

الإمكانات الجمالية لإعادة تدوير القميص الرجالي

تنفيذ مفروشات منزلية

د. إسلام جمعه خلف

جامعة الفيوم - كلية التربية النوعية - قسم الإقتصاد المنزلي- تخصص ملابس ونسيج

ملخص البحث

يعتبر القميص الرجالي أحد القطع الملبسية الأساسية للرجال وقد تنوعت تصميم خطوطها وألوانها وخاماتها وفقاً للموضة فأصبح الكثير منها غير مساير للموضة دون إستخدامها مما يشكل عباءاً كبيراً في خزانة الملابس في كثير من المنازل فتبلورت مشكلة البحث في التساؤل التالي: ما إمكانية إعادة تدوير القميص الرجالي لتنفيذ المفروشات المنزلية؟ مع الآخذ في الاعتبار جماليات خطوط تصميمات القميص الرجالي وألوانه وخاماته المختلفة وتمثلت أهداف البحث في تقديم منتجات تلبي رغبات وإحتياجات المستهلكات من الناحية الجمالية والوظيفية والإقتصادية، ترشيد المنفق على شراء المفروشات المنزلية من خلال إعادة تدوير القميص الرجالي ، تحويل القطع المستهلكة أو الغير مسايرة للموضة إلى منتجات ذو قيمة نفعية وجمالية، قد قامت الباحثة بتنفيذ تسعة منتجات من المفروشات المنزلية "الوسائد" واتبع البحث المنهج الوصفي في عرض الإطار النظري وفي

بناء أدوات البحث كما قامت الباحثة بإستخدام الإسلوب التطبيقي في تطبيق قطع البحث، من أدوات البحث عمل استبيان خاص بأراء المتخصصين للتعرف على آرائهم تجاه المنتجات المنفذه في إمكانية تحقيق الجوانب (الجمالية-الوظيفية-الاقتصادية) ،استبيان خاص بأراء المستهلكات "الفئة المستهدفة وقد أسفرت نتائج البحث عن تقبل كلاً من المتخصصين والمستهلكات للمنتجات في ضوء تقييمات كلاً منهم وتوصي الدراسة بإجراء المزيد من الابحاث العلمية لتنمية الجانب الإبتكاري لدى طلاب الإقتصاد المنزلي قائم على إعادة تدوير بقايا الأقمشة وإقامة ندوات وورش عمل لزيادة الوعي بأهمية إعادة تدوير الملابس المستهلكة لما لها من أهمية في زيادة العائد المادي والمحافظة على البيئة.

مقدمة:

المفروشات المنزلية من الضروريات الأساسية لكل منزل لما لها من دور هام وظيفياً وجمالياً ومجال المفروشات من المجالات الهامة في الملابس والنسيج حيث تعتبر من الضروريات اللازمة لكل منزل(دعاء جعفر- ٢٠٠٩) ويقصد بها ما يختص بأقمشة غرفة النوم والصالون او المجلس العربي أو الأنتريه والستائر، كل حسب إمكانياته، ولا بد أن تخضع تلك المفروشات للتغيير والتنسيق والملائمة بينهما وبين الالوان المحيطة بها وطريقة استخدامها واسلوب عرضها، ما يجعل استخدامها سببا مؤكداً للراحة النفسية، وفتح الشهية نحو ممارسات سلوكية ناجحة وصائبة مثل التفاؤل ونظرة الامل في لذة الحاضر والرغبة في صناعة المستقبل(زينب

فرغلي-٢٠١٤) إعادة التدوير واحدة من اهم العمليات في الحفاظ على البيئة، هي عبارة عن طريقة لتحويل المواد المتروكة إلى مواد جديدة. وإعادة تدوير الملابس من العمليات الهامة التي تهدف بشكلٍ رئيسي إلى الحفاظ على البيئة، والهدف من الملابس المعاد استخدامها هو خلق نظام يمكن دعمه الى أجل غير مسمى من حيث الاقتصاد والبيئة والمسؤولية الاجتماعية.(عماد الدين جوهر-٢٠١٧) و يصنع القميص الرجالي من خامات مختلفة والخامات الطبيعية من الخامات المضلة في صناعته نظراً لثبات ألوانها التي تعطيها أكثر قيمة وأعلى مستوى وأرقى مظهر(كفاية سليمان- ٢٠٠٩) ويعتبر من الملابس كثيرة الاستعمال وأستخدمه كلاً من "الشباب- الكبار" مما يمثل عبأً كبيراً في خزانة الملابس لكل منزل.فجأت فكرة أنه يمكن الإستفادة من إعادة تدويره القميص الرجالي لتنفيذ مفروشات منزلية "الوسائد"والأخذ في الاعتبار جماليات ألوان وخامات القمصان المختلفة ومن هنا تتبلور مشكلة البحث الرئيسية في التساؤل التالي:

ما امكانية إعادة تدوير القميص الرجالي لتنفيذ المفروشات المنزلية؟

ونتفرع منه التساؤلات الآتية:

مشكلة البحث:

