

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

---

## Musik, ishockeylejon och konstruerandet av en nationell gemenskap.

Ahlsved, Kaj

*Published in:*  
Musiikki

Published: 01/01/2016

*Document Version*  
Final published version

[Link to publication](#)

*Please cite the original version:*

Ahlsved, K. (2016). Musik, ishockeylejon och konstruerandet av en nationell gemenskap. *Musiikki*, (1), 13–37.  
<https://musiikki.journal.fi/article/view/97142>

### 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.

# Musik, ishockeylejon och konstruerandet av en nationell gemenskap<sup>1</sup>

Kaj Ahlsved



Ett av de allra säkraste värtecknen i Finland är herrarnas världsmästerskapsturnering i ishockey. Ishockey är Finlands populäraste idrottsgren (Sponsor Navigator tutkimus 2015) och herrarnas ishockey-VM har blivit något av den finländska ishockeysäsongens kulmen där de avgörande matcherna samlar stora mängder människor framför tv-apparaterna (Finnpanel 2014). Denna årliga ishockeykarneval får finländare att komma samman på ett sätt som inget annat sport- eller musikevenemang i Finland kommer i närheten av. Mediers roll i att skapa samhörighet har lyfts fram av medieforskarna Janne Seppänen och Esa Väliverronen (2012, 68) vilka har påpekat att massmedier har en viktig roll i skapandet av föreställda gemenskaper eftersom de knyter samman individer och erbjuder människor möjlighet att bli delaktiga i en symbolisk verklighet.

Samtidigt innebär detta att de olika identiteter, sammanslutningar, lag och föreningar som spelare och supportrar identifierar sig med under vinterhalvåret nu kompletteras med en gemensam, nationell identitet med sina egna representativa symboler, en identitet vars värderingar man nu på en symbolnivå sluter upp kring och kämpar för. Intresset för Finlands herrlandslag i ishockey, de så kallade "Lejonen"<sup>2</sup>, förenar en stor del av Finlands befolkning och jag ser landslaget som en representant för en *föreställd gemenskap* (Anderson 1992). Enligt statsvetaren Benedict Anderson (1992, 21) är de flesta gemenskaper föreställda, vilket innebär att man inte behöver känna eller ha träffat alla medlemmarna för att kunna känna delaktighet i gemenskapen. Den här tanken är en illustrativ utgångspunkt när jag forskar i VM-ishockeykulturen i Finland samt hur lejonidentiteten, i synnerhet med hjälp av medier, aktualiseras varje vår.

Ett landslag behöver dock inte föreställas eftersom dess medlemmar till och med är namngivna, vilket bland annat historikern Eric Hobsbawm (1990, 143) har påpekat. Hobsbawm konstaterar också att även den som hejar, alltså utövar ett aktivt supporterskap, kan bli en symbol för nationen. Supporterkultur som

<sup>1</sup> Artikeln har möjliggjorts med finansiering från bl.a. Svensk-Österbottniska Samfundet och Suomen Kulttuurirahasto.

<sup>2</sup> I den här artikeln använder jag det vedertagna begreppet "Lejonen" när jag syftar på det finska herrlandslaget i ishockey. Det finska herrlandslaget spelade för första gången med Finlands vapens lejonsymbol på tröjan i februari 1948. Journalister namngav snabbt laget "de lejonbröstade" ("Leijonarinnat"), vilket snart förkortades till Lejonen ("Leijonat"). (Koivuniemi 2016.) Idag används även "Lejonen" som ett samlande begrepp för ishockeyförbundets landslagsverksamhet men ofta tillskrivs de olika landslagen förtydligande förleder, exempelvis "Juniorlejonen", "Damlejonen" eller "Flicklejonen".

en aktivitet där den gemensamma identiteten uttrycks med kollektivt accepterade symboler, knyter samman människor till en större gemenskap. Sociologen Joseph Maguire m.fl. (2002, 137–138) ser sport, i sin bredaste bemärkelse, som ett av de största uttrycken för föreställda gemenskaper och symbolerna, flaggorna, supportrarnas sånger, t-skjortor och musik som olika uttrycksformer. Av dessa uttrycksformer koncentrerar jag mig i den här artikeln på musikanvändningen i anknytning till Lejonen och alldeles speciellt i samband med ishockey-VM.

## Forskningsobjekt, material och metoder

Lejonen tillskrivs ny musik varje år när VM-turneringen nalkas och kamplusten ska stärkas. Detta påminner om det sätt på vilket nationalism i etablerade stater enligt socialpsykolog Michael Billig (1995, 5) verkar välla in från periferin och i kristider upplevs som en tillfällig stämning. Ordet nationalism förknippas med sociala rörelser som strävar efter att rita om existerande territoriella gränser och därför utmanar status quo. Billig påpekar att "nationalism" identifierat som ett problem är något som tar plats "där" i periferin, inte "här" i centrum. Billig menar dock att det inte är kriserna som skapar nationalstater, nationerna reproduceras dagligen och i vardagen. (1995, 5–6.) Flaggan utanför officiella byggnader väcker ingen större uppmärksamhet och är inget problem. För denna vardagliga "flaggning av nationen" samt de ideologiska beteenden genom vilka "vår" nation reproduceras som nation i vardagen har Billig (1995, 6) myntat begreppet *banal nationalism*. Banal ska i detta sammanhang förstås som vardaglig.

Ishockey-VM erbjuder ett vardagssammanhang i vilket nationer drar ut i ett symboliskt krig mot varandra. Trots att känslorna svallar både på isen och i hemmen ritas inga territoriella gränser om efter att segraren har utsetts; däremot bidrar ishockey-VM till att reproducera de deltagande lagen som nationer. Sportens cykliska natur med säsonger och återkommande turneringar bidrar till att göra sport, men också nationen, till en del av vardagen och samtalsämnen kring kaffeborden. Denna vardaglighet och förutsägbarhet skiljer sig från den "heta" (Billig 1995, 43–46) nationalistiska passion som, resulterat av sociala och extrema rörelser, så att säga "bryter ut".

Mitt intresse för musikkulturen kring Lejonen tar avstamp i det faktum att det är en vardaglig manifestation av nationen. I linje med Billigs (1995, 8) resonemang ser jag nationell identitet något som ska sökas i vardagliga rutiner. Denna vardagliga repetition av det nationella ska inte förknippas med någon urfinsk essens, utan faller tillbaka på tanken om finländskhet som socialt konstruerad, ett *kulturellt representationssystem* (Hall 1999, 46) som bidrar till idén om nationen.

Utgående från det här teoretiska perspektivet kommer jag att studera Lejonens musik som en form av banal nationalism som bidrar till konstruerandet av ett "vi", en föreställd gemenskap som ska drabba samman med andra ishockey-

nationer. Jag strävar efter att studera fonogram i sin sociala kontext och frågar mig hur nationalism konstrueras genom musik i samband med VM-ishockey i Finland. Vilken musik kopplas samman med ishockeynationalism och hur sker det? Vilka betydelser tillskrivs musiken och av vem? Vilken roll har medierna i denna musikaliska konstruktion av finländskhet samt vilken betydelse har förändringarna i mediestrukturerna haft för processerna?

Jag har urskilt olika kategorier av processer genom vilka nationen kan föreställas musikaliskt i en Lejon-kontext. Dessa kommer att behandlas i separata kapitel och inkluderar (1) nationalsången och etablerade fosterländska kompositioner av ceremoniell natur, vilka ställs i kontrast till musikstycken av icke-ceremoniell karaktär. Dessa icke-ceremoniella musikstycken kan delas in i (2) officiella VM-låtar, (3) musik som kommit att representera Lejonen genom medieanvändning samt (4) inofficiella låtar producerade utanför den kommersiella medieindustrifären. I VM-sammanhang bidrar alla dessa olika typer av musik till att skapa en föreställd gemenskap, en finländsk lejonidentitet som gör nationen Finland närvarande i vardagen.

Medias roll går som en röd tråd genom hela artikeln, vilket gör det möjligt att studera medievärldens förändring och hur massmediala distributionskanaler har utvecklats sedan början av 1990-talet. Dessa förändringar i medielandskapet relaterar till tankar om samhällets medialisering (se t.ex. Hjarvard 2013) och digitaliseringens kulturella konsekvenser (se t.ex. Jenkins 2012; Lessig 2008). Samtidigt är musik associerad med sport kumulativ till sin karaktär, dvs. bygger på tidigare låtar, upplevelser och framgångar och blir således också en form av historieskrivning. Denna tanke är inspirerad av medieforskaren David Rowe (2004, 3) som lyfter fram att media kan hålla sport i minne i generationer framöver och "ständigt erbjuder nya möjligheter för representation och kommersialisering".

Startpunkten för insamlandet av det material som den här artikeln baserar sig på är en enkätundersökning (Kiekkokansa 2014) som genomfördes för bok- och forskningsprojektet Kiekkokansa (se Heiskanen & Salmi 2015).<sup>3</sup> Kiekkokansa-projektet kartlade den finska ishockeykulturen ur många olika synvinklar och för projektet genomfördes en omfattande internetenkät våren 2014. Enkäten genomfördes i form av ett frågeformulär och via svaren fick forskningsgruppen värdefull information om tv-rutiner, matchförberedelser, ishockeyhjältar, minnen, ishockeyns betydelser, finländskhet, referenter, ljudlandskap och samlarkultur. Enkäten fanns på projektets hemsida våren 2014, under perioden

<sup>3</sup> Kiekkokansa-projektet leddes av kulturforskare Benita Heiskanen och kulturhistoriker Hannu Salmi vid Åbo Universitet. Projektet inleddes hösten 2013 med syfte att ge ut en kulturinriktad, populärvetenskaplig antologi om den finländska ishockeykulturen (se Heiskanen & Salmi 2015). Till projektet hörde tio forskare vilka representerade olika vetenskapsområden, exempelvis musikkvetenskap, kulturhistoria, kulturforskning, sociologi och allmän historia. Fyra forskare, mig inberäknad, genomförde fältarbete i Minsk våren 2014 i samband med ishockey-VM. Projektet samarbetade med Finlands ishockeyförbund och Finlands ishockeymuseum. Mitt bidrag till antologin, essän "Laulavat Leijonat" (Ahlsved 2015) kan ses som ett förstadium till denna artikel.

11.2.–31.5.2014, och var således öppen under de olympiska vinterspelen i Sotji samt i samband med ishockey-VM i Minsk. I enkäten deltog sammanlagt 1987 respondenter, 51 % män och 49 % kvinnor. (Kiekkokansa 2014.)

Enkätsvaren har sedan kompletterats med fältarbete i samband med ishockey-VM i Minsk, maj 2014, Karjala-Cup<sup>4</sup>, november 2014 i Helsingfors samt även genom att följa med Lejonen och deras matcher via medier. De fonogram som genom åren har getts ut i anknytning till landslaget har jag i de flesta fall köpt på auktionssidor på nätet.

