

الإستفادة من لغة الإشارة "الحروف الإصبعية الهجائية"  
لإثراء القيمة الجمالية "التي شيرت"

Utilizing the sign language "alphabet"  
to enrich the aesthetic value of the T-shirt

سحر عبدالمجيد عبدالمجيد محمد على

ملخص البحث:

يهدف البحث إلى الإستفادة من لغة الإشارات "الحروف الإصبعية الهجائية" لإثراء القيمة الجمالية "التي شيرت". والتعرف على آراء المتخصصين فى التصميمات من الجوانب الوظيفية، والجمالية، والتأكد من قبول المستهلكين والصم والبكم للتصميمات المقترحة. ومدى قبول المنتجين التصميمات للترويج بالأسواق وقد أهتمت الباحثة بإلقاء الضوء على فئة الصم والبكم والخصائص الملابسية لهم. وأسفرت النتائج على أن آراء المتخصصين والمستهلكين إيجابية تجاه التصميمات المقترحة بمستوى مرتفع، وقبول عالى من الصم والبكم والمنتجين للتصميمات. وقامت الباحثة بحساب النسب المئوية والوزن النسبى، وأستخدمت الباحثة إختبار "ت" للتأكد من أنه لا توجد فروق ذات دالة إحصائيا بين متوسط درجات الصم والبكم والمنتجين تجاه التصميمات المقترحة، ولا توجد فروق ذات دالة إحصائيا بين متوسط درجات المتخصصين والمستهلكين للتصميمات المقترحة وكانت قيمة "ت" غير دالة لمستوى "٠,٠١" وأول مستوى "٠,٠٥" أى لا دلالة للفرق بينهما. وأوصت الباحثة بضرورة إهتمام مصممي الأزياء وشركات ومصانع الملابس الجاهزة "بالتى شيرت" وتوفير الزخارف المناسبة الحديثة المتميزة له، وكذلك إهتمام الباحثين بالبحث العلمى الذى يخدم مجال تصميم "التي شيرت" بحيث تشمل جميع الفئات العمرية.

**Abstract:**

The research aims to take advantage of the sign language "alphabet" to enrich the aesthetic value of "t-shirts". And get to know the opinions of design professionals from the functional and aesthetic aspects, and ensure that consumers, deaf and dumb consumers accept the proposed designs. The extent of the producers accepting the designs to promote the market, and the researcher was interested in shedding light on the deaf and dumb category and their clothing characteristics. The results revealed that the opinions of specialists and consumers are positive towards the proposed designs at a high level, and a high acceptance of deaf, dumb and producers of the designs. The researcher calculated the percentages and relative weight, and the researcher used the "T" test to

ensure that there are no statistically significant differences between the average degrees of deaf and dumb and the producers towards the proposed designs, There were no statistically significant differences between the average degrees of specialists and consumers for the proposed designs, and the value of "T" was not significant for the level of "0.01" or the level of "0.05", that is, there is no indication of the difference between them. The researcher recommended that fashion designers, companies and factories of ready-to-wear clothes should pay attention to "t-shirts" and provide appropriate and distinctive modern decorations for him, as well as the researchers' interest in scientific research that serves the field of "t-shirts" design to include all age groups.

#### المقدمة ومشكلة البحث:

تعد فئة الصم والبكم من الفئات الخاصة بالمجتمع، حيث أن الإعاقة السمعية تسبب للمعاق معاناه أكثر من غيرها، وتعتبر الإعاقة التي يولد بها الفرد من أشد الإعاقات وتؤثر عليه مستقبلاً لأن السمع هو الطريق الأساسي لتعلم اللغة والاتصال بالآخرين. بالتالي الإعاقة تعيق التفاعل الاجتماعي والتعلم والإنتاج الفكري والمعرفي والتكامل مع المعلومات والإستخدام الكامل لقدرات الفرد العقلية والإبداعية مع المجتمع، لذا يصعب عليه التكيف مع أفراد المجتمع. إن الله عز وجل أكسب هذه الفئة التي حرمت من هذه الحواس تعويضات تجاهها تعيش حياتها وتمارس دورها في المجتمع مثلها مثل الأسوياء. لذلك فهي أكثر عرضة للأمراض النفسية، كما ينتابها الإكتئاب، والقلق، والعزلة الشديدة، والإحساس السلبي بالذات، وعدم التكيف النفسي والاجتماعي، نتيجة إهمال المجتمع لها في جميع الجوانب، وهذا السلوك يجعلها تتعامل مع المجتمع بطريقة غير سليمة. كما تشير دراسة "بلال محمود محمد ٢٠١٥" أن الفرد يتمتع بمجموعة من الأنظمة والأجهزة الحسية لمساعدته على الإحساس بالمشيريات من حوله وإدراك وفهم ما يحيط به من حوله والتكيف مع البيئة التي يعيش فيها بما تتضمنه من مكونات مادية، ووقائع وأحداث إجتماعية تمكنه من التفاعل، وإكتساب الخبرات وتبادلها مع الآخرين. ويعد فقدان أو القصور السمعي من أصعب انواع فقدان الحسى الذى يتعرض له الفرد. ويوضح أن حاسة السمع بإنها واحدة من أهم الحواس، لذا تعتبر الإعاقة السمعية من أشد وأصعب الإعاقات الحسية التى تصيب الإنسان، حيث يترتب عليها فقد القدرة على النطق والتحدث بجانب الصمم الكلى، وبذلك يصعب على الأصم إكتساب اللغة والكلام، أو تعلم المهارات المختلفة. كما هدفت دراسة "وفية محمد وجيه ٢٠٠٩" إلى الإستفادة من الوسائط الفائقة التى تتناسب مع إحتياجات الصم والبكم لإكسابهم بعض المهارات الملبسية. وأضافت دراسة "أمل حسنى محمد ٢٠١٥" أمثلة من الوسائل الفائقة تصلح لتعليم الصم والبكم بعض المهارات الملبسية. كما أهتمت دراسة "عبد الملك طه الرفاعى ٢٠١١" فى رفع التحصيل المعرفى وتنمية الأداء المهارى لمادة الإقتصاد

