تصميم تذكارات سياحية مستوحاة من الرنوك المملوكية كمدخل لتسويق الآثار والفنون الإسلامية سياحياً

حسام حسن حميدة[1] يحيى شحاته الزق[2]

[1] *قسم الإرشاد السياحي، كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات*

[2] *قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات*

الملخص العربي

تعد الرنوك المملوكية أحد أشكال التراث الإسلامي التي ذاع صيتها في مصر وتحديداً في العصر المملوكي. والرنوك المملوكية هي تلك الشارات التي اتخذها السلاطين والأمراء المماليك على عمائرهم وأدواتهم للدلالة على ملكيتهم لها، وتم نقشها على عملات السلاطين كحق شرف وامتياز لهم، ولم تقتصر على ذلك بل امتدت لتشمل دلالات عن المهن والوظائف في العصرالمملوكي. يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على الرنوك المملوكية وتاريخها وأهميتها وأشكالها المختلفة وإمكانية استخدامها في تصميم تذكارات سياحية بهدف إثراء صناعة التذكارات السياحية في مصر وتنويع منتجاتها مما يساهم في تسويق الآثاروالفنون الإسلامية وجذب السائحين من كل الفئات وبالتالي زيادة السياحة الوافدة إلى مصر. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم تصميم استبيان وتوزيعه على عينة من الأكاديميين في تخصصات الإرشاد السياحي والدراسات السياحية وكذلك تخصصات الآثار في الجامعات المصرية، بالإضافة إلى العاملين في وزارة السياحة والآثار والعاملين في محال بيع العاديات والتذكارات السياحية. تم الحصول على 108 استجابة جميعها صالحة للتحليل الإحصائي. توصل البحث إلى أهمية استخدام الرنوك المملوكية كجزء أصيل من التراث المصري في إستلهام تذكارات سياحية مما يساهم في ترسيخ الهوية الإسلامية المصرية، الحفاظ على التراث الإسلامي من الإندثار، التسويق للآثار والفنون الإسلامية بصفة عامة والآثاروالفنون المملوكية بصفة خاصة، تنويع المنتجات والتذكارات السياحية بما يناسب كل الفئات وبما يلائم عشاق الآثار والفنون الإسلامية، تحسين الميزة التنافسية لصناعة التذكارات السياحية المصرية، ضرورة عمل حملات دعائية للتوعية بالرنوك المملوكية وأشكالها ودلالتها مما يحفز السائحين الداخليين والأجانب على الرغبة في إقتنائها كتذكارات سياحية. وتمثلت أبرز التوصيات في ضرورة توعية العاملين في مجال صناعة التذكارات السياحية بالرنوك المملوكية وإمكانية استخدامها في تصميم تذكارات سياحية، وتنظيم ورش عمل للعاملين في صناعة التذكارات السياحية لصقل مهاراتهم في تصميم تذكارات سياحية مستوحاة من التراث الإسلامي، حيث يجيد أغلب العاملين في هذا المجال صناعة التذكارات السياحية الفرعونية.

الكلمات الدالة: الرنوك المملوكية، التذكارات السياحية، التسويق السياحي، الآثار الإسلامية، مصر.

مقدمة

يعد العصر المملوكي من أزهي العصور في تاريخ العمارة والفنون الإسلامية في مصر وبلاد الشام، حيث وجد فى هذا العصر منشآت معمارية كثيرة مثل المدارس والخانقاوات والقيساريات والخانات والأسبلة وغيرها من المنشآت التي كان يعتني بها سلاطين وأمراء المماليك كثيراً، وبهذه المنشآت الأثرية وضعوا شارات وعلامات تدل على وظيفة مؤسس تلك العمائر ، وقد عُرفت هذه الشارات والعلامات بـ (الرنوك)، وظهرت هذه الشارات أيضاً على الأعمال الفنية فى العصر المملوكى التى تملأ معظم متاحف الآثار والفنون الإسلامية فى مصر والعالم، لذلك يمكن استغلال انتشارها الواسع لتصميم تذكارات سياحية (Ameen, 2019).

تعد التذكارات السياحية أحد ركائز صناعة السياحة التي تسهم بدور إيجابي في التنمية السياحية بسبب تشجيع الزوار والسائحين على شراء المنتجات التقليدية والاحتفاظ بها كتذكار أو توزيعها كهدايا؛ حيث يلاحظ بصورة عامة أن أي سائح عند زيارته لأي دولة تكمن رغباته في اقتناء المنتجات الحرفية من تلك الدولة، وتتطلب الأهمية السياحية عملية تشجيع ودعم صناعة التذكارات السياحية (العقل والعجاجي، 2017).

من هذا المنطلق، تبدع الشعوب المختلفة في جميع أنحاء العالم في عمل تذكارات لتحمل تاريخها وحضارتها وأهم معالمها السياحية وينفذ في أشكال عديدة مثل الصور التذكارية، والميداليات والمناديل وأربطة العنق والإكسسوارات والشيلان وأغطية الرأس، ومكملات الزي والزينة (سيد وآخرون، 2017)؛ فالعمل الفني في معظم الأحيان قد يكون أبلغ من الكلمات للتعبير عن المنتج السياحي المصري الفريد والمتميز والذي يعشقه العالم، ولا يخفى أن التذكار السياحي الذي يحمل الطابع المصري ويبحث عنه السائح ليقتنيه قبل أن يغادر أرض مصر هو من أهم الأشياء التي ترفع من شأن السياحة المصرية فهو السفير الذي يحمل رموزنا الحضارية والتراثية ليعبر عن حضارتنا بشكل يزخر بالكثير من العناصر الثقافية والمظاهر الشكلية للبيئات المختلفة في مصر والمعتمدة على المعطيات التشكيلية وما تحمله من مكونات طبيعية ومظاهر جغرافية ومواقع تراثية وتاريخية ودينية وموروثات ثقافية في كل شبر من أرض مصر (إبراهيم، 2022).

وتوفر السياحة للسائح نوعين من التجارب؛ التجربة غير الملموسة وتتمثل في التجربة السياحية التي يخوضها داخل المقصد السياحي، و التجربة الملموسة وتتمثل في السلع التذكارية التي يشتريها السائح لنفسه أو كهدايا للأقارب والأصدقاء. ونظراً للمنافسة التي يواجهها نشاط صناعة السلع التذكارية في مصر خاصة مع دول المغرب العربي والدول العربية المجاورة لتنوع الإرث الثقافي في العديد من الدول العربية فإنه لابد من الإبداع والإبتكار في الجهود التسويقية، وخلق مزيج تسويقي متكامل وابتكاري يساهم في خلق ميزة تنافسية متجددة ومستدامة تمكن هذه المنتجات المصرية الأصيلة من البقاء والاستمرار وتعزيز الميزة التنافسية لمصر كمقصد سياحي مختلف (عبدالله وآخرون، 2021). بناء على ذلك تأتي أهمية هذا البحث في استغلال الرنوك المملوكية لتصميم تذكارات سياحية في إطار دعم

التسويق السياحي للمقصد السياحي المصري وإثراء المنتجات السياحية وتنويعها لتعبر عن التراث المصري الغني بالأشكال والفنون والثقافات التي تنتمي لعصور مختلفة.

مشكلة البحث

على الرغم من أن مصر تزخر بالعديد من المقومات التراثية والسياحية إلا أنه ما زال هناك العديد من كنوز التراث المصري التي تحتاج إلى استغلال لتعظيم الاستفادة منها في تنويع المنتجات السياحية وجذب أكبر عدد ممكن من السائحين. أحد هذه الكنوز التراثية هي الرنوك المملوكية حيث ما زالت مهملة سياحياً حتى الآن رغم أشكالها المميزة والمتنوعة وإمكانية استغلالها في تصميم تذكارات سياحية لتكون من أهم الوسائل المبتكره لتسويق الآثار والفنون الإسلامية، وخير وسيلة لجذب السائحين وخاصة محبي التراث الإسلامي. بالإضافة إلى ذلك، يوجد ندرة شديدة على حد علم الباحثان في الأبحاث التي تتناول استلهام تذكارات سياحية من التراث الإسلامي، أما بالنسبة للرنوك المملوكية فلم يجد الباحثان على حد علمهم أيضاً أية أبحاث تتناول استخدام الرنوك المملوكية في تصميم تذكارات سياحية.

أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث في إبرازه أحد جوانب التراث المصري الإسلامي وهي الرنوك المملوكية وتعظيم الإستفادة منها في التسويق للآثار والفنون الإسلامية بصفة خاصة وللمقصد السياحي المصري بصفة عامة، بالإضافة إلى تسليط الضوء على مفهوم التذكارات السياحية وأهميتها من الناحية التراثية والثقافية والسياحية والاقتصادية. تكمن أهمية البحث أيضاً في تقديمه لأول مرة مجموعة من التصميمات المميزة للتذكارات السياحية المستوحاة من الرنوك المملوكية.

