

DR MAGDALENA EL GHAMARI

Uniwersytet w Białymstoku

Muzułmanki z Instagrama – modowe trendy kulturowe współczesnych kobiet z kręgu kultury arabsko-muzułmańskiej

Streszczenie

Stosunek do praw kobiet w islamie jest nierozdzielnie związany z koncepcją rodziny i społeczeństwa jako całości. Prawo wywodzi się wprost z religii i podporządkowane jest celom szariatu. Istotne są różnice w podejściu do kwestii praw kobiet w islamie i powstałych na Zachodzie międzynarodowych aktów prawnych regulujących kwestie praw człowieka. Podstawowa różnica polega na tym, że szariat nie gwarantuje automatycznie równości płci, ochrony praw kobiet i walki z dyskryminacją.

Koncepcja równości w islamie ma swoją religijną specyfikę. W kulturze mużulmańskiej sfery prawa i religii są nierozdzielne i uzgodnione w taki sposób, że nie sposób naruszyć zapisów prawa boskiego, nie naruszając jednocześnie prawa stanowionego.

Różnice w dostępie do równych praw dla kobiet mużulmańskich wynikają ze specyfiki lokalnych kultur i tradycji religijnych. Większość krajów mużulmańskich stosuje dzisiaj wobec kobiet normy szariatu w mniej lub bardziej ograniczonym zakresie, który różni się w zależności od obszaru.

Słowa kluczowe: Arabki • mużulmanki • moda • portale społecznościowe • blogi

**MUSLIM WOMEN FROM INSTAGRAM – FASHION TRENDS IN
CONTEMPORARY ARAB – MUSLIM CULTURES**

Abstract

The contemporary situation of Muslim women is different in different parts of the Islamic world – it cannot be clearly defined as good or bad. It is not only the result of the division of societies into rich and poor, because in the rich countries of the Gulf, women enjoy less freedom than in many poor villages in Syria. The position of Muslim women in the world raises a lot of controversy as a result of cultural prejudices or ignorance.

General trends in the fashion world do not omit men and women in Muslim countries. Like other young people all over the world they are directly exposed to changing trends, including those known as "Western wear".

It can be said that the modern activities of Muslim women that fit their – interests give them a new type of professional experience and consequently lead to their economic independence. These activities and interests don't conflict with traditional roles a Muslim woman plays in the family. Online shopping, for example, can be done without leaving the office or while keeping an eye on the house and children.

Keywords: Arab women • Muslim women • fashion • social network
• blogs

*

Współczesna sytuacja kobiet muzułmańskich jest odmienna w różnych częściach świata islamu – nie da się jej jednoznacznie zdefiniować jako dobrą bądź złą. Nie jest to tylko rezultat podziału na społeczeństwa bogate i biedne, gdyż w bogatych krajach Zatoeki Perskiej kobiety mają mniej wolności niż w biednej wiosce w Syrii. Mimo to pozycja kobiet muzułmańskich budzi w świecie wiele kontrowersji, często opartych na kulturowych uprzedzeniach, niekiedy wynikających z niewiedzy.

O kobiecie muzułmańskiej można mówić od chwili, w której wydostała się z dżahiliji, epoki niewiedzy i ciemności poprzedzającej islam. Okres ten sięga niepamiętnych czasów – od przełomu

VI/VII w. do około ery muzułmańskiej. Kobieta tego okresu jest pewnym uogólnieniem, ponieważ oznacza różne typy kobiet żyjących w „niewiedzy”, której kres położył islam. W schyłkowym okresie dżahiliji pozycja kobiet znacznie wzrosła. W niektórych plemionach przybierała ona postać matriarchatu. To matka decydowała o losach rodziny – urodzone dziewczynki dziedziczyły władzę po matce. Dorastając, cieszyły się większą bądź mniejszą swobodą seksualną, zdarzały się im przedślubne czy pozamałżeńskie romanse, a dzieci z takich związków nie przynosiły ujmy. Wychodząc za mąż, kobieta oczekiwała na sodak – zwyczajowy prezent ślubny obejmujący słodycze, odzież, pieniądze, wielbłądy czy inne atrakcyjne dobra. Praktykowana była również poliadria¹. Istniał zwyczaj, zgodnie z którym kobieta mogła mieć dziesięciu mężów. Matka żyjąca według tradycji matriarchalnej miała wiele praw i odgrywała dużą rolę zarówno w swoim małżeństwie, jak i w społeczności. Nie piętnowano jej za zdradę małżeńską, mąż mógł jej ową zdradę wybaczyć. Postawy matriarchalne dawały o sobie znać na Półwyspie Arabskim do końca dżahiliji, a jeszcze na styku tej epoki z islamem żyły w Mekce przedsiębiorcze kobiety, które same prowadziły swoje interesy, zarządzały majątkiem i wybierały sobie mężów. Jednakże na początku ery islamskiej rola kobiety muzułmańskiej uległa całkowitej zmianie. Od tej pory zaczął dominować typ kultury męskiej, który doprowadził kobietę do skrajnego uprzedmiotowienia. Urzeczowiona kobieta nie posiadała niczego, nie miała prawa do majątku bądź jakiegokolwiek własności – to ona stawała się własnością, gdyż po śmierci męża wdowę wraz z całym dobytkiem dziedziczył jego brat. Nie miała prawa domagać się satysfakcji emocjonalnej i intelektualnej; jej przeznaczeniem było małżeństwo, o którym decydował ojciec.

Mniej więcej od lat dziewięćdziesiątych XX w. na wygląd muzułmanek wpływ ma swoista moda. Jej kanony kształtują projektantki, które niejednokrotnie w swoich własnych domach organi-

¹ Wielomęstwo – jedna z form poligamii, kiedy jedna kobieta ma kilku mężów jednocześnie, przy czym żaden z jej mężów nie ma w tym samym czasie innej żony.

zują pokazy strojów godzących religię i nowoczesność, skromność z odrobiną fantazji. Modne panie śledzą propozycje kolorowych magazynów, które nie tylko podają co nosić, ale i jak się zachować, dbając o religijność. Na potrzeby kobiecych pism do sesji zdjęciowych nierzadko wykorzystuje się manekiny. Zdarza się prezentować ubiory na prawdziwych modelkach, pokazywanych jednak od szyi w dół. Do niedawna powszechne było komputerowe rozmazywanie twarzy pozujących pań.