المنزلى لدى الطلاب الصم وضعاف السمع. كما ذكرت دراسة "رباب حسن محمد ٢٠١١" إن التصميم الزخرفى "التي شيرت" كمنتج يتناسب مع الشباب من الجنسين خلال المرحلة العمرية من "٣٠:٢٠" سنة. كما أشارت دراسة "رنا محمد رضا ٢٠١٠" لإقتراح بعض التصميمات "التي شيرتات" مع مراعاة الإحتياجات النفسية والعمرية وإثراء "التي شيرت" بالأساليب الزخرفية المتنوعة للإرتقاء بالذوق الملبسى ونشر الوعي الملبسى لدى المجتمع لتحقيق الراحة الوظيفية. كما هدفت دراسة "حان عبد الحلیم بخارى ٢٠٠٩" للتعرف على أسباب تفضيل إرتداء "التي شيرت" بأنواعه السادة و"التي شيرت" ذوالعبارات والرسومات, وتوصلت إلى تفضيل "التي شيرت" لكل من أفراد المجتمع الذكور والإناث فى الفئة العمرية من "٢٠:١٥" سنة لتوفير عنصر الراحة والبساطة فى موديلات "التي شيرت", وكذلك السهولة فى الإرتداء ومناسبتها لطبيعة الجو. كما أظهرت أسباب تفضيل الشباب لإرتداء "التي شيرت" ذوالصور والمناظر الطبيعية, والكلمات التى تعبر عن حب الوالدين, وتعزز حب الوطن, وإحترام مبادئ الدين, والكتابات, والرسومات فى تنوع الألوان, والأنواع مع كتابة إسم الماركة والشعار على "التي شيرت", وكذلك إخفاء عيوب الجسم, فضلا عن كونه يحمل ذكرى لبعض البلدان فى السفر. كما توصلت دراسة "سميحة عبدالله جلال ٢٠١٧" إلى عمل تصميم خط إنتاج "التي شيرت" والعمل على تقبل زمن المناولة, والعمالة المساعدة فى المناولة, ومرحلة إختيار وتقييم النظام المقترح, ومدى تأثير تصميم خط الإنتاج على تقليل زمن التشغيل, وزمن المناولة والعمالة المساعدة فى المناولة, وترتيب العمليات الإنتاجية, وإرتفاع معدلات الإنتاج. كما ذكرت دراسة "سعد على سالم ٢٠١٢" أن الملابس تعد من الفنون التطبيقية التى تتأثر بكل ما هو جديد من تقنيات حديثة فيزداد إزدهارها. وكل مصمم للأزياء يمكنه إضافة كل ما هو جديد إلى هذا المجال, بحيث يتمشى ومتطلبات العصر, ويتفق والموضة تبعا للبيئات المحيطة فى حدود عاداتنا وتقاليدها. وتعد العناصر الطبيعية بإختلاف أنواعها من مصادر الإلهام عند المصمم, وليست الطبيعية غاية فى حد ذاتها, وإنما هى وسيلة للكشف عن الجديد فى عالم تصميم الأزياء, وهى توحى بالإلهام الذى يرتبط بشخصية المصمم وطرازه, وبما يؤيد أن يوصله. ويمكننا التجديد فى التصميمات من خلال إقتباس وإستحداث تصميمات ملبسية تتسم بالرقرة والجمال يمكن إضافته إلى ملابس الشباب لإثرائها. وأشارت دراسة "أسمان إسماعيل محمد ٢٠١٠" إلى أن التصميمات المزخرفة بالرسومات ودمجها بطريقة جديدة مع كتابات عربية تعبر عن الرسومات الموجودة بالتصميم, لتعطى نصيحة معينة أو كلمات تناسب فئة عمرية معينة, ودمج الكتابات لتعبر عن الكلمات المكتوبة والرسومات لهذه الفئة, ويكون لها القدرة العالية على إضفاء لمسة جمالية عالية, لما تحتويه من العديد من الرموز الملفتة لنظر وتحقيق الهدف الحالى والوظيفى للتصميمات. كما هدفت دراسة "ماجدة يوسف محمد ٢٠٠٨" إلى إبتكار تصميمات زخرفية فى عمل أشكال مختلفة على التصميم الزخرفى, وإمكانية تحقيق القيم الجمالية والنفعية فى شكل الملبس. كما أكدت على الدراسات التقنية وتدورها كعلم جمالى فى مجال الملابس, يساعد على تنمية الإبداع والإبتكار فى مجال تصميم الأزياء. كما ذكرت دراسة "نشوى عبدالرؤوف

توفيق ٢٠١٢" أن تصميم الأزياء يعتبر من الفنون الرفيعة لكن يحيط به الغموض، وتبحثه الدراسات العلمية والفنية للتعرف على الملابس والعوامل الإبتكارية به. وهكذا فان تصميم الأزياء ماهو إلا وجهان لعملة واحدة الفن والعلم، ويعتبر كلا متكامل ويتم إحداهما الآخر. فإختراع المنسوجات وإبتكار الألوان تتمم العمل الفني فى تصميم الأزياء، وتعد الرسومات والزخارف ظاهرة لها جوانبها السيكلوجية، والفنية التشكيلية. فأهل الفن ينظرون إلى الرسومات من زاوية مقوماتها الفنية والجمالية، بينما السيكلوجيون ينظرون إليها من زاوية دلالاتها النفسية تارة على إنها محض نشاط عقلى "إما معرفى إما ادراكى"، لذلك فإنه من الضرورى إلقاء الضوء على أهمية تصميم الملابس، وإثرائها بالزخارف التى تعكس القدرات، والنمو الإدراكى، والمعرفى، والإنفعالى، والإجتماعى، والإبداعى، والسيكلوجى، من خلال التعرف على الفنون، والرسومات، والدلالات السيكلوجية لهذه الرسوم، وتوظيفها فى تصميم الملابس ومحاولة الدمج بين عناصر الرسومات، وعناصر التصميم لينتج تصميم متكامل بمكتملاته التى تتممها، وتحقق الإنسجام بتأكيد الوحدة، والترابط بتريد عناصره، وإحداث التوازن، وضبط الإيقاع ليصبح كيان فنى مبتكر يتميز بالذوق الرفيع والحس الراقى. ومن العرض السابق يتضح أن الدراسات المتعلقة بالتصميم فى مجال الملابس، لم تكن كافية ولم تنل الإهتمام الكافى من الباحثين فى موضوع البحث لتصميم "التي شيرت" أو الاستفادة من لغة الإشارة لأثراء قيمه الجمالية وهذا مادعى الباحثة إلى التفكير فى الإستفادة من لغة الإشارة "الحروف الإصبعية الهجائية" لإثراء القيمة الجمالية "التي شيرت".

**مشكلة البحث:** وعلى ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة البحث فى التساؤلات الآتية:

١. ماإمكانية الإستفادة من لغة الإشارة "الحروف الإصبعية الهجائية" لإثراء القيمة الجمالية "التي شيرت" ؟
  ٢. ما آراء المتخصصين تجاه التصميمات المقترحة من الناحية الوظيفية والجمالية ؟
  ٣. ما آراء المستهلكين تجاه التصميمات المقترحة من الناحية الوظيفية والجمالية؟
  ٤. ما درجة تقبل الصم والبكم للتصميمات المقترحة؟
  ٥. ماآراء المنتجين تجاه ترويج التصميمات المقترحة بالأسواق؟
- أهمية البحث:** ترجع أهمية البحث إلى الآتى:
١. إلقاء الضوء على المتطلبات الملبسية للصم والبكم.
  ٢. تقديم تصميم "تي شيرت" مزخرف بالحروف الإصبعية الهجائية "لغة الإشارة" ذات طابع مميز وحديث.
  ٣. المساهمة فى تقديم أفكار جديدة فى مجال الملابس.
- أهداف البحث:** يهدف البحث إلى تحقيق مايلى:
١. الإستفادة من لغة الإشارة "الحروف الإصبعية الهجائية" لإثراء القيمة الجمالية "التي شيرت".
  ٢. التعرف على آراء المتخصصين تجاه التصميمات المقترحة من الناحية الوظيفية والجمالية.

٣. التعرف على آراء المستهلكين تجاه التصميمات المقترحة من الناحية الوظيفية والجمالية.
٤. التأكد من تقبل الصم والبكم التصميمات المقترحة.
٥. التأكد من تقبل المنتجين التصميمات المقترحة بالأسواق.

