

ITÄ TULI LÄNTEEN

PIHLA HINTIKKA

Muslimimuotisuunnittelijat ja -bloggaajat ovat raivanneet tietä muslimivaikutteisille mallistoille, joita näkee jo kaikenlaisten kuluttajien yllä. Niihin suhtaudutaan ristiriitaisesti. Toisille peittäminen edustaa vapautta, toisille sortoa.



Iman Aldeben turbaaneista tuli maailmanlaajuinen hitti.

maamin tytär **Iman Aldebe** katseli jordanialaista äitiään kaavussaan levittämässä vaseliinia ja vauvatalkkia otsalleen. Niitä tarvittiin, jotta päähuivi pysyisi kiinni. Leuan alla huivi oli kiinni isoilla hakaneuloilla, jotka jättivät haavoja ihoon. Niin pukeutui tyypillinen musliminainen 1990-luvun Tukholmassa.

”Tummat, muodottomat vaatteet ja huivit eivät imarrelleet äitiäni eivätkä hänen ystävättäriään, vaan tekivät heistä näkymättömiä. Asuja suunnittelivat miehet. Ajattelin, että minun täytyy muuttaa asia”, Iman sanoo.

Jo 16-vuotiaana Iman suunnitteli ensimmäiset vaatteensa. Sitten hän aloitti muotibloggaamisen ja yritti päästä vaatealalle töihin. Koska hijab vaikutti olevan esteenä, nuori suunnittelija päätti muotoilla huivin päähänsä uudella tavalla. Turbaanipäisenä Iman sai työn vaatekaupasta, jossa ihmiset kehuivat hänen tyyliään. Yhtäkkiä turbaanikyselyitä tuli ovista ja ikkunoista, ja pian Iman huomasi väsäävänsä uniikkeja käsintehtyjä turbaaneja öisin keittiönsä marmoripöydän ääressä.

Nyt samettisia, silkkisiä ja neulottuja Happy turban -huiveja myydään ympäri maailmaa, ja lisäksi Iman Aldebe suunnittelee haute couture -vaatteita. Hän on myös suunnitellut hijab-univormupääliinan Ruotsin muslimipoliisinaisille.

”Yllätyin siitä, että suurin osa asiakkaitani ei ollut muslimieja, ja valtaosa turbaaneista myytiin Tukholmaan ja Pariisiin. Ihmiset pitivät tuotteen tarinasta, jossa nainen halutaan osaksi yhteiskuntaa ja näkyväksi”, Aldebe sanoo.

Muotisuunnittelijan mukaan länsimalliset ovat vihdoinkin tajunneet, ettei muslimimuodissa ole kyse ääriliikehännästä vaan musliminaisen aseman parantamisesta.

”Haluan modernisoida islamilaista muotia ja muuttaa musliminaisen kuvan heikosta sivustaseuraajasta vahvaksi, itsevarmaksi ja älykkääksi.”

IMANIN TYÖ ON osa kasvavaa modest fashion -ilmiötä. Tyyliä kutsutaan maailmalla vaatimattomaksi muodiksi, koska peittäviä vaatteita eivät käytä vain muslimit vaan myös osajuuhalaisista ja kristityistä.

Muslimiyhteisö on kuitenkin maailman nopeimmin kasvava muotimarkkina. Thomson Reutersin viime vuonna julkaisema tutkimus kertoo, että vuonna 2013 muslimit kulluttivat noin 266 miljardia dollaria vaatteisiin. Vuoteen 2019 mennessä summan uskotaan nousevan noin 484 miljardiin dollariin. Niitä rahoja havittelevat nyt monet muotimerkit.

Isot luksusmuotitalot ovat tehneet jo vuosia kaikessa hiljaisuudessa ramadan-mallistoja lähinnä arabimaiden rikkaille ostajille, jotka ovat pitäneet monet muotitalot talouskriisien keskellä hengissä ostamalla haute couturea. Mutta nyt kohtuuhintaiset merkit kuten Uniqlo, Mango, DKNY, Dolce & Gabbana ja Tommy Hilfiger ovat alkaneet valmistaa mallistoja, jotka yhdistävät globaalin muodin trendejä vaatimattoman muodin normeihin kuten pitkiin hiihoihin ja lahkeisiin, löysiin muotoihin sekä paljastamattomiin tekstiileihin.

Tietä vaatimattoman muodin nousulle ovat raivanneet muslimimuotibloggaajat ja pioneerimuslimisuunnittelijat, jotka ovat yhdistelleet vaatteissaan lännen ja idän pe-

rinteitä, sekä tavalliset länsimaiset musliminaiset, jotka haluavat nyt niihin pukeutua.