Nowoczesne konsumentki chętnie korzystają z usług salonów urody tylko dla zawołowanych klientek. Zamawiają każdy luksusowy zabieg. W ofercie nie ma jedynie czesania włosów – pięknie ułożona fryzura mogłaby kusić do wyjścia na ulicę bez hidżabu.

Hidżab jest sposobem ubierania. Kobieta powinna zakrywać całe swoje ciało oprócz twarzy i dłoni. Tylko mąż ma przywilej oglądania żony w pełnej krasie. Dlatego w miejscach publicznych zakładają one długie spodnie, do tego najczęściej lekki płaszczyk do kolan z długimi rękawami oraz chustkę na głowę. Dziewczynki powinny ubierać się w ten sposób od ukończenia 9. roku życia.

Zamożne mieszkanki państw muzułmańskich, tzw. *muhajabes* (*muhadżdżaba* – nosząca hidżab, *babes* – ślicznotki), mają w szafie zarówno obcisłe, stylowe stroje, jak i dopasowane do nich hidżaby. Wiedza, że liczy się świeżość, nowoczesność, oryginalność i wartość wyrażona metką. Demonstracja statusu materialnego nie jest mniej ważna dla szczelnie zawołowanych mieszkanek krajów Zatoki Perskiej. Lśniące buty od znanych projektantów, abaja (szeroki, luźny płaszcz) z wysokogatunkowej tkaniny i zasłona na twarz odróżniają je od znacznie mniej zamożnych imigrantek.

Z perspektywy badanej tematyki niezwykle istotna jest również rola transferu kulturowego w dzisiejszym świecie. Współczesne Arabki muzułmanki mają bardzo różne oblicza, dlatego nie wolno w tej kwestii generalizować. Inaczej będą wyglądać kobiety z biednych obszarów wiejskich, inaczej zaś te z bogatych krajów Zatoki Perskiej. Rozpiętość ich możliwości jest definiowana za-

równy status materialnym, jak i miejscem urodzenia. Aczkolwiek modowe trendy związane są z ważnym aspektem transferu kulturowego jako efektu globalizacji.

Transfer kulturowy narodził się w latach osiemdziesiątych XX w.² W badaniu tego zagadnienia ogromną rolę odegrali intelektualni – Michel Espagne, Matthias Middell i Michael Werner. Związane to było z porzuceniem narodowej perspektywy postrzegania i wyjścia w kierunku badania współzależności zachodzących w kulturze zjawisk.

Transfer kulturowy zdefiniować można jako przemieszczanie się obiektów materialnych i idei oraz symboli w obrębie różnych kultur. Mamy więc punkt startu, nieraz trudny do ustalenia, przenoszoną treść, a także punkt docelowy. Co istotne, ważna jest nie tylko kultura będąca „nadawcą”, ale i ta stanowiąca „adresata”. To ona „odbiera” przekaz na swój sposób, poprzez pryzmat swoich cech. Często też przetwarza obcy produkt. Nie jest zatem bierna, bierze udział w kreowaniu nowych znaczeń. Toteż wymiana ma charakter dwustronny lub nawet wielostronny, a niejednokrotnie, choć niekoniecznie, symultaniczny³.

Na intensyfikację transferu kulturowego wpływ ma także rosnąca fala migracji. Imigranci, z którymi stykają się rdzenni mieszkańcy danego miejsca, często przeszczepiają swoje rodzime tradycje na obcy grunt. Wielu ludzi wychowuje się na styku odmiennych kultur kraju rodzimego i zamieszkania bądź różnego pochodzenia rodziców. Są to dzieci imigrantów czy też te z tzw. związków mieszanych. Tworzy się strefa pewnego rodzaju „pogranicza”. Wokół zachodnich miast wyrastają etniczne przedmieścia, których mieszkańcy codziennie lawirują między różnymi kulturami, z większym lub mniejszym sukcesem łącząc ich elementy – adaptując się w węższym albo szerszym zakresie. Dziś transfer kulturowy w znacznej mierze umożliwia także środki

² L. Jurek, *Teoria transferu kulturowego i jej zastosowanie w badaniach historii społecznej (na przykładzie polsko-włoskich kontaktów doby Risorgimento)*, „Studia z Historii Społeczno-Gospodarczej XIX i XX wieku” 2009, t. 6, s. 1.

³ *German Culture in Nineteenth-century America: Reception, Adaptation, Transformation*, red. L. Tatlock, M. Erlin, New York 2005, s. 107.

masowego przekazu. Tak naprawdę, aby w jakimś zakresie przyswoić sobie obce wzorce kulturowe, nie trzeba już ruszać się z domu. Prasa, telewizja i oczywiście wyjątkowe narzędzie, jakim jest Internet, umożliwiają kontakt z odmiennymi kulturowo modami czy ideami poprzez ich oglądanie, analizowanie i ewentualne przetwarzanie.

Najwięcej kontrowersji budzi zetknięcie się świata niemuzułmańskiego z zasłonami muzułmanek. Kobiety w hidżabach, a nawet burkach, stały się już bowiem stałym elementem krajobrazu ulic wielu europejskich miast. Przy czym im bardziej dana kobieta jest zakryta, tym większą dyskusję wzbudza jej strój.

Poza krajem muzułmańskim kobieta w zasłonie często staje się nagle symbolem zupełnie innych idei: zagrożenia terrorystycznego, uwstecznienia społeczeństw muzułmańskich, pogwałcenia praw kobiet, ostentacyjnym symbolem religijnym. Próbując przybliżyć temat z perspektywy muzułmańskiej, posłużę się tu omówieniem, którego dostarcza ulotka malezyjskiej organizacji IPSI (ang. *Islamic Propagation Society International*) pt. *The Burqa & Niqab. Uncovering the facts*. Prezentuje ona, punkt po punkcie, różne powszechne opinie dotyczące zasłon, zdaniem autorów często niesłuszne. Tymczasem to właśnie na ich podstawie wiele krajów zamierza na drodze prawnej zakazać noszenia zasłon.

