

Kto chce zarabiać na hidżabie

Są firmy, które twierdzą, że handlując hidżabami umożliwiają udział muzułmankom w sporcie albo promują wielokulturowość i różnorodność.

Jednak zdaniem tych kobiet, które uwolniły się od przymusu hidżabu, jest to normalizacja podporządkowania muzułmanek wymogom patriarchalnej kultury, w której skromność kobiety jest sprawą honoru rodziny lub wręcz stabilności państwa.

W oczach tych kobiet zachodnie koncerny okazują bolesną obojętność, kiedy promują hidżab, za którego brak ich współtowarzyszki idą w krajach muzułmańskich do więzienia lub są prześladowane w rodzinie czy społeczności.

Pomimo nośnych sloganów tak naprawdę sprzedaż hidżabów jest dla handlowców kolejnym rynkiem i będą z pewnością dbać, żeby nie zabrakło im klientów.

Kto promuje hidżab

Nike hidżab pro kosztuje około 90 do 139 złotych i wygląda jak kominiarka. Jego ambasadorka [Shazia Hossen narzekała](#), że wcześniej ćwiczenie w salach gimnastycznych, gdzie są mężczyźni, było niewygodne dla kobiet noszących klasyczny hidżab.

Decathlon podobnie bronił swojej decyzji o wprowadzeniu francuskiego hidżabu dla sportowczyń, ale [ugiął się pod presją społeczną](#) i wycofał go ze swoich francuskich sklepów. We Francji nie było zgody na promocję w sporcie wartości sprzecznych ze świeckim państwem. Hidżab pozostał w sprzedaży tylko w Maroku.

Marks and Spencer z kolei oferuje nie tylko hidżaby dla dorosłych kobiet, ale także dla dziewczynek. Pojawiły się one w dziale mundurków szkolnych, [nawet dla dziewcząt od 9 lat](#).

Liberalny muzułmanin Maajid Nawaz powiedział wtedy: „Marks & Spencer sprzyja średniowieczu, sprzedając dziecięce hidżaby w kategorii odzieży szkolnej.”

Także w przypadku **Macy's** pojawiły się słowa krytyki i wezwania do bojkotu ze strony muzułmańskich przeciwniczek chusty. Zwolenniczki noszenia chusty zaczęły wtedy bronić firmy, nawołując do pisania do sieci handlowej i dziękowania jej za ten ruch.



Ewolucję przeszła **Barbie**, popularna lalka, która przez islamskich fundamentalistów była przedstawiana jako symbol zepsutego Zachodu – do chwili kiedy przywdziała chustę. Wtedy też zyskała ochronę rządów europejskich. Uwaga wygłoszona przez niemiecką publicystkę Birgit Kelle, że potrzebny jest „jeszcze koniecznie domek dla Barbie, aby zabawnie przedstawić, jak Ken może wybatożyć lub ukamienować Barbie za zrzucenie hidżabu”, [została zablokowana przez Facebooka](#) na mocy umowy z niemieckim rządem o „przeciwdziałaniu nienawiści w sieci”.

Firm promujących kobiety w chustach – kiedy na całym świecie

padają one ofiarą opresji i coraz głośniej o tym mówią – jest więcej: **Gap, Banana Republic, Gucci, Versace.**

Cóż, jeżeli muzułmanki bez chust będą nadal tak głośne i bezwstydne, zawsze można je [wymazać z katalogów, jak zrobiła to Ikea.](#)

Jan Wójcik