan ja ympäristön välillä välittyy enemmän tietoa. Kuuntelija on vuorovaikutuksessa kahden muun komponentin kanssa.

Hi-fi ja lo-fi käsitteiden avulla on mahdollista ymmärtää urheilutapahtuman äänellisten avainelementtien – pelaajien, yleisön ja järjestäjien (yleensä ottelun DJ) – keskinäiset valtasuhteet ja joukkuelajien ottelutapahtumissa nykyisin yhä hallitsevamman nauhoitetun musiikin rooli. Käytän seuraavassa esimerkkejä suomalaisen jalkapallon, pesäpallon ja jääkiekon otteluista ja jäljitän tapoja, joilla yksittäisen ottelun äänellistä tasapainoa voidaan muuttaa tunnelman muovaamiseksi ja joskus jopa pelin lopputulokseen vaikuttamiseksi. Sekä hi-fi että lo-fi ympäristöt vaikuttavat yleisöjen haluun ja kykyyn antaa osansa tapahtuman äänimaailmaan.

Jalkapallo ja yleisön ääni

Euroopassa jalkapalloon yhdistetään yleisesti kannatuslaulut, kuten Les Back toteaa artikkelissaan ”Sounds in the Crowd.” Ilman yleisöstä lähteviä ääniä jalkapallon äänimaisema olisi enemmän hi-fi, se paljastaisi selvemmin itse jalkapallon pelaamisen perusääniä; esimerkiksi pallon potkaisemisen ääniä sekä pelaajien, valmentajien ja katsojien yksittäisiä huutoja. Selkeä hi-fi äänimaisema, joka mahdollistaa äänen ja siihen liittyvän informaation kuulumisen selkeästi, voi toisinaan olla toivottavaa, mutta kotijoukkueen kannalta katsottuna sillä ei luoda hyvää ottelutunnelmaa. Vaikka nauhoitetun musiikin käyttö yleisön aktivoimiseksi ja innostamiseksi ennen vapaa- tai kulmapotkuja ei ole kiellettyä, se rikkoisi pelin kirjoittamattomia sääntöjä. Tunnelman luominen on yleisön vastuulla.

Eurooppalaiseen jalkapalloon stereotyyppisesti yhdistettyä, ja television kautta välittyvää äänimaisemaa ei Suomessa esiinny, paitsi ehkä Huuhkajien kotiotteluissa. Keskimääräinen jalkapalloyleisö on ”varsin maltillinen” ja yleisön ja faniryhmien välinen

ero on siksi suuri, totesi Veikkausliigan toimitusjohtaja **Timo Marjamaa** (henkilökohtainen haastattelu 14.11.2012). Hän huomautti myös, että tapahtuman onnistuminen ei riipu vain pelaajista tai ottelusta. Myös yleisö voi omalla panoksellaan tehdä tapahtumasta onnistuneemman, iloisemman ja elävemmän.

Muusikin ja äänimaisemien tutkijana haluan korostaa yleisön roolia jalkapallon äänimaiseman ja tunnelman luomisessa. **Gaffney ja Bale** (2004, 30) ovat todenneet, että katsomokokemusten tunnelmanousee kollektiivisesti tuotetusta äänestä. He tähdentävät, että ellei yleisö voi täyttää kenttää ja katsomoa äänellä, esimerkiksi jos areena on liian suuri, ”ääntä täydeltä tuntuvan tilan tunteen puuttuminen voi saada katsomon tuntumaan tyhjältä.” Tyhjät paikat katsomossa voivat vaikuttaa tunnelmaan kielteisesti kaikissa urheilulajeissa. Tämä vaikuttaa ottelukokemukseen, siihen miten ”yleisö näkee ja kokee itsensä” sekä siihen, miten yleisö kokee oman äänensä, tunnelman jonka se luo (**Gaffney ja Bale** 2004, 28). Suomessa juoksuratojen ympäröimillä kentillä yhteys paitsi kentän tapahtumiin myös kentän toisen laidan yleisöön heikkenee.