Utgående från tanken att musik, och då alldeles speciellt medierad musik, bidrar till att skapa en nationell sammanhållning kommer jag att i det första kapitlet att illustrera hur traditionella fosterländska musikaliska symboler används i VM-sammanhang samt hur dessa till sin funktion skiljer sig från den musik som skrivs uttryckligen för VM-turneringar. Efter denna inledande tudelning kommer jag sedan att fokusera på olika aspekter av hur dessa låtars koppling till Lejonen konstrueras. I det tredje kapitlet behandlar jag de låtar som brukar kallas *officiella* VM-låtar, medan det fjärde kapitlet fokuserar på medias tolkningsföreträdare och på dess makt att tillskriva musik Lejon-betydelser. I det avslutande kapitlet kommer jag att lyfta fram hur digitaliseringen har möjliggjort medskapande av de kulturella produkter med vilka gemenskapen kan föreställas.

## Nationens klingande symboler

Sport och sportevenemang är en del av vardagen och användningen av nationella kännetecken, exempelvis framförandet av nationalsången eller hissandet av den segrande nationens flagga, är en förväntad men högtidlig del av evenemanget. Vid internationella idrottsevenemang har nationalsångerna en egen symbolisk betydelse: de är ländernas klingande kännetecken och en sammanfattning av den nationella identiteten. I en sportkontext är syftet med upphöjda finländska nationella musikaliska symboler, i synnerhet nationalsången *Vårt land* men även Jean Sibelius *Finlandia* samt *Björneborgarnas marsch* att hylla det exceptionella: de används för att lyfta fram och upphöja individers, eller hela lags prestationer och offer inför gemenskapen. I detta kapitel kommer jag att redogöra för hur dessa tre musikstycken används för att understryka det nationalistiska allvaret samt hur musikstyckenas användning präglas av ceremoniell karaktär.

Angående nationalsånger har historikern Matti Klinge konstaterat att deras ställning som nationell symbol är lika etablerad och central som flaggan och vapnets. Klinge påpekar dock att nationalsångerna representerar ett senare historiskt skede, budskapet framförs som en del av ett program, genom musik och inte minst ord. (Klinge 1999, 101.) Musikforskare Erkki Salmenhaara (1998, 198)

---

<sup>4</sup> Karjala-Cup är en ishockeyturnering som arrangeras i Finland och vilken är en del av Euro Hockey Tour (EHT). EHT är en årligt återkommande turneringsserie i vilken Sverige, Finland, Ryssland och Tjeckiens herrlandslag deltar.

har konstaterat att nationalsången är funktionsmusik med centralt bruksändamål inom idrotten. Som bruksmusik framförs den exempelvis ofta som en del av öppnings- eller segerceremonier. I motsats till situationer där nationen flaggas obemärkt och skapar ett fosterländskt rum av en vardaglig plats (Billig 1995, 43) är framförandet av nationalsången i sportsammanhang en högtidlig ritual, inte något som tar plats i bakgrunden. Dock är den banal i det avseendet att det är en vardaglig kulturell handling som tar plats mitt ibland oss i fredstid, inte frammanad av någon nationalistisk extremrörelse ute i periferin.

Nationalsånger kan, om än temporärt, göra en fysisk plats till ett transnationellt akustiskt fosterländskt rum och fungera som ett kitt mellan nationen, dess folk och idrottarens prestation. I ishockey-VM framförs vanligtvis enbart det segrande lagets nationalsång efter matchen.<sup>5</sup> I samband med närbilder på sjungande spelare stärks samhörigheten genom att de utvalda spelarna förenas i samma sång som supportrarna på läktarna och i hemmen. I ishockeysammanhang förväntas spelarna respektera ceremonin genom att ta av sig hjälmarna (IIHF 2014, 31) vilket kan jämföras med hur man förväntas ta av sig huvudbonaden när man lyssnar till nationalsången. Det betyder samtidigt att ansiktsuttryck, tecken på affektion syns tydligare. I denna "heliga stund" kan det även vara möjligt att höra rösterna från de spelare som sjunger med (Kolamo 2014). Att inte stå kvar och lyssna till motståndarlagets hymn efter matchen anses respektlöst;<sup>6</sup> också av de som lyssnar till nationalsånger avkrävs ett visst deltagande.

Det finska ishockeyfolket hoppas att nationalsången, *Vårt land*, skulle vara den sång som ljuder allra sist när slaget har bedarrat. Det betyder att sången blir en segersymbol<sup>7</sup> men också en offersymbol som likt flaggan symboliserar de uppoffringar som gjorts för fosterlandet (se t.ex. Tepora 2011; Välimäki 2015a, 257). Nationalsången är ett sätt att stärka sammanhållningen och samtidigt övertyga publiken om vilken nation man offerar sig för. Spelare framhäver ofta att det är en ära att få representera Finland, att iklädd Lejontröjan sätta sin kropp på spel för den större kroppen, nationen. Jean Bethke Elstain (se Billig 1995, 124) konstaterar att det inte är aggression som driver människor till slagfälten: det är själva offret, möjligheten att offra sig för ett syfte större än det individuella.

Musikvetaren Susanna Välimäki (2015a, 257; 2008, 84–86) påpekar att det är vanligt att använda offersymboler i början och slutet av krigsfilmer. Enligt Välimäki (2015a, 257) ger "offersymboler krig och våld en förklaring" och blir samtidigt symboler för kampen och det som nationen står för. Speciellt hymndelen ur Sibelius orkesterverk *Finlandia* (1899/1900, op. 26) har blivit en symbol för Finlands kamp – också i VM-ishockey – trots att det egentligen är tondiktens musikaliska förlopp i sin helhet som går från hot till majestätiska segertoner.

<sup>5</sup> I exempelvis European Hockey Tour (EHT) framförs vanligtvis bägge ländernas nationalsånger innan matchen.

<sup>6</sup> I samband med VM-finalen 2015 orsakade det ryska landslaget en smärre skandal då laget avlägsnade sig innan det segrande lagets nationalsång spelats.

<sup>7</sup> I samband med individuella idrottsgrenar är nationalsångens roll som segersymbol tydligast då den enbart framförs som en del av medaljceremonin.

Både 1995 och 2011, åren då Finlands herrlandslag i ishockey vann VM, framfördes *Finlandia-hymnen* av sångaren och skådespelaren Sakari Kuosmanen under guld festen på Salutorget i Helsingfors. I ishockeykretsar har *Finlandia* blivit hans bravurnummer och fanns också med som sista spår på skivan *Lejonat 2012* (Blandade artister 2012) som gavs ut i anslutning till ishockey-VM i Helsingfors och Stockholm 2012. Trots att *Finlandia-hymnen* inte har någon central roll i officiella ceremonier har den uppnått en nationell symbolstatus, det har till och med framförts önskemål om att den borde ersätta *Vårt land* som nationalsång.

Som ett resultat av medieringen av sportevenemang har det också fötts nya traditioner och ritualer. Dessa involverar bland annat *Björneborgarnas marsch*, vars text är hämtad från J. L. Runebergs diktverk *Fänrik Ståls sägner* (1848). Sedan 1918 har marschen varit försvarsmaktens honnörsmarsch och den tillhör också presidentens festceremonier. Utöver att den spelas i presidentens närvaro har det också skapats en åtminstone inom Finlands public service-bolag YLE omhuldad<sup>8</sup> medieritual: att för finländska olympiasegrare spela *Björneborgarnas marsch* i sina sändningar (t.ex. YLE Urheilu 2014). Trots att Lejonen ännu saknar ett OS-guld ingick marschen som öppningsspår på VM-skivan *Lejonat 2012* (Blandade artister 2012).

Även om herrarnas ishockey-VM är ett årligen återkommande evenemang, och därför inte åtnjuter lika hög status som OS, används nationella symboler som en del av en offerretorik genom vilken man understryker den nationella samhörigheten samt äran och det icke vardagliga i att få ikläda sig nationens färger och offra sig inför en hel nation. Gemensamt är att diskursen kring nationella musikaliska symboler präglas av historiska nationella strävanden, offersymbolik och krig. Detta symboliska kapital kan sedan överföras på sportsituationer där nationer slåss på ett metaforiskt plan. Idrottsmannens offer kopplas med andra ord samman med de som före honom (det är oftast fråga om just män) har kämpat för nationen. Billig (1995, 123) påpekar att även om parallellen mellan sport och krig verkar uppenbar är det svårt att förklara kopplingens natur och hurvida den verkligen är godartat sublimerande eller syftar till att bibehålla en underliggande nationell försvarsberedskap genom att göra nationen konstant närvarande.<sup>9</sup>

Efter att ha lyft fram hur nationella symboler används i en ishockeykontext för att understryka det nationalistiska allvaret i sport samt för att tillskriva ishockeyhjältarna fosterländsk ära, kommer jag härnäst att argumentera för en tudelning av den musik som används i anknytning till Lejonen; dels sådan musik som understryker allvaret i sporten, dels sådan musik som är av mera lekfull karaktär och vars användning inte präglas av ritualer eller ceremonier.

---

<sup>8</sup> Enligt tidigare sportredaktören Arto Teronen (2014) har traditionen att med *Björneborgarnas marsch* ge olympiska guldmedaljörer "fosterländsk ära" troligtvis inletts redan vid OS i London 1948.

<sup>9</sup> Idrottsevenemang i USA präglas ofta av patriotiska manifestationer. En del av dessa manifestationer har visat sig vara sponsorerade av Pentagon för att öka rekryteringen av soldater. För detta har man myntat begreppet "betald patriotism" (Everett 2015).

## Musikstycken skrivna för Lejonen

De musikstycken med vilka man explicit lyfter fram Lejonens kamp mot andra ishockeynationer präglas inte av någon högtidlig ritual. I dessa verk uttrycks dock ofta nationens och Lejonens kamp med hänvisningar till krigsmetaforer. Den fosterländska dygden, att offra sig för något större än sig själv, omsätts alltså i musikstycken av mera lekfull karaktär. Dessa sånger skapas vanligtvis inför stora turneringar och är främst ämnade för den del av gemenskapen som *inte* är på plats i stadion. I dess medierade form blir musikstycket, den så kallade *VM-låten*<sup>10</sup>, ett sätt att via exempelvis radio och tv lekfullt föra kampen in i gemenskapens vardag. De här lekfullt nationalistiska musikstyckena penetrerar medielandskapet på ett annat sätt än t.ex. nationalsånger, vars användning regleras av deras ceremoniella status. VM-låtarnas funktion är mera flexibel och genom dessa musikstycken framhävs den nationella tillhörigheten. Genom denna icke-ceremoniella musik strävar man efter att stärka gruppidentiteten i(nför) en stundande kampsituation.