أهداف البحث

يستهدف البحث تحقيق مجموعة من الأهداف تشمل ما يلي:

1. التعرف على مفهوم الرنوك المملوكية ونشأتها وأنواعها وأشكالها.
2. إلقاء الضوء على مفهوم التذكارات السياحية وأهميتها وأنواعها وخصائصها .
3. اقتراح تصميمات للتذكارات السياحية باستخدام الرنوك المملوكية.
4. التعرف على التحديات التي تواجه استخدام الرنوك المملوكية في تصميم تذكارات سياحية.
5. تسليط الضوء على السمات والخصائص الواجب توافرها في التذكارات السياحية المستوحاة من الرنوك المملوكية.
6. إبراز الفوائد المحتملة من استخدام الرنوك المملوكية في تصميم التذكارات السياحية.

تساؤلات البحث

تتمثل التساؤلات التي يستهدف البحث الإجابة عليها فيما يلي:

1. ما هي الرنوك المملوكية وأشكالها.

2. ما هي التذكارات السياحية وما أهميتها سياحياً وتراثياً واقتصادياً وثقافياً وتسويقياً.
3. كيف يمكن استغلال الرنوك المملوكية في تصميم تذكارات سياحية.
4. ما هي التحديات التي تواجه استخدام الرنوك المملوكية في تصميم تذكارات سياحية.
5. ما هي السمات والخصائص التي ينبغي أن تميز التذكارات السياحية المستوحاة من الرنوك المملوكية.
6. ما هي أبرز الفوائد المحتملة من استخدام الرنوك المملوكية في تصميم التذكارات السياحية.

منهجية البحث

اعتمد البحث على كلاً من المنهج التاريخي والوصفي التحليلي، حيث تم استخدام المنهج التاريخي بهدف التعمق في دراسة أحد العناصر التراثية التي اشتهرت في عصور تاريخية سابقة وهي الرنوك المملوكية والتعرف عليها بصورة علمية منظمة، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بهدف وصف عناصر البحث وصفاً دقيقا من خلال جمع المعلومات وتحليلها للتعرف على الرنوك المملوكية والتحديات التي تواجه استخدامها كتذكارات سياحية والفوائد المحتملة لذلك.

أولاً : الرنوك المملوكية

تعريف الرنوك ونشأتها

الرنوك هي تلك الشارات التي اتخذها السلاطين والأمراء منذ (القرن السادس الهجري– الثانى عشر الميلادى) حتى بداية (القرن التاسع الهجري– الخامس عشر الميلادى) على عمائرهم وأدواتهم وذلك للدلالة على ملكيتهم لها. وقد نقشت الرنوك أيضا على عملات السلاطين كحق شرف وامتياز لهم، وقد استخدم الأمراء هذه الرنوك للإرشارة إلى وظائفهم ، ومع بداية (القرن التاسع الهجري– الخامس عشر الميلادى) أصبحت الرنوك رمزا للفرق العسكري (داوود،1982). والرنك كلمة فارسية الأصل تنطق "رنج" وتعني اللون وقد عُربت هذه الكلمة وأصبح حرف الجيم ينطق كاف، وحيث أن اللون يلعب دوراً هاماً وأسلسياً في رسوم هذه الشارات حيث كان يستخدم للتمييز والتفريق بين الشارات المتشابهة من حيث الشكل لاسيما الرنوك الخاصة بوظائف الأمراء لذلك فقد اصطلح على تسميتها بالرنوك (أحمد، 2006).

وقد ظهرت الرنوك فى مصر القديمة حيث عرفها المصريون القدماء، ولكن كان مفهومها يختلف فى العصور القديمة عن معناها في العصور الوسطى، حيث كانت الرنوك قديما ترتبط بالديانات والعقائد، فقد اتخذ المصريون القدماء السمك رمزاً للحياة وشعاراً للآلة أوزوريس ورمزوا أيضاً إلى الآلهة إيزيس بسمكتين متقابلتين مع أزهار اللوتس. وقد عرفها الحيثيين والإغريق واتخذوا من النسر شعاراً للقوة. ثم أصبحت الرنوك تظهر منذ بداية العصر الإسلامي على البيارق والرايات، ومنها اتخذت الدولة العباسية اللون الأسود شعاراً لهم، ثم عدله بعد ذلك الخليفة العباسى المأمون، وجعل شعاره ورايته اللون الأخضر، كما كان شعار الفاطميين عبارة عن رايات يظهر عليها ثلاثة

أشرطة كتابية تقرأ: "نصر من الله وفتح قريب"، ويزخرفها شكل أسد باللون الأحمر والأصفر. وقد عرف العصر الأيوبي نوعين من الرنوك منها رنوك تعبر عن القوة والشجاعة وهي خاصة بالسلاطين مثل رنك النسر الذي وجد على قلعة صلاح الدين الأيوبي بالقاهرة وأخرى ترمز إلى وظائف الأمراء فقد اتخذ الأمير أيبك التركماني رنك (الخونجة) أي المنضدة رمزاً لوظيفته حيث كان يعمل جاشنكير للملك الصالح نجم الدين أيوب (داوود، 1982؛ غالب،2021).

وقد لعبت الرنوك دوراً مهما في عصر سلاطين المماليك وذلك لما تميز به هذا العصر من الرفاهية والثراء لسلاطين المماليك وأمرائهم الذين تعددت وظائفهم، كما ظهرت هذه الرنوك على النقود والصنج وغيرها من التحف الفنية والتطبيقية (عبدالودود، 2001). وتعد الرنوك المملوكية أحد أهم الأدوات والوسائل الدعائية فى عصر سلاطين المماليك، فقد مثلت الرنوك أسلوبا دعائيا جديدا فى هذا العصر بالإضافه إلى كونها أنها أكثر تأثيرا فى هذا الوقت من الناحية الدعائية مقارنة بالوسائل الدعائية التقليدية التى كانت شائعة الاستخدام فى هذا الوقت وهى النقوش الكتابية التى كانت وسيلة الدعاية الرئيسية فى عصر المماليك (Ameen, 2019).

أنواع وأشكال الرنوك

الرنك عبارة عن رسم لشيء معين (حيوان أو طائر أو أداة كالبقجة والدواه والسيف. وقد يتألف من منطقة واحدة أو ينقسم إلى منطقتين أو ثلاث مناطق أفقية أكبرها عادة المنطقة الوسطى والتى تسمى باسم شطا أو شطف أو شطب، وقد يكون الرنك من لون واحد أو أكثر من لون وهو إما رنك بسيط أو مركب، وكان يوضع الرنك على البيوت والأماكن المنسوبة إلى صاحبه مثل مطابخ السكر وشؤون الغلال والأملاك والمراكب وغيرها. وكان يوضع الرنك أيضاً على السيوف والأقواس والأدوات المعدنية والخشبية والزجاجية وغيرها (أحمد، 1974). وقد صنفت الرنوك حسب الرسوم أو الكتابات الموجودة عليها إلى ثلاثة أنواع:

- **الرنوك البسيطة:**

وهي الرنوك التي تحتوي على شعارا واحدا وهي كثيرة، وتوجد على معظم العمائر والتحف المملوكية وتنقسم إلى نوعين: رنوك شخصية خاصة بالسلاطين والأمراء المماليك؛ ورنوك وظيفية ترمز إلى الوظائف التي كان يشغلها الأمراء فى عصر سلاطين المماليك.

أ. الرنوك الشخصية:

وهى الرنوك التى ترمز إلى القوة والشجاعة وغالباً ما تتعلق بالسلاطين حيث كانوا يتخذونها رمزاً أو شعاراً لقوتهم وشجاعتهم (داوود،1982). ومن أهم هذه الرنوك:

رنك السبع: وهو يعد من أشهر الرنوك المملوكية الشخصية وذلك لارتباطه بواحد من أهم سلاطين دولة المماليك البحرية وهو السلطان الظاهر بيبرس البندقداري حيث وصلنا من عصره ما يقرب من 80سبعاً نقشت على منشآته

المعمارية المختلفة في كل من مصر وبلاد الشام، وغالباً ما يمثل هذا الشعار (الرنك) حرابلا إطار زاحفاً من اليمين إلى اليسار أو بالعكس رافعاً ذنبه فوق ظهره ورجله اليمنى إلى الأمام وقد ينقش على هيئه زوجين متقابلين كما هو منقوش على شباك المدرسة الظاهرية بالقاهرة وقد اتخذ السلطان الظاهر بيبرس السبع شعاراً له ربما للدلالة على قوته ودوره الهام والبطولي في الحروب ضد الصليبيين (أحمد ، 2006؛ عدره، 2013).

