

Е. Н. Стрельчук, Х. Х. М. Шакак

**ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ
ОБРАЗА ЖЕНЩИНЫ-МУСУЛЬМАНКИ
В СПОРТИВНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ**

Актуальность исследования обусловлена недостаточно высоким уровнем знакомства российского этносоциума с мусульманской культурой и ее особенностями, которые находят освещение в средствах массовой информации. В связи с многомерностью образа мусульманской женщины в статье рассматривается один из аспектов ее коммуникативно-дискурсивной реализации, а именно лексические средства, используемые авторами для создания образа мусульманки-спортсменки. Фактический материал взят из российских интернет-источников, посвященных мусульманской проблематике. Результаты исследования свидетельствуют о том, что в текстах спортивной тематики в качестве ключевой для создания образа мусульманской женщины используется лексическая единица «хиджаб». В анализируемых материалах лексема «хиджаб» подвергается ресемiotизации, характер которой зависит от ролевой идентификации участников наррации. Для нарратора, транслирующего ценности западного общества, хиджаб в спортивном дискурсе является лингвокультурным маркером эмансипации и преодоления гендерной асимметрии. Для мусульманских спортсменок хиджаб становится средством демонстрации своей культурной идентичности и свидетельством приверженности собственным этническим и религиозным традициям.

The relevance of the conducted research is determined by insufficient level of knowledge of the Muslim culture and its features, typical for modern Russian society. Due to the multidimensional nature of a Muslim woman image, the article considers one of the aspects of its discursive representation, which is the lexical means used by the authors to portray a Muslim woman athlete. The research material comes from Russian Internet sources devoted to Muslim issues. The results of the research indicate that the word hijab is used as a key element for creating the image of a Muslim woman in sports texts. In the analyzed materials, the hijab is subjected to resemiotization, which nature depends on the role identification of the participants in the narrative. For a narrator who promotes the values of Western society, the hijab in sports discourse is a lingo-cultural marker of emancipation and overcoming gender asymmetry. For Muslim women athletes, the hijab becomes a means of demonstrating their cultural identity and a way to prove the value of their own ethnic and religious traditions.

Ключевые слова: женщина-мусульманка, этностереотипы, лингвокультурные стереотипы, спортивный интернет-дискурс, хиджаб.

Keywords: a Muslim woman, ethnic stereotype, lingo-cultural stereotypes, Internet sports discourse, the hijab.



Введение

Выбор и актуальность рассматриваемой темы определяются возросшей ролью современной мусульманской женщины в многополярном мире, характеризующемся формированием мультиконфессиональных сообществ в большинстве стран, в том числе и в России. Активизация миграционных процессов мусульман вызвала рост интереса к исламу не только как религии, но и как общественно-политическому и социокультурному феномену. С конца 80-х гг. XX в. в мире отмечается значительный научный интерес к проблеме положения женщин в исламских обществах. Появляется термин «исламский феминизм», который позволяет рассматривать «требование уважать и защищать права женщин в соответствии с нормами ислама» [1, с. 98]. Данное требование во многом связано с массовым переселением мусульман в европейские страны, где в той или иной степени им приходится если не адаптироваться, то знакомиться с традициями эмансипации и феминизма. Как указывает Е.Н. Иноземцева, «в конце XIX — начале XX века в ряде стран исламского мира произошел процесс изменения традиционной исламской жизни из-за влияния Запада» [1, с. 98]. В условиях глобализации ислам подвергается разноаспектной модернизации, в том числе в области гендерного разделения ролей, что отражается в росте интереса к изучению феномена исламской эмансипации в российском историко-философском, социокультурном и политологическом дискурсе [2–4]. В то же время изучение коммуникативно-дискурсивных средств создания образа мусульманской женщины является новой задачей, решение которой способно выявить языковые маркеры, отражающие динамику социокультурных и гендерных изменений рассматриваемого феномена.