Gruppen Offsides låt *Leijonat* (Offside 1996), som gavs ut inför ishockey-VM 1996, är ett exempel på en låt skriven för Lejonen. Den inleds med att man skanderar "Suomi!" i hejarklacksstil. Typiskt för musikstycken associerade med sport är att de ofta innehåller element från hejarklackskulturen, trots att de i regel inte framförs eller skrivs explicit för supportrarna på läktarna. Exempelvis unisona refränger eller karaktäristiska rytmer, som ska locka lyssnare till att delta i de inspelade sångerna, knyter dock åtminstone på ett metaforiskt plan samman låten med supporterkulturen på plats.

I texten till *Leijonat* lyfts det fram att Lejonen är "hjärtegryn uppfostrade på ohylvade brädor och gris/nöt-kött"<sup>11</sup> samt att de kommer att vinna, igen. Bräddorna och blandmaletköttet kan ses som ironiska referenser till de hårda nordiska förhållanden som anses fostra goda idrottare. Dessa förhållanden är enligt historieforskaren Jouko Kokkonen (2003, 4) en av den finska idrottsnationalismens hörnstenar. Under dessa förhållanden fostras det folks söner vilka ska vinna för att sedan hyllas med "flaggan i topp". Nationen flaggas här på ett harmlöst sätt, en konsekvens av medvetenheten om att spelarna enbart kan svika sitt land genom att förlora och komma hem lottlösa. I idrott stupar man inte.

Referensen till krig, vilket är det ultimata offret för landet, är framträdande i många låtar skrivna för Lejonen. Ett exempel på detta är låten *Suomi!* (Karelian Division 2012; Blandade artister 2012) inspelad av gruppen Karelian Division. Gruppens namn, "den karelska divisionen" anspelar också på krig.<sup>12</sup> I likhet med

<sup>10</sup> Den låt som förknippas med ett visst års VM-turnering kallas ofta för "MM-kisabiisi" vilket kan översättas till turneringslåt eller VM-låt (Kiekkokansa-enkäten 2014).

<sup>11</sup> "Raakalaudalla / Sikanaudalla / Kasvatetut kullamurut / Leijonat!"

<sup>12</sup> Karelian Division är också namnet på den Fantasy Hockey-grupp i vilken många av musikerna, men också personer verksamma i ishockeybranschen, virtuellt spelar NHL-ishockey tillsammans.



Offsides *Leijonat* inleds låten med att musikerna skanderar "Suomi!" [00:14]. Efter att mansrösterna har skrikit sig samman med fyra stridsrop mot en fond av distorderade elgittarrer och dramatiska bastrumslag, går man med ett gemensamt längre rop till anfall. Det avslutande ropet är en ljudeffekt som knyter samman låten med hur krigsljud representeras i film: infanterisoldater både i filmer och i verkligheten har genom historien använt rop som ett sätt att stärka sig själv och skrämma fienden. När stridsropet ebbar ut i *Suomi!* övergår det i publikljud associerat med ishallens ljudlandskap. Från slagfältet tas lyssnaren in till ishallen och med den första versens inledande ord "hallen jublar, stämningen är i taket" förläggs kriget slutligen i ishallen där det "regnar tacklingar och skott". När ropet återkommer efter gitarrsolot [03:05] har det mera karaktären av ett publikjubel medan de efterföljande sex "Suomi"-ropen [03:17] blir kraftfulla segerrop. Den inneboende ambivalensen i sport/krig-metaforen gör så banaliseringen av nationalismen till synes oskyldig och omärkbar, även i musikalisk form.

Banaliseringen, vardagliggörandet av krig är ett sätt på vilket man kan skapa samhörighet, knyta samman ishockeyhjälten med dem som tidigare kämpat för landet. Samtidigt kan man genom att hänvisa till patriotism påminna om vad det är man så ärofyllt kämpar för. Att vifta med det så kallade "patriotiska kortet" är enligt Billig (1995, 102) en metod med vilken exempelvis politiker i kristider lyfter fram bekanta egenheter som används för att representera vanligt förekommande uppfattningar av "oss". I denna repetition av stereotyper om oss ingår det, som Billig (1995, 102) också påpekar, en fantiserad föreställning om att repetitionen tar slut (på grund av att "vi" är under hot). Vanligtvis motiveras rätten till en egen nation med hänvisningar till språk, religion eller kulturarv (Alasuutari 1999, 35) och dessa karaktärsdrag motiverar den så kallade "heta" nationalismen. När nationen sedan är uppnådd ska den och dess kultur försvaras. Hotet mot kulturen och nationens värderingar samt flaggandet av det som nationen står för görs med hjälp av stereotyp nationell karaktäristik, och patriotisk samhörighet skapas genom att exemplifiera den kultur som ska försvaras. Exempelvis Teflon Brothers låt *Kendo Anthem*<sup>13</sup> (Teflon Brothers 2014) och dess video genomsyras av stereotypa identitetsmarkörer för den finländska kulturen: *Okänd soldat* och *Kalevala*, samt hänvisningar till bastubad och alkoholkonsumtion.

I *Kendo Anthem* sjungs refrängen av barnröster; nationens framtid besjunger sina hjältar och beskyddare samtidigt som det lyfts fram hur vi firar i hela vårt kära fosterland när vi vinner. Samtidigt som vi uppmanas att vifta med den blåvita korsflaggan påtalar man att snart är "pojken" ("poika") hemma [igen].<sup>14</sup> På folkspråk är "poika" en festens symbol och många minns poika som namnet på ämbaret där man kokade mäska ("kilju") i Väinö Linnas krigsroman *Okänd soldat* (1954). Att pojken kommer hem anspelar också på hemförlovning efter

<sup>13</sup> Titeln *Kendo Anthem* har sin bakgrund i hur finska fotbollssupportrar i nervärderande ordalag kallar ishockey för "kendo". Ishockeysupportrar kontrar med att kalla fotboll "sparkboll" ("potkupallo").

<sup>14</sup> "[K]autta rakkaimman isänmaan / me juhliitaan kun me voitetaan / siniristiliput heilumaan / on tuo poika jo kohta kotonaan."

att ha varit i fosterlandets tjänst (jmf. Pojus låt *Poika saunoo*; se Blandade artister 2011).

Även om Finland är ett tvåspråkigt land, med svenska som andra officiella språk, avspeglas detta inte i svenskspråkiga musikstycken skrivna för Lejonen. Tvärtom: när svenska och svenska ord används i finländska ishockeylåtar syftar man, med några få undantag, på ishockeyrivaliteten med Sverige.<sup>15</sup> Detta till synes oifrågasatta språkval förstärker tanken om Finland som ett helt, starkt och homogent (finskspråkigt) land, även om verkligheten i ett allt mer globaliserat samhälle är betydligt mera komplicerad och splittrad. Ofta lyfter man fram sportens och framförallt stora idrottsevenemangs kraft att kunna förena en splittrad vardag (t.ex. Kokkonen 2003, 44–52) kring ett gemensamt mål, något som kriget anses ha gjort efter 1930-talets heta språkstrider. VM ger även nya medlemmar i gemenskapen en möjlighet att leva ut en finländsk identitet.

Trots att finskan befäst sin ställning som sångspråk kan man konstatera att det genom åren har skett ett visst uppluckrande av hur musiken kan klinga. Som en följd av Fintelligens raplåt *Kaikki peliin* (Fintelligens 2003; Blandade artister 2003), som skrevs inför hemma-VM 2003, har inte minst "suomi-rap" (rapmusik på finska) utmanat rocken som det självklara soundtracket för ishockey. Rapmusikens intåg har i sin tur befäst den musik som produceras för Lejonen som en finskspråkig genre dominerad av (vita) finska manliga artister.

## Officiella musikstycken skrivna för Lejonen

En del av de musikstycken som spelats in inför ishockey-VM anses, trots att de inte har någon ceremoniell funktion, vara officiella. Epitetet *officiell* antyder att Lejonen i någon mån har varit delaktiga i musikstyckets produktion; endera direkt, genom att ishockeyspelaren själva medverkar på inspelningen, eller indirekt, genom förbundets maktposition att tillskriva fonogrammet en viss betydelse. Den officiella VM-låten får därför en särställning i förhållande till eventuella andra *inofficiella* musikproduktioner, trots att det med blotta örat är svårt att bedöma om låten är officiell eller inte. Behovet bakom epitetet officiell bottnar i att det nyskrivna musikstycket inte har någon vedertagen historisk anknytning till laget och gemenskapen den representerar. Detta i motsats till exempelvis *Vårt land* vars status som formell nationalsång är obestridlig genom kulturell praxis och därför har det inte funnits behov att lagfästa den.<sup>16</sup> Epitetet

<sup>15</sup> Jfr Klamydias *Poika pysyy Suomessa* (Blandade artister 2012), Karelian Division (2012) och Teflon Brothers (2014). Ett undantag är det svenskösterbottniska rockbandet Stormwing som tillsammans med den finska artisten Sundqvist gav ut en tvåspråkig hyllningssång *Me teimme sen!* (Stormwing & Sundqvist 1995) till landslaget med anledning av VM-guldet 1995.

<sup>16</sup> Se Tuovinen (2009) för en längre diskussion om *Vårt lands* status i idrottskontext i förhållande till andra fosterländska kompositioner.

officiell är en form av maktutövning och man kan med fördel se den officiella VM-låten som en för *festen* inspelad nationalsång. I motsats till verkliga nationalsånger förnyas denna festens nationalsång varje år och innehar inte någon egentlig formell status.

Litteratur- och kulturteoretikern Michail Bachtin (2007 [1965], 20) har konstaterat att "för att det ska bli fest måste något tillföras från en annan existenssfär, nämligen från den andliga och ideologiska sfären". I samband med stora idrottsevenemang har det, som det första kapitlet illustrerade, traditionellt funnits drag av andlighet och ideologi, vilket manifesteras i användningen av nationella symboler. Kring det hårt reglerade världsmästerskapet där årets bästa ishockeynation ska utses skapas däremot en karnevalistisk festyra, en årligen återkommande "tillfällig befrielse från den förhärskande sanningen", för att låna Bachtins (2007 [1965], 21) ord. Denna tillfälliga befrielse blir en "vardaglig säkerhetsventil" för tillresta supportrar (Heiskanen 2015, 259) och kan enligt Allen Guttman (1986, 157–158) även bidra till att stabilisera sociala system eftersom publiken får agera ut känslor på ett sätt som inte är accepterat i andra delar av samhället.

Det finns dock skäl att notera att officiella VM-låtar inte skrivs explicit för de tillresta supportrarna, de skrivs för VM som en fest som även inkluderar de som följer med turneringen hemma. Dessa för festen komponerade lekfulla nationalsånger erbjuder möjlighet att vara både "officiella" såväl som karnevaliseringar. Lejonen görs inte bara vardagliga genom deras självvirkade medverkan som musiker; karnevaliseringen både förnekar och bekräftar samhälleliga hierarkier.