رنك النسر: يعتبر رنك النسر من أكثر الرموز التى نقشت على الآثار والتحف فى العصر المملوكى وهو من الرنوك المصورة الخاصة بالسلاطين والتي ترمز إلى القوة وقد نقش هذا الرنك إما برأس واحدة ملتفتة إلى اليمين أو إلى اليسار ناشراً جناحيه في وضع مواجهة أو برأسين متدابرين أو على هيئة طائر قد استعد للطيران في وضع جانبي وقد نشر أحد جناحيه. وكان يعتقد أن رنك النسر مرتبط بشخصية السلطان صلاح الدين الأيوبي لكن الدراسات الحديثة أثبتت خطأ نظرية ارتباطه بصلاح الدين واعتبرته شعاراً شخصياً للسلطان المملوكى الناصر محمد ابن أحد سلاطين دولة المماليك البحرية والذي تولى الحكم ثلاث فترات متقطعة (693-694هـ/1293-1294م، 698-708هـ/1299-1309م،709-741هـ/1310-1341م). (أحمد ، 2006). (ملحق 1، شكل رقم 1،4)

رنك زهرة اللوتس: يعد هذا الرنك من الرنوك الشخصية التى وجدت مفردة أو مركبة مع رموز أخرى على العديد من المنشأت المعمارية والتحف التطبيقية في العصر المملوكى. وقد مثلث رنوك زهرة اللوتس بأشكال مختلفة ومتعددة من حيث شكل وتكوين وعدد وريقاتها ونهايتها السفلية والعلوية (أحمد ، 2006؛ عدره، 2013). (ملحق 1، شكل رقم 2)

رنك الوريدة : يعد هذا الرنك من الرنوك الشخصية التى وردت بكثرة على العمائر والتحف الفنية فى العصر المملوكى. وقد نقش هذا الرنك إما بمفرده أو مع رموز أخرى. وتتألف الوريدة فى هذا الرنك عادة من ست وريقات وفى بعض الأحيان تتكون من ثمانية وريقات (Mayer,1933) . ومما هو جدير بالذكر أن أسرة بنى رسول باليمن قد جعلوا من الوريدة ذات الخمس وريقات شعاراً لهم (القلقشندى،1922؛ التهامى 2001). (ملحق 1، شكل رقم 3)

ب. الرنوك الوظيفية:

الرنوك الوظيفية هى تلك الشارات أو العلامات التى تدل على الوظائف التى كان يشغلها بعض الأمراء فى عصر سلاطين المماليك، وقد وجد العديد من هذه الرموز أو الشارات على العمائر والتحف المملوكية التى قام بعملها الأمراء المماليك أصحاب هذه الوظائف. وتنقسم الرنوك الوظيفية إلى نوعين هما؛ الرنوك البسيطة والرنوك المركبة.

- **الرنوك الوظيفية البسيطة:**

ويقصد بها تلك الرنوك التى تتضمن شعارا أو رمزا وحدا يشير إلى وظيفة الأمير فى العصر المملوكى، وأكثرما عرفت الرنوك البسيطة فى العصر المملوكى البحرى(مصطفى،1941) ، وهى كثيرة ومتنوعة ومن أهمها:

رنك الكأس: يرمز هذا الرنك إلى وظيفة الساقى، ويعد هذا الرنك أكثر الرنوك انتشاراً على التحف والعمائر فى العصر المملوكى. وربما ترجع كثرة وجود رنك الساقى على العمائر والتحف المملوكية هو اهتمام الصناع بنقش هذا

الرنك على العمائر أو التحف التي تنتمي إلى أمراء المماليك ممن عمل فى وظيفة الساقي، أو ربما أن عدد السقاة فى البلاط السلطاني كان أكثر من غيرهم من أصحاب الوظائف الأخرى. وقد وُجد رنك الكأس بأشكال متعددة إما مفرداً بلا منطقة تحيط به أو داخل دائرة أو يشغل ثلثى مساحة الرنك فى حالة تقسيم الرنك إلى مناطق أفقية. وهناك العديد من أمراء المماليك الذين كانت لهم مكانة كبيرة فى العصر المملوكى قد عملوا بوظيفة الساقى، وقد أضيفت وظيفة الساقى إلى أسمائهم على التحف والعمائر الخاصة بهم (أحمد ، 2006؛ Omar, 2015). (ملحق 1، شكل رقم 5)

رنك البقجة: يشير هذا الرنك إلى أحد الوظائف الهامة وهى وظيفة الجمدار. والجمدار كلمة تركية الأصل وهى كلمة تتكون من مقطعين "جاما" ومعناها ثوب و"دار" بمعنى حامل أو ممسك. ووظيفة الجمدار كان صاحبها هو الشخص المسئول عن ملابس السلطان وهذه الوظيفة كانت تؤهل صاحبها للوصول إلى السلطنة (الباشا، 1965). أما عن شكل رنك البقجة فقد نقش هذا الرنك على شكل مربع بأركان مرتفعة أو معين يمثل قطعة النسيج المربعة التي تطوى أطرافها إلى الوسط والتى كانت توضع بها الملابس المجهزة ليرتديها السلطان وقد يرسم فوق الوسط هذا دائرة صغيرة (أحمد، 2006). (ملحق 1، شكل رقم 6)

رنك السيف: يشير هذا الرنك إلى وظيفة السلحدار أو السلاح دار (أحد الوظائف العسكرية فى العصر المملوكى). ويتألف الاسم من كلمتين هما سلاح العربى ودار الفارسى ومعناه ممسك السلاح أي السيف للسلطان (الباشا، 1965؛ داوود، 1982). ويوجد هذا الرنك بأشكال متعددة فمرة يوجد على شكل حربة مستقيمة لها عارضة بعد المقبضين، ومرةأخرى سيفاً مستقيماً ، وأخرى نجده منحنياً مائل الوضع أو قائماً ، وقد يضم هذا الرنك سيفاً أو اثنين أوأكثر (أحمد، 1974؛Mayer,1933). (ملحق 1، شكل رقم 7)

رنك عصا البولو: يشير إلى وظيفة الجوكندار وهى كلمة فارسية تتألف من مقطعين (جوكان) بمعنى عصا البولو و(دار) بمعنى حامل أو ممسك (الباشا،1965). والجوكان كان عبارة عن عصا مدهونة طولها يقرب من أربعة أذرع وبرأسها خشبة مخروطة محدوبة تنيف عن نصف ذراع. ويوجد عدة أشكال لهذا الرنك فإما إنه يرسم بدون كرات أو تميز بوضع دوائر فى مواضع مختلفة كأن توضع دائرة أو كرة عند كل عصا أو بين العصوين في أعلى وقد تقطع الدائرة بوتر من أعلى (Mayer,1933) . (ملحق 1، شكل رقم 8)

رنك الدواة: وهو الرنك الذي يشير إلى وظيفة الدوادار ويوجد هذا الرنك على التحف الفنية بأشكال متعددة، تتألف في الغالب من أربعة عناصر أساسية هي جزأين مستطيلين أو ثلاثة يوضحان موضع الأقلام البوص والتي كانت تستعمل في الكتابة وصندوق صغير يمثل ساعة رملية ودائرتين صغيرتين تمثلان موضعي الحبر والنشا وأخيراً فراغ على هيئة نصف دائرة خصصت لقطعة من القماش كانت تستخدم غالباً فى تنظيف الأقلام (Mayer,1933) . (ملحق 1، شكل رقم 12)

رنك البوق: رنك البوق من الرموز التي وردت بكثرة على الفخار المطلي من العصر المملوكي ونشاهده على العديد من الكسرات المحفوظة في متحف الفن الاسلامي، وقد نقش على شطب الرنك الأوسط في وضع مستقيم أو وضع مائل ولا ندري شيئاً عن الوظيفة التي كان يرمز اليها ولا عن الأمير الذي كان يتخذ منه شعارا له، رغم إشارة بعض المؤرخين بأن البوق والعلم كان من علامات الإمارة (أحمد، 2006). (ملحق 1، شكل رقم 10)

رنك العلم: وهو رنك وظيفة العلمدار أو حامل العلم وهو الشخص الذى كان يتقدم المواكب والاحتفالات أو الجيوش أثناء الحرب .وقد وصلتنا بعض أشكاله على التحف الفنية المملوكية وهو غالبا ما يمثل على هيئة علمين متدابرين يخترقان أقسام الرنك الثلاثة فى وضع عمودى أو ربما يأتى عل شكل علم واحد تتجه رايته جهة اليمين (داوود،1982). (ملحق 1، شكل رقم 10)