Методы и материал исследования. Общетеоретические основы исследования составляют концептуальные положения отечественной лингвокультурологии об уровнях языковой реализации этнических автостереотипов и гетеростереотипов [5–7]. Выявление и описание основных коммуникативно-дискурсивных средств создания образа мусульманки осуществлялось с использованием контент-анализа, а также коммуникативно-дискурсивного, прагмалингвистического и дефиниционного методов анализа. Источниками фактического материала послужили статьи из женского онлайн-журнала «Мусульманка», с порталов «Яндекс Дзен», «Исламский информационный и духовно-просветительский центр», сайтов «Ансар», «Islamplus.ru», «Islam.ru», «Islamtoday», «Islamosfera.ru», «Sputniknews.ru», «Wonderzine.com».

1. Социокультурные основы формирования стереотипа женщины-мусульманки

Этимология арабского слова *мусульманин* изоморфна всем остальным номинациям человека, осуществленным на основе признака его конфессиональной принадлежности (ср. христианин, буддист и т.п.).



Мусульмáнин (араб. مسلم [муслим], женская форма مسلمة [муслима(т)]) — последователь ислама. В отдельных толкованиях подчеркивается полная подчиненность последователя ислама Аллаху как верховному бо- жеству: 'тот, который покоряется (Аллаху)', или 'тот, который преда- ется (Аллаху)', что объясняется аналогией со словом *ислам* — «прими- рение», «принятие» [8].

Особое положение женщины в мусульманских странах, как прави- ло, связывается с предписаниями, которые изложены в учении ислама и определяют условия подчинения женщины мужчине, ее неаген- тивность и несамостоятельность. Многие исследователи Корана указы- вают, однако, что в исламском учении женщина наделена определен- ными правами. Подобно мужчине, она получает долю из богатства и имущества, оставленных в наследство ее отцом, матерью, братом, сест- рой или мужем. Женщина может вести социальную и экономическую деятельность, распоряжаясь доходами. Однако мужчина при этом дол- жен обеспечивать ее средствами для жизни соразмерно ее потребно- стям в плане жилья, одежды, еды и прочих жизненных нужд [8].

В то же время именно в Коране заложены указания, согласно кото- рым женщина обязана скрывать свою внешность от чужих взглядов, что становится основанием для ношения мусульманскими женщинами хид- жаба. Под хиджабом (араб. حجاب — букв. *преграда, завеса*) в исламе по- нимается любая одежда от головы до ног, в то время как в западном мире хиджабом называют традиционный арабский женский головной платок [9]. Необходимость ношения хиджаба связывается с записями в 24-й и 33-й сурах Корана (Сура 24 «Свет», аят 31; Сура 33 «Сонмы», аят 59). В частности, в 24-й суре говорится: «Скажи верующим женщи- нам, чтобы они опускали свои взоры и оберегали свои половые органы. Пусть они не выставляют напоказ своих прикрас, за исключением тех, которые видны, и пусть прикрывают своими покрывалами вырез на груди и не показывают своей красоты никому, кроме своих мужей или своих отцов...» (цит. по: [8, с. 99]).

Однако в странах, чье государственное устройство опирается на предписания шариата, не существует единства по вопросу ношения женщинами хиджаба. В настоящее время его ношение является обяза- тельным в Афганистане, Иране, Йемене и Саудовской Аравии. Вместе с тем в бывших советских республиках (Азербайджан, Казахстан, Узбе- кистан, Таджикистан и Туркмения), населенных преимущественно му- сульманами, действует запрет на ношение хиджаба в государственных учреждениях, школах и университетах. Миграция мусульман в евро- пейские страны вызвала сложности, связанные с желанием детей араб- ских переселенцев носить хиджаб в учебных заведениях. В 2004 г. во Франции был принят закон, запрещающий носить в образовательных учреждениях символы или одежду, демонстрирующие религиозную принадлежность. Произошедшее было воспринято определенной ча- стью европейской общественности как отказ в праве на образование студенткам в хиджабе и как ущемление прав верующих в целом.



Подобные проблемы возникают и в Российской Федерации. В октябре 2012 г. в Ставропольском крае разгорелся скандал из-за запрета на ношение хиджаба в школах края, расположенных в районах с большинством мусульманского населения. В 2015 г. Верховный суд России признал законным запрет на демонстрацию религиозной атрибутики и ношение хиджаба в школах. При этом в 2017 г. парламент Чечни принял закон, разрешающий школьницам носить хиджаб в школах республики. Таким образом, в процессе регулирования ношения хиджаба не существует единой политики.