Äänitetyn musiikin käyttöä välttävä käytäntö alistaa jalkapallon äänimaiseman hiljaisuudelle. Hiljainen, passiivinen yleisö voi heijastaa esimerkiksi joukkueen suoritusta kentällä tai yleistä kiinnostuksen puuttumista. Järjestäytyneet kannattajaryhmät voivat ilmaista tyytymättömyyttään olemalla laulamatta tai jopa tulematta paikalle. Nämä mielenosoitukset kohdistuvat harvoin pelaajiin. Saksalaisten fanien protesti *Ohne Stimme keine Stimmung* joulukuussa 2012 oli valtava manifesti. Kahden Saksan korkeimman sarjatason seurojen fanit korostivat rooliaan otteluiden tunnelman luoja ja oikeuttaan osallistua turvamaäräyksistä käytävään keskusteluun 12 minuutin ja 12 sekunnin hiljaisuudella (**Timmons** 2012). Veikkaaja-lehden artikkelissa **Johanna Nordling** (2013, 20–25) kuvasi, kuinka Borussia Dortmundin stadionin Signal Iduna Parkin valtasi outo hiljainen mumina, kun 80 000 katsojaa yritti olla kannustamatta.

Suomessa jalkapallokulttuuriin kuuluvia ääniä ja lauluja on tutkittu olettaen, että paikalla on hurraavia kannattajia sekä toivon mukaan myös vierailevan joukkueen ”huutosakki”. Näin ei aina ole. Kotijoukkueen näkökulmasta liian hiljaista stadionia ei ole yleensä koettu myönteisenä äänimaisemana. Joukkueitten kommunikaation kuuluminen kentältä katsomoihin voi olla kiinnostavaa, mutta sitä ei to-

dennäköisesti koettaisi hyväksi tunnelmaksi. Vierailleva joukkue ja heidän kannattajansa taas voivat olla hiljaiseen tai oikeastaan ”hiljennettyyn” yleisöön hyvin tyytyväisiä.

Pesäpallo ja taktinen äänenpito

Toisin kuin jalkapallossa, joukkueitten kommunikaation jatkuva kuuntelu on pesäpallon ottelukokemuksen tärkeä osa. Pesäpallon ja baseballin merkittävä ero on pystysyöttö. Pallon lyöminen sekä sen lennon pituuden ja suunnan kontrollointi on helpompaa. Tämä tekee pesäpallon sisäkenttäpelistä vaihtelevampaa, nopeampaa ja antaa pelille enemmän taktisia ulottuvuuksia kuin baseballissa. Ulkokentällä pelaava joukkue joutuu vastaamaan lyöjän valintoihin ja pelistä muodostuu henkien taistelu. Syöttökaarella seisovien pelaajien välinen jatkuva kommunikaatio vaikuttaa pesäpallon äänimaisemaan. Katsojien täytyy virittäytyä seuraamaan sitä, mikäli he haluavat saada enemmän irti ottelukokemuksestaan.

Vimpelin Vedon miesten joukkueella on aktiivinen ja asiantunteva kannattajajoukko. Asukkaita paikkakunnalla on vain noin 3 200. Vedon otteluissa yleisöä taas oli vuonna 2012 keskimäärin 2 087. Vedon pelaaja **Mikko Rantalahti** kertoi sanomalehti Ilkan haastattelussa (5.9.2013), että kun yleisö on hyvin äänekäs vierailevan joukkueen taktiset ”väärä” -huudot eivät kuulu kenttäpelaajille asti. Yleisön yhtenäiset huudot tekevät äänimaisemasta enemmän lo-fi -tyyppisen, mikä vaikeuttaa vierailevan joukkueen keskinäistä kommunikaatiota. Yleisö ei häiritse pelkästään lyöjän keskittymistä, vaan myös vierailevan joukkueen pelaajien keskinäistä kommunikaatiota syöttökaarella.