١. ما إمكانية الاستفادة من القميص الرجالي لتنفيذ المفروشات المنزلية؟

٢. ما آراء المتخصصين في المنتجات المنفذة ؟

٣. ما مدى تقبل المستهلكات للمنتجات المنفذة ؟

وهناك العديد من الدراسات التي تناولت إعادة تدوير الملابس المستعملة دراسة (هناء النواوي، دعاء القطري ٢٠١٨) حيث هدفت إلى إعادة تدوير البنطلون الجينز وإستخدامه في إبتكار تصميمات حديثة بأسلوب التصميم على المانيكان ،ترشيد الإنفاق على شراء الملابس، دراسة(رانيا هيكل، إيمان أبو السعود-٢٠٢٠) هدفت إلى إعادة تدوير ربطات العنق الغير مسايرة للموضة إلى قطع ملابسية ومكملات تصلح للسيدات، دراسة(هند أحمد ٢٠٢٠) إعادة تدوير الملابس النسائية لتنمية المشاريع الصغيرة في المملكة العربية السعودية وتوصلت إلى وجود علاقة احصائية بين المشاريع الصغيرة القائمة على إعادة تدوير الملابس المستعملة والحد من البطالة، دراسة(سحر زغلول ٢٠٢٠) إبتكار تصميمات لملايس الأطفال مستلهمة من الفن التكعيبي تنفذ ببقايا أقمشة المشاغل بمنطقة القصيم لتنمية الصناعات الصغيرة. واتفقت نتائج الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في إمكانية إعادة تدوير الملابس المستعملة أو الغير مسايرة للموضة إلى قطع ملابسية أيضاً. لكن في هذه الدراسة ركزت على إمكانية إعادة تدوير الملابس المستعملة إلى مفروشات منزلية

مما يقلل المنفق علي شراء المفروشات المنزلية وكذلك تنفيذ المفروشات بطريقة مبسطة تصلح لربات البيوت اللآتي لديهن خبرة بسسيطة عن الحياكة. ومن الدراسات السابقة المرتبطة بالقميص الرجالي دراسة (رشدي على أحمد ٢٠١٥) هدفت الى تنفيذ تصميمات تحاكي تصميم القميص في العصر الفرعوني والقبطي والاسلامي، إحياء التراث الحضاري للملابس التاريخية بالمتاحف ليكن بيعها للسائح كهدايا تذكارية، دراسة (عطيات على عبد الحكيم ٢٠١٨) هدفت إلى زخرفة الأقمشة الكاروه بشكل عام والقميص الافرنجي بشكل خاص عن طريق إستخدام مجموعة مختارة من التصميمات الهندسية ويتم تطريزها بأساليب التطريز السويسري، دراسة (اسلام السيد ٢٠٢٠) هدفت الى دراسة تأثير القيم التشكيلية عند "كاندنسكي" وأثرها على تصميم القميص الرجالي المطبوع، طباعتها بأسلوب الطباعة الرقمية(النفث الحبري) كأحد الأساليب الطباعية الحديثة المستخدمة في مجال طباعة المنسوجات.

أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى:

١. تقديم منتجات تلبي رغبات وإحتياجات المستهلكات من الناحية الجمالية والوظيفية والإقتصادية.

٢. ترشيد المنفق على شراء المفروشات المنزلية من خلال إعادة تدوير

القميص الرجالي.

٣. تحويل القطع المستهلكة أو الغير مسايرة للموضة إلى منتجات ذو قيمة

نفعية وجمالية.

أهمية البحث:

١. التوجه لآفاق جديدة في مجال إعادة تدوير الملابس.

٢. الحث على إقامة مشروعات صغيرة قائمة على إعادة التدوير.

٣. التشجيع على إقامة مشروعات صغيرة من خلال المنتجات المنفذه بالبحث

بما يتناسب مع ظروف الدولة الاقتصادية.

٤. إقامة دورات تدريبية تطبق فيها منتجات البحث

حدود البحث:

يقتصر هذا البحث على:

- يقتصر البحث على إمكانية تدوير القميص الرجالي وذلك من خلال انتاج

مجموعة مختلفة من المفروشات "الوسائد".

مصطلحات البحث:

إعادة تدوير:

هو إعادة تصنيع وإستخدام المخلفات، سواء المنزلية أو الصناعية أو الزراعية، وذلك لتقليل تأثير هذه المخلفات وتراكمها على البيئة (عماد الدين جوهر - ٢٠١٧).

القميص:

- ما يلبسه الإنسان مما يلي الجلد، لباس داخلي يغطي الجلد وتغطيه ثياب خارجية والجمع قمصان وقمص وأقمصة . (معجم المعاني الجامع)
- القميص: ثوب مخيط بكمين غير مفرج يلبس تحت الثياب لا يكون إلا من قطن أو كتان أو صوف والجمع أقمصة قمص وقمصان (رجب إبراهيم - ٢٠٠٢).
- يعتبر أحد القطع الملبسية الأساسية لملابس الرجال والتي تتنوع في تصميم خطوطها وألوانها وخاماتها وفقاً للموضة السائدة (كفاية سليمان - ٢٠٠٩).

الاطار النظري

نبذة تاريخية عن إعادة التدوير:

يعود تاريخ إعادة التدوير إلى آلاف السنين، وقد يبدو هذا المفهوم كأحد المفاهيم الحديثة التي ارتبطت بالحركات التي تدعو للمحافظة على البيئة في سبعينيات القرن العشرين، إلا أنه وفي الحقيقة قد تمّ استخدامه قديماً من قبل بعض الأفراد بطريقة ما منذ آلاف السنين، وقد برز مفهوم إعادة التدوير في الثلاثينيات والأربعينيات من القرن العشرين كأحد المفاهيم المهمة في العديد من دول العالم؛ بسبب الكساد الاقتصادي الذي حصل في ذلك الوقت.

الهدف من إعادة التدوير: منع إهدار المواد التي يمكن أن تكون مفيدة من خلال الاستفادة من المواد الموجودة. مما يقلل من استهلاك المواد الخام الجديدة عند إنشاء منتجات جديدة. يمكن أن يؤدي الحد من استخدام المواد الخام الجديدة إلى تقليل استخدام الطاقة وتلوث الهواء وتلوث المياه وحتى انبعاثات غازات الاحتباس الحراري <https://mawdoo3.com> ، توفر فرص العمل حيث يتم توظيف الناس لجمع وفرز والعمل في شركات إعادة التدوير. يحصل الآخرون أيضاً على وظائف مع الشركات التي تعمل مع وحدات إعادة التدوير هذه. (WWW.DW.COM) ولاشك أن الجميع يمتلك الكثير من الملابس القديمة أو الغير ماسيرة للموضة، ولكن لا يعرفون الطريقة الأنسب للاستفادة منها.