### المصطلحات:

**الإستفادة:** استفادَ من يستفيد ، استفدَ ، استفادةً ، فهو مُستفيد ، والمفعول مُستفاد :- استفادَ مالاً أو علماً أو نحوهما اكتسبه، انتفع به:- استفاد الكثير من المعلومات من قراءة هذا الكتاب استفاد منه: جنى منه نفعاً، حصل منه على فائدة، استغله:- استفاد من مواهبه/ ظروفه/ وضع أبيه. المعجم: اللغة العربية المعاصرة

**لغة الإشارة:** هو مصطلح يشير إلى وسيلة تواصل غير صوتية، تستخدم من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة، صوتياً البكم وسمعياً الصم، إشارات محددة تستخدم للاتصال بالأشخاص الذين يفقدون قدرتهم على السمع (الصم). وهذه اللغة تستخدم في الكثير من بلدان العالم، وإن كان يوجد بعض الاختلافات من بلد لآخر. حيث تُستخدم حركات اليدين كوسيلة للتخاطب، وأصابع اليدين في إشارة للأرقام، وأيضاً تعابير ترسم على الوجه لنقل الميول والمشاعر ترافقها بعض حركات في اليدين لتكوين العيد من المعاني، إضافة إلى متابعة حركات الشفاه وهي المرحلة الأكثر تطوراً لقوة الملاحظة، حيث يستطيع الأصم قراءة الكلمات من خلال حركات الشفاه، وهناك حركات في الجسد كوضع بعض الإشارات إلى جانبي الرأس أو أعلاه أو على الكتف أو الصدر أو البطن كنوع من الإيحاء لإيضاح الرغبات والمعاني، وللتعبير عن الذات، وتختلف تلك اللغة والإشارات من بلدٍ لآخر. "Medical Definition of "2008".[www.medicinenet.com](http://www.medicinenet.com). Sign language".

**لغة الإشارة:** يعنى بالبحث الحالى الزخارف التى تم الاستعانة بها لزخرفة تصميمات"التي شيرت".

**الحروف الهجائية الإصبعية:** يعنى بالبحث الحالى الحروف الأبجدية العربية بلغة الإشارة، والزخارف التى تم الاستعانة بها لزخرفة تصميمات"التي شيرت".

**القيم الجمالية:** يُعبّر عنها بالبحث عن الجمال في الأشياء وتقدير الفن، ومن أمثلتها التفوق الفني، وحبّ الفنون، وتقدير الجمال. هي ما يحتويه العمل الفني من سمات وعناصر جمالية تميزه عن غيره لإستخدام الوسائل والطرق الفنية التي تبرز الناحية الجمالية " تحديد مفهوم القيم"، مركز الدراسات والأبحاث الاجتماعية علي بن سعد مطر الحربي (٢٠١٠) جامعة أم القرى.

**التي شيرت:** قميص ذو كمين هو نوع من القمصان التي يتم ارتداؤها بإدخالها عن طريق الرأس لتقوم بتغطية الجزء العلوي من الجسم. عادة يكون"التي شيرت"بدون ياقة وبدون جيوب، ورقبة دائرية، وأكمام قصيرة. بالنسبة للأكمام فإن طولها يكون بين الكتف والكوع. يشار إلى القميص الذي تتخطى أكمامه الكوع بأنه القميص طويل الكم. عادة ما يكون التي شيرت مصنوع من القطن أو البوليستر أو خليط من الإثنين. يمكن

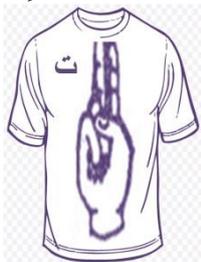
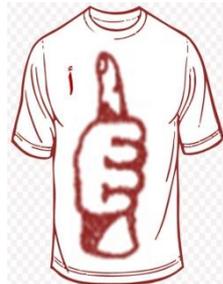
- أن يتم تزيين "التي شيرت" بكتابات أو صور، كما يمكن أن يستخدم فى الدعاية SoJones .  
Asmara.2009.The Most Famous Statement T-shirts.
- التي شيرت:** يعنى بالبحث الحالى تصميم قميص بدون ياقة وبدون جيوب، ورقبة دائرية، وأكمام قصيرة يناسب الجنس من مزخرف بكتابة الحروف الهجائية الإصبعية "لغة الإشارة" للصم والبكم.
- حدود البحث:** يقتصر البحث على الحدود الآتية:
١. الحروف الإصبعية الهجائية المقترحة لتصميمات "التي شيرت": و عددها "٣٠" حرف.
  ٢. تصميمات مقترحة "التي شيرت": و عددها "٣٠" تصميم.
  ٣. المتخصصين: عددهم "١٠" أساتذة متخصص من كليات متخصصة اقتصاد منزلى قسم ملابس ونسيج جامعة بنها وجامعة المنوفية وجامعة طنطا الأزهر.
  ٤. المستهلكين: عددهم "٢١" مستهلك "١٠" إناث و "١١" ذكور وعمرهم من "١٥:٢٠" عام - محافظة القليوبية.
  ٥. الصم والبكم: عددهم "١٧" منهم "٨" إناث و "٩" ذكور وعمرهم من "١٥:٢٠" عام - مدرسة الصم والبكم - مدينة بنها- محافظة القليوبية.
  ٦. المنتجين: عددهم "٩" وهم اصحاب المصانع والورش المنتجة للملابس والنسيج بالمحلة الكبرى - طنطا - محافظة الغربية.
  ٧. برنامج الفوتوشوب Photoshop للمساعدة فى تصميمات التي شيرت المقترحة.
- فروض البحث:** يسعى البحث لإختبار الفروض الآتية:
١. لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين متوسط درجات الصم والبكم والمنتجين للتصميمات المقترحة.
  ٢. لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين متوسط درجات المتخصصين والمستهلكين للتصميمات المقترحة.
- منهج البحث:** يتبع البحث المنهج الوصفى القائم على إنشاء الإستمارات والإستبيانات الخاصة بالبحث.
- عينات البحث:** تطلب البحث وجود عينات لكل منهم خصائص مختلفة:
١. الحروف الإصبعية الهجائية المقترحة عددها "٣٠" حرف.
  ٢. المتخصصين: عددهم "١٠" متخصص وهم أساتذة متخصصين للتعرف على آرائهم تجاه التصميمات المقترحة.
  ٣. المستهلكين: عددهم "٢١" منهم "١٠" إناث و "١١" ذكور وعمرهم من "١٥:٢٠" عام للتعرف على آرائهم تجاه التصميمات المقترحة ومدى نجاحه فى تحقيق أهداف البحث والإجابة على تساؤلاته.
  ٤. الصم والبكم: عددهم "١٧" منهم "٨" إناث و "٩" ذكور وعمرهم من "١٥:٢٠" عام للتعرف على آرائهم ومدى تقبلهم التصميمات المقترحة.
  ٥. المنتجين: عددهم "٩" اصحاب مصانع إنتاج الملابس والنسيج للتعرف على آرائهم ومدى رواج التصميمات المقترحة بالأسواق.

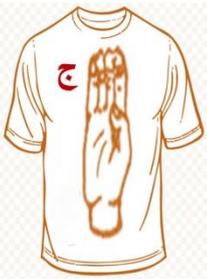
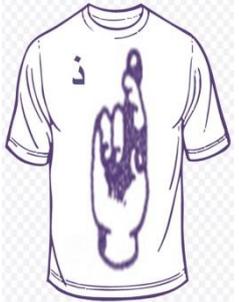
جدول رقم "١" بيانات عينات البحث

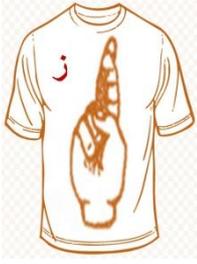
التوصيف	العدد	العينة
أساتذة تخصص ملابس ونسيج من كليات مختلفة	١٠	المتخصصين
"١٠" إناث و"١١" ذكور وعمرهم من "٢٠:١٥" عام	٢١	المستهلكين
"٨" إناث و"٩" ذكور وعمرهم من "٢٠:١٥" عام	١٧	الصم والبكم
اصحاب مصانع انتاج الملابس والنسيج	٩	المنتجين
٥٧		اجمالي

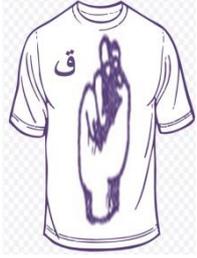
١- التصميمات المقترحة: عددهم "٣٠" تصميم. أقرحت الباحثة "٣٠" تصميم بعدد الحروف الإصبعية الهجائية وتم الموافقة عليهم.