Для нашего исследования особенно важным представляется тот факт, что участие в спортивных состязаниях предусматривает использование комфортной и достаточно смелой одежды, ношение которой запрещается исламским учением. Долгое время ношение хиджаба спортсменками не допускалось спортивным законодательством, пока в 2012 г. на Летней Олимпиаде в Лондоне Международный олимпийский комитет не разрешил арабским и азиатским спортсменкам выходить на соревнования в хиджабах и полузакрытых нарядах. Данное разрешение стало импульсом для прорыва мусульманских женщин в мировой спорт.

2. Хиджаб как основное лингвосемиотическое средство создания образа мусульманской спортсменки

Общее количество проанализированных нами текстов составило 50, большая их часть относится к жанру репортажа (38 текстов), меньшая принадлежит к жанру интервью (12 текстов). Необходимо отметить, что элементы интервью содержатся в большинстве текстов-репортажей. Несмотря на принадлежность всех интернет-источников к российскому медиaprостранству, основная часть публикуемого в них контента является переводной или же представляет собой ренаррацию текстов, взятых из различных западных, чаще всего американских, источников информации. Гораздо реже встречаются репортажи или интервью, авторство которых принадлежит российским журналистам (8 текстов), а содержание связано с участием российских мусульманок в спортивных состязаниях различного уровня.

Контент-анализ рассмотренных текстов выявил, что основным средством формирования образа мусульманской спортсменки выступает лексема *хиджаб*. О ведущей роли данной лексической единицы в первую очередь свидетельствует ее высокочастотное использование в текстах репортажей и интервью. В сущности, каждый текст в обязательном порядке содержит минимум одно употребление данной лексемы. Максимальное выявленное нами количество случаев ее использования в рамках одного текста составило 8.

Важнейшая концептуальная роль, которую *хиджаб* играет в наррации о спортивных событиях с участием женщин-мусульманок, в еще большей степени подтверждается регулярным использованием слова в заголовках и подзаголовках. Как указывает О. Ю. Богданова, «заглавие в



плане лингвистическом является именем текста, а в плане семиотическом — первым знаком текста. Заголовок особенно ясно иллюстрирует множественность интерпретаций и играет важную роль в создании интегрированного единства текста» [10, с. 117].

Данное положение представляется в полной мере релевантным для названий анализируемых нами текстов. Из 50 заголовков и подзаголовков 23 содержат лексему *хиджаб*: «Спортсменки в хиджабах», «8 спортсменок, которые доказали, что спорт и хиджаб совместимы», «Спортсменка в хиджабе вошла в список 100 влиятельных людей Time», «Самые яркие спортсменки в хиджабе» и др.

Функции данной лексики в составе заголовков различны и определяются контекстуальным окружением. Отдельные заголовки, такие как «Спортсменки в хиджабах» или «Спортсменки-мусульманки стартуют на Олимпиаде в хиджабах», выполняют исключительно номинативную функцию, указывая на конфессиональную принадлежность спортсменок. Значительная часть заголовков содержит указание на то, что участие мусульманских женщин в спортивных состязаниях стало абсолютно новым феноменом. Так, заголовок «8 спортсменок, которые доказали, что спорт и хиджаб совместимы» прочитывается не просто на уровне поверхностной референции с предметом одежды и носящими его мусульманками, — он имплицитно связывает с устоявшимися религиозными, социокультурными и гендерными стереотипами. Использование в данном контексте речевого глагола ментального воздействия *доказать* обусловлено не только процессом каузации нужного восприятия у читателя, но и явной семантической ретроспекцией, обращением к знаниям о том, что ранее участие мусульманских женщин в спорте было невозможным. В результате у читателя формируется образ мусульманской женщины, современной и сильной, преодолевающей предрассудки и осваивающей ранее закрытые для нее области самореализации.