ويتضح مما سبق أن لهذة العملية أهمية كبيرة في حياتنا؛ لذا فعلينا الاستفادة من عملية إعادة تدوير الملابس، من خلال تعديل كل قطعة غير صالحة للإستخدام وتحويلها إلى منتجات ذوقية نفعية وجمالية وإقتصادية أيضاً.

القميص الرجالي: shirt هو أحد القطع الملابسية الهامة ويغطي الجزء العلوي من الجسم، وقد يكون ذو الكم القصير أو الطويل ويلبس صيفاً وشتاءً مع السروال أو البدلة. وتتنوع أشكال الياقة طبقاً للموضة السائدة. (wilcox,R-1969)

عرف القميص في العصر الفرعوني على أنه ثوب بسيط ذو كمين قصيرين جداً وله فتحة مستديرة من الأمام لدخول الرأس وكان مصنوع من الكتان. (تحية كامل- ٢٠٠٣)، في بداية القرن السابع عشر اختلف شكل القميصمع التطور الاجتماعي وظهرت تلك الاختلافات في قصات الصدر ما بين عميقة، قليلة الاتساع وشكل الاكمام وشكل الياقات، في القرن الثامن عشر اختلف طرز القميص فأصبح دون كسرا أو كرانيش واختلف شكل فتحات الرقبة وتنتهي بכול يقف على الرقبة، وفي القرن التاسع عشر أهم ما يميز هذة الفترة القميص الملون بכול مرتفعة على الرقبة وكسرات على الصدر ومرد من الأمام (عليه عابدين- ٢٠٠٥).

وتعتبر صناعة القميص الرجالي من الصناعات التي نالت إهتماماً كبيراً، حيث تزايدت سرعة التطور التكنولوجي في الآت الصناعات النسجية لإنتاج أنواع من الأقمشة تناسب صناعة القميص الرجالي ومستلزمات إنتاجه وصاحب هذا التطور ارتفاعاً كبيراً في مستوى الجودة، الخامات الطبيعية من الخامات المفضلة في

صناعة القميص الرجالي نظراً لثبات ألوانها التي تعطيها أكثر قيمة وأعلى مستوى وأرقى مظهراً. (كفاية سليمان- ٢٠٠٩)

المفروشات المنزلية "الوسائد": تختلف أنواعها وأشكالها فمنها المربع والمستطيل والدائري وهي تساعد على تجميل المكان بألوانها وأشكالها المتناسقة (زينب فرغلي ٢٠٠٠).

سمات أقمشة الوسائد:

تشير (زينب فرغلي ٢٠٠٠) إلى مجموعة من السمات لأقمشة الوسائد وهي:

- أن تكون أقمشة الوسائد على مستوى عالي من الجودة والمتانة لكي تتحمل الاجهادات و كثرة الاستعمال.
- ان تكون الأقمشة ذات التركيب النسجي السادة لأنه أكثر التركيبات النسجية التي تعطي القماش أعلى درجة من المتانة.
- يجب أن تتمتع بلمس جيد حيث أنه لا يكفي النظر إليها فقط بل يتم لمسها لذلك فإن لمسها له نفس أهمية شكلها ومظهرها.
- يجب أن تكون الأقمشة من الخامات الطبيعية مثل القطن والكتان للحصول على مظهر وملمس مقبول .

- يجب أن تكون قابليتها للتنظيف ومقاومتها للإتساخ والتؤبير عالية بإستخدام نوعيات من الخامات المناسبة.

وقد راعت الباحثة تطبيق تلك السمات عند إختيار خامات القمصان الرجالي القديمة أو الغير مسايرة للموضة بأن تكون من أقمشة ذات تركيب نسجي السادة حيث تكون أكثر متانة، من الخامات الطبيعية مثل القطن والكتان التي تتميز بلمس مريح.

إجراءات البحث:

١. منهج البحث Methodology:

"اتبع البحث المنهج الوصفي في عرض الإطار النظري وفي بناء أدوات البحث كما قامت الباحثة بإستخدام الإسلوب التطبيقي في تطبيق قطع البحث".

٢. عينة البحث: تكونت من مجموعتين:

- المتخصصين: عددهم (١٥) وهم السادة أعضاء هيئة التدريس بقسم الاقتصاد المنزلي بكليات التربية النوعية "ملابس ونسيج" للتعرف على آرائهم تجاه المنتجات المنفذه.
- المستهلكات: وعددهم (٣٥) من السيدات للتعرف على آرائهم تجاه المنتجات المنفذه من إعادة تدوير القميص الرجالي.

أدوات البحث Research tools:

١. استبيان خاص بأراء المتخصصين (*ملحق ١) للتعرف على آرائهم تجاه المنتجات المنفذه في إمكانية تحقيق الجوانب(الجمالية-الوظيفية-الاقتصادية).

٢. استبيان خاص بأراء المستهلكات "الفئة المستهدفة"(*ملحق ٢).

أولاً: وصف أدوات الدراسة:

١- قامت الباحثة بإعداد استبيان تحكيم على التصميمات المنفذه خاص بالمتخصصين هم أعضاء هيئة التدريس (ملحق * ١).

أولاً:صدق الاستبيان:

١-الصدق الظاهري(صدق المحكمين): تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على المحكمين وعددهم(١٠) وتم حساب نسب الاتفاق بين المحكمين على صلاحية كل عبارة في الاستبيان وفي ضوء إتفاق المتخصصين استبقت الباحثة البنود التي حصلت على نسبة اتفاق (٨٠٪ فأكثر) من عدد المحكمين ثم حذف البنود التي حصلت على نسبة إتفاق أقل من (٨٠٪) من عدد المحكمين مع إعادة صياغة بعض العبارات وإجراء بعض التعديلات عليها بناءً على آراء وملاحظات السادة المحكمين، وتم وضع الاستبيان في شكله النهائي وتكون من ثلاثة محاور

(المحور الأول الجمالي ويتكون من خمسة عبارات- الثاني الوظيفي ويتكون من ثلاثة عبارات- الثالث الاقتصادي يتكون من ثلاثة عبارات).