Taktista melunpitoa, jonka tarkoituksena on häiritä tai häiritä vastustajan keskittymistä kuullaan jossain muodossa käytännöllisesti katsoen jokaisessa urheilutapahtumassa. Eräs varsin nokkela esimerkki tällaisesta on peräisin HIFK:n ja Töölön Vesan legendaarisesta uusintaottelusta vuodelta 1967. Silloinen HIFK:n jääkiekkojaoston puheenjohtaja **Göran Stubb** piti huolen siitä, että kaikki liput Töölön Vesan vaihtoaition takana oleville paikoille myytiin HIFK:n kannattajille. Kirjassaan näiden joukkueiden välisen symbioosin ja kilpailun kehittymisestä kirjailija **Mika Wickström** (2012, 17) kuvaa kuinka ”... mekkala vaihtoaition takana oli niin hirmuinen,

Äänitapahtumien määrä otteluissa näyttää kasvavan. TPS ja eräs yhteistyökumppani ideoivat hiljattain mahdollisuuden ostaa hiljaisuutta ja lahjoittaa se kannattajaryhmille. Videotaululla annettiin tieto, milloin musiikkitapahtumista vapaa hetki oli tulossa ja näin kannattajat saivat äänensä kuuluviin.

Musiikkia käytetään yleisön aktivoimiseen, mutta myös kotijoukkueen kannattajien koordinoimisen. Järjestäytyneet kannattajaryhmät voivat ilmaista tyytymättömyyttään olemalla laulamatta.

etteivät Vesan valmentaja, taustajoukot ja pelaajat kuulleet edes omia ajatuksiaan.”

Taktisen melunpidon perinnettä on, ennen kuulokkeiden käyttöä, esiintynyt myös amerikkalaisessa jalkapallossa. Yleisö on melullaan pyrkinyt tekemään vierailijoiden keskinäisen sanallisen viestinnän mahdolltomaksi. **Matthew M. Mihalkan** (2012, 44) väitöstudiumin mukaan yleisön melua ei baseballissa pidetä samalla tavalla vaikuttavana, sillä peliohjeet välitetään käsimerkein.

Vedon otteluissa yleisö luo äänellään tunnelmaa samoin kuin jalkapallossa. Kun kotijoukkue on sisävuorossa, yleisö yhtyy rytmikkääseen taputukseen, jota ei ole koordinoitu soittamalla musiikkia. Vedon toiminnanjohtaja **Jukka-Pekka Kujala** on vastuussa kotiotteluissa soitetusta musiikista. Hän totesi, että tunnelma otteluissa on niin hyvä, ettei musiikillisille ”tehosteille” ole tarvetta. Hän epäili myös, ettei yleisö reagoisi myönteisesti, jos musiikkia käytettäisiin sen aktivoimiseksi (henkilökohtainen haastattelu 11.12.2012).

Saarikentällä musiikkia kuullaan vain ennen pelin alkua, lämmittelyn tai taukojen aikana. Kujala ei myöskään soita musiikkia vierasjoukkueen lyöntivuorojen aikana, koska sitä voidaan hänen mukaansa pitää jossain määrin häiriköintimusiikkina. Järjestäjien taholta molempia joukkueita kohdellaan näin tasapuolisesti. Kun kotiyleisö kehittää huutomyrskyn, johon vierasjoukkueen taktiset huudot häipyvät ja tekee äänimaisemasta enemmän lo-fi -tyyppisen sitä pidetään kotikenttätunnetuna. Tässä yhteydessä lo-fi ei viittaa teknologiaan ja nauhoitetun musiikin soittamiseen vaan yleisön ääniin.

Vedon kotikentän äänimaisemakulttuurista poiketen yhä useammat pesäpallojoukkueet ovat alkaneet soittaa musiikkia myös itse pelin aikana. Musiikkia käytetään yleisön aktivoimiseen, mutta myös kotijoukkueen kannattajien koordinoimiseen. Musiikkia ei käytetä vain kotijoukkueen ollessa lyömässä vaan myös vierasjoukkueen lyöntivuorossa. Joukkueet voivat käyttää lauluja vitsailuun vierasjoukkueen kustannuksella. Miten musiikin lisääminen näissä avaintilanteissa sitten tulkitaankin, sen käyttö muo- vaa samalla autenttista pesäpallokokemusta.