Po pierwsze, wiele osób uważa, że noszenie przez kobietę zasłony jest jej zawsze narzucone siłą i stąd opresyjne. Świat Zachodu, który deklaruje przywiązanie do wolności jednostki, strój narzucony, nawet jeśli jest takowym na drodze osobistych przekonań religijnych, postrzega często jako ucisk i przykry obowiązek. Oczywiście nie ma wątpliwości, że w wielu wypadkach dzieje się i tak, że kobieta zmuszana jest do założenia zasłony przez inną osobę lub społeczność. Nie można jednak ignorować faktu, że wiele spośród nich podejmuje taką decyzję w pełni samodzielnie, nierzadko też wbrew bliskim, w tym mężczyznom z rodziny. Muzułmanie stawiają w tym miejscu pytanie, czy prawdziwą opresją nie jest natomiast zakazywanie muzułmankom noszenia zasłon,

jeśli uważają je one za ważny element swoich przekonań religijnych czy tożsamości?

Chusta w krajach z przeważającą większością chrześcijan, których co do zasady w głównym nurcie nie obowiązują żadne charakterystyczne wymogi wobec stroju, bywa również odczytywana jako agresywny i ostentacyjny manifest innej wiary.

Pojawiają się też głosy, że zasłony są czymś wstecznym, elementem przynależącym do odległej przeszłości, kojarzonym z zacofaniem. Muzułmanie podkreślają jednak, że chusta sama w sobie traktowana jest przede wszystkim jako element religijny, a nie ostatni krzyk mody. Jako taka powinna być zatem postrzegana jako coś ponadczasowego. Zachód często na podstawie zmian zachodzących w strojach kobiet danego kraju wyciąga daleko idące wnioski z zakresu jego bieżącej sytuacji politycznej czy socjologicznej. Niejednokrotnie rzeczywiście można w ten sposób opisywać pewne szersze tendencje, ale narzucanie zasłonie znaczenia symbolu zacofania jest już zupełnie inną kwestią.

Na tej podstawie opiera się dysonans, jaki przeżywa człowiek Zachodu, widząc panią profesor, wykwalifikowaną lekarzkę lub inną specjalistkę w zasłonie. Wbrew opinii, że zasłonięta kobieta sprowadzona jest do roli anonimowego przedmiotu, wielu z nich to właśnie taki strój umożliwia aktywny udział w życiu społecznym czy dostęp do kształcenia.

Co więcej, w niektórych państwach zachodnich na fali transferu kulturowego następuje też adaptacja hidżabu jako części oficjalnego stroju służbowego dla muzułmanek, np. brytyjskich policjantek. Nie wiadomo jednak, czy kobieta nosząca na co dzień hidżab zdecydowałaby się na karierę w policji, gdyby musiała go zdejmować do munduru.

Transfer kulturowy nie musi polegać na stereotypowym odbieraniu obcych kulturowo elementów, gdy pojawiają się one na „cudzym gruncie”. Jak już zostało to wspomniane we wstępie, często przyczynia się on także do powstania pewnej „nowej jakości” na skutek przetwarzania i dostosowywania.

Fotografia 1,2. Lalki Fulla

Źródło: <https://www.alibaba.com/showroom/fulla-doll.html> [dostęp: 27.01.2017].

Przykładem wytworu transferu kulturowego jest Fulla, muzułmańska „siostra Barbie”, produkowana przez firmę NewBoy z Dubaju. Stworzona na wzór Barbie, będącej wręcz symbolem zachodniej kultury. Fulla, podobnie jak jej protoplastka, stanowić ma dobry wzorzec zachowań dla bawiących się nią dziewczynek. Toteż jej ubrania są skromne, a w komplecie często dodawany jest hidżab. Nawet jeśli lalka ma na sobie suknię balową. Kupić można również Fullę w stroju do modlitwy. Powstała także cała specjalna linia lalek w tradycyjnych strojach z różnych krajów muzułmańskich, będąca ciekawym świadectwem bogactwa kręgu kultury islamu. Również w zakresie tak ważnego elementu stroju, jakim jest biżuteria, mamy do czynienia ze zjawiskiem transferu kulturowego.

Fotografia 3.4. Lalki Fulla w różnych odsłonach



Źródło: <https://www.alibaba.com/showroom/fulla-doll.html> [dostęp: 27.01.2017].

Wielkie domy mody, jak Dolce & Gabbana, w swoich liniach produktów dla klientek muzułmanki łączą cechy swojej marki, wypracowane na modelach „zachodnich”, z elementami strojów

dla muzułmanek⁴. Powstają charakterystycznie dekorowane abaje czy hidżaby z logo znanych marek.

Fotografia 5,6. Kolekcja Dolce & Gabbana dla muzułmanek



Źródło: <http://lirisimplebeauty.com/?p=1346> [dostęp: 27.01.2017].

Kolejnym znanym i cenionym projektantem jest John Galliano, który szyje abaje na miarę, a ich wartość sięga 10 tys. dolarów. Trafiają one do sklepów w saudyjskich miastach Jeddah i Rijad. Na zakupy z wyższej półki pozwalają sobie saudyjskie księżniczki, które w Saks kupują kilkanaście wieczorowych sukni naraz. Każda z nich kosztuje mniej więcej 20 tys. dolarów. Jak powiedział Mahammed Nafisa, na miejsce każą sobie przywozić części z najnowszych kolekcji z Mediolanu i Paryża, ponieważ chcą mieć abaje wykonane przez tych samych projektantów, by pasowały do sukni. Dodał też, że strój taki założą raz na wieczorne przyjęcie, na którym będą same kobiety⁵.

Kolejnym przykładem jest projektantka Hind Beljafta, która specjalizuje się w wytwornych wersjach czarnych abaji dla za-

⁴ *Dolce & Gabbana's Embellished Hijabs and Abayas Are Great News for Muslim Women – When Will Other Brands Follow Suit?*, red. S. Yotka [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2qA8jJ2>>.