رنك حدوة الفرس أو الهلال: وهذا الرنك من الرنوك التي توجد بكثرة على التحف المملوكية، وقد نقش هذا الرنك منفرداً على شكل دائرة مفتوحةمن أعلى أو أسفل أشبه ما يكون بالهلال، وجاء أيضا مركباً مع رموز أخرى، ويرى بعض الباحثين أن هذا الرنك قد تم استخدامه كشعار لوظيفة أمير آخور (Mayer,1933؛ أحمد، 2006). والأمير أخور إسم مركب من لفظة أمير العربية، ولفظة آخور الفارسية ومعناها المعلف. والأمير آخور كان هو الشخص المسئول عن الإصطبلات السلطانية وما بها خيل وبغال وإبل وغيرها (القلقشندى،1922؛ الباشا، 1965). (ملحق 1، شكل رقم 9)

رنك الشطب أو البريدى: هو عبارة عن رنك يتكون من درع ينقسم إلى ثلاث مناطق أفقية لا يوجد بها أي أشكال أو رموز. وقد وُجد هذا الرنك منقوشاً على بعض العمائر والتحف الخاصة بالأمراء والسلاطين فى العصر المملوكى نذكر منهم على سبيل المثال الأمير سيف الدين سلار الناصرى، والأمير أرغون الناصرى، علاء الدين البريدى، وبكتمر الحسامى وغيرهم. والجدير بالذكر أن معظم المصادر التاريخية أغفلت عما إذا كان هؤلاء الأمراء قد اشتغلوا بوظيفة البريدية أم لا ماعدا اثنين هما سلار وعلاء الدين البريدى(Mayer,1933). (ملحق 1، شكل رقم 11)

رنك القوس: وهو رنك البندقدار، والبندقدار إسم وظيفة يتألف من مقطعين بندق ودار. والبندق لفظ فارسى معرب معناه البندق الذى يرمى به. أما (دار) كلمة فارسية بمعنى حامل أو ممسك. والمعنى الإجمالى لهذه الوظيفة هو الشخص المسئول عن حمل غرارة البندق خلف السلطان أو الأمير (الباشا،1965). وقد ورد هذا الرنك على مجموعة من التحف الفنية فى وضع رأسى بمفرده أو مصحوبا بسهمين منقوشين إلى يسار أو يمين القوس. وفى بعض الأوضاع نجد الرنك به قوسين متعاقبين (أحمد، 1974).

رنك الخونجة (الطاولة): وهو رنك وظيفة الجاشنكير. والجاشنكير من الوظائف الهامة والخطيرة فى العصر المملوكى حيث تكمن أهميتها فى أن الجاشنكير هو الشخص المسئول عن تذوق طعام السلطان وشرابه قبل السلطان خشية أن يكون مسموماً (الباشا،1965). وقد حظيت هذه الوظيفة بقدر كبير من الاهتمام فى عصر سلاطين المماليك وكان رنك الجاشنكير هو الخوان (خونجه) (التهامى،2001).

رنك البغل أو الحصان: ويمثل هذا الرنك عادة البغل أو الحصان سائراً من اليمين نحو اليسار أو العكس يحمل فوق ظهره ما يشبه القبة أو المظلة أو خرج البريد. لذا فقد ربط البعض بينه وبين رنك البريدى واعتقدوا أنه يرمز أيضاً إلى شعار وظيفة البريدى أيضاً (أحمد، 2006).

رنك الدبوس: وهو رنك وظيفة الجمقدار، وهو يمثل آله من آلات الحرب فى العصور الوسطى تشبة الإبرة كان يتم صنعها من عود طوله ما يقرب من قدمين من الخشب الغليظ فى أحد طرفيه رأس من حديد قطرها ثلاث بوصات تقريباً (عدرة، 2013). والدبوس هو أحد الأسلحة الفردية وأحد آلات الرمى بالنيران أو النفط أو البارود أثناء الإحتفالات فى عصر سلاطين المماليك (أحمد، 2017).وقد جاء هذا الرنك منفرداً أو مركباً مع رموز أخرى على العديد من التحف المختلفة فى العصر المملوكى. أما الوظيفة التى يمثلها هذا الرنك وهى وظيفة الجمقدار، فكلمة جمقدار اسم وظيفه مركب من لفظتين؛ جمق كلمة تركية بمعنى الدبوس، ودار الفارسية بمعنى ممسك ومعناها الكلى حامل الدبوس (الباشا، 1965).

رنك الطبلة: وتشير الى وظيفة الطبلدار (ممسك الطبل) وهذا الرنك غالباً ما يأخذ شكل ترس أو درع مدبب الطرف فوق المنطقة الوسطى من مناطق الرنك الثلاثة وفى كثير من الأحيان يحيط بها زوجان من العصي. وهذا الرنك لم يرد كثيراً على العمائر والتحف المملوكية (أحمد، 2006).

- **الرنوك الوظيفية المركبة:**

الرنوك المركبة هى النوع الثانى من الرنوك الوظيفية . والرنك المركب هو الرنك الذى يحتوى على أكثر من علامة واحدة فى الرنك . وكان يشير هذا الرنك المركب الى مجموعة الوظائف التى تقلدها الأمير، وترجع معظم الرنوك المركبه الى دولة المماليك الثانية (المماليك الجراكسة أو البرجية) ، (التهامى 2001). ومما هو جدير بالذكر أنه مع نهاية عصر المماليك الجراكسة أستخدمت الرنوك المركبة لبعض الأمراء بعدما كانت قاصرة فقط على السلاطين، مما يدل على ازدياد نفوذ الأمراء فى أواخر عصر سلاطين المماليك وضعف السلاطين فى هذا الوقت.(داوود 1991؛التهامى،2001). (ملحق 1، شكل رقم 13)

- **الرنوك الكتابية:**

وهى نوع آخر من الرنوك فى العصر المملوكى. وهذا النوع من الرنوك انفرد به السلاطين وحدهم دون غيرهم من الأمراء. وهذه الرنوك كانت تسجل أسماء وألقاب السلاطين مصحوبة ببعض العبارات الدعائية لهم، وقد اعتاد الفنان أن يسجل كتابات هذه الرنوك بالخط الثلث أو النسخ. وقد عرف هذا النوع من الرنوك بالدروع أو الخراطيش ويتكون الرنك الكتابى من شكل مستدير أو كمثرى الشكل ينقسم عادة إلى ثلاثة أقسام أفقية، تزينه كتابات تقرأ فى القسم الأول اسم السلطان وفى الأوسط التعظيم له وفى الأسفل الدعاء له (التهامى، 2001). وقد ظهر الرنك الكتابى لأول مرة فى المرة الثالثة من حكم السلطان الناصر محمد بن قلاوون حيث استبدل رنكاًكتابياً برنكه "النسر"، واستمر هذا التقليد حتى سقوط أسرة بني قلاوون على يد الظاهر برقوق أول سلاطين دولة المماليك البرجية،

ومن بعده استمر سلاطين المماليك فى استخدام الرنك الكتابى على عمائرهم حتى نهاية العصر المملوكى (محرز،1941؛ مصطفى، 1941؛ غالب،2021). (ملحق 1، شكل رقم 14)

ثانياً: التذكارات السياحية

نشأة ومفهوم التذكارات السياحية

تعود فكرة التذكارات السياحية إلى عهد المصريين القدماء الذين كانوا يحضرون معهم تذكارات مختلفة وهدايا للأهل والأصدقاء من الأماكن التي كانوا يذهبون إليها بغرض التجارة، أما فكرة إحضار تذكارات مرتبطة بزيارة مناطق لأغراض دينية فقد بدأت منذ عهد الإمبراطورية الرومانية، ثم تطورت الفكرة لترتبط التذكارات بمناطق عديدة لها أهمية خاصة. ظهرت بعد ذلك التذكارات الدينية المسيحية وشملت في البدايةأحجاراً أو تربة أو ماء أو كل ما يحصل عليه الحجاج من الأماكن المقدسة، وكانوا يحرصون على الحصول عليها لأغراض التبرك والحماية والحصول على قوى روحية، تحولت بعد ذلك فكرة التذكارات إلى صناعة منظمة تشمل اللوحات والأعمال الفنية المعدنية والفخارية وغيرها، وكل ما يشتريه السائح من المقصد السياحي كذكرى (خميس، 2014).