SILKKIVISKOOSIKANKAAN mintunvihreällä pohjalla juoksee vaaleanpunaisia ruusuja. Pitkähihaisen paidan kaula-aukko nousee korkealle, ja pliseerattu hame hipoo nilkkoja. Asua ei sitä heti arvaisi vaatimattomaksi muodiksi. Se lontoolaisen vaatesuunnittelija **Barjis Chocanin** tavoite onkin.

”Asiakkaani ovat hyvin koulutettuja, paljon matkustelleita naisia, jotka sattuvat pukeutumaan vaatimattomasti ja hauskaasti. Barjis-brändini edustaa vaatimattomuutta, jota esiintyy jokaisessa uskonnossa ja kulttuurissa”, Briteissä varttunut pakistanilaistaustainen Barjis sanoo Lontoosta.

Arvostetusta Central Saint Martinsista valmistunut ja Vivienne Westwoodilla työskennellyt nainen suunnittelee monen sadan punnan luksusvaatteita ja huiveja pienellä tiimillä ilman ulkopuolisia sijoittajia. Häntä tituleerataan usein ensimmäiseksi vaatimattoman luksusmuodin suunnittelijaksi, jolla on oikea muotialan koulutus.

Seuraavaksi Barjis Chocan tekee yhteistyötä Arabiemiirikuntien Ajmanin prinsessan kanssa, joka on suunnitellut abaya-kangasasustemalliston.

”Taistelen stereotypioita vastaan suunnitteleamalla vaatteita, jotka sopivat monille naisille.”

Matka muotipiireihin ei ole ollut helppo.

”Merkkini alkutaipaleella eräs tärkeä PR-muotifirma sanoi, etten pärjäisi, sillä muotimaailma on täynnä välinpitämättömiä valkoisia keskiluokkaisia ihmisiä”, Barjis sanoo.

Pääliinan käytössä on myös ristiriitansa silloin, kun naiset näyttävät kauniilta huivityylisään. Barjis Chocanin mukaan liinan nimitäin kuuluu piilottaa kantajansa kauneus eikä sitä käytetä siksi, että saataisiin huomiota.

”Monet muslimifashionistat ovat venyttäneet rajoja liikaa. Itseään ei tarvitse jatkuvasti tunkea Youtubeen saadakseen viestinsä läpi. Sellainen voi tuhota sielua. Koulutuksen ja työn pitäisi puhua puolestaan.”

IMANE ASRY ON 22-vuotias marokkolaisistaustainen muslimi ja tukholmalainen muotibloggaaja, joka tekee tyylivideoita Youtubeen. Yhtä hänen videoistaan on katsottu yli 277 000 kertaa. Siinä neuvotaan, miten sifonkihuivi sidotaan.

Tuoreessa Instagram-kuvassa Imanella on leveälahkeiset, vajaamittaiset liilat housut, päällä löysä vaaleanpunainen tunika ja sen alla valkoinen pitkähihainen pusero. Pään ja kaulan ympäri on kieritetty musta huivi, kengät on tэгätty Whyred-merkkisiksi ja tunika on Monkin. Tykkäyksiä on 1 577 ja



Lontoolaistunut Zinah Nur Sharif kouluttaa muodin ammattilaisia.
→ Muotisuunnittelija Barjis Chocanin mallistossa muslimivaikutteet eivät korostu.

kommentteja 25. Seuraajia Fashion with Faith-tilillä on 122 000.

”Minua tuijotetaan, koska en pukeudu kuin tyypillinen musliminainen. Osa katseista on kannustavia, osa ilkeitä. Viimeksi Tukholman muotiviikon muotinäytöksessä vieraat katsoivat minua niin kuin en kuuluisi sinne”, Imane sanoo.

Imane kiinnostui muodista jo pienestä seurasi muotiblogeja vuosia, kunnes aloitti oman blogin kolme vuotta sitten. Hän kuvaillee tyyliään ”skandinaavisen minimalistiseksi vaatimattomuuden twistillä” ja shoppailee Weekdayllä, Asoksella ja Oak+Fortilla.

”Nyt on tosi trendikästä pukeutua avoi-

Ramadan-mallistot ovat pitäneet monet muotitalot hengissä talouskriisissä.