Inför hemma-VM i Åbo våren 1991 spelades låten *Ice Hockey* in av Laulavat Leijonat (1991a) ("De sjungande Lejonen") och blev således en av de allra första låtar som spelades in åt Lejonen. På inspelningen medverkar för den stora allmänheten okända studiomusiker men i "Lejonkören" (Leijonakuoro) ingår landslagsspelare med unge stjärnspelaren Teemu Selänne i spetsen. År 1991 var Finlands framgångar i ishockey på landslagsnivå rätt blygsamma, vilket resulterade i att det inte fanns någon landslagsishockeykultur att framföra lika självsäkert som exempelvis Sveriges landslag "Tre Kronor" hade gjort i sin VM-låt *Nu tar vi dom* (1989). *Ice Hockey* är en rätt neutral finskspråkig hyllning till idrottsgrenen. I den saknas fosterländskt patos och nationen antyds framförallt genom de blygt medverkande ishockeyspelarna.

*Ice hockeys* neutrala karaktär påminner om musikstycken som skrivs för att vara en hel internationell turnerings klingande symbol. Det finns därför anledning att särskilja två olika typer av officiella låtar: dels de låtar som (i hemlandet) är skrivna för de tävlande lagen, dels de låtar som skrivs för att fungera som hela turneringens klingande symbol. Hela turneringens låt riktar sig även till internationell publik och media. En låt på finska med finska idrottsmän problematiserar detta och riktar sig enbart till en finskspråkig publik; identitetsbygget riktar sig inåt och blir en finländsk angelägenhet. Detta är typiskt för de låtar som riktar sig till den egna nationella gemenskapen. Internationella turneringars officiella låtar inbjuder däremot andra att ingå i ett gemensamt transnationellt

”vi” genom att välkomna länderna till idrottsfesten.<sup>17</sup> Exempelvis när Finland arrangerade VM 2012 var DJ Slows engelska *Hockey Bird* turneringens låt medan Karelian Division hade skrivit låten *Suomi!* explicit för Lejonen. Båda låtarna fanns på turneringens officiella samlingssskiva *Leijonat 2012* (Blandade artister 2012). Låtarnas olika betydelser styr deras användning och funktion i samband med turneringen.

Spelarna i Laulavat Leijonat är krediterade på skivan men deras medverkan bekräftas framförallt av låtens visuella material; musikvideon och inte minst omslaget där spelarna medverkar i full ishockeymundering (Laulavat Leijonat 1991b). Med framförallt låtens hook, refrängen ”Ice hockey, ice hockey, totta toki [- -]”,<sup>18</sup> försöker man nå ut till den unga ishockeynationen Finland med budskapet att ”Finland får vårens stora fest [och] världen en ny mästare”.<sup>19</sup> Om framförandet skrev man i musiktidningen *Rumbas* singelrecension (Rumba 1991, 10–11) att ”i våra ishockeylejons framförande fanns det en äkta glädje i att göra bort sig”. I motsats till hur hjältar vanligtvis besjungs är situationen här bakvänd. Lejonen har klivit ner från sin piedestal och sjunger för, och möjligtvis även tillsammans, med folket. Den sårbarhet man kan visa med sin röst blir föremål för kollektivt åtlöje.

Iklädda gemenskapen Finlands färger antog Laulavat Leijonat en roll som mera påminner om supportrarnas vilka för att uttrycka sin delaktighet brukar klä sig i spelarnas tröjor. I linje med medieforskaren Fredrik Schougs (2005, 116) resonemang att otaliga svenska sportidoler har prisats för att vara ” ’precis som alla andra’ eller ’suveräna polare’ och som därför per definition avvisar alla behov av att särskilja och utmärka sig, annat än via sina [idrottmässiga] gärningar”, kan man konstatera att idrottsmännen genom att bjuda på sig själva visar att de är helt vanliga människor och därmed inbjuder till identifikation. Den amerikanske sociologen Orrin E. Klapp (se Schoug 2005, 116–117) har i sin tur konstaterat att ”hjältarnas klassiska funktion är att uppmana människor att spela de sociala roller som är högt värderade och därigenom upprätthålla bilden av gruppens gemensamma överjag”. Klapps konstaterande gäller dock i rollen som idrottsmän. Genom sina sångprestationer, understryker Lejonen att man är en del av folket. Spelarens hjältestatus har karnevaliserats, vilket samtidigt ger lyskraft åt fonogrammet. Omvänt kan en framgångsrik, erkänd finländsk artist ge en VM-låt en viss status. Att som musiker få medverka i den officiella låten ses som ett hedersuppdrag och sammankopplas med äran att få representera gemenskapen på en nationell arena. Att som Lejon sjunga inför folket är löjeväckande samtidigt som en artists nationella framgång och status bekräftas och förstärks.

Att finska landslagsspelare medverkar som musiker är ändå rätt ovanligt. Andra exempel är nyinspelningarna av *Sankarit* (”Hjältarna”; Kuosmanen m.fl.

<sup>17</sup> Ett illustrativt exempel är videon till Dario G:s *Carnaval de Paris* som var den officiella låten för herr-VM i fotboll i Paris 1998.

<sup>18</sup> ”Ishockey, ishockey, javisst [- -].”

<sup>19</sup> ”Suomi saa kevään juhlan suuren / Maailma saa mestarinsa uuden.”

1995) och *Den glider in* (1995), samt *Leijonat ja Kisus Juustossa löytyy* (2001) och inte minst Samppa Linna feat. Timo Jutilas (2013) låt *Ny rillataan* ("Nu grillar vi") inför VM-turneringen 2013. *Ny rillataan* och *Ice hockey* är dock några av få låtar i vilka spelare medverkar i en nyskriven VM-låt. *Ny rillataan* är utgiven 2013, det vill säga 22 år efter *Ice hockey*, och med låten fångar rollkaraktären Samppa Linna (skapad av Aku Hirviniemi), känd från dåvarande huvudsamarbetspartnern MTV3:s sketchprogram *Putous*, upp den karnevalism som nuförtiden omgärdar ishockey-VM i Finland. Samppa Linnas ansiktsmask är en referens till finska ishockeyförbundets mångårige ordförande Kalervo Kummola.

I *Ny rillataan* är det inte bara makten och hjältestatusen som karnevaliseras, hela den omgärdande landslagskulturen ironiseras och bekräftas samtidigt. Nationalsångernas nationalromantiska naturskildringar och fosterländska patos har karnevaliserats och ersatts med Samppa Linnas hysteriska hänvisningar till bastubad och korvgrillning. Timo Jutilas bidrag till verket är samplingar av kända uttryck förknippade med honom, framför allt just "ny rillataan". Den nationella kampen mellan olika ishockeynationer förliknas således med en stor grillfest där motståndarna ska "grillas till det bittra slutet". Medvetenheten om att sport bara är krig på låtsas gör att denna karnevalisering inte upplevs lika chockerande som att exempelvis representera verkliga soldaters kamp och offer med folkliga ishockeyreferenser (se Välimäki 2015a, 257–259).

Jutila är känd för att ha problem med sin vikt, för att som en ur tränarstaben ha mött pressen berusad, samt för att under OS-2010 ha fastnat på bild när han satte in en snusprilla samtidigt som president Tarja Halonen gjorde entré i förbundets loge. Han är både folklig och nationell hjälte, vilket förklarar hans självironiska medverkan. Bachtin (2007 [1965], 23) har påpekat att karnevalens skratt är *universellt*; det är riktat mot allt och alla, också mot dem som skratande deltar i karnevalen. Samtidigt som kapten Jutilas finaste stunder hyllas skjuts hans hjältesaga således ner av narren Samppa Linna. Narrens roll är att kunna träda över befintliga maktstrukturer och Jutilas öde kan ses som en grekisk hjältetragedi där enbart gudarna är odödliga; alla andra, i detta fall även ishockeylejonen, faller till marken i något skede.

Trots att ishockey-VM är en återkommande karnevalistisk befrielse från verkligheten, deltar inte hela nationen i den. År 2012 släpptes låten *Karjala takaisin* av JVG feat. Freeman, vilken också godkändes av förbundet för att ingå på skivan *Leijonat 2012* (Blandade artister 2012). I låten summerar JVG den festyra och känsla av samhörighet som rådde när Finland vann sitt guld 2011 och hänvisade till att finländare i denna eufori av nationell stolthet drömde om att, "om ens för en lite stund", vinna "Karelen tillbaka".<sup>20</sup> JVG blev tvungna att förklara sig och när Finland mötte Ryssland i semifinalen spelades låten inte längre i ishallen (Ikonen 2012). Kritiken mot *Karjala takaisin* exemplifierar att karnevalen inte omfattar allt och alla, vilket går emot karnevalens totalitet (Bachtin 2007 [1965],

---

<sup>20</sup> *Karjala takaisin* kan översättas som "Karelen tillbaka". Här hänvisar Karelen till de delar av landområdet Karelen som Finland förlorade till Sovjetunionen efter Fortsättningskriget (1941–1944).

23). Den för festen karnevaliserade nationalismen mötte här konsekvenserna av den verkliga, så kallade "heta" nationalismen.

Karnevalens skrattekultur sätter även i VM-sammanhang fingret på samhällsliga normer och hierarkier men samtidigt antyder den också en obalans i sport/krig-metaforen. Lejonen kan med fosterländska symboler tillskrivas ära och berömmelse men även "hyllas" genom att utsättas för åtlöje. Dock kan man fråga sig om inte soldaters offer i verkliga krig nerveraderas genom att tillskrivas ishockeyreferenser.

## Media som förmedlare och konstruktör av Lejonens musik

Anderson (1992) har understrukit massmedias betydelse för skapandet av föreställda gemenskaper då individen medvetandegörs om att även andra likasinnade tilltalas och tar del av informationen. Här vill jag illustrera vilken framträdande roll tv-mediet hade i konstruerandet av berättelsen som gjorde Sveriges VM-låt *Den glider in* till Lejonens segersymbol. Låten var inte skriven uttryckligen för Lejonen, utan genomgick en omtolkningsprocess i samverkan mellan Lejonen, media och dess publik. Jag kommer också att lyfta fram hur medierna kan vara aktiva och mera entydigt tillskriva musik nya betydelser genom att använda den i samband med tv-sändningar. Man kan rentav konstatera att medias (repeterade) användning idag är av särskild betydelse för att ett visst musikstycke ska upplevas ha en relation till Lejonen. Detta gäller inte bara de officiella VM-låtarna utan alldeles specifikt sådan musik som inte ursprungligen är skriven för Lejonen.