يمكن تعريف التذكارات السياحية على أنها هدايا صغيرة يشتريها السائح كتذكار من المقصد السياحي الذي زاره، ودائماً ما تجمع التذكارات السياحية بين التراث المحلي والخامات البيئية المتاحة في المقصد السياحي (الشهري والبخاري؛ 2017؛ العقل والعجاجي، 2017؛ الغامدي وفيومي، 2023). وفي تعريف مبسط يمكن القول بأن التذكارات السياحية هي كل ما يحصل عليه السائح من المقصد السياحي كذكريات ملموسة لتذكرهم بتجربتهم السياحية داخل هذا المقصد (Paraskevaidis and Andriotis, 2015). وفي نفس السياق، يرى كلاً من إبراهيم وعبدالناصر (2020) والصاوي وهاشم (2022) أن التذكار السياحي هو ما يقتنيه السائح من المناطق السياحية التي يزورها ويحمل تاريخها وحضارتها ليحتفظ من خلاله بمعالم ورموز تراثية تدل على عراقة المكان.

من ناحية أخرى، تعد التذكارات السياحية رموز وطنية خالصة يتم تجسيدها في صورة أشكال ومجسمات فنية بخامات مختلفة تبدأ من الجص وتنتهي بالذهب والفضة والأزياء والمنسوجات وغيرها وغالباً ما تكون هذه التذكارات فريدة بملامحها وتختلف أشكالها من مقصد سياحي إلى آخر (قربان، 2020؛ فيومي، 2023). تعرف أيضاً التذكارات السياحية على أنها جميع الهدايا المادية التي يحصل عليها السائح من المقصد السياحي سواء اشتراها بمقابل مادي أو جمعها بنفسه أو أُهديت له من جهات أو أفراد لتكون بمثابة ذكرى عن التجربة السياحية التي خاضها في هذا المقصد (Masset & Decrop, 2021).

أهمية التذكارات السياحية

تحتل التذكارات السياحية أهمية كبيرة لمختلف الدول السياحية، وتشمل هذه الأهمية العديد من الجوانب سواء تراثية أو تسويقية أو اقتصادية أو ثقافية أو سياحية، كالآتي:

أ. الأهمية التراثية

تساهم التذكارات السياحية في استلهام التراث وحفظه مما يؤدي إلى بقاء السمات الوطنية وتوراثها من جيل لآخر فتقوى الروابط ويظل التراث دائماً وأبداً ذا جذور قوية (خميس، 2014).

ب. الأهمية التسويقية

يلعب التذكار السياحيدوراً تسويقياً هاماً في التسويق للمقاصد السياحي، لذلك اعتبره البعض سفيراً صامتاً للسياحة وأداة داعمة بقوة للترويج السياحي (إبراهيم وعبدالناصر، 2020؛ عبدالله وآخرون، 2021).

ج. الأهمية الإقتصادية

تساهم التذكارات السياحية في زيادة الإيرادات السياحية من خلال جذب أكبر عدد ممكن من السائحين، حيث ترتبط هذه التذكارات بالسياحة التراثية وتعتمد على إبراز المعالم التراثية بأسلوب شيق وجذاب، لذلك يقبل السائحون على شراء هذه التذكارات بشكل كبير، بالإضافة إلى العائد الاقتصادي للأفراد والشركات القائمين على صناعة التذكارات السياحية مما يساهم في زيادة الناتج المحلي وتنشيط الإقتصاد المحلي (الغامدي وفيومي، 2023؛ Tanaka et al., 2024).

د. الأهمية الثقافية

تعد التذكارات السياحية من أهم أدوات الفنون التشكيلية التي تساهم في تدعيم الإنفتاح والتواصل بين الثقافات المختلفة وتأصيل فلسفةالتنمية بما يمكن أن يحويه التذكار من قيم واتجاهات ترتقي بالمجتمع ثقافياً وإبداعياً وتساهم في تقدمه ونهضته. تساهم أيضاً التذكارات السياحية في صد اختراق الثقافات الغربية لثقافاتنا المحلية مما يساهم في تقوية الثقافات المحلية وتحويلها إلى أنشطة وأعمال وسلوكيات (إبراهيم وعبدالناصر، 2020؛ نورالدين ومحمد، 2021).

هـ. الأهمية السياحية

تشكل التذكارات السياحية أحد أهم عوامل الجذب السياحي، حيث يعتبر التذكار السياحي أحد المحطات الهامة في التجربة السياحية ويمثل أهمية كبيرة للسائح حيث يعتبر الأداة الوحيدة بجانب الصور الفوتوغرافية التي يمكن أن تحول التجارب الغير ملموسة إلى ذكريات ملموسة تذكر السائح بالمقصد السياحي (خميس، 2014؛ إبراهيم، 2022).

خصائص التذكارات السياحية

يجب أن تتوافر في التذكارات السياحية خصائص ومميزات تعمل كعنصر جذب تشجع السائح على اقتنائها، مما يميزها عن باقي المنتجات والسلع ومن أهم تلك الخصائص (الشهري والبخاري، 2017؛ إبراهيم وعبدالناصر، 2020، الدريدي، 2020):

- يراعى خفة الوزن وصغر الحجم حتى يسهل حمله.

- أن يعبر عن هوية المنطقة والبلد بشكل فعال وعصري بحيث يحمل دلالات تاريخية وثقافية ورمزية مرتبطة بالمكان.
- أن يكون اقتصادي غير مكلف وبسعر معقول ليتناسب مع جميع فئات السائحين
- أن يتسم بالأصالة والتفرد ويحمل السمات والمميزات والفنية للمنطقة.
- يراعى ارتباط خامة التذكار بالبيئة المحلية.
- التنوع في أشكال التذكار السياحي بما يناسب اختلاف الأذواق والحاجات (أطباق فناجين وأكواب متعددة الأحجام، معلقات تذكارية، شنط، منسوجات، ميداليات، إكسسوارات,....إلخ).
- أن يُعرض بطريقة جذابة وفي أماكن تردد السائحين

أنواع التذكارات السياحية

يمكن تقسيم التذكارات السياحية إلى خمسة أنواع كالآتي (خميس، 2014):

أ. التذكارات المصورة مثل البطاقات والصور والبوسترات والكتب والتيشرتات، وكل ما يمكن أن يقدم صورًا عن الأماكن التي تمت زيارتها.

ب. التذكارات التي تمثل جزءًا من بيئة المكان الفعلية مثل الأحجار والنباتات، الأصداف، الخشب، التربة، عظام الحيوانات وأسنانها.

ج. التذكارات الرمزية التي تكون مصنعة وتستحضر الصور والرسائل النمطية عن المكان الذي تم إحضارها منه، مثل نموذج للأهرامات أو برج القاهرة.

د. تذكارات ليس لها علاقة بالمكان أو المناسبة التي أحضرت منه، ولكن بسبب وجود عبارة أو شعار يدل على المكان أو المناسبة تكتسب هذه التذكارات بعدًا آخر.

هـ. التذكارات التي تدل على التراث والفنون والصناعة المحلية لبلد ما، ويشمل هذا النوع كل ما تم صناعته محلياً في المقصد السياحي ويتميز بصفات فنية وجمالية فريدة.

مستويات توظيف الرنوك المملوكية كتراث مصري في التذكارات السياحية

تتعدد مستويات توظيف الرنوك كتذكارات سياحية بين ثلاثة مستويات هي المستوى الشكلي والمستوى الموضوعي والمستوى الجمالي، حيث يحقق مراعاة هذه المستويات إلى تصميم التذكارات السياحية بما يلائم أذواق السائحين، وتشمل هذه المستويات ما يلي (قربان، 2020؛ نورالدين ومحمد، 2021):

أ. المستوى الشكلي

من المهم عند توظيف الرنوك المملوكية كتذكارات سياحية مراعاة الجوانب الشكلية في هذا التذكار والدمج بين الإلتزام بالشكل التراثي للرنوك المملوكية وبين الواقعية التي تجعل من التذكار قطعة فنية تحاكي التذكارات الواقعية من خلال دمجه في إطار الهوية والثقافة الإسلامية المصرية.

ب. المستوى الموضوعي

يعتمد هذا المستوى على إبراز قيم موضوعية من خلال الرنوك المملوكية مثل توعية المجتمع المحلي والسائحين بجزء مهم من التراث الإسلامي وترسيخ الهوية الإسلامية في أذهان وعقول الشباب والأطفال بأسلوب مبسط كون التراث الإسلامي أحد الأجزاء التي تشكل الهوية المصرية.

جـ. المستوى الجمالي

يعتبر تحقيق البعد الجمالي في التذكارات السياحية أحد العوامل المهمة في جذب السائحين لشراء هذا التذكار، وتوظيف الرنوك المملوكية مع مراعاة الأطر الجمالية الشكلية ليكون عامل جذب لاقتناء التذكارات المصممة باستخدام هذه الرنوك.