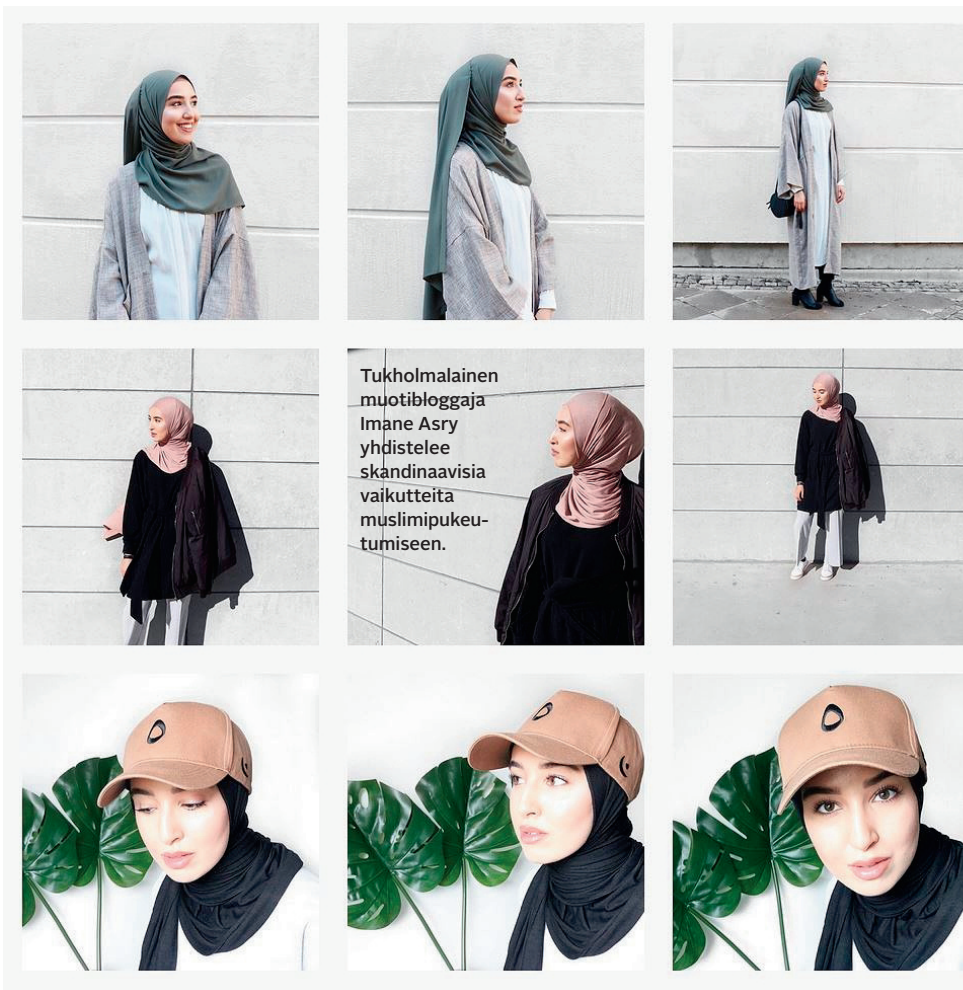
meen abayaan, joka on käytännössä kuin liian iso avoin kimono”, Imane sanoo. ”Olen aina rakastanut pitkiä takkeja, koska saan niillä päälleni sen ekstrakerroksen, jonka mieluiten otan.”

KUN ETNOLOGI **Leila Karin Österlind** näki Dolce & Gabbanan ensimmäisen ramadan-malliston kuvat vuoden alussa, häntä nauratti. Kuvassa valkoihoinen malli poseeraa mustassa huivissa ja mustassa pitkässä mekossa, jossa on hillittyjä keltaisia yksityiskohtia. Silmiä peittävät isot pyöreät aurinkolasit, käsi-varrella roikkuu vihreä nahkalaukku.

”Ihan kuin Turkin muotimainoksista vuodelta 2003! Musliminaiset elävät tässä ja nyt, eivät viime vuosisadalla”, Österlind sanoo.

Leila Karin Österlind tekee väitöskirjaa islamilaisesta muodista. Hänen mukaansa stereotypia sääliittävästä, alistetusta huivipäisestä musliminaisesta on vahva, vaikka tosiasiaa 1980–90-luvuilla esimerkiksi Egyptissä hijab-huivi oli anti-muotikannanotto kuten farkut aikoinaan.

”Akateemiset, ylemmän keskiluokan naiset alkoivat pitää mummotyylinä pidettyä hijabia yliopistossa kannanottona sariaa eli islamilaista lakia vastaan, ja alemman keskiluokan naiset halusivat olla yhtä cooleja kuin hekin”, Österlind sanoo.



Tukholmalainen muotibloggaja Imane Asry yhdistelee skandinaavisia vaikutteita muslimipukeutumiseen.

Islamilainen keskiluokka on rikastunut viimeksi kuluneiden viidentoista vuoden aikana, Österlind korostaa. Kuluttamisesta taas tuli helpompaa, kun muotikauppoja ja -blogeja sikisi nettiin. Nyt hän näyttää yleisesti peukkuva muotimerkkien vaatimattoman muodin mallistoille.

”Jos länsimainen nainen alkaa nähdä musliminaisen samanlaisena muodinkuluttajana kuin itsensäkin, se on jo jotakin.”

SUUNTA NÄKYÄ MYÖS luksustalojen sisällä.