٢- الصدق البنائي (التجانس الداخلي):

الصدق البنائي يقاس بالتجانس الداخلي لإختبار مدى تماسك مفرداته.وهي تعد كافية للتأكد من صدق الاستبيان.

جدول (١) يوضح معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي اليه العبارة الخاص بالمحكمين.

جدول (١) يوضح معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي اليه العبارة الخاص بالمحكمين

| المحور | معامل الارتباط | الدلالة |
|--------|----------------|---------|
| الأول | **0,916 | 0,000 |
| الثاني | **0,897 | 0,000 |
| الثالث | **0,974 | 0,000 |

** دال احصائياً عند مستوى (0,01)

ويلاحظ من الجدول أن قيم معاملات الارتباط تشير الى دلالتها الإحصائية عند مستوى (٠,٠١) وهذا يعنى أن عبارات الاستبيان الخاص بالمحكمين متماسكة، مما يدل على التجانس الداخلي للاستبيان وأنه يقيس ماوضع من أجله.

ثانياً: ثبات الاستبيان: للتأكد من ثبات الاستبيان تم حساب معامل الاتساق الداخلي بواسطة معادلة ألفا كرونباخ وقد جاءت النتائج كما يلي:

جدول (٢) معامل الثبات ألفا كرونباخ لمحاورة استبيان المحكمين

| المحاور | قيمة معامل الثبات |
|---------------------------------|-------------------|
| المحور الأول: الجانب الجمالي | 0,889 |
| المحور الثاني: الجانب الوظيفي | 0,895 |
| المحور الثالث: الجانب الاقتصادي | 0,885 |
| ثبات الاداة الكلي | 0,901 |

وفي ضوء نتائج معاملات الثبات لمحاور الاستبيان الثلاثة الرئيسية حيث كانت معاملات الثبات مرتفعة في كل المحاور، وكما يتضح من الجدول السابق ان معامل ثبات الاستبيان الكلي ٠,٩٠١ وجميعها دالة.

٢- استبيان: الخاص بالمستهلكات (ملحق * ٢)

أولاً: صدق الاستبيان:

١-الصدق الظاهري (صدق المحكمين): تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على المحكمين وعددهم (١٠) وتم حساب نسب الاتفاق بين المحكمين على

صلاحية كل عبارة في الاستبيان وفي ضوء إتفاق المتخصصين استبقت الباحثة البنود التي حصلت على نسبة اتفاق (٨٠٪ فأكثر) من عدد المحكمين ثم حذف البنود التي حصلت على نسبة إتفاق أقل من (٨٠٪) من عدد المحكمين مع إعادة صياغة بعض العبارات وإجراء بعض التعديلات عليها بناءً على آراء وملاحظات السادة المحكمين.

٢- الصدق البنائي (التجانس الداخلي):-

الصدق البنائي يقاس بالتجانس الداخلي لإختبار مدى تماسك مفرداته. وهي تعد كافية للتأكد من صدق الاستبيان.

ويلاحظ من الجدول أن قيم معاملات الارتباط تشير الى دلالتها الإحصائية عند مستوى (٠,٠١) وهذا يعنى أن عبارات الاستبيان الخاص بالمستهلكات متماسكة مما يدل على التجانس الداخلي للاستبيان وأنه يقيس ماوضع من أجله.

جدول (٣) يوضح معاملات إرتباط التوافق بين درجات كل عبارة والدرج الكلية للإستبيان الخاص بالمستهلكات

| العبارة | معامل الارتباط | الدلالة |
|---------|----------------|---------|
| 1 | **0,875 | 0,000 |
| 2 | **0,831 | 0,000 |
| 3 | **0,873 | 0,000 |
| 4 | **0,901 | 0,000 |
| 5 | **0,898 | 0,000 |
| 6 | **0,903 | 0,000 |

** دال احصائياً عند مستوى (0,01)

ثانياً: ثبات الاستبيان:

للتأكد من ثبات الاستبيان تم حساب معامل الاتساق الداخلي بواسطة معادلة ألفا كرونباخ وقد جاءت النتائج كما يلي:

جدول (٤) معامل الثبات ألفا كرونباخ لمحاور استبيان المستهلكات

| المحاور | قيمة معامل الثبات |
|-------------------|-------------------|
| ثبات الأداة الكلي | 0,912 |

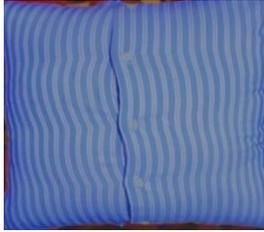
يتضح من الجدول السابق أن معامل ثبات الاستبيان الكلي مرتفع وقيمته ٠,٩١٢ وهي قيمة دالة.

نتائج البحث والإجابة على التساؤلات:

في هذه الدراسة حاولت الباحثة إعادة تدوير (القميص الرجالي) القديم والغير مساير للموضة إلى مفروشات منزلية(الوسائد) حيث نجد أنه أصبحت معظم البيوت بها القميص الرجالي سواء كان رب الأسرة أو الأولاد مما يمثل عبأ كبير في خزانة الملابس وأيضاً فإن المفروشات المنزلية دائماً في تغير مستمر مما يمثل عبأ مادي على عاتق الأسرة، خاصة، أن القميص الرجالي يصنع من مواد خام يمكن إستخدامها في صناعة المفروشات المنزلية(الوسائد) مثل خامات (القطن-الكتان-القطن المخلوط بالكتان- الدنيم- الصوف) وتتوافر بها السمات التي تتطلبها الأقمشة التي تنفذ منها المفروشات وهي كالاتي: المتانة وقوة التحمل الثبات والاستقرار ومسامية القماش ومقاومة الإحتكاك-مقاومة التمزق-مقاومة التنسيل-مقاومة التجعد-الملمس-الإنسدال-مقاومة الاتساخ والقابلية للتطهير.(سعدية مصطفى ٢٠١٦)