Huumori voi luonnollisesti antaa lisäarvoa otte- lukokemukseksi, mutta kun yleisö kuuntelee vieras- joukkueen keskustelua sellaisen kappaleiden kuin ”Älä tyri nyt” tai ”Ota löysin rantein” soidessa tautalla voi olla kyseenalaista kohdellaanko joukkueita tasapuolisesti ottelun äänimaisemassa. Vaikka tarkoitus olisi enemmän tai vähemmän viaton musiikin käyttö heikentää kommunikaatiota äänimaisemassa. DJ:n musiikkivalinnoilla välittävät viestit voivat myös olla räväkämpää, kuin mitä ottelun juontajalta sallittaisiin, mutta musiikin osana ne saatetaan ehkä

kokea viihdearvoa lisäävinä.

Nauhoitetun musiikin käyttö yleistyy monissa lajeissa. Siksi on syytä kiinnittää huomiota käytän- töihin ja luoda sääntöjä. **Mihalkanin** (2012, 50) mu- kaan tiukimmat musiikin käyttöä peleissä koskevat säännöt löytyvät tällä hetkellä baseballin pääliigasta Yhdysvalloista.

Jääkiekko ja tulevaisuuden äänimaisema

Jääkiekossa ei enää ole kyse siitä soitetaanko mu- siikkia vai ei, vaan mikä musiikki sopii parhaiten kuhunkin tilanteeseen. Lajin säännöissä on muuta- mia musiikin käyttöä koskevia kohtia. Jalkapallon tapaan jääkiekossa kannattajien huutosakeilla on omat paikkansa katsomossa, usein kaarteissa maali- en takana.

Ikonisten maalilaulujen tai kollektiivisesti hyväk- sytyjen joukkuehymnien laulamista lukuun otta- matta huutosakit laulavat harvoin mukana ottelun muussa musiikissa. Yhä medialisempaan urheiluun siirtyminen on viemässä äänen tuottamisen tasapai- noa kohti järjestäjiä. Otteluiden äänimaisema sisältää runsaasti äänitapahtumia, jotka rakentuvat nauhoi- tetusta musiikista, videoista, mainoksista jne. Niiden tarkoitus on viihdyttää yleisöä pelin taukojen aikana. Tämä äänen tuottamisen tasapainon siirtyminen voi muovata myös yleisön kokemusta lajista. Yleisön odotetaan nyt reagoivan paitsi itse pelitapahtumiin myös ottelussa soitettavaan musiikkiin.

Äänitapahtumien määrä otteluissa näyttää vain kasvavan. TPS ja eräs sen pitkäaikainen yhteistyö- kumppani ideoivat hiljattain mahdollisuuden ostaa hiljaisuutta ja lahjoittaa se kannattajaryhmille. Yhteistyökumppani lahjoitti järjestäjien ja kannattaji- en käyttöön myös radiopuhelimia (http://hc.tps.fi/ uutiset-uutisarkisto-syksy_2012-vmp_group_luo- vutti_oman_mainosaikansa_tpsn_kannattajille_lu- ettu_28.1.2014). Radiopuhelimella ja videotaululla annettiin tieto, milloin musiikkitapahtumista vapaa hetki oli tulossa ja näin kannattajat saivat äänensä kuuluviin.

Tämä muo- vaa otteluiden äänimaisemaa. Se tuo muidenkin kuin järjestäjien tuottaman äänen parem- min kuuluville. Äänimaisemasta tulee jälleen hi-fi ja kannattajien vuorovaikutus ympäristön kanssa para- nee. Samalla se korostaa kannattajien tärkeää roolia hyvää tunnelmaa luovien äänielementtien tuottajina. Se myös osoittaa kuinka jääkiekko-otteluiden ääni- maisema on nykyisin tiiviisti yhteydessä äänentois- toteknologiaan. Suuri osa kannattajien panoksesta voi myös jäädä musiikin varjoon.