القيم الاستخدامية للتذكارات السياحية

تتعدد القيم الإستخدامية للتذكارات السياحية والتي ينبغي مراعاتها عند عمل التذكارات السياحية بصفة عامة والتذكارات محل الدراسة باستخدام الرنوك المملوكية بصفة خاصة، وتتمثل هذه القيم فيما يلي (سيد وآخرون، 2017؛ Paraskevaidis and Andriotis, 2015):

أ. القيمة النفعية

ويقصد بذلك أن يكون للتذكار السياحي استخدام أو وظيفة نفعية في حياة السائح اليومية تحقق إشباعاً لرغباته مثل أن يكون التذكار على شكل حقيبة يد أو تيشيرت، أو ميدالية أو قلم...إلخ مما يحتاجه السائح في حياته بشكل متكرر.

ب. القيمة الإقتصادية

ينبغي أن يكون للتذكارات السياحية جوانب اقتصادية من خلال ما تحققه من عائد مادي سواء للمصمم أو لبائعي التذكارات السياحية، لذلك يُفضل أن تكون التذكارات بأسعار معقولة ومناسبة لجميع الشرائح للتناسب مع دخل السائح.

ج. القيمة التذكارية

تشير إلى ضرورة احتواء التذكار السياحي على رموز وأشكال من تراث البلد لتذكر السائح بالمقصد السياحي الذي زاره وبتاريخ وثقافة هذا المقصد، ولتذكره أيضاً بالتجربة السياحية التي خاضها فيه.

د. القيمة التاريخية

يقصد بذلك أن يُعبر التذكار السياحي عن السمة التاريخية لمقصد سياحي معين أو حضارة معينة كأن يعبر على سبيل المثال عن الحضارة الفرعونية أو القبطية أو الإسلامية بهدف إبراز حقبة معينة من خلال استخدام مفردات تشكيلية ترتبط بفترة تاريخية معينة، مثل الرنوك الإسلامية التي اشتهرت بها الفترة المملوكية في مصر وتميزت بها.

دور الرمز في تشكيل التذكارات السياحية

تعتبر الرنوك المملوكية رموزاً ويعتبر الرمز من أهم أسس بناء المشغولات الفنية الخاصة بالتذكارات السياحية، حيث يكون مستمد من حضارة البلاد التي تعبر عنها التذكارات السياحية، فرعوني أو إسلامي أو منتجات من حرف تراثية يدوية على هيئة تماثيل أو ملابس أو كتابات والتي تختلف من فنان إلى آخر تبعاً لمهارته وأسلوب التشكيل الذي يستند عليه في تجهيز التذكارات السياحية. كما أن استلهام العناصر الفلكورية أو استخدامها في أعمال مستحدثة يعطي للحديث أصالة وبعداً تاريخياً، ولكن يجب أن يكون هذا العمل الجديد بإمكاناته الحديثة ووسائله الفنية المتطورة مبرزاً للخصائص القومية والإنسانية ومحافظاً في الوقت نفسه على أصالة الإبداع الفني الشعبي دون تشويه وأن يكون اقتباس الفنان المثقف للعناصر الشعبية اقتباساً فنياً يحفظ للأصل الشعبي روحه وطابعه الفني الخاص (فريد وآخرون، 2023).

ثالثاً: الدراسة العملية

انقسمت الدراسة العملية إلى قسمين:

القسم الأول: اعتمد على استلهام تصميم تذكارات سياحية من الرنوك المملوكية. تم تحديد الرنوك التي يمكن استخدامها في التصميمات وتحديد وظائفها ومراعاة تناسب الرنك مع وظيفة التذكار السياحي قدر الإمكان. تم إرسال هذه الرنوك إلى أحد مصممي الجرافيك المحترفين* لتصميم نماذج من تذكارات سياحية باستخدام هذه الرنوك، وشملت هذه التذكارات 8 تصميمات بأشكال مختلفة كما يلي (انظر ملحق: 1):

- ❖ قلم
- ❖ ميدالية
- ❖ كوب كبير
- ❖ شنطة قماش
- ❖ مُعلقات (لوحات)
- ❖ أوراق بردي
- ❖ تي شيرت
- ❖ وشاح حريمي

ويمكن تصميم هذه التذكارات السياحية من خلال العديد من الأساليب مثل التطريز اليدوي، التطريز الآلي، الطباعة، الحفر والطباعة، والطباعة بالليزر (العقل والعجاجي، 2017).

* تم تصميم التذكارات السياحية بواسطة مصمم الجرافيك: م.عبدالرحمن خيري عبدالغني.

القسم الثاني: الدراسة الميدانية

أداة البحث والعينة

اعتمدت الدراسة الميدانية على أسلوب الاستبيان، حيث تم تصميم استبيان بالاعتماد على الدراسات السابقة وانقسم الاستبيان إلى محورين أساسيين. المحور الأول تضمن بيانات عامة عن عينة البحث شملت النوع والعمر والوظيفة والمستوى التعليمي، في حين كان المحور الثاني عن ثلاثة عناصر رئيسية هي: التحديات التي تواجه استخدام الرنوك المملوكية كتذكارات سياحية إسلامية، السمات والخصائص التي ينبغي توافرها عند استخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية، والفوائد المحتملة لاستخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية. تم صياغة عبارات هذا الاستبيان بالاعتماد على الدراسات السابقة التي تناولت التذكارات السياحية مثل هارون ورمضان (2016)، عبدالله وآخرون (2021)، وبشر وحزه (2021).

تم تصميم الاستبيان إلكترونياً على نماذج جوجل (Google form) وتوزيعه على 150 من الأكاديميين في كليات السياحة والفنادق بأقسام الإرشاد السياحي والدراسات السياحية، وكليات الآثار بالجامعات المصرية، بالإضافة إلى العاملين بمحال بيع العاديات والتذكارات السياحية بمنطقة خان الخليلي بالقاهرة. تم الوصول إلى عينة البحث باستخدام عينة الملائمة Convenience sample، ووصل عدد الاستجابات إلى 108 استجابة جميعها صالحة للتحليل بنسبة استجابة 72% وهي نسبة جيدة. ويوضح الجدول رقم (1) نتائج خصائص عينة البحث.

جدول رقم (1): خصائص عينة البحث

م	خصائص العينة		النسبة المئوية
1	النوع	ذكر	56,5
		أنثي	43,5
2	العمر	أقل من 30 سنة	8,7
		30 إلي 50 سنة	73,9
		أكثر من 50 سنة	17,4
3	المستوى التعليمي	بكالوريوس	8,7
		ماجستير	4,3
		دكتوراة	73,9
		أخرى	13
4	الوظيفة	أكاديمي	82,6
		وزارة السياحة والآثار	8,7
		محال بيع العاديات والتذكارات السياحية	8,7

صدق وثبات الاستبيان

أ- صدق الاستبيان

تم استخدام الصدق الظاهري لبيان مدى صدق الاستبيان. تم ذلك بعرض بنود وعبارات الاستبيان على محكمين متخصصين في مجال البحث للتعرف علي مدي صدق الإستبيان والتحقق من ملائمته للحصول علي نتائج البحث وذلك من خلال الأكاديمين في كليات السياحة والفنادق بأقسام الدراسات السياحية والإرشاد السياحي وكذلك كليات الآثار. تبين اتفاقهم مع عبارات وبنود الاستبيان، وبناء على ذلك تم توزيع الاستبيان بدون إجراء أي تعديلات.

ب- ثبات الاستبيان

يوضح الجدول رقم (2) معامل ألفا كورنباخ لمحاور الاستبيان، حيث تشير النتائج إلى أن معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان أعلى بكثير من 0,7 مما يعكس ثبات الاستبيان، وموثوقيته في إعطاء نتائج دقيقة وصالحة للاستخدام في ظروف مختلفة.

جدول رقم (2): معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان

م	المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
1	التحديات التي تواجه استخدام الرنوك المملوكية كتذكارات سياحية إسلامية	5	0,853
2	السمات والخصائص التي ينبغي توافرها عند استخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية	8	0,886
3	الفوائد المحتملة لاستخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية	5	0,847

النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور البحث

المحور الأول: التحديات التي تواجه استخدام الرنوك المملوكية كتذكارات سياحية إسلامية

يتضح من الجدول رقم (3) أن المتوسط الحسابي لعبارات المحور الأول الخاص بالتحديات التي تواجه استخدام الرنوك المملوكية كتذكارات سياحية تراوحت بين 3,54 و 4,36، وجميعها تقع في مستوى الموافقة أو الموافقة بشدة وهو ما يؤكد عل اتفاق العينة حول التحديات التي جاءت في هذا المحور، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 3,94،

وذلك عند انحراف معياري قيمته 0,842. وجاء ترتيب التحديات التي تواجه استخدام الرنوك المملوكية كتذكارات سياحية حسب رؤية العينة كالآتي:

1. القصور في التسويق للآثار الإسلامية.
2. عدم وعي العاملين في مجال التذكارات السياحية بالرنوك المملوكية.
3. إقبال السائحين على شراء التذكارات الفرعونية أكثر من التذكارات الإسلامية.
4. قلة العاملين المهرة في صناعة التذكارات الإسلامية.
5. غلاء الخامات المستخدمة في صناعة التذكارات السياحية.