قامت الباحثة بتنفيذ تسع (وسائد) من قمصان ذات خامات وألوان مختلفة،مع إضافة بعض الاكسسورات التي يتطلبها المنتج وفيما يلي عرض لهذه المنتجات وخطوات تنفيذها:

المنتج الأول

| خلف الوسادة | أمام الوسادة | القميص المستخدم |
|---|---|--|
|  |  |  |

مراحل تنفيذ المنتج الأول

| | | | |
|--|--|--|---|
|  |  |  |  |
| قماش منقوش | قص شريط بعرض ١٠ سم وعمل كشكشة بالماكينه | فصل الأمام عن الخلف واخذ النصف الطولي للأمام | قص كم وسفرة وكول القميص |



| | | |
|-------------------|--------------------|---------------------|
| حياكة جزئي الامام | ضبط أمام القميص | حياكة جانبي الوسادة |
| بتثبيت الشريط | لتكوين خلف الوسادة | |
| بينهما | مع الاحتفاظ بالمرد | |

| | |
|--------------------|---|
| التكلفة الاقتصادية | قميص رجالي قديم +نصف متر من قماش قطني منقوش |
|--------------------|---|

المنتج الثاني

| | | |
|-----------------|--------------|-------------|
| القميص المستخدم | أمام الوسادة | خلف الوسادة |
|-----------------|--------------|-------------|



مراحل تنفيذ المنتج الثاني



| | |
|-------------------------|--|
| قص كم وسفرة وكول القميص | قص إحدى جيوب القميص ثم تثبيتها أعلى جزء من |
| وفصل الامام | النصف الخلفي للقميص |



جزء من قميص قديم من الجينز لونه أزرق لتنظيف وتجميل
الجزء الأمامي للوسادة
ظبط الجزء الخلفي للوسادة
وحياكة جوانب الوسادة مع
تركيب سوسته بين الأمام
والخلف

التكلفة الاقتصادية
قميص رجالي قديم + قميص قديم من الجينز لونه
أزرق

المنتج الثالث

خلف الوسادة

امام الوسادة

القميص المستخدم



مراحل تنفيذ المنتج الثالث



| | | |
|---|---|--|
| قص أمام القميص وضبطة مع الاحتفاظ بالمرد ليكون خلف الخدادية | قص الخلف على هيئة شرائط بعرض ٨ سم ثم الكشكشة بتدرج طولي مختلف ثم تثبت فوق بعضها بشكل تدريجي | قص كم وسفرة وكول القميص وجانبي القميص قص الخلف |
|---|---|--|

قيص رجالي قديم

التكلفة الإقتصادية

المنتج الرابع

| خلف الوسادة | امام الوسادة | القميص المستخدم |
|---|---|--|
|  |  |  |

مراحل تنفيذ المنتج الرابع



| | | |
|------------------------------|--|---|
| حياكة أمام وخلف الوسادة معاً | قماش أبيض يقص على هيئة قلب ومثبت بالتطريز الآلي لتجميل الوسادة | قص أكمام القميص الى جزئين الجزء السفلي من القميص يحاك بين جانبي القميص ويثبت على أمام الوسادة |
|------------------------------|--|---|

قميص رجالي قديم + قطعة من قماش أبيض عرضها ١٥ سم وطولها ١٢ سم + التطريز الآلي

التكلفة الاقتصادية

المنتج الخامس

| خلف الوسادة | أمام الوسادة | القميص المستخدم |
|---|---|--|
|  |  |  |

مراحل تنفيذ المنتج الخامس



| | | |
|---|--|--|
| ثني الجزء الأمامي للقميص لأعلى حيث يكون إتجاه المرء لأعلى ثم تركيب الشرائط على جانبي أمام الوسادة على هيئة فيونكة | فرد الكم وقصه لعمل لعمل شريطين حيث يكون عرض الشريط ١٠ سم وثني الأحرف للتنظيف | قص كم وسفرة وكول القميص وفصل الامام عن الخلف |
|---|--|--|

قميص رجالي قديم

التكلفة الاقتصادية

المنتج السادس

خلف الوسادة



أمام الوسادة



القميص المستخدم



مراحل تنفيذ المنتج السادس



تركيب البيبه بين جزئي
المرد وتثبيتته بالماكينه
وحياكة جوانب الوسادة
الأربعة

فرد الكم لعمل البيبه

قص كم وسفرة وكول القميص

قميص رجالي قديم + سوسته للخلف

التكلفة الاقتصادية

المنتج السابع

خلف الوسادة

أمام الوسادة

القميص المستخدم



مراحل تنفيذ المنتج السابع



تثبيت القماش السادة

قص جزء من خلف القميص

قص كم وسفرة

مع باقي خلف القميص

وقصها على هيئة قلب ثم تثبت

وكول القميص

بالماكينة

على قماش سادة بالتطريز الآلي

قميص رجالي قديم+ نصف مترقماش سادة قطني+التطريز

التكلفة الاقتصادية

الآلي

المنتج الثامن

| خلف الوسادة | أمام الوسادة | القميص المستخدم |
|---|---|--|
|  |  |  |

مراحل تنفيذ المنتج الثامن



| | | | |
|-------------------|--------------------|---------|----------------------|
| تركيب الشرائط | فرد الأكمام وقصها | ضبط خلف | قص كم وسفرة وكول |
| متجاورة بها كشكشة | الى شريطين بعرض | القميص | القميص فصل الأمام عن |
| أسفل المرد | ١٥ سم وتنظيف | | الخلف |
| والاحتفاظ بالمرد | أحرف الشرائط | | |
| | باستخدام الأوفرلوك | | |