Inför ishockey VM i Sverige 1995 hade Peter Karlsson skrivit sången *Den glider in* för det svenska ishockeylandslaget. Låten spelades in med dansbandssångaren Nick Borgen som solist och var öppningsspåret på den officiella VM-skivan *Golden Hockey Night* (Blandade artister 1995a). Orden "den glider in, den glider in i mål" ingick i den svenska tv-legenden Lennart Hylands referat från ishockey-VM 1962. *Den glider in* var mycket populär i Sverige och innehade första placeringen på Svensktoppen cirka en vecka in i turneringen (Svensktoppen 1995). Efter VM-finalen fanns den inte bland top-10 i Sverige, däremot var den omåttligt populär i Finland.

Efter segern visade det finska rundradiobolaget YLE bilder där spelarna lekfullt framförde *Den glider in* i omklädningsrummet. Speciellt bilderna av hur reservmålvakten Jukka Tammi i bara understället spelade luftgitarr med pokalen till *Den glider in* har sedermera blivit en känd finländsk tv-stund. Följande dag, i samband med den direktsända festen från Salutorget i Helsingfors, spelade han luftgitarr framför kring 100 000 människor som sjöng med i *Den glider in*. Musiken och dess roll i folkfesten blev, för att låna Stuart Halls (1999, 48) formulering, en del av de bilder och scenarion med vilka berättelsen om nationen kan representeras.

Den kollektiva omtolkningen av *Den glider in* hänger samman med att det i Finland uppfattades som om guldfavoriten Sverige hade skrivit sin segerlåt på förhand, något som genomsyrar många enkätsvar: "Den glider in-sångens historia är så obegripligt fin. Högmodiga svenskar gör en segersång åt sig själv redan innan matcherna, finländarna vinner mästerskapet och tar med sig sången på samma gång. Helt otroligt häftig grej." (Kiekkokansa 2014, skribentens översättning.)

Den här uppfattningen skvallrar också om att musikanvändning i samband med internationella sportevenemang ännu gick i barnskor i Finland år 1995. Till VM-låtars natur hör att de erbjuder de inblandade parterna en möjlighet att sjunga sig samman och att tro på seger, dock hade någon dylik sång ännu inte skrivits för Lejonen 1995, eftersom man inte hade vunnit något VM-guld. Sverige tolkades framhäva sig själv genom att ta ut sin seger i förskott med *Den glider in*. Dock bör det påpekas att det var finländare som tillskrev låten ett sådan symboliskt värde. Denna uppfattning förmedlades också av medier (t.ex. *Urheiluruutu*, "Sportrutana") (YLE TV1, 1995).

Trots att massmedial kommunikation till största delen är envägskommunikation inbegriper också den en växelverkan eftersom den knyter samman individer att delta i en gemensam symbolisk verklighet (Seppänen & Väliverronen 2012, 68). I den här symboliska verkligheten hade Lejonen rövat bort både guld och Sveriges "segersång". Medierna förmedlade också verktyg med vilka sammanhållningen kunde manifesteras utanför den symboliska verkligheten, det vill säga "på riktigt", ute bland folk. På många håll i landet gjorde man som Lejonen i tv; dansade och sjöng till *Den glider in* (se t.ex. Välimäki 2015b, 10–11). Sången blev ett verktyg för gemenskapen Finland att efter många besvikelser kunna sjunga sig samman.

I Kiekkokansa-enkäten (2014; se också Ahlsved 2015, 144) steg *Den glider in* fram som den "Lejonlåt" man bäst kommer ihåg. Samtidigt har många också kommenterat att den inte är skriven för Lejonen, dvs. problematiserat låtens autenticitet. En finsk översättning av *Den glider in* var aldrig aktuell (Karlsson 2015). Istället släpptes så småningom en "förfinskad" version där Lejonat & [finska lagets svenska coach] Curre & [den finländska artisen] Kirka (1995) sjöng låten tillsammans, på svenska (se även Blandade artister 1995b). När man i enkäten hänvisade till *Den glider in* specificerade man vanligtvis inte vilken version av sången man syftade på, vilket jag tolkar som att det är den kollektivt upplevda berättelsen om hur *Den glider in* blev Lejonens (seger)låt som gör den så populär.<sup>21</sup> Upplevelsen av att "vi" rövade bort både musiken och guld är relaterad till låtens ursprungliga tolkningsram som representation av "dem", Tre Kronor. Dock, och som Karlsson (2015) påpekar, blev låten även populär i Sverige och användes i samband med Tre Kronors hemmamatcher fram till för bara något år sedan. Idag används den i Finland, för att representera ett finländskt "oss".

---

<sup>21</sup> Peter Karlsson (2015) påpekar att det än idag märks när det har gått bra för Lejonen i ishockey. Detta eftersom han erhåller upphovsrättsersättning för *Den glider in* från Finland.

Tanken om att *Den glider in* är bortrövad är en social konstruktion och exemplifierar samtidigt hur musikens betydelser och tolkningar är kontextbundna.

Lejonen hade också spelat in en låt inför VM 1995. Tillsammans med rock-sångarna Sakari Kuosmanen och Pate Mustajärvi sjöng man in en ny version av J. Karjalainens låt *Sankarit* ("Hjältarna") från 1993. *Sankarits* långsamma hymnlika karaktär är som gjord för allsång och blev ett verktyg för att sammanfatta och ge uttryck för den kollektiva vi-andan efter att guldet var bärgat: vi är alla hjältar, inte bara de som offrat sig på isen i Globen. Folkfesten på Salutorget i Helsingfors direktsändes i tv och blev så småningom startskottet för uttrycket "torilla tavataan" ("vi träffas på torget"), ett uttryck som också repeteras i exempelvis *Ny rillataan* (2013). Idag är hashtaggen #torillatavataan vanligt förekommande i sociala medier, vilket skvallrar om att denna föreställda gemenskaps (Anderson 1992) medlemmar kan uppleva sin samhörighet konkret åtminstone på torget.

Händelserna kring *Den glider in* visar hur nationella gemenskaper kan föreställas med musik, även med sådan musik som inte ursprungligen har skapats för att användas av just den gemenskapen. Samtidigt kan också medier mer entydigt välja att framhäva nya musikstycken och genom användning tillskriva dem nya betydelser. År 1995 användes exempelvis Tom Jones låt *If I only knew* i den populära målkavalkaden som avslutade YLE:s tv-sändning från finalen i Globen. Låtens karaktäristiska långa "Yeeeeeeeeeeeah"-rop synkroniserades så att det tillsammans med bilder av jublande spelare och supportrar blev ett långt glädjerop.

TV-mediet är fortfarande en central aktör i konstruerandet av den musik med vilken Lejonen och den nationella gemenskapen kan föreställas. Musik utan tematiskt samband med explicit Lejonen, kan genom dess användning i och av media, med hjälp av exempelvis regi och klippning, ges en blåvit referensram. Medias tolkningsföreträdare innebär att man med ord, bilder och perspektiv *ramar in* (Seppänen & Väliverronen 2012, 89) ett ämne och skapar möjliga tolkningar och betydelser. Samtidigt som medier exponerar musik för gemenskapen kan tolkningsföreträdet användas för att understryka ett (eller flera) sätt att förhålla sig till det som utspela(t)s. Detta kan exempelvis jämföras med hur *Björneborgarnas marsch* spelas för att ge OS-vinnare fosterländsk ära. Antti Tuiskus danshit *Peto on irti* ("Rovdjuret är löst") användes våren 2015 som bakgrundsmusik i TV-sammanställningar av Lejonens bästa tacklingar och blev därmed en humoristisk hänvisning till spelarnas kämpaglöd. Med subjektivt regisserade tv-bilder som kopplas samman med musik kan man skapa nya underhållande subjektiva medierepresentationer av "oss", vilka även kan sammankopplas till samhällseliga diskurser kring Lejonen, finländskhet och idrott.

Förbundet är idag inte särdeles aktivt när det gäller att skapa officiella låtar eftersom makten att skapa låtar som kopplas till Lejonen delvis har övertagits av medieindustrin och i synnerhet av den reklamfinansierade tv-kanalen MTV3<sup>22</sup> som sedan 2012 är förbundets mediepartner kring VM-sändningarna. MTV3 har i sin tur licensierat Lejonat-skivorna (Blandade artister 2011; 2012; 2013;

<sup>22</sup> MTV3 hade ensamrätt på ishockeyns VM-sändningar 2012–2016.



2014) vidare till skivbolag. Lejonen är således partner i ett komplext nät av aktörer och VM-låten som populärkulturell produkt och social konstruktion är beroende av medieindustrins tolkningsföretråde. Medias makt och möjlighet att kunna tillskriva låten en viss betydelse och föra fram den som officiell kan i sin tur bekräftas av Lejonen i form av egna medietexter (se t.ex. Mennander 2015), men framförallt genom att årets officiella VM-låt framförs (även live) i samband med hemmamatcher innan VM. När exempelvis spelarpresentationer skapats inför Lejonens hemmamatcher har också musik från skivorna (Hietanen 2014) eller från den singel som släppts använts.<sup>23</sup> Den här strategiska sam användningen bidrar till att rama in och skapa ett nätverk av relationer och kulturella texter vilka tillsammans konstruerar den "officiella" låten, även om det skulle saknas entydiga referenser till Lejonen i den klingande musiken (jmf Robin 2015). Dessa strategier kan jämföras med *Den glider in*, vars ursprungliga popularitet bottnade i en spontan (men av medier påhejad) folklig uppskattning och vars konstruktion inte kan förklaras enbart med medieindustriella strategier.

Lejonen, som populärkulturell underhållning, är något som de flesta upplever via tv-mediet. Man kan konstatera att massmedias användning och tolkningsföretråde är av stor betydelse för att musiken ska upplevas ha en relation till Lejonen. Vad gäller konstruerande av officiella VM-låtar har landslaget blivit en del av det nätverk av aktörer som kan tillskriva musiken en viss betydelse och status. Det behöver dock lyftas fram att det reklamfinansierade bolaget MTV3 innehafte rättigheterna till VM-sändningarna de senaste åren, vilket har bidragit till en ökad kommersialisering. Ifall sändningarna i något skede återgår till YLE kan man bara spekulera i huruvida YLE som public service-bolag är intresserat av att årligen lyfta fram ett musikstycke och således strategiskt bidra till dess kommersiella framgång.

## Publiken som medskapare

De förändringar i medievärlden som har skett till följd av samhällets digitalisering har lett till att massmediernas tolkningsföretråde omförhandlats. Möjligheten att själv distribuera sin musik har utmanat de officiella och de av medier konstruerade VM-låtarna. Modern teknologi har möjliggjort att publiken genom egen aktivitet kan bli en aktiv medskapare av musik med i anknytning till Lejonen. Detta syns huvudsakligen på två sätt: 1) möjligheten att distribuera en egen låt, vilket har lett till att det i samband med VM kan finnas flera så kallade inofficiella låtar, och 2) möjligheten att bygga på det som redan finns och delta i skapandet av nya kulturella produkter.