⁵ Ibidem.

możnych kobiet z Zatoki Perskiej, ukrywających kształt kobiecego ciała. Przy projektowaniu wykorzystuje hafty, palmy w różnych kolorach czy metalowe i skórzane ćwieki⁶. Klientki zgłaszają się do jej firmy i proszą o stworzenie abaji, które będą pasować do modnych butów na wysokim obcasie czy torebek takich marek, jak Hermes, Chanel, Gucci lub Christian Dior. Wynika to z faktu, iż, bywając w miejscach publicznych, nie mogą pokazać swojego ubioru i muszą mieć założoną abaję. Jak mówi Tamara Al Gabbani, kobieta biznesu z Dubaju i prezenterka telewizyjna, *w modnych abajach czuję się jak nowoczesna arabska kobieta. Zakładanie abaji zawsze było częścią mojego stylu życia. Jak widać, dzisiejsze pokolenie muzułmanek chce czegoś nowego, szuka swojego stylu. Współczesna arabska, majątna kobieta jest wykształcona, prowadzi czynne życie i pracuje, dlatego chce zachować swoją tożsamość, wyglądając przy tym modnie. Zdaniem Alberty Ferretti, projektantki mody z Mediolanu, *moda islamska ma potencjał, który nie został do końca oszacowany*⁷.*

Należy pamiętać, że świat mody to nie tylko rynek zachodni. Rozszerza się on z Bliskiego Wschodu po zamieszkałe przez muzułmanów kraje południowo-wschodniej Europy, Ameryki Północnej, Afryki i Azji. Świadectwem popularności może być Festiwal Mody Islamskiej (ang. *Islamic Fashion Festival*), który odbywa się cyklicznie w czerwcu każdego roku, poczynając od 2006 r. (w Dżakarcie i Kuala Lumpur), w 2008 r. docierając do Dubaju. Światowej sławy projektantka Data Raja Rezza chce doprowadzić do tego, by te trzy miasta stały się stolicami mody muzułmańskiej, tak jak Paryż, Mediolan i Nowy Jork są światowymi wizytówkami mody zachodniej⁸. Na głównej stronie *Islamic Fashion Festival* czytamy, że jego głównym celem jest zdobycie serc i umysłów muzułmanów i niemuzułmanów. Organizatorzy obalają przestarzałe mity, przez swoje świeże pomysły wzbudzając zainteresowanie i ciekawość wszystkich środowisk, dzięki czemu ludzie

⁶ H. Meyer, H. Couch, *Harrods liczy na zyski z islamskiej mody* [Dostęp: 20.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rpyb9N>>.

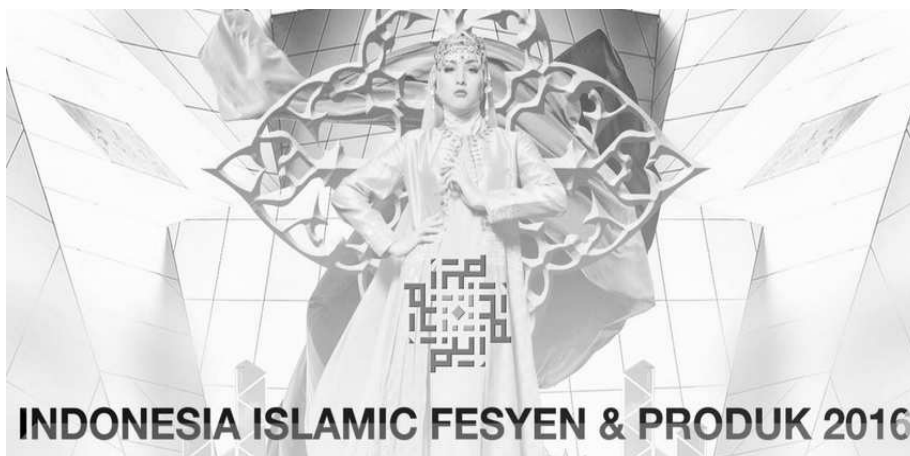
⁷ Ibidem.

⁸ Ibidem.

chcą się dowiedzieć więcej zarówno na temat nowych trendów modowych w tym obszarze świata, ale i samej religii.

Festiwal Mody Islamskiej dzięki swojej interpretacji i twórczości projektantów pokazuje, jak dynamicznie rozwija się moda muzułmańska. Poprzez pokazy mody aspiruje do ukazywania wielowymiarowych aspektów islamu, który będzie pobudzał interakcje między wszystkimi narodami. Zamysłem festiwalu jest ustawienie islamskiej mody jako istotnego gracza na arenie międzynarodowej. Misją jest również budowanie świadomości i uznania dla wrodzonego piękna oraz różnorodności mody kultury islamskiej, jak również skierowanie uwagi mediów w kierunku ducha islamu. Zachęcenie muzułmanów i niemuzułmanów w urzekający sposób, by zwrócić ich uwagę na różnorodność i ekspresję w islamskiej modzie⁹.

Fotografia 7. Festiwal Mody Islamskiej



Źródło: <https://www.facebook.com/JIIFest/> [dostęp: 27.01.2017].

⁹ *International Islamic Fashion Festival, Discover the beauty of modesty* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2r16KvN>>.

Fotografia 8. Festiwal Mody Islamskiej

Źródło: <https://www.facebook.com/JIIFest/> [dostęp: 27.01.2017].

Hasło festiwalu „Odkryj piękno skromności” zaprasza publiczność do poznania, docenienia i zrozumienia zakrywania kobiet w islamie¹⁰. Co więcej, organizatorzy zapewniają, że jest ono zgodne z zasadami religii. Promuje muzułmańską kulturę oraz ekspresję i kreatywność w zarezerwowanej dla zachodnich projektantów dziedzinie, przynajmniej według stereotypów.

Arabki muzułmanki są również obecne na portalach społecznościowych, prowadzą też swoje blogi, przez co aktywnie uczestniczą w wirtualnym świecie. Jednym z przykładów jest pół-Kuwejtka, pół-Amerykanka Ascia Al Faraj, w Internecie Ascia AKF, która stworzyła swojego bloga w 2012 r. Jak sama mówi, nie podobało jej się to, że do tamtego czasu większość kobiet muzułmanek obecnych w Internecie, na Twitterze czy Instagramie, przy okazji prezentowania mody „ucinało” na zdjęciach swoje głowy, co miało uniemożliwić ich identyfikację. Ascia jako jedna z pierwszych blogerek nie ukrywała swojej twarzy. Na pewno w tej decyzji pomógł jej mąż, który w pełni zaakceptował to zajęcie, a nawet angażuje się w jej działania i występuje publicznie u jej

¹⁰ Ibidem.

boku¹¹. Także mieszkająca w Szwecji Tunezyjka Miariam Ayari fotografuje się na Instagramie z mężem i dzieckiem¹². Trzeba jednak przyznać, że nie jest to normą i takie blogi należą do rzadkości.