قميص رجالي قديم

التكلفة الاقتصادية

المنتج التاسع

| خلف الوسادة | أمام الوسادة | القميص المستخدم |
|---|---|--|
|  |  |  |

مراحل تنفيذ المنتج التاسع

| | | |
|---|--|---|
|  |  |  |
|  | | |
| قص جزء من قميص قديم كاروهات | فرد الكم وضبطة لعمل | قص كم وسفرة وكول |
| لتشكيل الفيونكة ثم تثبت بين جانبي | عروة تثبت في أمام | القميص فصل الأمام عن |
| الوسادة وإدخال طرفيها بالعروة الجينز | الوسادة وتركب فوقها | الخلف |
| | زرار بلاستيك كبير | |
| قميص رجالي قديم+جزء من قميص قديم كاروهات+ زرار | | التكلفة الاقتصادية |
| بلاستيك كبير | | |

يتضح مما سبق إمكانية إعادة تدوير القميص الرجالي لتنفيذ مفروشات منزلية ذو تصميمات مختلفة ومن خامات مختلفة ترجع لإختلاف الخامات التي تصنع منها القمصان المعاد تدويرها وبطريقة بسيطة تناسب ربات البيوت أيضاً ذو تكلفة بسيطة مما يساعد على التخلص من عبأ كبير من القمصان في خزانة الملابس وتحويلها إلى وسائل ذو قيمة جمالية وفعالية واقتصادية.

بالنسبة للإجابة على كل من التساؤلات الثاني والثالث اللذان ينصا على "ما آراء المتخصصين في المنتجات المنفذة؟ و "ما مدى تقبل المستهلكات للمنتجات المنفذة؟ يجب عليهما فروض البحث التالية:

الفرض الأول: "توجد فروق دالة احصائية بين متوسطات آراء المتخصصين على التصميمات المنفذة في تحقيق الجانب الجمالي والوظيفي والإقتصادي.

للتحقق من صحة الفرض الأول تم إجراء اختبار كروسكال -واليس (test) (kruskal-wallis للتعرف على أفضل التصميمات من وجهة نظر (المتخصصين والمستهلكات) والجداول الآتية توضح ذلك:

يتضح من جدول (٥) أنه توجد فروق دالة إحصائية بين تفضيلات آراء المتخصصين للتصميمات المقترحة طبقاً لمحاور الاستبانة، وبناءً على ذلك تم ترتيب التصميمات من حيث الأفضلية تبعاً لكل محور والمجموع الكلي وجدول (٦) يوضح ذلك:

جدول (٥) نتائج اختبار (كروسكال-واليس) للتعرف على أفضل التصميمات المنفذة من وجهة نظر المتخصصين

| البيان | ٢٤ المحسوبة | الدلالة |
|---------------|-------------|---------|
| المحور الأول | 187,37 | 0,01 |
| المحور الثاني | 189,31 | 0,01 |
| المحور الثالث | 191,20 | 0,01 |
| المجموع | 201,52 | 0,01 |

جدول (٦) ترتيب التصميمات من حيث الأفضلية تبعاً لكل محور والمجموع الكلي

| رقم التصميم | المحور الأول | المحور الثاني | المحور الثالث | المجموع الكلي |
|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| م | م | م | م | م |
| 1 | 201,5 | 202,5 | 193,8 | 201 |
| 1 | 203,5 | 202,8 | 201 | 203 |
| 3 | 139,7 | 141,1 | 139,5 | 139,94 |
| 4 | 151,3 | 150,2 | 145,8 | 145,87 |
| 5 | 140,5 | 139,6 | 140,1 | 141,4 |
| 6 | 139,0 | 135,7 | 137,8 | 137,2 |
| 7 | 201 | 198,5 | 190,5 | 195,76 |
| 8 | 135,8 | 131,7 | 132,7 | 135,01 |
| 9 | 199,76 | 195,6 | 185,8 | 194,73 |

يشير الجدول (٦) ان هناك أفضلية لبعض التصميمات عن غيرها من وجهة نظر المتخصصين وكان ترتيبها كالتالي:(التصميم الثاني يليه التصميم الأول ثم التصميم السابع يليه التاسع ثم الرابع ثم الخامس ثم الثالث ثم السادس ثم الثامن).مما يؤكد وجود فروق دالة إحصائية بين التصميمات في المحاور الثلاثة من وجهة نظر المتخصصين.

جدول(٧) نتائج اختبار(كروسكال -واليس) للتعرف على أفضل التصميمات المنفذة من وجهة نظر المستهلكات

| البيان | ٢١ المحسوبة | الدلالة |
|-------------------------|-------------|---------|
| المجموع الكلي للأستبانة | 169,741 | 0,01 |

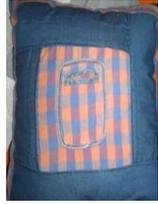
يتضح من جدول (٧) أنه توجد فروق دالة إحصائية بين تفضيلات آراء المستهلكات للتصميمات المقترحة طبقاً للمجموع الكلي للأستبيان، وبناءً على ذلك تم ترتيب التصميمات من حيث الأفضلية والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (٨) ترتيب التصميمات تبعاً لمجموع استبانة آراء المستهلكات

| رقم التصميم | المجموع الكلي للأستبيان، آراء المستهلكات | ترتيب التصميم |
|-------------|--|---------------|
| | متوسط الرتب لكل تصميم | |
| 1 | 191.04 | الثالث |
| 2 | 185,54 | الرابع |
| 3 | 180,11 | الخامس |
| 4 | 160,32 | الثامن |
| 5 | 155,90 | التاسع |
| 6 | 164,21 | السابع |
| 7 | 198.01 | الأول |
| 8 | 177,92 | السادس |
| 9 | 190,76 | الثاني |

يتضح من الجدول (٨) أن التصميم السابع أفضل التصميمات من وجهة نظر المستهلكات ثم يليه التصميم (التاسع -الأول-الثاني-الثالث-الثامن-السادس-الرابع-الخامس).