Som ett resultat av den demokratisering som digitaliseringen har medfört, samt dess konsekvenser för kreativiteten, har juridikprofessor Lawrence Lessig (2008, 28–29) myntat termerna Read Only-kultur (RO) och Read & Write-

<sup>23</sup> År 2015 och 2016 har bara digitala singlar släppts.

kultur (RW). Den tidigare syftar på passivt konsumerande av kulturindustrins produkter, medan den senare syftar på möjligheten att inte bara konsumera och utan också skapa nytt med hjälp av digital teknologi. Denna kreativitet syns i VM-tider i form av exempelvis videon på YouTube där skaparen har sammanfogat och bearbetat befintligt visuellt material och musik. Av rättighetsskäl kan dessa mashups bli av kortlivad natur, men som kulturellt fenomen illustrerar de hur individer idag med hjälp av teknik kan uttrycka sig och kommentera aktuella händelser. Medier, i dess teknologiska mening, är i dag kanske mera än någonsin förut länken mellan människor. I ishockeysammanhang har denna deltagarkultur utmanat medieindustrin vad gäller möjlighet att skapa de produkter med vilka den nationella samhörigheten konstrueras.

När man diskuterar föreställda gemenskaper och medierad sport kan man inte förbise referenten. Referenten tilltar en för honom osynlig gemenskap och förmedlar kollektivt upplevda känslouttryck. Det är därför inte ovanligt att ljudmaterial med referentens tal används som ett musikaliskt element i musik som anknyter till sport.<sup>24</sup> Inkluderandet av referenten understryker massmedias roll i upprätthållandet av gemenskaper. En annan aspekt av att använda referenten i musikstycken är att man antar tv- eller radiolyssnarens perspektiv; ett perspektiv präglad av sport som en medierad upplevelse.

Användningen av referenten som ett musikaliskt element nådde oanade höjder år 1999 när den jväs kyläbaserade gruppen A-typpi med låten *Ihanaa, Lejonat ihanaa* (A-typpi 1999) kopplade samman ett technobeat med referenten Antero Mertarantas personliga verbala stil. I A-typpi medverkade bl.a. Jari Karjalainen, tidigare känd som Jason Drome, sångare och låtskrivare i bandet Hausmylly. Singeln *Ihanaa, Lejonat ihanaa* gavs ut inför VM i Norge 1999 och topade singellistan i tre veckor.

A-typpi visade att Lejonens musik kan produceras och distribueras även utanför VM-etablissemangen. I det här sammanhanget ser jag A-typpis låt inte bara som ett tidigt exempel på Read & Write-kultur, där man skapar nytt genom att omarbete det som redan finns. Exemplet tangerar också mediekonvergens. Konvergens kan ha flera betydelser; bl.a. kan det syfta på möjligheten att paketera olika medieinnehåll på samma medieplattform (Seppänen & Väliverronen 2012, 26), men också på flödet mellan olika medieplattformar (Jenkins 2012, 15). A-typpis musikaliserade referat är ett exempel på konvergens på många plan då han har sammanfogat bitar ur ett tv-referat med sitt eget technobeat till en ny unik låt. *Ihanaa, Lejonat ihanaa* gjorde sedan en intressant förflyttning tillbaka till tv-mediet när musiken av YLE paketerades tillsammans med visuellt material för att ingå i tv-sändningens målkavalkader, vilket å sin sida är en ny kulturell produkt. Tack vare att låten ingick i målkavalkaderna kunde musiken nå ut till en stor del av befolkningen vilket var viktigt för låtens kommersiella framgång och popularitet.

Digitaliseringen och framför allt lanserandet av YouTube 2005 har bidragit till att man idag med små medel och utan mellanhänder kan distribuera musik.

<sup>24</sup> Jfr Stormwing (1997) och Antero Mertaranta (2003).

Detta har resulterat i att det framförallt under framgångsrika VM-turneringar finns många inofficiella låtar på YouTube.<sup>25</sup> Dessa utmanar samtidigt massmedias tolkningsföreträdare och kan mer eller mindre tvinga fram konvergens mellan institutioner och gräsrotsinitiativ.

Ett intressant exempel på detta samarbete är den "VM-låtombudning" ("Kisabiisiäänestys"; YLE 2011) som YLE arrangerade våren 2011 då Lejonen inte hade någon officiell låt inför VM i Slovakien. Med hjälp av tävlingen försökte man vaska fram en VM-låt åt Lejonen. Inga musikstycken hade skrivit uttryckligen för denna tävling utan de hade valts ut av YLE på förhand. Tillsammans med visuellt material testades låtarnas lämplighet att ingå i "best-of"-klipp från Lejonens matcher. Denna inbjudan till medskapande var dock i praktiken närmast en fråga om att kunna legitimera ett av de förhand utvalda alternativen som YLE hade valt ut.

TV-ombudningen 2011 vanns av *Ihanaa, Leijonat ihanaa* men segern föll i skymundan när Finnish Hockey Mafias låt *Taivas varjele!* (2011) snabbt blev mycket populär i samband med att Finland vann sitt andra VM-guld. *Taivas Varjele!* bygger precis som *Ihanaa, Leijonat ihanaa* på Mertarantas referat. Denna gång var det explicit Mertarantas hyllning av Mikael Granlunds "ilmaveivi" ("zorromål") från semifinalen mot Ryssland som stod som grundmaterial för musiken. Låten skapades ursprungligen som ett skämt av techno/house-artisten Joonas Hahmo (Findance 2011), men efter att den laddats upp på YouTube redan dagen efter semifinalen spred den sig snabbt på de sociala medierna. Låten gavs senare ut digitalt av Sony Music och ingick på *Leijonat 2011*-skivan (Blandade artister 2011) som gavs ut efter VM och sålde platina.

På Latauslista, vilken är en sammanställning av den mest nerladdade musiken i Finland för en given vecka, hade fyra av de fem mest nerladdade låtarna för vecka 21 år 2011 (IFPI 2011) en koppling till ishockey-VM utan att vara officiella VM-låtar. Dessa låtar var Pojus *Poika saunoo*, Jare & Villegalles *Häissä*, samt A-tyyppis *Ihanaa, Leijonat ihanaa* vilka alla hade ingått i YLE:s tävling samt Finnish Hockey Mafias *Taivas Varjele!* som gjort succé på sociala medier. Pasi "Poju" Heinonens låt *Poika saunoo* ("Pojken bastar") blev också Finlands mest sålda singel 2011.

Det digitala medskapandet har medfört möjligheten att snabbt kunna tolka, kommentera och karnevalisera begrepp och händelser i anknytning till Lejonen. Föregångaren, A-tyyppis låt *Ihanaa, Leijonat ihanaa*, har förmodligen inspirerat amatörer och proffs till att göra egna sampel-baserade musikstycken och videon. Exempelvis skapade Castum (2011) en "Poika saunoo remix" (*Juti rillaa*) där melodin från *Poika saunoo* sammanfogades med tv-bilder till en mashup där framförallt Timo Jutila pratar om grillning. Slebari (2011) däremot kopplade några dagar efter att Finnish Hockey Mafia hade gjort *Taivas Varjele!* samman delar av samma Mertaranta-referat med videobilder på hur den berusade målvakts-tränaren Pasi Nurminen gjorde en egen "ilmaveivi" ("flygfärd") då han snubb-

<sup>25</sup> T.ex. Hugo Hintikka & Pärä (2011), BB Salby vs. Dj Preal Ft. El Mero (2012), Blackout Junkies (2012), Runo & The Zatelite Ft. Sunan koulun kuoro (2013).

lade när Lejonen anlände hem till Vanda flygfält. Bland annat Jenkins (2012) har lyft fram hur gränsen mellan mediaproducenter och mediakonsumenter har suddats ut, och Slebari (2011) och Casstum (2011) exemplifierar detta.

Erfarna artisters, såsom Pojus, Finnish House Mafias och A-tyyppis, musik intresserar ofta också de etablerade medierna. De många populära videoklipp av mashup-karaktär<sup>26</sup> som sprids på sociala medier är däremot av sådan natur att de bl.a. av upphovsrättsliga skäl inte kan överföras till institutionaliserade massmedieplattformar eller kommersialiseras i traditionell mening. Att ta del av denna på interkontextualitet rotade aktiva gräsrotskultur<sup>27</sup>, via en andra skärm (t.ex. en smarttelefon) som komplement till tv-flödet, kan dock vara en väsentlig del av upplevelsen och sammanhållningen kring ishockey-VM. Detta tangerar samtidigt Jenkins (2012, 15) tankar angående konvergenskultur som ett "kulturellt skifte" där konsumenten uppmuntras föga samman innehåll från olika medier.

Man kan konstatera att digitaliseringen har möjliggjort distribution och medskapande av musikknuten till Lejonen och ishockey-VM. Samtidigt har digitaliseringen dock också befäst medieindustrins makt. Denna problematik har även lyfts fram av Seppänen och Väliverronen (2012, 196), som har konstaterat att förändringarna i medielandskapet snarare förstärker än utmanar medieindustrins makt på den övre nivån. Medieindustrin kan lyfta fram de kommersialiserbara aktörerna ur den flora av kultur som odlas och sprids på de sociala medierna.

Emedan de mest populära mashups hyllas för sin fyndiga interkontextualitet tenderar den VM-musik som matas ovanifrån, via medieindustrin, att utsättas för kritik på diskussionsforum och sociala medier; endera anses musiken inte representera det finska folkets musiksmak, vilket populärt och alldeles speciellt i kombination med ishockey antas vara hårdrock, eller så är den inte representativ för spelarnas musiksmak (vilket idag inte anses vara hårdrock) eller så motsvarar den inte den musik som spelas i deras omklädningsrum (se Panttila 2011). Andra kritiserar i sin tur krigsretoriken eller den alkoholkultur som antyds i låtarna. När nya officiella låtar släpps idag svämjar sociala medier över av nedslående kommentarer om musikens karaktär och förhållande till Lejonen. Att representera ett musikaliskt inkluderande "vi" är lika utmanande som att lista nationell karaktäristik representativ för "oss" finländare. Reaktionerna och diskussionerna är en indikation på att man föreställer sig en nationell gemenskap, man kan dock inte enas kring hur den ska representeras i toner.

<sup>26</sup> T.ex. DJ Slow vs. VJ Uzi (2011) och DJ Casstum (2012).

<sup>27</sup> Till detta räknar jag även så kallade memes vilka sprids i sociala medier och där man med text och bild kommenterar aktuella händelser.

Ishockey-VM erbjuder ett vardagssammanhang i vilket nationer drar ut i ett symboliskt krig mot varandra. Tanken om den nationella gemenskapen ingjuter kraft i sport på landslagsnivå och klingande nationella symboler används för att understryka det nationalistiska allvaret. Genom musiken får Lejonens kamp sin förklaring och spelarna tillskrivs fosterländsk ära likt de som tidigare kämpat för nationen.