جدول رقم "٢" توصيف التصميمات المقترحة "للتى شيرت"

تصميم رقم "٣"	تصميم رقم "٢"	تصميم رقم "١"
تصميم رقم "٣" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "التاء" بلغة الإشارات	تصميم رقم "٢" ب تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الباء" بلغة الإشارات	تصميم رقم "١" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الألف" بلغة الإشارات
		

<p><b>تصميم رقم "٦"</b> تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الحاء" بلغة الإشارات</p> 	<p><b>تصميم رقم "٥"</b> تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الحيم" بلغة الإشارات</p> 	<p><b>تصميم رقم "٤"</b> تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الثاء" بلغة الإشارات</p> 
<p><b>تصميم رقم "٩"</b> تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الذال" بلغة الإشارات</p> 	<p><b>تصميم رقم "٨"</b> تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الذال" بلغة الإشارات</p> 	<p><b>تصميم رقم "٧"</b> تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الخاء" بلغة الإشارات</p> 

<p>تصميم رقم "١٢" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "السين" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "١١" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الزين" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "١٠" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الراء" بلغة الإشارات</p> 
<p>تصميم رقم "١٥" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الضاد" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "١٤" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الصاد" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "١٣" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الشين" بلغة الإشارات</p> 

<p>تصميم رقم "١٨" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "العين" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "١٧" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الطاء" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "١٦" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الطاء" بلغة الإشارات</p> 
<p>تصميم رقم "٢١" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "القاف" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "٢٠" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الفاء" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "١٩" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الغين" بلغة الإشارات</p> 

<p>تصميم رقم "٢٤" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الميم" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "٢٣" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "اللام" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "٢٢" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الكاف" بلغة الإشارات</p> 
<p>تصميم رقم "٢٧" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الواو" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "٢٦" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الهاء" بلغة الإشارات</p> 	<p>تصميم رقم "٢٥" تى شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "النون" بلغة الإشارات</p> 

<p><b>تصميم رقم "٣٠"</b> تي شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "التاء" المربوطة "بلغة" الإشارات</p> 	<p><b>تصميم رقم "٢٩"</b> تي شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "الياء" بلغة الإشارات</p> 	<p><b>تصميم رقم "٢٨"</b> تي شيرت بكم قصير مزخرف بحرف "اللام ألف" بلغة الإشارات</p> 
---	--	--

**أدوات البحث:** تضمنت أدوات البحث مايلي:

١. إستطلاع رأى الصم والبكم "مصور": "ملحق رقم ١" المعرفة آرائهم تجاه فكرة البحث.
٢. إستطلاع رأى المستهلكين: "ملحق رقم ٢" المعرفة آرائهم تجاه فكرة البحث.
٣. إستطلاع رأى المنتجين: "ملحق رقم ٣" المعرفة آرائهم تجاه فكرة البحث.
٤. إستبيان المتخصصين: "ملحق رقم ٤" المعرفة آراء المتخصصين تجاه التصميمات المقترحة.
٥. إستبيان المستهلكين: "ملحق رقم ٥" المعرفة مدى تقبل المستهلكين للتصميمات المقترحة.
٦. إستبيان الصم والبكم: "ملحق رقم ٦" المعرفة مدى تقبل الصم والبكم للتصميمات المقترحة.
٧. إستبيان المنتجين: "ملحق رقم ٧" المعرفة مدى تقبل المنتجين للتصميمات المقترحة بالأسواق.

**خطوات بناء استطلاع الرأى والأستبيانات:**

- ١- استطلاع الرأى للصم والبكم "مصور": "ملحق رقم ١" يهدف إلى التعرف على آراء الصم والبكم تجاه تصميمات "تي شيرت" مزخرف بالحروف الإصبعية الهجائية "لغة الإشارات". تم مقابلة عينة من الصم والبكم وعددهم "١٧" منهم "٨" إناث و"٩" ذكور وعمرهم من "١٥: ٢٠" عام وعمل إستطلاع الرأى من خلال عرض "٥" أسئلة, وقد راعت الباحثة فى إعداد استطلاع الرأى أن تكون الأسئلة واضحة, ومباشرة, ومحددة, وتم جمع الإجابات, وكانت إيجابية, وتم تسجيل صوتى لبعض آرائهم.
- ٢- استطلاع الرأى للمستهلكين: "ملحق رقم ٢" يهدف إلى التعرف على آراء المستهلكين تجاه تصميمات "تي شيرت" مزخرف بالحروف الإصبعية الهجائية "لغة الإشارات". تم مقابلة عينة من المستهلكين وعددهم "٢١" منهم "١٠" إناث و"١١" ذكور وعمرهم من "١٥: ٢٠" عام وعمل إستطلاع الرأى من خلال عرض "٥" أسئلة, وقد راعت

الباحثة فى إعداد إستطلاع الرأى أن تكون الأسئلة واضحة, ومباشرة, ومحددة, وتم جمع الإجابات, وكانت إيجابية, وتم تسجيل صوتى لبعض آرائهم.

٣- **استطلاع الرأى المنتجين:** "ملحق رقم ٣" يهدف إلى التعرف على آراء المنتجين تجاه تصميمات تي شيرت مزخرف بالحروف الإصبعية الهجائية "لغة الإشارات" وتروجه بالاسواق. تم مقابلة عينة من الممنتجين وعددهم "٩" اصحاب مصانع انتاج الملابس والنسيج بمصانع المحلة الكبرى وطنطا بالغربية, وعمل إستطلاع الرأى من خلال عرض "٥" أسئلة, وقد راعت الباحثة فى إعداد إستطلاع الرأى أن تكون الأسئلة واضحة, ومباشرة, ومحددة, وتم جمع الإجابات, وكانت إيجابية, وتم تسجيل صوتى لبعض آرائهم.

**وصف استطلاعات الرأى:** يتكون إستطلاع الرأى لكل من الصم والبكم والمستهلكين والمنتجين من جدول يحتوى على عدد "٥" عبارات لكل منهم, وقد خصص أمام كل عبارة مكان يضع أفراد العينة علامة أسفل أحد الثلاث خانات "نعم" ثلاث درجات, "الى حد ما" درجتان, "مطلقا" درجة واحدة تعبر عن رأيهن فى العبارات ووضعت الباحثة الإجابات في جدول وقامت بتجميع الإجابات المتكررة وإحتساب مرات التكرار ويصبح المجموع النهائى لاستطلاع الرأى "١٥" درجة لكلا منهم.

**صدق استطلاع الآراء: أ- صدق المحكمين "الصدق المنطقى أو الظاهرى":** تم عرض الإستطلاعات على عدد "٥" من الأساتذة المتخصصين "ملحق رقم ٨" بكليات الإقتصاد المنزلى والأزهر تخصص ملابس ونسيج والتربية النوعية تخصص تربية فنية لإبداء الرأى بالإستطلاعات وتم تعديل صياغة بعض العبارات وفقا لآرائهم وحذف عبارة واحدة.