جدول رقم (3): النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتحديات التي تواجه استخدام الرنوك المملوكية كتذكارات سياحية إسلامية

م	العبارة	درجة الإستجابة (%)					المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
1	عدم وعي العاملين في مجال التذكارات السياحية بالرنوك المملوكية.	4,6	–	4,6	61,1	29,6	4,11	0,868
2	قلة العاملين المهرة في صناعة التذكارات الإسلامية.	9,3	13	14,8	38	25	3,56	1,25
3	غلاء الخامات المستخدمة في صناعة التذكارات السياحية.	9,3	8,3	23,1	38	21,3	3,54	1,18
4	إقبال السائحين على شراء التذكارات الفرعونية أكثر من التذكارات الإسلامية.	4,6	3,7	10,2	41,7	39,8	4,08	1,03
5	القصور في التسويق للآثار الإسلامية.	4,6	–	3,7	38	53,7	4,36	0,932
	المتوسط العام						3,94	0,842

المحور الثاني: السمات والخصائص التي ينبغي توافرها عند استخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية

يتضح من الجدول رقم (4) أن المتوسط الحسابي لعبارات المحور الثاني الخاص بالسمات والخصائص التي ينبغي توافرها عند استخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية تراوحت بين 4,46 و 4,75، وجميعها تقع في مستوى

الموافقة بشدة وهو ما يؤكد على اتفاق العينة بشدة حول عبارات هذا المحور، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 4,59، وذلك عند انحراف معياري قيمته 0,376. وجاء ترتيب السمات والخصائص التي ينبغي توافرها عند استخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية حسب رؤية العينة كالآتي:

1أن يكون التذكار مبتكراً ومميزاً وجذاباً من حيث الألوان
2. أن تراعي بين القيم الجمالية والأداء الوظيفي
3. أن يكون سعرها مناسب وغير مبالغ فيه
4. أن تتميز بجودة التنفيذ والتشطيب
5. الأصالة وعدم التزييف والتقليد
6. التنوع في الأشكال والوظائف ليتناسب مع أكبر قدر ممكن من الأذواق والإحتياجات
7. الصلابة وخفة الوزن حتى يسهل حملها
8. استخدامها ضمن إطار يعبر عن الثقافة والهوية الإسلامية المصرية

جدول رقم (4): النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للسمات والخصائص التي ينبغي توافرها عند استخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية

م	العبارة	درجة الإستجابة (%)					المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
1	استخدامها ضمن إطار يعبر عن الثقافة والهوية الإسلامية المصرية	–	–	–	53,7	46,3	4,46	0,501
2	الصلابة وخفة الوزن حتى يسهل حملها	–	–	–	43,5	56,5	4,56	0,498
3	أن يكون سعرها مناسب وغير مبالغ فيه	–	–	–	36,1	63,9	4,64	0,483
4	أن تتميز بجودة التنفيذ والتشطيب	–	–	–	37	63	4,63	0,485
5	أن تراعي بين القيم الجمالية والأداء الوظيفي	–	–	–	37	63	4,63	0,485
6	ن يكون التذكار مبتكراً ومميزاً وجذاباً من حيث الألوان	–	–	–	25	75	4,75	0,435
7	التنوع في الأشكال والوظائف ليتناسب مع أكبر قدر ممكن من الأذواق والإحتياجات	–	–	4,6	34,3	61,1	4,56	0,584
8	الأصالة وعدم التزييف والتقليد	–	–	–	38	62	4,62	0,488
	المتوسط العام						4,59	0,376

المحور الثالث: الفوائد المحتملة لاستخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية

يتضح من الجدول رقم (5) أن المتوسط الحسابي لعبارات المحور الثالث الخاص بالفوائد المحتملة لاستخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية تراوحت بين 4,52 و 4,65، وجميعها تقع في مستوى الموافقة بشدة وهو ما يؤكد على اتفاق العينة بشدة حول عبارات هذا المحور، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 4,56، وذلك عند انحراف معياري قيمته 0,411. وجاء ترتيب الفوائد المحتملة لاستخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية حسب رؤية العينة كالآتي:

1. الحفاظ على التراث الإسلامي من الإندثار
2. تنويع المنتجات والتذكارات السياحية بما يناسب كل الفئات وبما يلائم عشاق الآثار الإسلامية
3. التسويق للآثار الإسلامية بصفة عامة والمملوكية بصفة خاصة
4. تحسين الميزة التنافسية للتذكارات السياحية المصرية
5. ترسيخ الهوية الإسلامية المصرية

جدول رقم (5): النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفوائد المحتملة لاستخدام الرنوك المملوكية في التذكارات السياحية

م	العبارة	درجة الإستجابة (%)					المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
1	ترسيخ الهوية الإسلامية المصرية	–	–	–	48,1	51,9	4,52	0,502
2	الحفاظ على التراث الإسلامي من الإندثار	–	–	–	35,2	64,8	4,65	0,480
3	التسويق للآثار الإسلامية بصفة عامة والمملوكية بصفة خاصة	–	–	4,6	34,3	61,1	4,56	0,584
4	تنويع المنتجات والتذكارات السياحية بما يناسب كل الفئات وبما يلائم عشاق الآثار الإسلامية	–	–	–	42,6	57,4	4,57	0,497
5	تحسين الميزة التنافسية للتذكارات السياحية المصرية	–	–	–	46,3	53,7	4,54	0,501
	المتوسط العام						4,56	0,411

النتائج

من خلال الدراسة النظرية والعملية توصل البحث لمجموعة من النتائج يمكن إجمالها فيما يلي:

- تتعدد أنواع وأشكال الرنوك المملوكية في التراث الإسلامي المصري والتي يمكن استلهام منها العديد من التصميمات لتذكارات سياحية ذات جودة عالية وشكل مميز.
- يعد عدم وعي العاملين في مجال التذكارات السياحية بالرنوك المملوكية، وقلة العاملين المهرة في صناعة التذكارات الإسلامية، بالإضافة إلى غلاء الخامات المستخدمة في صناعة التذكارات السياحية من أهم التحديات التي تواجه استخدام الرنوك المملوكية في صناعة التذكارات السياحية.
- من التحديات التي تواجه صعوبة استخدام الرنوك المملوكية في تصميم تذكارات سياحية القصور في التسويق للآثار الإسلامية مما يؤدي إلى إقبال السائحين على شراء التذكارات الفرعونية أكثر من التذكارات الإسلامية.
- من الخصائص والسمات التي يجب مراعاتها عند تصميم الرنوك المملوكية أن يكون التذكار مبتكراً ومميزاً وجذاباً من حيث الألوان وأن يوازن بين القيم الجمالية والأداء الوظيفي، بالإضافة إلى أن يكون سعره مناسب وغير مبالغ فيه.
- من الخصائص والسمات التي يجب مراعاتها أيضاً عند تصميم الرنوك المملوكية أن يتميز بجودة التنفيذ والتشطيب والأصالة وعدم التزييف والتقليد، وكذلك التنوع في الأشكال والوظائف ليتناسب مع أكبر قدر ممكن من الأذواق والإحتياجات، بالإضافة إلى الصلابة وخفة الوزن حتى يسهل حملها وأن يتم استخدامه ضمن إطار يعبر عن الثقافة والهوية الإسلامية المصرية
- يساهم استخدام الرنوك المملوكية في ترسيخ الهوية الإسلامية المصرية والحفاظ على التراث الإسلامي من الإندثار، والتسويق للآثار الإسلامية بصفة عامة والمملوكية بصفة خاصة.
- يؤدي استخدام الرنوك المملوكية في تصميم تذكارات سياحية إلى تنويع المنتجات والتذكارات السياحية بما يناسب كل الفئات وبما يلائم عشاق الآثار الإسلامية.
- يساهم استخدام الرنوك المملوكية في تصميم تذكارات سياحية في إثراء تجربة السائح وتحسين الميزة التنافسية للتذكارات السياحية المصرية.