Den musik som produceras inför internationella turneringar ser jag som en förlängning av den *banala nationalism* som bidrar till att göra nationen närvarande i vardagen. Landslagsishockey är en representativ sport och genom musik görs den föreställda gemenskapen Finland synlig i de mest vardagliga situationer. Samtidig blir Lejonens kamp en del av vardagen. Dessa musikstycken är av mera lekfull karaktär än nationalsånger och präglas således inte av ritualer eller ceremonier. Den nationalistiska tanken om nationens kamp och fortgång har banaliserats och karnevaliserats för att kunna ta plats i vardagliga sammanhang, t.ex. i tv-sändningar, spelade på radio eller i andra sammanhang där Lejonen är symboliskt närvarande.

Även om ishockey-VM inte är en fullständig värld på avigan kan man konstatera att i den icke-ceremoniella musiken har den fosterländska offersymboliken karnevaliserats till lekfullhet. Kampen mellan nationerna ses som en nationell och internationell fest, i *Ny rillataan* förliknas den närmast vid en stor grillfest. I denna nationalistiska fest spelar musiken en väsentlig roll i och med att den gör det möjligt att föreställa nationen även utanför arenan. I händelse av vinst kan musik bli ett medel med vilket gemenskapen kommer samman i sång och de mest populära sångerna gör nationen allestädes närvarande i segeryran. Med "officiella" och inofficiella för festen komponerade fosterländska sånger (vilka även diskuteras och kritiserats), kan gemenskapen manifesteras utanför de högtidliga ceremonierna. Låtarnas icke-formella status gör att de har bättre förutsättningar att penetrera medielandskapet än klingande nationella musikaliska symboler.

Dessa icke-ceremoniella musikstycken brukar kallas VM-låtar, vilket antyder att de har en funktion knuten till VM-turneringen. VM-låtar brukar också kallas för *kampsånger* eftersom de skrivs för att stärka sammanhållningen och kampandan inför stundande turnering. Dock antar en del av sångerna, t.ex. *Ihanaa, Leijonat ihanaa* eller *Taivas Varjele!* karaktären av *hyllningssånger* eftersom de blickar bakåt och hyllar lejonen. Dessa är dock inga standardiserade musikaliska formler. Som musikstycken bidrar de framförallt till föreställandet av nationella gemenskaper. I takt med att ny musik tillskrivs Lejonen årligen medför det samtidigt att äldre musik övergår i den kanon av Lejonmusik som kan väcks till liv varje vår. I denna kanon av VM-låtar avspeglas också musikaliska trender.

Inför stora internationella turneringar har det funnits en tradition att konstruera så kallade *officiella* VM-låtar. Denna möjlighet att tillskriva en kulturell produkt en viss status frammanar ett massmedialt intresse för fonogrammet. På

den punkten har praxis förändrats i Finland. Tidigare har det varit tradition att idrottsmännen själva deltagit i produktionen av musiken, vilket jag tolkar som ett lekfullt sätt för spelarna att visa att de är av folket. Idag kan ett fonogram tillskrivas en officiell status utan att professionella ishockeyspelare behöver göra bort sig. Samhällets individualisering och medialisering har också medfört att spelarna kan inbjuda till identifikation på sina egna villkor exempelvis genom att kommunicera med sina fans på sociala medier.

Den officiella musik som skrivs har inte enbart en identitetsskapande funktion; den är också en kommersiell kulturell produkt som kan användas strategiskt. Att få representera Lejonen musikaliskt behöver inte nödvändigtvis förstås som en ära utan det kan också vara ett karriärsdrag. Lejonens synlighet i media kan ge skjuts åt artister och i en finsk kontext har officiella VM-låtar i allt högre grad blivit mediekonstruktioner vars bakomliggande intressen är höljda i dunkel för bänkidrottaren. I detta sammanhang är det dock av sekundär karaktär eftersom mediernas användning av musikstycket konstruerar det *som* det officiella musikstycket. Man kan konstatera att epitetet *officiell* konstrueras genom medieanvändning och att repeterad användning ger en viss autenticitet eftersom det vanligtvis bara finns en officiell VM-låt. Den officiella låten är den låt som vanligtvis dominerar i medieflödet. Detta tolkningsföreträde är det från gräsrotsnivån svårt att utmana.

Digitalisering har dock medfört att publiken också kan bli en aktiv medskapare av nya kulturella produkter och bilder genom vilka samhörighet skapas. Detta medskapande märks i VM-tider i form av musikstycken och videon på YouTube där kreatören har sammanfogat och bearbetat befintliga bilder och musik. Möjligheten att inte bara konsumera utan också producera kultur kan ses i ljuset av demokratisering och gräsrotsaktivism. Denna deltagarkultur har gjort det möjligt för gemenskapens medlemmar att själva omtolka, skapa och distribuera de kulturella produkter med vilka samhörighet konstrueras. Man kan å ena sidan konstatera att alternativa distributionskanaler, t.ex. sociala medier som möjliggör spridning av medieinnehåll, har demokratiserat distributionen av musik och suddat ut gränsen mellan konsument och producent. Det betyder att vem som helst, utanför VM-etablissemangets massmediala hegemoni kan skapa sin egen hyllning till Lejonen i vilken genre eller vilket format man själv anser vara lämplig. Samtidigt har å andra sida traditionella medier fortsättningsvis stor makt att påverka med vilken musik Lejonen representeras.

## Källor

### Forskningslitteratur

Ahlsved, Kaj. 2015. Laulavat Leijonat. I *Kiekkokansa*. Red. Benita Heiskanen och Hannu Salmi. Helsingfors: Teos. 129–157.

- Alasuutari, Pertti. 1999. Nationalismi, kansakunta ja yhteiskunta. I Pertti Alasuutari och Petri Ruuska, *Post-Patria? Globalisaation kulttuuri Suomessa*. Tammerfors: Vastapaino. 31–49.
- Anderson, Benedict. 1992. *Den föreställda gemenskapen*. Övers. Sven-Erik Torhell. Göteborg: Daidalos. [Orig. *Imagined Communities*, revised and extended second edition 1991.]
- Bachtin, Michail. 2007 [1965]. *Rabelais och skrattets historia*. Övers. Sven Fyhr. Riga: Anthropos.
- Billig, Michael. 1995. *Banal nationalism*. London: Sage.
- Guttman, Allen. 1986. *Sports Spectators*. New York: Columbia University Press.
- Heiskanen, Benita och Hannu Salmi (red.). 2015. *Kiekkokansa*. Helsingfors: Teos.
- Heiskanen, Benita. 2015. Kiekkokansan matkassa Minskissä. I *Kiekkokansa*. Red. Benita Heiskanen och Hannu Salmi. Helsingfors: Teos. 256–281.
- Hjarvard, Stig. 2013. *The mediatization of culture and society*. London: Routledge.
- Hall, Stuart. 1999. *Identiteetti*. Övers. och red. Mikko Lehtonen och Juha Herkman. Tammerfors: Vastapaino.
- Hobsbawm, Eric. 1992. *Nations and nationalism since 1780. Programme, myth, reality*. Cambridge: Cambridge University Press. [Orig.1990.]
- Jenkins, Henry. 2012. *Konvergenskulturen. Där gamla och nya medier kolliderar*. Övers. Per Sjöden. Andra upplagan. Göteborg: Daidalos.
- Kolamo, Sami. 2014. Tunnekuvista tarinoita. *Tekniikan Waiheita* 4: 5–22.
- Klinge, Matti. 1999. *Suomen sinivalloiset värit*. Helsingfors: Otava.
- Kokkonen, Jouko. 2003. *Kansakunnat kultajahdissa. Urheilu ja nationalismi*. Helsingfors: Liikuntatieteellinen seura.
- Lessig, Lawrence. 2008. *Remix*. New York: Penguin Press.
- Maguire, Joseph, Grant Jarvie, Louise Mansfield och Joe Bradley. 2002. *Sport worlds: A sociological perspective*. Champaign: Human Kinetics.
- Rowe, David. 2004. Introduction: Mapping the media sports cultural complex. I *Critical readings: Sport, culture and the media*. Red. David Rowe. Buckingham: Open University Press.
- Salmenhaara, Erkki. 1998. Maamme-laulu kansallisena symbolina. I *Siltoja ja synteesejä. Esseitä semiotiikasta, kulttuurista ja taiteesta*. Red. Irma Vierimaa, Kari Kilpeläinen och Anne Siivoja-Gunaratnam [Kauppala]. Helsingfors: Gaudeamus.
- Schoug, Fredrik. 2005. De ärorikas kärntrupp. Stenmarkhysteri och medial explosion. I *Tankar från baslinjen. Humanister om idrott, kropp och hälsa*. Red. Jesper Fundberg, Klas Ramberg och Dan Waldetoft. Stockholm: Brutus Östlings Bokförlag Symposium. 105–118.
- Seppänen, Janne och Esa Väliverronen. 2012. *Mediasamhället*. Övers. Jaana Hagelberg. Tammerfors: Vastapaino.
- Sponsor Navigator tutkimus. 2015. *Jääkiekko edelleen ykkönen – Ampumahiihto ja Kaisa Mäkäräinen kärkisijoilla*. Nätkälla <http://www.sponsorinsight.fi/sponsor-navigator-tutkimus-2015.html> [läst 15.1.2016].
- Tepora, Tuomas. 2011. *Lippu, uhri, kansakunta. Ryhmäkokemukset ja -ajat Suomessa 1917–1945*. Diss. Helsingfors universitet / Finlands och Nordens historia. Helsingfors: Helsingfors Universitet. Nätkälla [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/155025/VK\\_tepora.pdf;jsessionid=5AA7FB044C6464BA2CB25DC0B1C8982E?sequence=1](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/155025/VK_tepora.pdf;jsessionid=5AA7FB044C6464BA2CB25DC0B1C8982E?sequence=1) [läst 14.1.2016].
- Tuovinen, Petri. 2009. Musik, idrott och Vårt land. I *Fredrik Pacius. Musiken som hemland*. Red. Seija Lappalainen. Övers. Christoffer von Bonsdorff och Hedvig Rask. Helsingfors: Svenska Litteratursällskapet. 162–175.
- Välämäki, Susanna. 2008. *Miten sota soi? Sotaelokuva, musiikki ja ääni*. Tammerfors: Tampere University Press.

- Välímäki, Susanna. 2015a. *Muutoksen musiikki. Pervoja ja ekologisia utopioita audiovisuaalisessa kulttuurissa*. Tammerfors: Tampere University Press.
- Välímäki Susanna. 2015b. Nyt huudetaan [artikelns ursprungliga, oavkortade version]. Nätkälla [https://www.academia.edu/13345833/Nyt\\_huudetaan\\_Lets\\_shout\\_Ice\\_Hockey\\_Sound\\_and\\_Affect\\_](https://www.academia.edu/13345833/Nyt_huudetaan_Lets_shout_Ice_Hockey_Sound_and_Affect_) [läst 14.3.2016]. Förkortade version har publicerats i *Kiekkokansa*. Red. Benita Heiskanen och Hannu Salmi. Helsingfors: Teos. 256–281.