Z zupełnie innych względów oryginalna jest grupa blogów poświęcona całkowicie nowatorskiemu nurtowi „muslim lolita”¹³.

Fotografia 9, 10. „Muslim lolita”



Źródło: https://www.vice.com/en_us/article/meet-the-hijabi-lolita-968 [dostęp: 27.01.2017].

Przedstawiona na fotografiach popularna „muslim lolita” to Alyssa, autorka bloga The Hijabi Lolita. Przy każdej swojej stylizacji podaje nazwy sklepów, w których nabyła jej poszczególne

¹¹ Al Shatti Nouriah, *Kuwaiti Style Influencer Ascia AKF Weighs in on the Middle East Blogging Community* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rlkCGf>>.

¹² *Hijabmuslim* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rlaeOQ>>.

¹³ Bored Panda, *Muslim Lolita Fashion Is A New Trend Inspired By Japan* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/1fG3Z0H>>.

elementy¹⁴. Wymiana poglądów na temat światowych trendów, możliwa dzięki Internetowi, doprowadziła bowiem do powstania najbardziej zaskakujących modowych połączeń. Nurt „muslim lolita” powstał z fascynacji japońskim stylem lolity. Jego wielbicielki łączą z hidżabem słodkie, pudrowe ubrania, torebki w kształcie misiów, gigantyczne kokardy czy wysoko sznurowane buty. Na chustę wkładają opaski, przypinają do niej spinki w kształcie gwiazdek i serduszek – już nie po to, by przytrzymać ją na miejscu, a jedynie ku dodatkowej ozdobie¹⁵. Fanki tego nurtu często urządzają specjalne zloty, na których podziwiają nawzajem swoje stroje i wymieniają się doświadczeniami, a których organizację ułatwia im internetowa komunikacja. Nadal bowiem „muslim lolita” nie wydają się zbyt liczne wśród społeczności muzułmańskiej. To Internet ułatwia integrację tego dość wyjątkowego środowiska.

Innym przykładem modowego bloga poświęconego obecnym trendom jest Edible Rainbows prowadzone przez brytyjską muzułmankę Noor. Przedstawia ona swoje ubrania, pisze o ulubionych torebkach lub innych akcesoriach, daje także porady początkującym muzułmańskim lolitom¹⁶.

Z kolei blogerka Basma Kahie (Basma K) eksperymentuje z oryginalnym makijażem, malując np. swoje usta na zielono¹⁷. Anum Bashir z Kataru w wywiadzie dla „Vogue’a” wprost określa swoją modę jako „na chłopaka”. Mówi także o tym, na ile stała się ona dla niej łatwiejsza w realizacji po ślubie, odkąd ma otwarty dostęp do szafy swojego męża, z której podkrada paski czy szerokie koszule¹⁸. Mając na uwadze tradycyjny, dość wyraźny rozdział

¹⁴ *The Hijab Lolita* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2snUOJ2>>.

¹⁵ *Meet the Hijabi Lolita* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rpBP3t>>.

¹⁶ *Edible rainbows* – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://myediblerainbows.blogspot.co.uk/>>.

¹⁷ *Basma_K Fashion* – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.instagram.com/basma_k/>.

¹⁸ *This Qatar Art and Fashion Consultant Is Redefining Desert Style*, red. M. Carlos [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rTXJMM>>.

w islamie na to, co męskie i na to, co kobiece, jest to deklaracja dość odważna.

Prócz całkowicie nowatorskich, szalonych pomysłów i nowych trendów, blogi zawierają także wiele codziennych, praktycznych porad dla muzułmank. Na przykład na themuslimgirl.com¹⁹ można przeczytać miniporadnik, w jaki sposób, pomimo noszenia hidżabu czy ubrań z długimi rękawami, zadbać o chłodzenie organizmu podczas upalnych dni: jakie nosić kroje strojów, który materiał jest wówczas najwłaściwszy na chusty albo w których popularnych sieciowych sklepach odzieżowych znaleźć można skromne ubrania.

Same muzułmanki wskazują bowiem na to, że część ubrań przez nie noszonych jest typowo „muzułmańskimi”, które jako takie zostały uszyte i można je nabyć w specjalnych sklepach, w Internecie czy oczywiście w krajach o znacznym odsetku wyznawców islamu. Ale jest też mnóstwo ogólnie dostępnych ubrań w znanych sieciówkach, które można poddać pewnego rodzaju „islamizacji”, jak określa to autorka bloga caribmuslimah.wordpress.com²⁰.

Oprócz tworzenia blogów muzułmanki publikują także zdjęcia swoich stylizacji na Instagramie. Piękne, artystyczne fotografie to często w równej mierze sztuka, jak i modowe wskazówki. One również, podobnie jak blogi, zdobywają całe rzesze stałych fanów. Na przykład wspomniana już Ascja Al Faraj w 2016 r. na swoim koncju na Instagramie dobiła do grona 1,9 mln „obserwujących”, a więc stałych fanów jej profilu²¹.

Muzułmanki prowadzą również tematyczne strony internetowe oraz fora dyskusyjne. Co ważne, większość treści jest udostępnianych w sieci całkowicie za darmo. Oznacza to, że o ile ma się dostęp do Internetu, przeglądanie na bieżąco nowych stylizacji

¹⁹ *The Muslim Girl* – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://themuslimgirl.com/the-muslim-girl/>>.

²⁰ *A Blog Dedicated to the Stylish Muslimah* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2smbz7q>>.

²¹ *Ascja_AKF* – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2oybNpP>>.

nic nie kosztuje. Nie trzeba już wydawać pieniędzy na drogie magazyny, drukowane na śliskim papierze. Nie jest konieczne nawet wychodzenie z domu, żeby je znaleźć i kupić.