В значительной части заголовков содержится дополнительный оценочный элемент. Так, в названии «Хиджаб занял почетное место на Берлинском марафоне» [11] положительная оценка главного атрибута мусульманской женщины выражается с помощью сочетания *почетное место*. При этом текст, основанный на информации из немецкой прессы, отражает как особенности свойственной западным странам идеологии межкультурной интеграции, так и стремление преодолеть гендерную асимметрию среди арабских мигранток и подчеркнуть достигнутые на этом поприще успехи.

Представление об участии мусульманских женщин в спорте как средстве достижения ими жизненного успеха (своего рода социальном лифте) эксплицитно в заголовке «Спортсменка в хиджабе вошла в список 100 влиятельных людей Time» [12]. Примечательно, что в данном материале цитируется фрагмент текста из Time, описывающий путь в спорте героини репортажа, американской фехтовальщицы Ибтихадж Мухаммад, и подчеркивающий ее приверженность традиционным мусульманским ценностям, в том числе в вопросах одежды и ношения хиджаба:



Большая часть видов спорта, которыми она пробовала заниматься, требовали откровенной одежды, что резко контрастировало со скромностью, обязательной в ее мусульманской вере. Тогда она открыла для себя фехтование. Этот спорт позволил ей раскрыть свой талант, а его униформа позволила ей следовать своей религии [12].

Как видим, речь идет не о принятии мусульманской фехтовальщицей европейских трендов все большего экспонирования женщинами различных частей тела. Напротив, влиятельная спортсменка остается приверженной мусульманским традициям и, более того, испытывает в связи с этим чувство гордости и счастья, что подтверждается следующим высказыванием:

«Когда большинство людей представляет себе олимпийского фехтовальщика, они явно не представляют такого человека, как я. К счастью, я не такая, как большинство», — говорит девушка [12].

Следует отметить, что ношение хиджаба в спорте, как и в других социальных учреждениях, не всегда воспринимается положительно самими европейцами или американцами. Так, в репортаже под названием «Судьи дисквалифицировали спортсменку в хиджабе» рассказывается об эмоциях лишенной награды спортсменки:

«Это похоже на худший кошмар: соревноваться, а потом выяснить, что тебя дисквалифицировали из-за того, что ты любишь. Почему ты должен жертвовать своей религией и частью себя ради бега или любого другого увлечения?» — недоумевает Александрия Абукарарам [13].

Примечательно, что в перепечатанных переводных репортажах участие спортсменок в хиджабе однозначно интерпретируется американскими или европейскими авторами как прорыв в преодолении гендерной и социокультурной дискриминации. В то же время анализ высказываний самих мусульманских спортсменок обнаруживает, что они, в свою очередь, рассматривают свое участие в спортивных состязаниях в хиджабе как форму борьбы с предубеждениями, сложившимися на Западе. В комментарии пятикратной чемпионки Германии Зейны Нассер по поводу изменений в правилах, разрешающих спортсменкам носить хиджаб, говорится:

Я борюсь с предрассудками, боксируя в платке. Мне всегда приходилось с ними бороться, так как я часто сталкивалась с мнением, что хиджаб носят необразованные, не имеющие свободы женщины. Я доказываю, что это всего лишь клише [14].

Весьма симптоматичными выглядят в этой связи авторские комментарии из материала на портале «Sputniknews.ru»:

Спортсменки привлекают внимание широкой публики смелостью: они доказывают, что своей религии не надо стесняться и жертвовать ею ради карьеры. Религиозный атрибут — это признак твоего достоинства, выделяющий тебя на фоне других [15].



Автор репортажа не отдает себе отчета в том, что своим утверждением («...своей религии не надо стесняться») он имплицитным образом указывает на существование в обществе негативных стереотипов об исламе. В еще меньшей степени он осознает тот факт, что участие мусульманок в соревнованиях в хиджабе вызвано не стремлением преодолеть запреты исламского учения и вытекающего из него неравноправного разделения гендерных ролей, а вызовом, который бросают мусульманские спортсменки европейской цивилизации, выходя на спортивную арену в атрибутах мусульманской религии.