جدول (٩) ترتيب التصميمات تبعاً لآراء المتخصصين

| الترتيب | الأول | الثاني | الثالث | الرابع |
|-----------|---|---|---|---|
| المتخصصين |  |  |  |  |

| الترتيب | الخامس | السادس | السابع | الثامن | التاسع |
|-----------|---|--|--|--|--|
| المتخصصين |  |  |  |  |  |

جدول (١٠) ترتيب التصميمات تبعاً لآراء المستهلكات

| الترتيب | الأول | الثاني | الثالث | الرابع |
|------------|--|---|---|---|
| المستهلكات |  |  |  |  |

| التاسع | الثامن | السابع | السادس | الخامس | الترتيب |
|--|---|---|---|--|------------|
|  |  |  |  |  | المستهلكات |

الخلاصة: اثبتت النتائج إمكانية الاستعادة من إعادة تدوير الملابس السهلة أو الغير مسايرة للموضة منها (القميص الرجالي) لتنفيذ مفروشات منزلية "الوسائد"، مع ترشيد الكنفق على شراء المفروشات المنزلية، هذا يتفق مع بعض الدراسات السابقة التي تم عرضها منها دراسة (هناء النواوي، دعاء القطري ٢٠١٨) هدفت إلى إعادة تدوير البنطلون الجينز وإستخدامه في إبتكار تصميمات حديثة بأسلوب التصميم على المانيكان، ترشيد الإنفاق على شراء الملابس، دراسة (رانيا هيكل، إيمان أبو السعود-٢٠٢٠) هدفت إلى إعادة تدوير ربطات العنق الغير مسايرة للموضة إلى قطع ملبسية ومكملات تصلح للسيدات، كذلك قبول كلاً من المتخصصين و المستهلكات أن الدراسة حققت أهدافها من خلال التصميمات المنفذة بأن تلبي رغبات وإحتياجات المستهلكات من الناحية الجمالية والوظيفية والإقتصادية، معرفة كيفية تحويل القطع المستهلكة أو الغير مسايرة للموضة إلى منتجات ذو قيمة نفعية وجمالية واقتصادية.

التوصيات:Recommendation:

توصي الباحثة بإجراء المزيد من الأبحاث العلمية لتنمية الجانب الإبتكاري لدى طلاب الإقتصاد المنزلي قائم على إعادة تدوير بقايا الأقمشة وإقامة ندوات وورش عمل لزيادة الوعي بأهمية إعادة تدوير الملابس المستهلكة لما لها من أهمية في زيادة العائد المادي والمحافظة على البيئة.

المراجع العربية:reference:

١- تحية كامل حسين(٢٠٠٣) الأزياء المصرية من الفراعنة حتى عصر محمد علي،دار المعارف.

٢- دعاء جعفر (٢٠٠٩):إمكانية إثراء القيم الجمالية للمفروشات المنزلية بإستخدام اسلوب التطريز بغرز الايتامين وإستخدامها في مجال الصناعات الصغيرة،رسالة ماجستير،كلية الاقتصاد المنزلي ،جامعة المنوفية.

٣- رانيا هيكل،إيمان أبو السعود(٢٠٢٠):إعادة تدوير ربطات العنق الغير مسايرة للموضة في عمل بعض القطع الملابسية والمكملات،جلة البحوث في مجالات التربية النوعية،العدد٦ يوليو ٢٠٢٠ص٤٠١-٤٤٠.

٤- رجب إبراهيم(٢٠٠٢):المعجم العربي لأسماء الملابس في ضوء المعاجم والنصوص الموثقة من الجاهليةحتى العصر الحديث،الطبعة الأولى،دار الأوقاف،القاهرة.

٥- رشدي على أحمد(٢٠١٨):إحياء التراث بمحاكاة تصميم القميص الرجالي عبر العصور ،مجلة التصميم الدولي،المجلد٥،العدد٤،اكتوبر ٢٠١٥.

- ٦- زينب عبد الحفيظ فرغلي(٢٠٠٠):المفروشات المنزلية إختيارها وتنفيذها.
- ٧- سحر زغول(٢٠٢٠):إبتكار تصميمات لملايس الأطفال مستلهمة من الفن التكعيبي تنفذ ببقايا أقمشة المشاغل بمنطقة القصيم لتنمية الصناعات الصغيرة،مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية،مجلد٥،العدد٢٠٢٠،٢١.
- ٨- سعديةمصطفى الحداد(٢٠١٦)، الملايس المنزلية والمفروشات،مكتبة اسكندرية.
- ٩- عطيات على عبد الحكيم (٢٠١٨):رؤية فنية جمالية بأستخدام التطريز السويسري لزخرفة القميص،بحث منشور،كلية الإقتصاد المنزلي،جامعة المنوفية،٢٠١٨.
- ١٠- عليا عابدين(٢٠٠٥)تطور الأزياء عبر العصور،من القرن الحادي عشر إلى القرن التاسع عشر،دار الفكر العربي،الطبعة الأولى.
- ١١- عماد الدين جوهر،راندا محمد(٢٠١٧):إعادة تدوير بقايا الأقمشة كمدخل لزخرفة ملايس أطفال ما قبل المدرسة،مجلة التصميم الدولية،المجلد٧العدد٤ أكتوبر ٢٠١٧.
- ١٢-كفاية سليمان أحمد وآخرون(٢٠٠٩):تكنولوجيا الحشو في صناعة الملايس (تصميم وإنتاج القميص الرجالي،ط١،عالم الكتاب.
- ١٣-هناء النواوي،دعاء القطري(٢٠١٨):القيم الإبتكارية والتقنيات لملايس المرأة المنتجة من إعادة تدوير البنطلون الجينز بأسلوب التصميم على المانيكان.
- ١٤-هند أحمد(٢٠٢٠):إعادة تدوير الملايس النسائية لتنمية المشاريع الصغيرة في المملكة العربية السعودية،مجلة الفنون والآداب وعلوم الانسانيات والإجتماع،عدد٢٠٢٠،٦٢.