Niezwykle popularne są też tzw. tutoriale – filmiki na YouTube, które dają jeszcze inne możliwości niż statyczne obrazy i teksty. To przede wszystkim tutaj można znaleźć „tutoriale hidżabowe” – pokazane krok po kroku sposoby na upięcie chusty w konkretny sposób. Są to pomysły od prostych po skomplikowane. Od tych na *dni, kiedy nie ma się zbyt dużo czasu na bawienie się spinkami i szpilkami* po te, kiedy chce się wyglądać wyjątkowo i oryginalnie. Dzięki filmikom muzulmanki z różnych krajów mogą wymieniać się swoimi doświadczeniami i poznawać trendy obowiązujące w innych zakątkach świata, tych z kręgu kultury islamu i nie tylko. Ułatwieniem z pewnością jest fakt, że znaczny odsetek blogów prowadzony jest w języku angielskim, współczesnym *lingua franca*, rozumianym w różnych miejscach globu. Bloggerki z Maghrebu, podobnie jak odwołująca się do swojego berberyjskiego pochodzenia Marokanka Jamila, często piszą posty także w języku francuskim²². Dostęp do umieszczanych na nich treści i dyskusji mają zatem czytelnicy o różnym pochodzeniu. Dzięki temu o ile dawniej konkretny sposób zakrywania włosów czy twarzy mógł zdecydowanie przeważać w konkretnym miejscu świata lub też w ogóle był znany jedynie tam, o tyle dziś, dzięki sile Internetu, wiele tendencji upowszechnia się i „globalizuje”.

Jak ukazują powyższe przykłady, modowe podpowiedzi są dostępne już nie tylko elitarnemu gronu arabskich czy muzulmańskich kobiet. Szybsze przejrzanie dużo obszerniejszej zawartości jest możliwe w krótszym czasie. Czytelniczki nie są już ograniczone do kilkadziesiątu stron pisma. Głosują „polubieniami” danych profili i stron, same więc wpływają w pewnym stopniu na prezentowane treści. Jak zostało to wspomniane na początku tekstu, w mediach społecznościowych chodzi w końcu o ich „społeczny” charakter, a więc możliwy bezpośredni wpływ

²² *Miss beauty morocco* – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://missbeautymorocco.blogspot.com/>>.

odbiorców na samego nadawcę treści. Dzięki Internetowi modne inspiracje zgodne z własnym gustem można mieć na wyciągnięcie ręki, są o wiele łatwiej dostępne i stąd też o wiele bardziej popularne.

Również ogólne światowe tendencje modowe nie omijają środowiska muzułmanów, a zwłaszcza, jak w każdym społeczeństwie, ludzi młodych. Na pewno przyczynia się do tego fakt, iż zamieszkują oni różne państwa świata, gdzie są bezpośrednio „wystawieni” na zmieniające się trendy, także te „zachodnie”.

Podobnie jak kiedyś na ulice zachodnich miast wylegli nagle tzw. hipsterzy, tak zjawili się „mipsterzy”. Określenie to powstało z połączenia słów „muslim” i „hipster”. Opublikowany na YouTube filmik wideo „mipsterów” – kolorowo ubranych amerykańskich muzułmanek na deskorolkach, wzbudził w mediach gorącą debatę, w tym kontrowersje w samym środowisku muzułmanów²³. Na jego temat wypowiedali się m.in. goście w programie „The Stream” w anglojęzycznej wersji kanału Al Jazeera. *Notabene* także dzięki nowoczesnym technologiom, używając połączenia poprzez Skype’a i prosząc o komentarze online na Twitterze²⁴. Prezentowanie siebie i swoich ubrań w Internecie to często nie koniec przygody dla muzułmańskich fashionistek prowadzących portale modowe. Często udaje im się przekuć swoje zainteresowanie w prawdziwy interes. Po osiągnięciu internetowej popularności część z nich rozpoczyna działalność komercyjną. W ten sposób powstają internetowe sklepy z chustami czy ubraniami, niejednokrotnie sygnowane ich nazwiskiem lub pseudonimem.

Blogerki nawiązują także kontakty biznesowe z właścicielami znanych marek produktów. Zdjęcie blogerki Sobii Masood w białych tenisówkach marki Keds zostało następnie wykorzystane

²³ A. Zawadzka, *Mipsterz. Muzułmanki, które podbijają internet i mówią, że hidżab może być modny*, „na:Temat” [online], [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2qBt0o4>>.

²⁴ „Stream”, Al Jazeera [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/IO33X9>>.

przez właścicieli tej marki²⁵. Zainteresowanie znanych koncernów blogami modowymi prowadzonymi przez muzułmanki stawia przed nimi nowe wyzwania, zmuszając je do decyzji biznesowych. Powstaje dylemat, czy promować jedynie marki, które się lubi, czy też zgadzać się na dochodową współpracę, która może jednak wymagać naginania się do wymagań sponsorów. Czy przekształcać swojego bloga w działalność zawodową i poświęcać mu odtąd o wiele więcej czasu, czy raczej traktować go jako niezobowiązujące hobby²⁶.

Basma K, właścicielka butiku Basma K Collection, prowadzi internetową sprzedaż wysyłkową chust. Poszczególne egzemplarze prezentuje na zdjęciach, na których występuje w charakterze modelki²⁷.

Maryam, właścicielka bloga SincerelyMaryam²⁸, sprzedaje swoje produkty poprzez stronę Cover33²⁹, której nazwa pochodzi od połączenia angielskiego słowa *cover*, oznaczającego „zakrycie”, i numeru 33, odwołującego się do 33. sury Koranu, mówiącej m.in. o zakrywaniu się kobiet.

Leena Asad, której rodzina ma palestyńsko-amerykańskie korzenie, na Instagramie fotografuje się także w hidżabie na siłowni³⁰, a na swoim blogu pisze o tym, że jest pielęgniarzką asystującą przy porodach³¹.

²⁵ Ismat Sarah Mangla, *Muslim women are taking to Instagram to show that following their religious beliefs needn't preclude style* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://ind.pn/2rFwDcD>>.

²⁶ Ibidem.

²⁷ Basmak Collection [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rpR1NU>>.

²⁸ Maryam [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.sincerelymaryam.com/>>.

²⁹ Hijabi [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.cover33.com/>>.

³⁰ With Love Lene [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<https://www.instagram.com/withloveleena>>.

³¹ Leena [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.withloveleena.com/>>.

Ibtihaj Muhammad, zajmująca się prowadzeniem bloga o modzie i sklepu LouellaShop³², była pierwszą amerykańską zawodniczką w hidżabie, która walczyła w olimpiadzie w Rio w 2016 r. w turnieju szablerek. Zdobyła brąz.