### Forskningsmaterial

- Everett, Burgess. 2015. Report: Pentagon spent millions on ‘paid patriotism’ with pro sports leagues. Nätkälla <http://www.politico.com/story/2015/11/pentagon-contracts-sports-teams-215508> [läst: 6.5.2016].
- Findance. 2011. Findance.com paljastaa: Hän on mies Taivas varjele -hitin takana. Nätkälla <http://www.findance.com/uutiset/15269/findancecom-paljastaa-han-on-miest-aiivas-varjele-hitin-takana> [läst 6.5.2016].
- Finnpanel. 2014. *Mest sedda program enligt kanal*. Nätkälla <http://www.finnpanel.fi/se/tulokset/tv/vuosi/top/2014/mtv3.html> [läst 4.11.2015].
- IIHF. 2014. *2016 IIHF sport regulations*. International Ice Hockey Federation. Nätkälla [http://www.iihf.com/fileadmin/user\\_upload/PDF/Sport/2016\\_IIHF\\_Sport\\_Regulations.pdf](http://www.iihf.com/fileadmin/user_upload/PDF/Sport/2016_IIHF_Sport_Regulations.pdf) [läst 11.2.2016].
- IFPI. 2011. Latauslista 21/2011. Nätkälla <http://www.ifpi.fi/tilastot/virallinen-lista/latauslista/2011/21> [läst 15.1.2016].
- Ikonen, Inka. 2012. Jare&VilleGalle: Emme me mitään Karjalaa takaisin halua. Nätkälla <http://www.iltasanomat.fi/musiikki/art-1288473246597.html> [läst 4.11.2015].
- Kiekkokansa. 2014. Kiekkokansa-enkäten. Åbo universitet, Institutionen för historia, kultur- och konstforskning.
- Mennander, Pasi. 2015. Tässä ovat Leijonien virallisen MM-kisabiisin video ja sanat – Kipinän hetki!. Nätkälla <http://www.leijonat.fi/maajoukkueet/a-maajoukkue/201415/mm2015/item/13241-tassa-ovat-leijonat-virallisen-mm-kisabiisin-video-ja-sanat-kipinan-hetki.html> [läst 23.5.2016].
- Panttila, Jussi Pekka. 2011. *Tässä Leijonien top10-kisabiisit*. Nätkälla [http://yle.fi/ylex/uutiset/tassa\\_leijonien\\_top10-kisabiisit/3-7626844](http://yle.fi/ylex/uutiset/tassa_leijonien_top10-kisabiisit/3-7626844) [läst 6.11.2015].
- Rumba. 1991. Zingles. *Rumba* 7: 10–11.
- YLE TV1. 1995. *Urheiluruutu*. 7.5.1995. TV-program.
- YLE. 2011. Jääkiekon MM 2011: Kisabiisiäänestys. Nätkälla <http://areena.yle.fi/1-1300946> [läst 24.2.2016].
- YLE Urheilu. 2014. 12 vuoden odotus talvikisoissa päättyi – ”Pasila, Porilaisten marssi”. Nätkälla [http://yle.fi/urheilu/12\\_vuoden\\_odotus\\_talvikisoissa\\_paattyi\\_-\\_pasila\\_porilaisten\\_marssi/7098348](http://yle.fi/urheilu/12_vuoden_odotus_talvikisoissa_paattyi_-_pasila_porilaisten_marssi/7098348) [läst 4.11.2015].
- Svensktoppen. 1995. Lördag 6 maj 1995 [radioprogram]. Nätkälla <http://sverigesradio.se/sida/topplista.aspx?programid=2023&date=1995-05-06> [läst 15.1.2016].

### YouTube-videon

- BB Salby vs. Dj Preal Ft. El Mero. 2012. *Ulkojään kingi (Leijonat Jääkiekon maailmanmestari 2011)*. [https://www.youtube.com/watch?v=Tshzor\\_sfv0](https://www.youtube.com/watch?v=Tshzor_sfv0) [läst 31.3.2016].
- Blackout Junkies. 2012. *Kultaa*. <https://www.youtube.com/watch?v=08hUI2FclHQ> [läst 31.3.2016].
- Casstum 2011. *Juti rillaa*. <https://www.youtube.com/watch?v=uJ2WvHcOHUY> [läst 1.4.2016].
- DJ Casstum. 2012. *Mennään minne vaan feat. Juti*. <https://www.youtube.com/watch?v=DjwGUMWYDf0> [läst 31.3.2016].



- DJ Slow vs. VJ Uzi. 2011. Mikael Granlund 2011 mashup. <https://www.youtube.com/watch?v=TBwTl3g9pAY> [läst 31.3.2016].
- Finnish Hockey Mafia feat. Antero Mertaranta. 2011. *Taivas Varjele!* <https://www.youtube.com/watch?v=aFvy4YSt1tQ> [läst 31.3.2016].
- Hugo Hintikka & Pärä. 2011. *Mulla on lätkä (KISABIISI 2011)*. <https://www.youtube.com/watch?v=tCavp2s8i3M> [läst 31.3.2016].
- Karelian Division. 2012. Suomi! (Official Music Video). <https://www.youtube.com/watch?v=fuWllzwoyE> [läst 31.3.2016].
- Laulavat Leijonat. 1991b. *Ice Hockey*. <https://www.youtube.com/watch?v=-mSu43jU9Lg> [läst 31.3.2016].
- Robin. 2015. Kipinä hetki ft. Elastinen. <https://www.youtube.com/watch?v=DLAL7SvTHM> [läst 31.3.2016].
- Runo & The Zatelite Ft. Sunan koulun kuoro. 2013. *Poika Kotiin*. <http://www.youtube.com/watch?v=ZxSdHJGQTPQ> [läst 31.3.2016].
- Slebari. 2011. *Pasi Nurmisen Ilmaveivi (Mertaranta edit)*. <https://www.youtube.com/watch?v=LrGZR5LRxLk> [läst 1.4.2016].
- Teflon Brothers. 2014. Kendo Anthem (Lyric video). <https://www.youtube.com/watch?v=MOHD0KukLqY> [läst 31.3.2016].

## Intervjuer

- Hietanen, Petteri. 2014. Intervju 11.6.2014. Intervjuare Kaj Ahlsved. Intervjun finns i forskarens förvar.
- Karlsson, Peter. 2015. E-postintervju 26.6.2015. Svar erhållna 18.8.2015. Intervjuare Kaj Ahlsved. Intervjun finns i forskarens förvar.
- Teronen, Arto. 2014. Personlig kommunikation 18.11.2014. Ett sammandrag av diskussionen finns forskarens förvar.
- Koivuniemi, Kristiina. 2016. Personlig kommunikation 15.3.2016.

## Fonogram

- A-tyyppi 1999. *Ihanaa, Leijonat Ihanaa*. COL 667446 1. CD.
- A-tyyppi featuring Antero Mertaranta. 2000. *Ihanaa, Leijonat Ihanaa! [Siperia opettaa - remix]*. SYSEXCD 001. CD.
- Blandade artister. 1995a. *Golden hockey night*. BMG 74321264642. CD.
- Blandade artister. 1995b. *Leijonat & Curre & Kirka. Den glider in...* BMG 74321293512. CD.
- Blandade artister 2003. *MM2003 Jääkiekon MM-kisojen virallinen kisalevy*. Columbia 5112172. CD.
- Blandade artister. 2011. *Leijonat 2011. Virallinen leijonat-kokoelma*. Sony 88697932292. CD.
- Blandade artister. 2012. *Leijonat 2012. The official album for IIHF Ice Hockey World Championship Finland & Sweden*. Sony 886919739222. CD.
- Blandade artister. 2013. *Leijonat 2013. The official album for 2013 IIHF Ice Hockey World Championship Sweden & Finland*. Sony 88883714012. CD.
- Blandade artister. 2014. *Leijonat 2014. Virallinen leijonat-kokoelma*. Universal 37826236. CD.
- Fintelligens. 2003. *Kaikki peliin*. COL 673708 2. CD.
- Kuosmanen, Sakari & Pate Mustajärvi & Kiekkoleijonat '95. 1995. *Sankarit*. Poko Records Oy MM 95. CD.
- Laulavat Leijonat. 1991a. *Ice Hockey*. Power Records oy. LP.
- Leijonat & Curre & Kirka. 1995. *Den glider in...* BMG 74321 292822. CD.

- Leijonat ja Kisu. 2001. *Juustossa löytyy 2001*. BMG 74321 862372. CD.  
Mertaranta, Antero. 2003. *Pedon Ulvontaa*. AXR 0148076. CD.  
Offside. 1996. *Leijonat*. Fazer Records 0630 13748 2. CD.  
Stormwing & Sundqvist. 1995. *Me teimme sen*. AXR AXRSCD 53. CD.  
Stormwing. 1997. *Den glider in 97*. Poko Records PSCD 84. CD.

## Music, ice hockey Lions and the construction of a national community

In Finland the men's Ice Hockey World Championship has evolved into a yearly carnival that unites the Finns like no other sport or musical spectacle. Annually, new music in the form of "fight songs" is dedicated to the Finnish men's national ice hockey team ("The Lions"), and these songs constitute the main material for this study. The songs have been complemented by interviews, a questionnaire and fieldwork conducted at international ice hockey games. On the basis of this material I argue that the Lions represent an imagined community (Anderson 1992) and the songs are a form of *banal nationalism* (Billig 1995) that contribute to the construction of "us", an imagined community that, on a symbolic level, "fights" other nations. By studying the songs used in association with the Lions, I explore how nationalism is constructed through mediated music during ice hockey world championships in Finland. The findings are also related to the cultural consequences of digitalization.

In the course of the research, I have distinguished different categories of processes in which the nation can be imagined musically. These include the use of the national anthem and established patriotic compositions, which are intended to pay national honour to the players. These patriotic songs contrast in function with newly written non-ceremonial songs of a more playful, carnivalesque character. These playful tournament songs have successfully penetrated the media landscape in everyday situations. The non-ceremonial songs can be divided into *official* songs, which are sanctioned by the national Finnish Ice Hockey Association, and *unofficial* songs, which have come to represent the Lions through media practice and its preferential right of interpretation. Finally, as a form of participatory culture the members of the community can themselves create and re-create the cultural products (in unofficial songs and mash-ups) with which the community can be both imagined and commented upon.

*FM Kaj Ahlsved (kahlsved@abo.fi) är doktorand i musikvetenskap vid Åbo Akademi och tidigare medlem i det nationella doktorandprogrammet PhD Program in Popular Culture Studies (PPCS). Ahlsved forskar i hur inspelad musik används i samband med sportevenemang och detta är den fjärde och sista artikeln i hans avhandlingsprojekt.*