**ب- معامل الصدق الذاتى:** يقاس بحساب الجذر التربيعى لمعامل الثبات, حيث بلغت "٠,٩٨" للإستطلاع الأول, وبلغت "٠,٩٥" للإستطلاع الثانى, وبلغت للإستطلاع الثالث "٠,٩٧" وهم قيم مرتفعة لإقترابهم من الواحد الصحيح ودالة عند مستوى "٠,٠١" مما يؤكد صدق الإستطلاعات فى القياس.

ثبات الإستطلاعات: أ- التجزئة النصفية: تم تقسيم الإستطلاعات إلى نصفين الأرقام الفردية فى مقابل الأرقام الزوجية. ب- معامل ألفا: جاءت نتيجة الثبات كما بالجدول الآتى:

**جدول رقم ٣ "ثبات إستطلاع الرأى"**

معامل ألفا	التجزئة النصفية		نوع الثبات
	قيم الارتباط	الدالة	
٠,٠١	٠,٩٨٣	٠,٠١	إستطلاع رأى الصم والبكم
٠,٠١	٠,٩٩٠	٠,٠١	إستطلاع رأى المستهلكين
٠,٠١	٠,٨٩٠	٠,٠١	إستطلاع رأى المنتجين

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الثبات بالنسبة للتجزئة النصفية "٠,٨٠٠-٠,٩٠٠" و "٠,٨٥٠-٠,٩٢٠" و "٠,٧٥٠-٠,٨٢٠" ومعامل ألفا معامل الثبات "٠,٩٨٣" و "٠,٩٩٠" و "٠,٨٩٠" هما قيم دالة عند مستوى "٠,٠١" لإقترابهم من الواحد الصحيح, يشير إلى ثبات ودقة الإستطلاعات فى القياس.

٤- إستبيان المتخصصين: "ملحق رقم ٤" يهدف إلى التعرف على مدى تقبلهم للتصميم المقترح. تم عمل إستبيان للمتخصصين لتحديد آرائهم تجاه التصميمات المقترحة, وتم تجميع إجاباتهم وكانت إيجابية.

وصف الإستبيان: يتكون الإستبيان من عدد "١١" عبارة منهم عدد "٦" عبارات لقياس الجانب الوظيفي, وعدد "٥" عبارات لقياس الجانب الجمالي, وقد خصص أمام كل عبارة مكان تضع فيه عينة البحث علامة تعبر عن رأيها وذلك بإعطاء "مناسب جدا ٥ درجات", "مناسب إلى حد ما ٣ درجات", "غير مناسب درجتان", "غير مناسب مطلقا درجة واحدة" وقد بلغت الدرجة الكلية للإستبيان "٥٥" درجة.

٥- إستبيان المستهلكين: "ملحق رقم ٥" يهدف إلى التعرف على مدى تقبلهم للتصميمات المقترحة. تم عمل إستبيان للمستهلكين لتحديد آرائهم تجاه التصميمات المقترحة وتم تجميع إجاباتهم, وكانت إيجابية.

وصف الإستبيان: يتكون الإستبيان من عدد "١٤" عبارة منهم "٦" عبارات لقياس الجانب الوظيفي و "٨" عبارات لقياس الجانب الجمالي وقد خصص أمام كل عبارة مكان تضع فيه عينة البحث علامة تعبر عن رأيها وذلك بإعطاء "مناسب جدا ٥ درجات", "مناسب ٤ درجات", "مناسب إلى حد ما ٣ درجات", "غير مناسب درجتان", "غير مناسب مطلقا درجة واحدة" وقد بلغت الدرجة الكلية للإستبيان "٧٠" درجة.

٦- إستبيان مصور الصم والبكم: "ملحق رقم ٦" يهدف إلى التعرف على مدى تقبلهم للتصميمات المقترحة. تم عمل إستبيان للصم والبكم لتحديد آرائهم تجاه التصميمات المقترحة وتم تجميع إجاباتهم, وكانت إيجابية.

وصف الإستبيان: يتكون الإستبيان من عدد "١٢" عبارة منهم "٦" عبارات لقياس الجانب الوظيفي و "٦" عبارات لقياس الجانب الجمالي وقد خصص أمام كل عبارة مكان تضع فيه عينة البحث علامة تعبر عن رأيها وذلك بإعطاء "مناسب جدا ٥ درجات", "مناسب ٤ درجات", "مناسب إلى حد ما ٣ درجات", "غير مناسب درجتان", "غير مناسب مطلقا درجة واحدة" وقد بلغت الدرجة الكلية للإستبيان "٦٠" درجة.

٧- إستبيان المنتجين: "ملحق رقم ٧" يهدف إلى التعرف على مدى تقبلهم للتصميم المقترح. تم عمل إستبيان للمنتجين لتحديد آرائهم تجاه التصميمات المقترحة ورواجها بالأسواق, وتم تجميع إجاباتهم وكانت إيجابية وناجحة.

وصف الإستبيان: يتكون الإستبيان من عدد "١٠" عبارة منهم عدد "٦" عبارات لقياس الجانب الوظيفي, وعدد "٤" عبارات لقياس الجانب الجمالي, وقد خصص أمام كل عبارة مكان تضع فيه عينة البحث علامة تعبر عن رأيها وذلك بإعطاء "مناسب جدا ٥ درجات", "مناسب إلى حد ما ٣ درجات", "مناسب ٤ درجات", "غير مناسب درجتان", "غير مناسب مطلقا درجة واحدة" وقد بلغت الدرجة الكلية للإستبيان "٥٠" درجة.

**صدق الإستبيانات:** للتحقق من صدق الإستبيانات تم عرض الصور المبدئية على مجموعة من المتخصصين "ملحق رقم ٤": الأساتذة المحكمين من السادة أعضاء هيئة التدريس بقسم الملابس والنسيج بالكليات المتخصصة وعددهم "٥" محكمين وذلك لإبداء

الرأى فى محتوى كلا منهم من حيث مدى صياغة ووضوح العبارات, وشمول العبارات للأهداف المراد قياسها, وتسلسل وتنظيم العبارات. وقد جاءت نسبة الإتفاق بين المحكمين لإستبيان المتخصصين "٩٨,٣%" وإستبيان المستهلكين "٩٧,٩%" وإستبيان المصور للصم والبكم "٩٦,٥%" وإستبيان المنتجين "٩٥,٩%" وهى نسب مرتفعة مما يدل على صدقها وصلاحيتها للتطبيق, وقد أبدى بعض المحكمين بعض الملاحظات فيما يخص الصياغة اللغوية لبعض العبارات وحذف بعضها منها وإعادة ترتيب البعض الآخر وقد تم التصويب وبذلك أصبحت الإستبيانات فى صورتها النهائية جاهزة للتطبيق.

ب- معامل الصدق الذاتى: يقاس بحساب الجذر التربيعى لمعامل الثبات, حيث بلغت للمتخصصين "٩٨,٩%", وللمستهلكين "٩٧,٩%", وللصم والبكم "٩٦,٥%", وللمنتجين "٩٥,٩%" وهى قيم مرتفعة لإقتربها من الواحد الصحيح ودالة عند مستوى "٠,٠١" مما يؤكد صدق الإستبيانات فى القياس.