Anum Bashir na swoim portalu Desert Mannequin³³ przedstawia sylwetki młodych projektantów z Bliskiego Wschodu, przeprowadza z nimi wywiady i prezentuje ich prace. Nie jest zatem, jak wiele innych blogerek, skupiona przede wszystkim na sobie, lecz próbuje też pomóc innym osobom poruszającym się w branży odzieżowej.

Z całą pewnością można stwierdzić, że działalność muzułmank w obszarze ich zainteresowań daje im nowe doświadczenia zawodowe, doprowadza do ich ekonomicznego uniezależnienia i aktywności na rynku pracy. Aktywności, która nie stoi w sprzeczności nawet z tradycyjnie pojmowaną rolą kobiety w rodzinie. Sklep w wirtualnej rzeczywistości można prowadzić bez wychodzenia do biura, mając jednocześnie na oku dom i dzieci. Łatwiej zatem przekonać do tego męża czy ojca. Ascia AKF, wspomniana wcześniej blogerka z Kuwejtu, występuje na swoich zdjęciach razem z mężem czy dzieckiem, a więc ciesząc się wsparciem rodziny. Ona także otworzyła sklep w Internecie³⁴. Muzułmanki, które zdecydowały się na założenie podobnego interesu, często są pozytywnym źródłem inspiracji dla swoich koleżanek, również w dziedzinach niezwiązanych tylko i wyłącznie z modą. Znane blogerki urastają bowiem do roli menterek, prawdziwych guru. Ruma Begum, blogerka z Detroit, wspomina np., że wiele młodych kobiet dopytuje ją, czy hidżab powstrzymuje ją przed robieniem tego, na co ma ochotę³⁵.

³² Louella Shop [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<https://www.instagram.com/LouellaShop>>.

³³ Desert Mannequin [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.desertmannequin.com>>.

³⁴ Ascia_AKF – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2oybNpP>>.

³⁵ *Meet the Hijabi Fashionistas of Instagram: Chic Muslim Women Share Their Modest Style on Social Media*, red. I.S. Mangla [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2eW9FEb>>.

Prowadzenie dobrze prosperującego biznesu czy popularnego bloga może także wpływać na zwiększenie poczucia własnej wartości u ich pomysłodawczyń lub w społeczności muzułmanki jako takiej. Okazuje się, że to, co muzułmanki mają do zaoferowania, znajduje rzesze odbiorców. Ktoś chce oglądać zdjęcia ich stylizacji, komentować ich ubrania oraz kupować ich projekty.

Częściowo pod wpływem podobnych inicjatyw to już nie muzułmanki dostosowują trendy mody do swoich wymagań, ale często to właśnie nowe trendy wynikają wprost z ich potrzeb. Stają się one pełnoprawnymi klientkami, dla których tworzone są oddzielne kolekcje nawet najbardziej luksusowych marek, od początku zaplanowane jako spełniające ich wymagania. Sławni projektanci zauważyli gigantyczny rynek o specyficznych potrzebach i postanowili z tego skorzystać. Można zatem powiedzieć, że podpatrywanie trendów zachodzi dziś w obu kierunkach. Z jednej strony muzułmanki, także dzięki Internetowi, dowiadują się o ostatnich nowinkach i włączają je do swojego stylu. Z drugiej zaś sławni projektanci czy przedsiębiorcy z sektora odzieżowego mogą śledzić aktualne upodobania wśród społeczności muzułmanki i dostosowywać swoje kolekcje pod ich gusta. To poczucie dumy i docenienia zarówno jako autorki odbieranych pozytywnie treści, jak i pełnoprawnych klientek jest bardzo ważne dla samych zainteresowanych, ale pokazuje też ich mniej znaną opinię publiczną stronę. Muzułmanka z modowego profilu na Instagramie czy Twitterze to często pewna siebie, nowoczesna kobieta XXI w., która swoje stroje prezentuje w połączeniu ze szpilkami podczas podróży po Europie, wizyt w luksusowych restauracjach i kawiarniach lub w drogich butikach. Dian Pelangi z Indonezji ma już ponad 4 mln obserwujących ją odbiorców na Instagramie. Wśród jej fotografii znaleźć można zarówno te z pokładu samolotu, z wieżą Eiffle'a w tle, jak i u boku mera Paryża Anne Hidalgo³⁶.

³⁶ Dianpelangi [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<https://www.instagram.com/dianpelangi/>>.

Można zatem powiedzieć, że powstanie internetowego ruchu modowego wśród społeczności muzułmańskiej przyczynia się do walki ze stereotypowym wizerunkiem kobiety muzułmanki, która spowita jest w szare, obszerne, bezkształtne ubrania. Która zawsze nosi hidżab jedynie ze względu na to, że została do tego zmuszona przez ojca czy męża, a najchętniej pozbyłaby się go przy pierwszej nadarzającej się ku temu okazji. Żyjemy w czasach obrazu. Największą siłę oddziaływania mają bodźce wizualne. Wydaje się więc, że rola Internetu w przekonywaniu opinii publicznej o niejednorodności środowiska muzułmanek jest nie do przecenienia.

Chusta, która dawniej była przede wszystkim elementem kulturowym, łączonym z tradycją i religią, stała się tym samym elementem elegancji i szyku. Jej wzór czy sposób wiązania może być zgodny z ostatnim krzykiem mody lub też nie. Hidżaby stają się dla niektórych dobrze przemyślanymi, stylowymi akcesoriami, a także narzędziem kreowania swojego wizerunku według własnych upodobań estetycznych.

Same muzułmanki w rozmowach twierdzą, że hidżab (chusta zasłaniająca włosy) nie jest żadnym wyrazem zniewolenia, lecz poczuciem własnej tożsamości. Łączony jest z najlepszymi strojami światowych marek. Saudyjki wypowiadają się, że nigdy w życiu by z niego nie zrezygnowały, ponieważ jest to dla nich sposób na pokazanie się: kim jestem i w co wierzę. Dlatego też w ostatnich latach gwałtownie wzrosła liczba kobiet noszących chustę w krajach muzułmańskich. Możemy przeczytać, że światowi specjaliści modowi są zgodni, iż teraz coraz częściej zwracają się do klienta muzułmańskiego, ponieważ obecnie największe pieniądze są w krajach arabskich. Kiedyś projektanci zabiegali o bogatych Amerykanów³⁷.