Kannattajaryhmillä on tärkeä rooli merkitykselli- sen äänen ja hyvän tunnelman tuottamisessa. Siksi

onkin paradoksaalista, että suuri osa heidän aktiivisuudestaan jää nauhalta soitetun musiikin varjoon. John Bale (1994, 141) on kirjoittanut, että ”täysin modernisoitu urheilu tulee muuttamaan stadionien ja areenoiden äänimaiseman luonteen” ja että ”sähköisesti vahvistettu ääni tulee lisääntymään ja vähentää siten yleisön laulujen ja sävelmien spontaanisuutta”. Edellä oleva esimerkki jääkiekosta suunniteltuine rituaaleineen vahvistaa toteamuksen.

Omat laulut osa brändiä

Stadioneiden musiikkia ei voi käsitellä ottamatta lyhyesti esille nauhoitettuja kannustuslauluja. ”Kanonisoituja” kollektiivisesti hyväksytyjä kannustuslauluja käytetään joukkueissa paikallisen identiteetin vahvistamiseen. Niitä soitetaan usein strategisina hetkinä, esimerkiksi joukkueiden esiinmarssissa tai kotijoukkueen tehtyä maalin.

Lauluja käytetään innostamaan ja luomaan jännitettä. Ne voivat myös muodostaa tärkeän osan joukkueen brändistä. Monet TPS:n jääkiekkokannattajat eivät voisi kuvitella joukkueen ottelua ilman ”Hunajata” tai ”Tepsi tekee kohta maalin” kannustuslaulua.

Vimpelin Vedon kannattajat todennäköisesti protestoivat, jos Veto muuttaisi ottelun alkaessa soitetavan ”Die Alte Kameraden” joksikin muuksi. FF Jaro käyttää myös kyseistä sävelmää osana aloitusseremonioita, vaikka nuorimmat kannattajat eivät ehkä hahmotakaan sitä kunnianosoituksena vanhemmille pelaajasukupolville.

Vaikka nämä laulut ovat kannattajille erittäin tärkeitä esimerkiksi jääkiekossa tai salibandyssä voidaan otteluissa lisäksi soittaa jopa 60 muutakin kappaletta. Oikean kappaleen valinta eri tilanteita varten on tärkeää. Niillä viihdytetään, mutta myös aktivoidaan yleisöä tuottamaan enemmän ääntä.

Twitter, Spotify ja kannattajat äänimaiseman arkkitehteinä

Kuten Truax toteaa, kuulija ei ole vain kuuntelija vaan myös äänen tuottaja. Yhä yleisempi tapa nivoa kannattajat äänimaiseman rakentamiseen, vaikuttamaan siihen mitä ottelussa soitetaan, on mahdollistaa vuorovaikutus ottelun DJ:n kanssa esimerkiksi twitterin välityksellä. Nauhoitetun musiikin ja muiden äänitapahtumien määrän kasvaessa se antaa myös mahdollisuuden tunnistaa äänimaiseman luomisen valtasuhteet. Yleisöllä on mahdollisuus ehdottaa sopivaa musiikkia DJ:lle.

USA:ssa jääkiekko-otteluissa on pitkä perinne vahvasti vuorovaikutteisesta urkumusiikin soittamisesta ja soittajista. Pohjois-amerikkalaiset DJ:t eivät ehkä siksi ole niin anonyymejä kuin suomalaiset. Jotkut joukkueet etenkin NHL:ssä antavat myös tietoa kulloinkin soitettavasta musiikista. Carolina Hurricanes esimerkiksi tuottaa faneille Spotify -soittolistoja

areenalla soitettavasta musiikista internetsivuillaan. Seuran nettisivuston mukaan ”soittolista mahdollista sen, että äänikokemuksen ottelun paikanpäällä seuraamisesta voi viedä kotiin PNC Areenalta”.