О распространенности негативных стереотипов об исламе и том положительном «месседже», который несут мусульманские спортсменки, свидетельствуют и такие заголовки, как «"Распространение мира через баскетбол": женская баскетбольная команда студенток-мусульманок в Америке» [16]. Неоднозначное восприятие хиджаба еще более отчетливым образом проявляется в названии интервью «Стыдные вопросы про хиджаб и паранджу. Зачем женщины носят мусульманскую одежду? Подавляет ли она их волю?». Данный заголовок эксплицитным образом указывает на сложившиеся в обществе стереотипы о ношении хиджаба как не только о чем-то постыдном, но и влияющем на волевую сферу женщины. В то же время мнение отвечающего в этом интервью на «стыдные вопросы» научного сотрудника Института международных исследований МГИМО А. Ярлыкапова полностью созвучно с теми выводами, которые вытекают из анализа приведенных нами выше высказываний мусульманских спортсменок. Согласно ученому-историку, «в современных западных странах в него [хиджаб] облачаются не забытые бесправные женщины, но, как правило, гражданки этих государств. Они подчеркивают, что носят хиджаб, потому что сами этого хотят. Для таких мусульманок хиджаб – это способ их самоидентификации и символ их свободы...» [17].

О неразрывной связи хиджаба и мусульманских спортсменок свидетельствуют и факты регулярного использования данной лексики в метонимических конструкциях. В таких контекстах, как «Хиджаб занял почетное место на Берлинском марафоне», метонимическое употребление не только репрезентирует мусульманскую женщину, но и становится символом ее интеграции в глобализационное пространство. Из семиотического маркера гендерного неравенства *хиджаб* преобразуется в вербальный знак социокультурного и гендерного прорыва, преодоления двойного стереотипа – внутреннего (запрет на показ определенных частей тела) и внешнего (запрет на ношение хиджаба при участии в различных видах профессионального спорта).

Ведущую роль хиджаба в идентификации современной мусульманской женщины отражают и примеры креативного использования прецедентных текстов. Особо значимым представляется в этой связи обыгрывание библейской цитаты «Не хлебом единым жив человек» в заголовке «Не хиджабом единым: как ислам уживается с феминизмом» [18]. Данное соотнесение указывает на ключевую роль хиджаба в мусульманской религии и в то же время включает его в новые общественные тенденции.



Кроме лексемы *хиджаб* к числу наиболее высокочастотных лексических средств создания образа мусульманской женщины относится существительное *стереотипы* или его синонимы *предвзвешенности* и *предрассудки*, используемые в текстах в сочетаниях с акциональными глаголами деструктивного воздействия:

Мусульманки разрушают стереотипы.

Они ломают стереотипы: самые яркие спортсменки в хиджабе.

Мы ломаем множество стереотипов.

Хиджаб в спорте – это важный пример того, как мусульманские женщины успешно преодолевают всевозможные преграды, ломают стереотипы о мусульманской культуре.

Во всем мире мусульманки бросают вызов культурным барьерам и стереотипам.

Учет ролевого дейксиса позволяет более глубоко и отчетливо понять, что содержание разрушаемых стереотипов не является единым, что интенции нарратора зачастую отличаются от интенций самих спортсменок. Для авторов репортажей участие в соревнованиях спортсменок в хиджабе представляет собой доказательство их вовлеченности в процесс эмансипации женщин, в систему европейских ценностей, в то время как для самих спортсменок чаще всего становится подтверждением ценности их религии и верности ее базовым положениям. Как видно из приведенных выше примеров, мусульманские спортсменки доказывают, что хиджаб не является знаком необразованности или отсутствия свободы, что он представляет символ их веры, которая делает их другими, отличными от большинства, и следование которой приносит им чувство удовлетворения.

Об интенциях западного общества, транслируемых нарратором, свидетельствует активное употребление лексики, конституирующей дискурс, привычный для рыночного общества, основанного на принципах индивидуальной конкуренции. В различных текстах встречаем такие сочетания, как *мусульманки конкурируют и преуспевают в различных видах спорта; оттачивают жизненные и лидерские навыки, умение распоряжаться временем и способность работать в команде*.