Modelki prezentują markowe hidżaby w połączeniu z torebkami czy okularami przeciwsłonecznymi, które tak samo dobrze prezentują się z produktami z głównej, „niemuzułmańskiej” linii.

³⁷ M. Murański, M. Urzędowska, *Świat mody to nie tylko Zachód. Islamic Fashion Festival w Kuala Lumpur*, „Gazeta Wyborcza” [online] [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rUpyVs>>.

Również chusta, pierwotnie sprzedawana w roli hidżabu, w rękach niemuzułmanki może stać się zwykłą apaszką. Przy okazji warto nadmienić, że od czasu do czasu zachodnia moda także przeżywa zafascynowanie Orientem i ubiera modelki w turbany lub zwiewne tuniki. Normy religijne czy społeczne strojów z kręgu kultury islamu stają się zwykłymi trendami, pozbawionymi jakichkolwiek odniesień do religii.

Na tej podstawie można stwierdzić, iż kobiety z kręgu kultury arabsko-muzułmańskiej niczym nie różnią się od innych kobiet. Uwielbiają zarówno modę, jak i zakupy. Domy mody w Paryżu i Mediolanie zauważają komercyjny potencjał w ubiorze dla muzułmanek, uwzględniając w swych projektach nowe trendy w modzie, jak i wartości religijne³⁸.

Podsumowując, muzułmanki, tak samo jak Europejki, podążają za nowoczesnością i trendami w modzie. Noszenie hidżabu na Zachodzie często uznawane jest za przejaw dyskryminacji. Można porównać to do tego, że kobieta nosząca długą spódnicę jest gorzej traktowana od tej, co nosi krótką, dlatego jest to błędne myślenie. Muzułmanki chcą być tak samo modne i nowoczesne, jak reszta kobiet świata. Każda kultura posiada swoje tradycje, które powinny się szanować, dodając od siebie coś nowego.

Bibliografia

Opracowania

- Hamer Hanna, *Demon nietolerancji*, Warszawa: WSIP, 1994, ISBN 83-02-05560-3.
- Jurek Lidia, *Teoria transferu kulturowego i jej zastosowanie w badaniach historii społecznej* [w:] *Studia z Historii Społeczno-Gospodarczej XIX i XX wieku*, Łódź: Uniwersytet Łódzki, 2009.
- Machut-Mendecka Ewa, *Kobieta bez zasłony. Muzułmanka w świetle wiary i kultury* [w:] *Być kobietą w Oriencie*, red. Danuta Chmielowska, Barbara Grabowska, Ewa Machut-Mendecka, Warszawa: Dialog, 2001.

³⁸ Ibidem.

- Kobiety krajów pozaeuropejskich wobec problemów współczesności*, red. Anna Mrozek-Dumanowska, Warszawa: PAN, 1995, ISBN 8385810935.
- Kłodkowski Piotr, *Wojna światów, o wartości iluzji uniwersalnych*, Kraków: Znak, 2000, ISBN 83-240-0179-4.
- Koran (z arabskiego przełożył i komentarzem opatrzył J. Bielawski), wyd. IV, Warszawa: PIW, ISBN 978-83-06-03078-5.
- German Culture in Nineteenth-century America: Reception, Adaptation, Transformation*, red. Lynne Tatlock, Matt Erlin, New York: Camden House, 2005.
- Wiebke Walther, *Kobieta w islamie*, Warszawa: Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe, 1980, ISBN 978-83-60904-47-3.

Źródła internetowe

- Al Shatti Nouriah, *Kuwaiti Style Influencer Ascia AKF Weighs in on the Middle East Blogging Community* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rlkCGf>>.
- Ascia_AKF – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2oybNpP>>.
- Basma_K Collection [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rpR1NU>>.
- Basma_K Fashion – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.instagram.com/basma_k/>.
- Bored Panda, *Muslim Lolita Fashion Is A New Trend Inspired By Japan* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/1fG3Z0H>>.
- Carib Muslima, *A Blog Dedicated to the Stylish Muslimah* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2smbz7q>>.
- Desert Mannequin [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.desertmannequin.com>>.
- Dianpelagi [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<https://www.instagram.com/dianpelangi>>.
- Dolce & Gabbana's Embellished Hijabs and Abayas Are Great News for Muslim Women – When Will Other Brands Follow Suit?, red. Yotka Steff [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2qA8jJ2>>.
- Edible rainbows – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://myediblerainbows.blogspot.co.uk/>>.

- Hijabi [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.cover33.com>>.
- Hijabmuslim [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rlaeOQ>>.
- International Islamic Fashion Festival, Discover the beauty of modesty* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rl6KvN>>.
- Ismat Sarah Mangla, *Muslim women are taking to Instagram to show that following their religious beliefs needn't preclude style* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://ind.pn/2rFwDcD>>.
- Leena [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.withloveleena.com>>.
- Louella Shop [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<https://www.instagram.com/LouellaShop>>.
- Maryam [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.sincerelymaryam.com/>>.
- Meet the Hijabi Fashionistas of Instagram: Chic Muslim Women Share Their Modest Style on Social Media*, red. Ismat Sarah Mangla [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2eW9FEb>>.
- Meet the Hijabi Lolita* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rpBP3t>>.
- Meyer Henry, *Harrods liczy na zyski z islamskiej mody* [Dostęp: 20.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rpyb9N>>.
- Miss beauty morocco* – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://missbeautymorocco.blogspot.com/>>.
- Murański Maciej, Urzędowska Marta, *Świat mody to nie tylko Zachód. Islamic Fashion Festival w Kuala Lumpur*, „Gazeta Wyborcza” [online] [Dostęp: 05.01.2017], Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rUpyVs>>.
- Stream Al Jazeera [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/IO33X9>>.
- The Hijab Lolita* [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2snUOJ2>>.
- The Muslim Girl* – blog [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://themuslimgirl.com/the-muslim-girl/>>.

This Qatar Art and Fashion Consultant Is Redefining Desert Style, red. Marjon Carlos [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2rTXJMM>>.

With Love Lene [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<https://www.instagram.com/withloveleena>>.

Zawadzka Aleksandra, *Mipsterz. Muzułmanki, które podbijają internet i mówią, że hidżab może być modny*, „na:Temat” [online] [Dostęp: 05.01.2017]. Dostępny w World Wide Web: <<http://bit.ly/2qBt0o4>>.