ثبات الإستبيانات: أ- التجزئة النصفية: تم تقسيم الإستطلاع إلى نصفين الأرقام الفردية فى مقابل الأرقام الزوجية. ب- معامل ألفا: جاءت نتيجة الثبات كما بالجدول الآتى:

جدول رقم "٤" ثبات الإستبيانات

معامل ألفا	التجزئة النصفية		نوع الثبات
	قيم الارتباط	الدالة	
٠,٠١	٠,٨٢٠	٠,٠١	إستبيان المتخصصين
٠,٠١	٠,٨٧٠	٠,٠١	إستبيان المستهلكين
٠,٠١	٠,٩٠٠	٠,٠١	إستبيان الصم والبكم
٠,٠١	٠,٨٠٠	٠,٠١	إستبيان المنتجين

يتضح من الجدول السابق أن قيم معامل الثبات بالنسبة للتجزئة النصفية "٠,٧٨٠-٠,٨٣٠", و"٠,٧٩٠-٠,٨٧٠", و"٠,٨٨٠-٠,٩٣٠" و"٠,٧٥٠-٠,٨٢٠", وهى قيم دالة عند مستوى "٠,٠١" لإقتربها من الواحد الصحيح, يشير إلى ثبات ودقة الإستبيانات فى القياس.

ثبات الإستبيانات: وتم إستخدام طريقة "ألفا كرونباك" حيث بلغ معامل ثبات ألفا بالنسبة لإستبيان المتخصصين "٠,٨٢٠", وبالنسبة لإستبيان المستهلكين "٠,٨٧٠", وبالنسبة لإستبيان الصم والبكم "٠,٩٠٠" وبينما بلغ معامل ثبات ألفا بالنسبة لإستبيان المنتجين "٠,٨٠٠" وهى قيم مرتفعة ودالة عند مستوى "٠,٠١" مما يشير إلى الثبات المرتفع للإستبيانات.

**نتائج البحث: الفرض الأول: ينص الفرض الأول على:** لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين متوسط درجات الصم والبكم والمنتجين للتصميمات المقترحة. للتأكد من الفرض تم تقريغ بيانات الإستبيان الثالث وذلك بتحويل العلامات التى دونها المتخصصين أمام عباراتهم إلى درجات وقد قامت الباحثة بحساب متوسط الدرجات الكلية والنسبة المئوية للتصميمات المقترحة وتم تطبيق إختبار "ت" وفقا لأرائهم والجدول التالى يوضح ذلك.

جدول رقم "٦" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الصم والبكم والمنتجين للتصميمات

العينة	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة "ت"	مستوى الدلالة وإتجاهاتها
الصم والبكم	٥٨,٣	٠,٨٣	١٧	٢٥	٠,٩١	غيردالة عن أى مستوى ٠,٠٥ أو ٠,٠١
المنتجين	٤٨,٣	٠,٨٣	٩			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ت" تساوى "٠,٩١" أى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الصم والبكم والمنتجين تجاه تصميمات البحث. وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى "٠,٠١" أو مستوى "٠,٠٥", مما يدل على عدم وجود فروق بين آرائهما تجاه تصميمات البحث. والنتيجة السابقة تدل على أن آراء الصم والبكم والمنتجين إيجابية تجاه التصميمات المقترحة بما يتناسب مع إحتياجات ومتطلبات كل جنس. وقد إتفقت تلك النتيجة مع دراسة "رنا محمد صلاح ٢٠١٠", و"دراسة حنان عبد الحليم بخارى ٢٠٠٩" على إثراء "التى شيرت" بالأساليب الزخرفية المتنوعة للإرتقاء بالذوق الملبسى, وتحقيق الراحة الوظيفية, وإمكانية الإقبال على شراء وتنفيذ التصاميم المقترحة وفقاً لآراء المنتجين والمستهلكين, وأن التصميمات التى تضمنتها الدراسة لا توجد فروق حقيقية بين التصميمات المقترحة. وبذلك يتحقق صحة الفرض الأول.

ترتيب متوسط الأوزان النسبية لإجمالى العينة الكلية فى التصميمات المقترحة بناء على آراء الصم والبكم أن جميع التصميمات فى المرتبة الأولى بنسبة "١٠٠%" والإتجاه العام "مناسب جداً"

جدول رقم "٧" ترتيب الوزن النسبى للتصميمات بناء على آراء الصم والبكم

التصميم	مناسب جداً	مناسب إلى حد ما	غير مناسب	غير مناسب مطلقاً	الوزن النسبى	مدى الملائمة	الترتيب
١	٣,٤	-	-	-	١٠٠	مناسب جداً	١
٢	٣,٢	٠,٢	-	-	٩٨,٤	مناسب جداً	٤
٣	٣,٣	٠,٢	-	-	٩٨,٤	مناسب جداً	٤
٤	٣,٣	٠,٢	-	-	٩٨,٤	مناسب جداً	٤
٥	٣,٣	٠,٢	-	-	٩٨,٤	مناسب جداً	٤
٦	٣,٤	-	-	-	١٠٠	مناسب جداً	١
٧	٣,٤	-	-	-	١٠٠	مناسب جداً	١
٨	٣,٤	-	-	-	١٠٠	مناسب جداً	١
٩	٣,٤	-	-	-	١٠٠	مناسب جداً	١
١٠	٣,٤	-	-	-	١٠٠	مناسب جداً	١
١١	٣,٢	٠,٢	-	-	٩٦,٧	مناسب جداً	٣

١٢	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
١٣	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
١٤	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
١٥	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
١٦	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٥	مناسب جدا	٢
١٧	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٥	مناسب جدا	٢
١٨	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٥	مناسب جدا	٢
١٩	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٥	مناسب جدا	٢
٢٠	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٥	مناسب جدا	٢
٢١	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
٢٢	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
٢٣	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
٢٤	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
٢٥	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
٢٦	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
٢٧	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٥	مناسب جدا	٢
٢٨	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٥	مناسب جدا	٢
٢٩	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
٣٠	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣

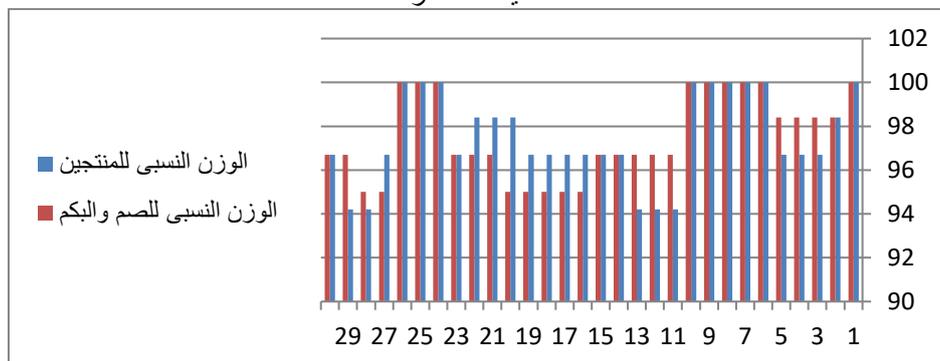
ترتيب متوسط الأوزان النسبية لإجمالي العينة الكلية في التصميمات المقترحة بناء على آراء المنتجين ان جميع التصميمات في المرتبة الأولى بنسبة "١٠٠%" والإتجاه العام "مناسب جدا".