Необходимо признать, что те мусульманки, которые представляют собой не первое поколение мигрантов, постепенно усваивают западные лингвокультурные образцы поведения. Так, в одном из интервью юная мусульманская спортсменка дублирует идеи, озвученные ранее тренером женской баскетбольной команды «Леди Старс» при исламской школе в Милуоки (США):

Надира Али, одна из участниц, чьи родители эмигрировали из Сомали до ее рождения, говорит: «Мой отец вначале был против – это больше из-за культурного влияния, а не религиозных представлений. Мне удалось убедить его, что колледж – это нечто большее, чем оценки. Они должны быть заинтересованы в воспитании лидерства, которое важно для дальнейшей жизни [16].»



Стремление к прямому вовлечению мусульманок в реализацию идеи самостоятельного строительства индивидуального успеха находит свое материальное воплощение в коммерциализации главного атрибута скромности и целомудренности мусульманской женщины. Фирма Nike начала выпуск хиджабов Nike Pro и пригласила стать лицом новой продукции Захру Лари, первую фигуристку, надевшую хиджаб. В своем интервью посол Nike Pro Hijab рассказала, что выпуск хиджабов для спорта очень важен «для огромного числа мусульманок по всему миру... Я стала получать множество сообщений вроде: “Теперь моя дочка может заняться таким-то или таким-то видом спорта”. Люди увидели, что крупный бренд поддерживает нас, женщин. Почему же нам не попробовать свои силы?» [19].

В данных размышлениях прослеживается принятие мусульманами идеологии коммерческого успеха. Они пишут не о том, что теперь участие в спорте не противоречит традициям учения Аллаха, а о том, сколь важна для них поддержка мирового магната в области производства спортивной одежды. В одном из цитированных выше материалов отмечается, что, высказываясь на темы, связанные с прорывом мусульманок в новые для них сферы самореализации, «девушки проявляют сверхосторожность» [16].

Более смелой в своих высказываниях предстает вице-президент рекламного агентства Ogilvy Noor мусульманка Шелина Джанмохамед. В своей книге под названием «Поколение М: молодые мусульмане меняют мир» она пытается доказать, что хиджаб — свободный выбор женщины, своего рода манифест исламского феминизма, и в нем «женщина может все то же, что и без платка: играть в волейбол на Олимпиаде, совершать научные открытия, встречаться с друзьями и даже флиртовать» [20].

Выводы

Мы выяснили, что основным средством создания образа мусульманской спортсменки является лексема *хиджаб*, используемая в качестве главного символа преодоления стереотипов и предрассудков. Употребление данной лексемы в текстах спортивной проблематики отражает разнонаправленные тенденции ресемантизации прежде единого в своем прочтении символа бесправия исламской женщины. Для нарратора, транслирующего ценности западного общества, хиджаб выступает лингвокультурным маркером эмансипации и преодоления мусульманками гендерной асимметрии. Для большинства мусульманских спортсменок хиджаб и его ношение рассматривается как вызов, который они бросают западному обществу, требуя признать их право на собственные мировоззренческие позиции и формы их внешнего выражения. Данное понимание не является консолидированным, так как идеи эмансипации, философия лидерства и индивидуального успеха оказывают воздействие на проживающих в Европе или США мусульманских спортсменок. Поскольку процесс вовлечения мусульманских женщин в спор-



тивные состязания и другие формы самореализации находится на ранней стадии, дальнейшие исследования в данной сфере представляются весьма актуальными.