المراجع الأجنبية:

1-Wilcox,R:theDictionary of costume,charles scribner's sons pub.new
york,usa,1969.

web sits:

<https://mawdoo3.com>

[https:// \(WWW.DW.COM](https://WWW.DW.COM)

<https://www.almaany.com>

**The aesthetic potential to recycle a men's shirt to make
home furnishing**

Dr. Eslam gomaa khalaf

**Teacher of Clothing and Textiles Department of Home
Economics**

College education quality -Fayoum University

Abstract

Men's shirt is one of the basic pieces of clothing for men, and its lines, colors and materials have vary according to style, so many of them became unfashionable with out using them,.

and which prompted the researcher to take advantage following question: What is the possibility of recycling men's shirts to implement home furnishings? Taking into account the aesthetics of the lines of the men's shirt designs, and its different colors and materials. The objectives of the research were to provide products that meet the desires and needs of consumers in terms of aesthetics, function and economy, to rationalize spending on the purchase of home furnishings by recycling men's shirts, Knowing how to transform used or fashionable pieces into products of utilitarian and aesthetic value. The researcher implemented nine home furnishings products, "pillows", and the research followed the applied

approach by recycling men's shirts into home furnishing products. One of the research tools is to make a questionnaire for the opinions of specialists to get acquainted with their opinions about the implemented products regarding the possibility of achieving the aspects (aesthetic - functional - economic), a questionnaire for the opinions of consumers "the target group. The results of the research resulted in the acceptance of both specialists and consumers of the products. In light of the evaluations of each of them, the study recommends conducting more scientific research to develop the innovative side of home economics students based on recycling leftover fabrics and holding seminars and workshops to increase awareness of the importance of recycling spent clothes because of its importance in increasing the material return and preserving the environment.

الملاحق

ملحق (١) استبانة آراء المتخصصين للقطع المنفذة

| م | المحاور العبارات | تصميم (١) | | | تصميم (٢) | | | تصميم (٣) | | |
|---|---|-----------|----|-----------|-----------|----|-----------|-----------|----|-----------|
| | | ملائم | آه | غير ملائم | ملائم | آه | غير ملائم | ملائم | آه | غير ملائم |
| | المحور الاول:الجمالي | | | | | | | | | |
| ١ | إعادة تدوير القميص الرجالي يحقق قيم جمالية للتصميمات المنفذة. | | | | | | | | | |
| ٢ | - تحقيق النسبة والتناسب في التصميمات المنفذة. | | | | | | | | | |
| ٣ | التصميمات المنفذة تحقق التميز. | | | | | | | | | |
| ٤ | التصميمات تلائم الوقت المعاصر. | | | | | | | | | |

| م | المحاور العبارات | تصميم (١) | | | تصميم (٢) | | | تصميم (٣) | | |
|---|--|-----------|------|-----------|-----------|------|-----------|-----------|------|-----------|
| | | علامة | نقطة | غير علامة | علامة | نقطة | غير علامة | علامة | نقطة | غير علامة |
| ٥ | تحقيق التوافق والانسجام للخامات المضافة والقميص المعاد تدويره. | | | | | | | | | |
| | المحور الثاني: الوظيفي | | | | | | | | | |
| ١ | يصلح المنتج للغرض الوظيفي المصمم من أجله. | | | | | | | | | |
| ٢ | يحقق المنتج خاصية المتانة. | | | | | | | | | |
| ٣ | يحقق المنتج خاصية سهولة الاستخدام. | | | | | | | | | |
| | المحور الثالث: الإقتصادي | | | | | | | | | |
| ١ | النتج المنفذ يساهم في ترشيد الإستهلاك للمفروشات. | | | | | | | | | |
| ٢ | يمكن تنفيذ المنتج بتكاليف مناسبة. | | | | | | | | | |

| م | المحاور | تصميم (١) | | | تصميم (٢) | | | تصميم (٣) | | |
|---|---------------------------------|-----------|----|-----------|-----------|----|-----------|-----------|----|-----------|
| | | ملائم | لا | غير ملائم | ملائم | لا | غير ملائم | ملائم | لا | غير ملائم |
| ٣ | قابلية المنتج للإنتاج والتسويق. | | | | | | | | | |

ملحق (٢) إستمارة تحكيم آراء المستهلكات

| م | المحاور | تصميم (١) | | | تصميم (٢) | | | تصميم (٣) | | |
|---|---|-----------|----|-----------|-----------|----|-----------|-----------|----|-----------|
| | | ملائم | لا | غير ملائم | ملائم | لا | غير ملائم | ملائم | لا | غير ملائم |
| ١ | يصلح إعادة تدوير القميص الرجالي لتنفيذ وسائل. | | | | | | | | | |
| ٢ | يتفق التصميم مع ذوقي الشخصي. | | | | | | | | | |
| ٣ | توافق ألوان المنتج مع اتجاه الموضة السائدة. | | | | | | | | | |
| ٤ | يتلائم المنتج مع الوقت المعاصر. | | | | | | | | | |
| ٥ | قابلية المنتج للتسويق | | | | | | | | | |

| م | المحاور | تصميم (١) | | | تصميم (٢) | | | تصميم (٣) | | |
|---|--|--------------|----------------|-------|--------------|----------------|-------|--------------|----------------|-------|
| | | غير ملائم | ي حدا ما | ملائم | غير ملائم | ي حدا ما | ملائم | غير ملائم | ي حدا ما | ملائم |
| ٦ | يفي التصميم بالغرض الوظيفي الذي صمم من أجله | | | | | | | | | |