#### جدول رقم " ٨ " ترتيب الوزن النسبي للتصميمات بناء على آراء المنتجين

الترتيب	مدى الملائمة	الوزن النسبي	غير مناسب مطلقا	غير مناسب	مناسب إلى حد ما	مناسب	مناسب جدا	التصميم
١	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	١
٢	مناسب جدا	٩٨,٤	-	-	-	٠,٢	٣,٣	٢
٣	مناسب جدا	٩٦,٧	-	-	-	٠,٢	٣,٢	٣
٤	مناسب جدا	٩٦,٧	-	-	-	٠,٢	٣,٢	٤
٥	مناسب جدا	٩٦,٧	-	-	-	٠,٢	٣,٢	٥
٦	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٦
٧	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٧
٨	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٨
٩	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٩
١٠	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	١٠
١١	مناسب جدا	٩٤,٢	-	-	-	٠,٣	٣,١	١١
١٢	مناسب جدا	٩٤,٢	-	-	-	٠,٣	٣,١	١٢

١٣	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٤,٢	مناسب جدا	٤
١٤	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
١٥	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
١٦	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
١٧	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
١٨	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
١٩	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
٢٠	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٨,٤	مناسب جدا	٢
٢١	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٨,٤	مناسب جدا	٢
٢٢	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٨,٤	مناسب جدا	٢
٢٣	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
٢٤	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
٢٥	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
٢٦	٣,٤	٠,١	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
٢٧	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣
٢٨	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٤,٢	مناسب جدا	٤
٢٩	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٤,٢	مناسب جدا	٤
٣٠	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٧	مناسب جدا	٣

الشكل رقم "١" يوضح ترتيب التصميمات وفق الوزن النسبي لأراء الصم والبكم والمنتجين تجاه التصميمات المقترحة



من الشكل السابق يتضح مدى تقبل الصم والبكم والمنتجين للتصميمات المقترحة بنسب متساوية جدا مما يؤكد أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الصم والبكم والمنتجين تجاه التصميمات المقترحة.

**الفرض الثاني: ينص الفرض الثاني على:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المتخصصين والمستهلكين تجاه التصميمات المقترحة. للتحقق من هذا الفرض تم تطبيق

إختبار "ت", والجدول التالي يوضح ذلك: جدول رقم "٩" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المتخصصين والمستهلكين للتصميمات المقترحة

العينة	المتوسط الحسابي "م"	الإنحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة "ت"
المتخصصين	٥٣,٧	٠,٩٩	١٠	٣٠	٠,١٨
المستهلكين	٧٢,٦	١	٢١		

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ت" تساوي "٠,١٨" عند المقارنة لا توجد فروق بين متوسط درجات المتخصصين و المستهلكين تجاه تصميمات البحث. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى "٠,٠٥" أو عند مستوى "٠,٠١", مما يدل على عدم وجود فروق بين آراء المتخصصين و آراء المستهلكين تجاه تصميمات البحث.

والنتيجة السابقة تدل على أن آراء المتخصصين والمستهلكين إيجابية تجاه التصميمات بنسب متساوية, ويرجع ذلك إلى القيمة الجمالية والوظيفية وعناصر وأسس التصميم بما يتناسب مع إحتياجات ومتطلبات المستهلكين. وقد إتفقت تلك النتيجة مع دراسة "رباب حسن محمد ٢٠١١" في إمكانية توظيف المدلولات الرمزية في التصميم الزخرفي "للتي شيرت" كمنتج وفقاً لآراء المستهلكين, وأن التصميمات التي تضمنتها الدراسة لا توجد فروق حقيقية لآراء المتخصصين والمستهلكين تجاه التصميمات المقترحة. وبذلك يتحقق صحة الفرض الثاني.

ترتيب متوسط الأوزان النسبية لإجمالي العينة الكلية في التصميم المقترح بناء على آراء المتخصصين إن جميع التصميمات في المرتبة الأولى بنسبة "١٠٠%" والإتجاه العام "مناسب جداً".

جدول رقم "١٠" ترتيب الوزن النسبي للتصميمات بناء على آراء المتخصصين

التصميم	مناسب جداً	مناسب	مناسب إلى حد ما	غير مناسب	غير مناسب مطلقاً	الوزن النسبي	مدى الملائمة	الترتيب
١	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جداً	١
٢	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٤	مناسب جداً	٣
٣	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٨,٢	مناسب جداً	٢
٤	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٤,٦	مناسب جداً	٤
٥	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٤	مناسب جداً	٣
٦	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٤	مناسب جداً	٣
٧	٣,٢	٠,٣	-	-	-	٩٦,٤	مناسب جداً	٣
٨	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٤,٦	مناسب جداً	٤
٩	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٤,٦	مناسب جداً	٤
١٠	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٤,٢	مناسب جداً	٤

١١	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٤,٢	مناسب جدا	٤
١٢	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٤,٦	مناسب جدا	٤
١٣	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٤,٦	مناسب جدا	٤
١٤	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٨,٢	مناسب جدا	٢
١٥	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٨,٢	مناسب جدا	٢
١٦	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٨,٢	مناسب جدا	٢
١٧	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٨,٢	مناسب جدا	٢
١٨	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
١٩	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
٢٠	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
٢١	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
٢٢	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	٢
٢٣	٣,٤	-	-	-	-	١٠٠	مناسب جدا	١
٢٤	٣,٢	٠,٢	-	-	-	٩٦,٤	مناسب جدا	٣
٢٥	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٨,٢	مناسب جدا	٢
٢٦	٣,٣	٠,١	-	-	-	٩٨,٢	مناسب جدا	٢
٢٧	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٦,٤	مناسب جدا	٣
٢٨	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٦,٤	مناسب جدا	٣
٢٩	٣,١	٠,٣	-	-	-	٩٦,٤	مناسب جدا	٣
٣٠	٣,٣	٠,٢	-	-	-	٩٨,٢	مناسب جدا	٢

ترتيب متوسط الأوزان النسبية لإجمالي العينة الكلية فى التصميم المقترح بناء على آراء المستهلكين إن جميع التصميمات فى المرتبة الأولى بنسبة "١٠٠%" والإتجاه العام "مناسب جدا".

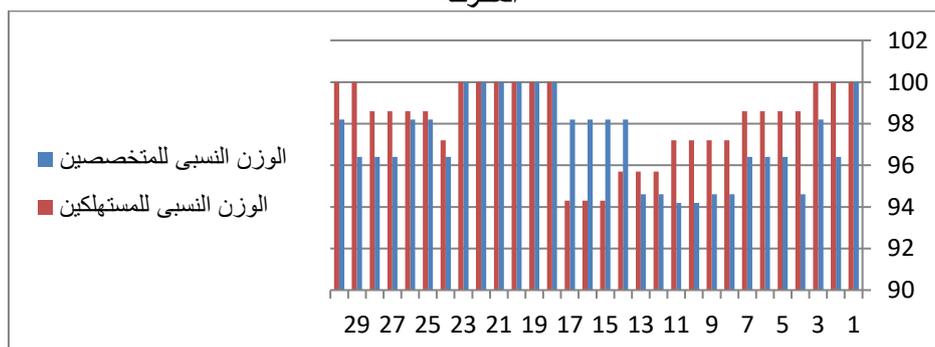
**جدول رقم " ١١ " ترتيب الوزن النسبى للتصميمات بناء على آراء المستهلكين**