Jemenistä Sveitsin kautta Lontoseen muuttanut 28-vuotias **Zinah Nur Sharif** valmistui London College of Fashion -koulusta muodin strategisesta markkinoinnista, kirjoitti muotiblogia ja pyöritti omaa luksushuivi- ja asustemerkkiään, kunnes hänet bongattiin töihin yhteen Ranskan kuuluisimmista luksustaloista. Siellä hän valmentaa myynti- ja markkinointitiimiä eri kuluttajaryhmistä sekä digitaalisista mahdollisuuksista.

”Muotiteollisuus tarvitsee lisää monipuolisia, eritaustaisia työntekijöitä, jotka ottavat huomioon erilaiset markkinat ja kuluttajat”, Zinah sanoo.

Zinah Nur Sharif kasvoi länsimaisten pukeutumiskoodien vaikutteiden alla ja alkoi käyttää turbaania 13-vuotiaana, huivia 18-

Niin minihameen kuin hijabinkin on sanottu alistavan naisia.

vuotiaana. Kuusi vuotta sitten hän löysi indonesialaisia muotiblogeja, joissa vaatimatonta muotia esiteltiin modernisti.

”Idän ja lännen pukeutumistavat eivät ole lopulta kovin erilaisia. Suurin ero on siinä, miten vaatteita yhdistellään ja kerrostetaan. Oma tyylini on minimalistinen ja elegantti, ja shoppailen Zaralla ja Cosilla kuten aika moni muukin.”

MUTTA SE HUIVI. Monet musliminaiset sanovat huivin olevan heille voimaantumisen ja vapautumisen symboli. Sitä monen länsimaalaisen naisen on vaikea uskoa tai hyväksyä, koska on Iranin tai Afganistanin kalta-

sia maita, joissa huivinkäyttö linkittyy tarkoihin naisiin kohdistuviin sääntöihin.

Etnologi Leila Karin Österlind heittää ajatuksen ilmaan:

”Miksi länsimainen nainen pukeutuu minihameeseen baariin? Samasta syystä kuin musliminainen pukeutuu hijabiin. Eri kulttuureissa erilaiset tyyli tuovat etuja.”

Minihame on loistava esimerkki, sillä aikanaan se oli järkytys. Se nähtiin ranskalaisen sosiologi **Frédéric Godartin** mukaan naisia riistävänä vaatteena, joka oli luotu miehistä katsetta varten.

”Muodissa on aina ollut asioita, jotka ovat yhtäältä vapauttaneet ja toisaalta kahlinneet naista aikakaudesta ja näkökulmasta riippuen. Se pätee myös vaatimattomaan muotiin tai vaikka armeijatakkiin, josta voi kysyä, edustaako se sotaa vai rauhaa”, Godart sanoo Pariisissa.

Sosiologin mukaan ihmiset helposti unohtavat, että muslimit pukeutuvat pikemminkin kotimaidensa pukeutumisperinteiden kuin jonkin yhteisen islamilaiskaavan mukaan. Se unohtuu myös muotisuunnittelussa, jossa mielellään yksinkertaistetaan tyyliä helpommin markkinoitaviksi. Toisaalta muoti yhdistää kansoja

”Jos sinisestä tulee trendiväri, hijab-huivit seuraavat samoja globaalin muodin trendejä ja niistä tehdään sinisiä, se on positiivista integraatiota”, Godart sanoo.

Trendit kulkevat myös toisinpäin. Länsimainen muoti on aina inspiroitunut idästä, ja nyt vaatimattoman muodin nousu vaikuttaa myös globaaliin muotiin.

”Kristittyjen ristejä näkyy catwalkeilla vähän väliä, ja niistä on tullut kliseitä. Mutta jos hijab-huivia alkaa näkyä enemmän suuren yleisön muotikampanjoissa osana tavallista mallistoa, pitää kysyä, voiko huivista poistaa uskonnollisen merkityksen. Hattuihinkin liittyi pitkään rajoituksia, joita ei enää ole.”

KUN WTC:N KAKSI TORNIA romahtivat viitisitoista vuotta sitten New Yorkissa, muslimien tyyliin latautui paljon merkityksiä.

Pariisin ja Nizzan terrori-iskujen jälkeen kesällä Etelä-Ranskassa leimahti polemiikki hupullisesta burkini-uimapuvusta. Paikalliset päättäjät kielsivät burkinin rannoillaan, mutta lopulta Ranskan korkein oikeus kumosi kiellon. Moni kysyi, edustaako burkini musliminaisten vapautta vai uskonnollisen ääri liikkeen provokaatiota, joka pitää kieltä-mällä estää.

Vastausta pitäisi varmaan kysyä itse musliminaisilta, jotka niitä käyttävät. Sillä loppujen lopuksi tässäkin kohussa on kyse naisten pukeutumisen valvonnasta, oli sitten kyse minihameesta tai pitkästä, vaatimattomasta mekosta. G