Список литературы

1. *Иноземцева Е.Н.* К вопросу о правах женщин в исламе // *Власть*. 2009. №12. С. 98–100.
2. *Федорова Ю.Е.* «Женский вопрос» в исламе: дискурс о статусе женщины в современном исламском обществе // *Философская мысль*. 2015. №10. С. 102–128.
3. *Вента Р.* Эволюция образа мусульманки в исследованиях XX–XXI вв. // *Женщина в российском обществе*. 2012. №1. С. 81–88.
4. *Вагабов М.В.* Ислам и женщина. М., 1968.
5. *Кобозева И.М.* Немец, англичанин, француз и русский: выявление стереотипов национальных характеров через анализ коннотаций этнонимов // *Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология*. 1995. №3. С. 102–117.
6. *Крысин Л.П.* Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // *Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности*. Екатеринбург, 2003. С. 450–455.
7. *Березович Е.Л.* Язык и традиционная культура. М., 2007.
8. *Бекирова Л.С., Ильченко И.А.* Женщина в исламе: история и современность // *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сер.: Философия. Культурология. Социология*. 2013. №4. Т. 26 (65). С. 97–103.
9. *Кушев В.В.* Хиджаб // *Ислам : энциклопедический словарь* / отв. ред. С.М. Прохоров. М., 1991. С. 278.
10. *Богданова О.Ю.* Заголовок как элемент текста // *Вестник Костромского государственного университета*. 2007. №1. С. 116–119.
11. *Хиджаб занял почетное место на Берлинском марафоне* // *IslamNews: информ. агентство России* : [сайт]. URL: <https://islamnews.ru/news-hidzhab-zanjal-pochetnoe-mesto-na-berlinskom-marafone> (дата обращения: 30.11.2019).
12. *Спортсменка в хиджабе вошла в список 100 влиятельных людей Time* // *Ансар: информационно-аналитический канал* : [сайт]. URL: <http://www.ansar.ru/sobcor/sportsmenka-v-hidzhabe-voshla-v-spisok-100-vliyatelnyh-lyudej-time> (дата обращения: 11.02.2020).
13. *Судьи дисквалифицировали спортсменку в хиджабе* // *Мусульманка: женский журнал* : [сайт]. URL: http://musulmanka.su/index.php/dosug/sport/item/sudidiskvalifitsirovali-sportsmenku-v-khidzhabe.html?category_id=77 (дата обращения: 11.02.2020).
14. *Спортивные ассоциации меняют правила* // *Исламосфера: культура как образ жизни* : [сайт]. URL: <http://islamosfera.ru/sportivnye-associacii-menyayut-pravila-razreshaya-sportsmenkam-nosit-xidzhab/> (дата обращения: 12.02.2020).
15. *Они ломают стереотипы* // *Sputnik Таджикистан* : [сайт]. URL: <https://tj.sputniknews.ru/sport/20200201/1030632633/samye-yarkie-sportsmenki-khidzhab.html> (дата обращения: 15.02.2020).
16. *Распространение мира через баскетбол* // *Мусульманка: женский журнал* : [сайт]. URL: http://www.musulmanka.su/index.php/dosug/sport/item/rasprostranenie-mira-cherez-basketbol-zhenskaya-basketbolnaya-komanda-studen-tok-musulmanok-v-amerike.html?category_id=77 (дата обращения: 20.02.2020).



17. Ярыкапов А. Стыдные вопросы про хиджаб и паранджу // Медуза : [сайт]. URL: <https://meduza.io/feature/2016/09/01/stydnye-voprosy-pro-hidzhab-i-parandzhu> (дата обращения: 03.03.2020).

18. Догдина Е. Не хиджабом единым // Wonderzine : [онлайн-издание]. URL: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/236435-islam-and-feminism> (дата обращения: 03.03.2020).

19. Ярошевский А. «Надеюсь посостязаться с Медведевой»: арабская фигуристка о своих кумирах, катании в хиджабе и поддержке властей ОАЭ // RT на русском : [онлайн-издание]. URL: <https://russian.rt.com/sport/article/617952-zahra-lari-uae-figurное-katanie> (дата обращение: 20.02.2020).

20. Под покровом. Почему хиджаб стал популярным по всему миру и кто на этом зарабатывает // Lenta.ru. URL: https://lenta.ru/articles/2019/09/10/islamic_fashion/ (дата обращения: 21.02.2020).

Об авторах

Елена Николаевна Стрельчук – д-р пед. наук, доц., Российский университет дружбы народов, Россия.

E-mail: Strelchukl@mail.ru

Хайят Хассан Мергани Шакак – асп., Российский университет дружбы народов, Россия.

E-mail: hayat.shakak@gmail.com

The authors

Prof. Elena N. Strelchuk, Associate Professor, RUDN University, Russia.

E-mail: Strelchukl@mail.ru

Khayyat Hassan Mergani Shakak, PhD Student, RUDN University, Russia.

E-mail: hayat.shakak@gmail.com