الترتيب	مدى الملائمة	الوزن النسبى	غير مناسب مطلقا	غير مناسب	مناسب إلى حد ما	مناسب	مناسب جدا	التصميم
١	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	١
٢	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٢
٣	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٣
٤	مناسب جدا	٩٨,٦	-	-	-	٠,١	٣,٣	٤
٥	مناسب جدا	٩٨,٦	-	-	-	٠,١	٣,٣	٥
٦	مناسب جدا	٩٨,٦	-	-	-	٠,١	٣,٣	٦
٧	مناسب جدا	٩٨,٦	-	-	-	٠,١	٣,٣	٧
٨	مناسب جدا	٩٧,٢	-	-	-	٠,١	٣,٣	٨
٩	مناسب جدا	٩٧,٢	-	-	-	٠,١	٣,٣	٩

٣	مناسب جدا	٩٧,٢	-	-	-	٠,١	٣,٣	١٠
٣	مناسب جدا	٩٧,٢	-	-	-	٠,١	٣,٣	١١
٤	مناسب جدا	٩٥,٧	-	-	-	٠,٢	٣,٢	١٢
٤	مناسب جدا	٩٥,٧	-	-	-	٠,٢	٣,٢	١٣
٤	مناسب جدا	٩٥,٧	-	-	-	٠,٢	٣,٢	١٤
٤	مناسب جدا	٩٤,٣	-	-	-	٠,٢	٣,٢	١٥
٤	مناسب جدا	٩٤,٣	-	-	-	٠,٣	٣,١	١٦
١	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	١٧
١	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	١٨
١	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	١٩
١	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٢٠
١	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٢١
١	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٢٢
٣	مناسب جدا	٩٧,٢	-	-	-	٠,١	٣,٣	٢٣
٣	مناسب جدا	٩٧,٢	-	-	-	٠,١	٣,٣	٢٤
٢	مناسب جدا	٩٨,٦	-	-	-	٠,١	٣,٣	٢٥
٢	مناسب جدا	٩٨,٦	-	-	-	٠,١	٣,٣	٢٦
٢	مناسب جدا	٩٨,٦	-	-	-	٠,١	٣,٣	٢٧
٢	مناسب جدا	٩٨,٦	-	-	-	٠,١	٣,٣	٢٨
١	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٢٩
١	مناسب جدا	١٠٠	-	-	-	-	٣,٤	٣٠

وهذا يؤكد الشكل التالي للأعمدة:

الشكل رقم ٢٢ "يوضح ترتيب التصميمات وفق الوزن النسبي لأراء المتخصصين والمستهلكين تجاه التصميمات المقترحة"



من الشكل السابق يتضح مدى تقبل المتخصصين والمستهلكين للتصميمات المقترحة بنسب متساوية جدا مما يؤكد أنه لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين متوسط درجات المتخصصين والمستهلكين تجاه التصميمات المقترحة.

**التوصيات:** أوصت الباحثة بالتالى:

- ١- ضرورة إهتمام مصممي الأزياء وشركات ومصانع الملابس الجاهزة بالتي شيرت .
- ٢- إجراء المزيد من البحوث التى تربط بين تصميم الأزياء وجميع الفئات وخاصة فئة الصم والبكم.

**المراجع:**

١. اسمهان اسماعيل محمدالنجار. "٢٠١٠". إمكانية الاستفادة من دمج الكتابة الهيروغليفية ورسومات الاطفال فى الارتقاء بالجانب الجمالى لمفروشات الاطفال.مجلة كلية الاقتصاد المنزلى.جامعة المنوفية.
٢. امل حسن محمد. "٢٠١٥".فاعلية برنامج فى الوسائط الفائقة لتعليم الباترون الصناعى النسائى للصم والبكم.ماجيسستير. كلية الاقتصاد المنزلى.قسم ملابس ونسيج.جامعة حلوان.
٣. بلال محمود محمد. "٢٠١٥".تأثير برنامج نفس/تعليمى على التكيف النفسى والاجتماعى لدى الاطفال الصم وضعاف السمع فى رياضة الجودو.دكتوراه. كلية التربية الرياضية للبنين.قسم نظريات وتطبيقات المنازلات والرياضة الفردية.جامعة حلوان.
٤. حنان عبدالحليم بخارى. "٢٠٠٩". تصميقات قميص T.shirt والموضة.مجلة كلية الاقتصاد المنزلى.جامعة المنوفية.
٥. رنا محمد رضا. "٢٠١٠".دراسة تحليلية للقيم الجمالية للمدرسة السيويالية مع استخدام اساليب متنوعة من التطريز والطباعة لعمل تصميقات لتي شيرت الاطفال.ماجيسستير. كلية التربية النوعية.قسم الاقتصاد المنزلى.جامعة طنطا.
٦. سعد على سالمان. "٢٠١٢".إمكانية ابتكار تصميقات ملابسية وجمالية لازياء الشباب مستوحاه من الطبيعة باستخدام تكنولوجيا الحاسب الالى.مجلة الاقتصاد المنزلى.جامعة المنوفية.
٧. سميحة عبدالله جلال. "٢٠١٧". تحقيق احد عناصر الجودة الشاملة فى مجال صناعة الملابس.ماجيسستير. كلية الزراعة.قسم الاقتصاد المنزلى.جامعة الزقازيق.
٨. عبدالله طه الرفاعى. "٢٠١١".اثر استخدام الحاسوب على تحصيل المعارف النظرية وتنمية الاداء المهارى لمادة الاقتصاد المنزلى لدى طلاب الصف الاول الثانوى للصم والبكم.مجلة كلية الاقتصاد المنزلى.جامعة المنوفية.
٩. علي بن سعد مطر الحربي. "٢٠١٠".تحديد مفهوم القيم. مركز الدراسات والأبحاث الاجتماعية. جامعة أم القرى.
١٠. ماجدة يوسف محمد. "٢٠٠٨".تجميل الملابس بتصميقات زخرفية اسلامية مطبوعة ومطرزة بخامة عجينة السيراميك.مجلة كلية الاقتصاد المنزلى.جامعة المنوفية.
١١. نشوى عبدالرؤوف توفيق. "٢٠١٢".دراسة تحليلية تطبيقية لفنون الاطفال "رسوم الاطفال"لاستحداث تصميقات جديدة لملابس الاطفال ومكملاتها.مجلة كلية الاقتصاد المنزلى.جامعة المنوفية.
١٢. رباب حسن محمد. "٢٠١١". الفن الشعبى المصرى ومدلوله الرمزى كمصدر للتصميم الزخرفى لملابس الشباب من الجنسين.مجلة بحوث التربية النوعية.جامعة المنصورة.

١٣. وفية محمد وجيه. "٢٠٠٤". فاعلية برنامج مقترح فى التشكيل على المانيكان للصبم والبكم. ماجيستير. كلية الإقتصاد المنزلى. قسم الملابس والنسيج. جامعة حلوان.  
١٤. وفية محمد وجيه. "٢٠٠٩". فاعلية استخدام الوسائط الفائقة فى تعليم الصم والبكم التشكيل على المانيكان. دكتوراه. كلية الإقتصاد المنزلى. قسم ملابس ونسيج. جامعة حلوان.

15- Shirtwascash.2015.'About Us and FAQs.

16- The Dictionary of Fashion History. 2010 Cumming, Valerie؛ C. W. Cunnington & P. E. Cunnington

17- SoJones Asmara.2009.The Most Famous Statement T-shirts.

18- [www.medicinenet.com](http://www.medicinenet.com). "2008". "Medical Definition of Sign language".

19- [www.lipreading.org](http://www.lipreading.org). "2008". "A beginner's guide to lipreading".

20- [www.startasl.com](http://www.startasl.com). "2008". "History of Sign Language – Deaf History".

21- Stephanie Przybylok"2018".Fashion Design Definition &Types.