Äänillä on merkittävä rooli urheilun kokemisessa ja tunnelman luomisessa. Yleisölle äänen tuottaminen on tapa osallistua. Musiikin käytön lisääntyessä on kuitenkin tarpeen tunnistaa musiikin soittamisen taustalla olevat syyt. Tämä ei luonnollisestikaan tarkoita, että teknologia tai DJ:t pitäisi poistaa areenoilta. Sen sijaan, että järjestäjät pohtivat mitä musiikkia missäkin tilanteessa soitetaan, olisi syytä tiedostaa myös miksi musiikkia soitetaan ja miten se vaikuttaa äänimaisemaan, tunnelmaan ja ottelukokemukseen kokonaisuutena.

KAJ AHLSEVED, FM

Tohtoriopiskelija

Åbo Akademi, musiikkitiede

Sähköposti: kahlsved@abo.fi

Kirjoittaja on valmistelemassa artikkeliväitöskirjaa aramme musiikista ja erityisesti siitä miten nauhoitettua musiikkia käytetään eri urheilutapahtumissa.

LÄHTEET:

Ahlsved, K. 2013. ”Det är hemmaplansfavör!” Strukturerna i tre sporters ljudlandskap studerade ur ett hi-fi/lo-fi-perspektiv. Suomen etnomusikologinen seura, Helsinki. Etnomusikologian vuosikirja 2013.

Back, L. 2003. Sounds in the Crowd. Teoksessa: The Auditory Culture Reader. M. Bull & L. Back (toim.) Oxford: Berg. 311–327.

Bale, J. 1994. Landscapes of modern sport. Leicester: Leicester University Press Carolina Hurricanes. <http://hurricanes.nhl.com/club/page.htm?id=92523> (luettu: 9.1.2014)

Gaffney, C. & Bale, J. 2004. Sensing the Stadium. Teoksessa: Sites of Sport. Space, Place, Experience. P. Vertinsky & J. Bale (toim.) Routledge: London and New York. HC TPS. 2012. ”VMP Group luovutti oman mainosaikansa TPS:n kannattajille”. http://hc.tps.fi/uutiset-uutisarkisto-syky_2012-vmp_group_luovutti_oman_mainosaikansa_tpsn_kannattajille (luettu 28.1.2014) Ilkka 5.9.2013. <http://www.ilkka.fi/urheilu/saarikentan-yleison-apu-voi-olla-ratkaisu-1.1457202> (Luettu 6.9.2013)

Kytö, M. 2011. We are the rebellious voice of the terraces, we are Carsi: constructing a football supporter group through sound. Soccer and Society, 12 (1), 77–93.

McLeod, K. 2006. ”We are the Champions”: Masculinities, Sports and Popular Culture. Popular Music and Society, 29 (5), 531–547.

McLeod, K. 2011. We are the Champions: The Politics of Sports and Popular Music. Ashgate.

Mihalka, M. 2012. From the Hammond Organ to ”Sweet Caroline”: the Historical Evolution of Baseballs Sonic Environment. University of Minnesota. Väitöskirja.

Nordling, J. 2013. Väkivallan uhka. Veikkaaja 3/2013

Oriard, M. 1981. Professional football as cultural myth. Journal of American Culture 4 (3), 27–41

Schafer, R.M. 1994/[1977]. The Tuning of the World. Vermont: Destiny Books

Timmons, T. 2013. Pockets of Resistance – The 12:12 Protests in the Bundesliga. <http://bundesligafanatic.com/pockets-of-resistance-the-1212-protests-in-the-bundesliga/> (Luettu 3.1.2014)

Truax, B. 1984. Acoustic Communication. Ablex Publishing Corporation.

Tuovinen, P. 2007. Fanilaulut jalkapallokannattajien identiteetin rakentajana. Musiikki, 37 (3), 7–32.

Wickström, M. 2012. HIFK-Jokerit. Taistelu Helsingin herruudesta. Helsinki: Tammi