التوصيات

بناء على نتائج البحث يمكن اقتراح التوصيات الآتية:

- ضرورة عمل حملات دعائية للتوعية بالرنوك المملوكية وأشكالها ودلالتها مما يحفز السائحين المحليين والأجانب على الرغبة في اقتنائها كتذكارات سياحية.
- ضرورة توعية العاملين في مجال صناعة التذكارات السياحية بالرنوك المملوكية وإمكانية استخدامها في تصميم تذكارات سياحية بأشكال متنوعة تجذب فئات كبيرة من السائحين.
- تنظيم ورش عمل للعاملين في صناعة التذكارات السياحية لصقل مهاراتهم في تصميم تذكارات سياحية مستوحاة من التراث الإسلامي، حيث يجيد أغلب العاملين في هذا المجال صناعة التذكارات السياحية الفرعونية.
- تنفيذ التذكارات السياحية المستوحاة من الرنوك المملوكية بأسعار معقولة تناسب جميع فئات السائحين حتى يتمكن أكبر عدد ممكن من السائحين من شرائها، بالإضافة إلى مراعاة أن تكون بأشكال مختلفة تناسب الحاجات المختلفة للسائحين وأن تكون التصميمات ذات استخدام يومي في حياة السائحين.
- ضرورة الاهتمام بتنفيذ التذكارات السياحية المستلهمة من الرنوك المملوكية بأعلى جودة وبخامات جيدة مع مراعاة صغر حجمها وخفة وزنها حتى يسهل حملها
- ضرورة إقامة وزارة السياحة والآثار معارض خاصة بالتذكارات السياحية يدعى إليها السائحين والمهتمين لعرض أحدث التصميمات ومنها الرنوك المملوكية، مما يساهم في تسويقها.

حدود البحث والأبحاث المستقبلية

اقتصر البحث على الرنوك المملوكية في مصر وتم استلهام منها تصميمات لعمل تذكارات سياحية يمكن أن تكون ركيزة في التوعية بالآثار الإسلامية وتنويع التذكارات السياحية بدلاً من الاعتماد على التذكارات الفرعونية بشكل كبير وإهمال باقي العصور مثل القبطي والإسلامي. من هذا المنطلق يمكن إجراء أبحاث مستقبلية تتناول رموزاً أخرى تنتمي للحقبة المملوكية أو رموزاً وأشكالاً تنتمي لعصور إسلامية أخرى غير العصر المملوكي.

يمكن إجراء أيضاً أبحاث تتناول فترات أخرى من التاريخ المصري كالعصر القبطي واستلهام منه أيضاً رموزاً وأشكالاً لتصميم تذكارات سياحية. نأمل أيضاً إجراء أبحاث تتناول الرنوك في دول إسلامية أخرى لإثراء التذكارات السياحية وترسيخ الفن الإسلامي في جميع أنحاء العالم الإسلامي.

قائمة المراجع

أولاً : المراجع العربية

- _____(1991). الكتابات العربية على الآثار الإسلامية منذ القرن الأول حتى القرن الثانى عشرة للهجرة(7-18م)،مكتبة النهضة العربية، القاهرة.
- _____ (2006). الرنوك الإسلامية، كلية الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة.
- _____ (2017). أضواء جديدة على رنك الدبوس شعار الجمقدار، مركز الدراسات البردية والنقوش، جامعة عين شمس، 34، 1-39.
- إبراهيم، مروى (2022). الاستفادة من تراث الفن النوبي في ابتكار تذكار سياحي برؤية معاصرة في مجال الأشغال الفني، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، 32، 423-444.
- إبراهيم، ياسر؛ عبدالناصر، سماح (2020). الإمكانات التشكيلية للرموز التراثية التاريخية بالأحساء كمدخل لإبداع تذكار سياحى خزفى، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل – العلوم الإنسانية والإدارية، 21، 12-24.
- أحمد ،أحمد عبدالرازق (1974). الرنوك على عصر سلاطين المماليك، المجلة التاريخية المصرية، 21، 67-116.
- الباشا، حسن (1965). الفنون الإسلامية والوظائف على الآثار العربية، 3 أجزاء، دار النهضة العربية، القاهرة.
- بشر، محمد؛ حزه، دعاء (2021). الاستثمار في قطاع السلع والعاديات السياحية ومردوده على الاقتصاد المصري، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، 21(3)، 299-326.
- التهامى، عائشة عبدالعزيز (2001)،الرنوك المملوكية على شواهد القبور الأثرية فى ضوء مجموعة متحف الفن الإسلامى، كتاب المؤتمر الرابع للآثاريين العرب (دراسات فى آثار الوطن العربى2) فى الفتره من 27-29 اكتوبر 2001، 751-764.
- خميس، أروى (2014). تصميم وتنفيذ نماذج لتذكارات مقتبسة من التراث الديني والملبسي والمعماري كجزء من السياحة الدينية في المملكة العربية السعودية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، 40 (153)، 167- 196.
- داوود، مايسة(1982). الرنوك الإسلامية، مجلة الدراة، 7(3)، 26 -41
- الدريدي، إيناس (2020). المزج بين الزخارف المصرية القديمة والقناع الإفريقي لتصميم منتج سياحي، المجلة العلمية للدراسات والبحوث التربوية والنوعية، 11، 84 - 94.
- سيد، منار؛ سالمان؛ أحمد؛ مصطفى، مي (2017). الاتجاهات المعاصرة للنسجيات اليدوية كمدخل لاستحداث تذكارات سياحية نسجية. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، 15، 254 - 289 .

▪ الشهري، ليلى؛ البخاري، سناء (2017). دراسة استطلاعية لآراء السياح لأهمية القطع المطرزة كتذكارات سياحية، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، 326،18–359.

▪ الصاوي، نانسي؛ هاشم، ميمنة (2022). استحداث تذكارات سياحية نسجية مستوحاة من الحلي الفرعوني، المجلة العلمية لعلوم التربية النوعية، 15، 1–27.

▪ عبدالله، غادة؛ الأخرس، هبةالله؛ محمود، نورالهدى (2021). دور التسويق االبتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للسلع التذكارية في المقصد السياحي المصري، المجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية، 1(1)، 21–44.

▪ عبدالودود، محمد (2004). الكتابات والزخارف على النقود والتحف المعدنية في العصر المملوكي البحري في ضوء مجموعة متحف الفن الإسلامي ، رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية الآثار، جامعة القاهرة .

▪ عدره، رشا (2013).الرنوك المملوكية فى دمشق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق.

▪ العقل، وسمية؛ العجاجي، تهاني (2017). توظيف الزخارف الكتابية في كسوة الكعبة لعمل تذكارات سياحية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، 35(138)، 73–115.

▪ غالب ،غالب المير (2021).الرنك عنصر زخرفى فى العصر المملوكى،وزراة الثقافة، 60(696) ،134–140.

▪ الغامدي، هند؛ فيومي، فتون (2023). المعطيات الزخرفية للتراث العمراني بمنطقة نجد لتصميم تذكارات سياحية معدنية، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، 23(1)، 120–140.

▪ فريد، وجدي؛ مصطفى، حسام الدين؛ الديب، سحر (2023). دور الخامة في الحرف اليدوية التراثية والاستفادة منها في عمل تذكا رات سياحية(أسيوط نموذجا)، مجلة حوار جنوب، 17، 1–22.

▪ فيومي، فتون (2023). مقترح لمتحف فني تعليمي إسلامي كأحد روافد التثقيف السياحي بالمملكة العربية السعودية واستحداث مشغولات فنية معاصرة كتذكارات، مجلة الفنون والآداب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، 87، 194–209.

▪ قربان، مسعودة (2020). الصياغات المعاصرة لوحدات فن القط العسيري كمدخل لاستلهام تذكارات سياحية في مجال المشغولات المعدنية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، 11(1)، 27–39.

▪ القلقشندى، أبو العباس أحمد (1914). صبح الأعشى فى صناعة الإنشا, 14 جزء, مطبعة دار الكتب, الهيئة العامة لقصور الثقافة, القاهرة.

▪ محرز، جمال (1941).الرنوك المملوكية،مجلة المقتطف، 98(5)،461–468

▪ مصطفى، محمد (1941). الرنوك فى عصر المماليك، مجلة الرسالة، 9 (400)، 268–271.

▪ نورالدين، خديجة؛ محمد، منى (2021). الطباعة الفنية والتراث السعودي من خلال التذكارات السياحية، مجلة الفنون والآداب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، 67، 240–258.

▪ هارون، عادل؛ رمضان، محمود (2016). تذكارات خزفية سياحية مستلهمة من التراث الشعبى السيناوى، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، 6، 415–434.

ثانياً : المراجع الأجنبية

▪ Ameen, A.(2019) ,Mamlūk Ranks: Motives of usage and their visual impact, *Journal of Abydos*, Faculty of Archeology, Sohag University, 1, 5-19.

▪ Masset, J., & Decrop, A. (2021). Meanings of tourist souvenirs: From the holiday experience to everyday life. *Journal of Travel Research*, *60*(4), 718-734.

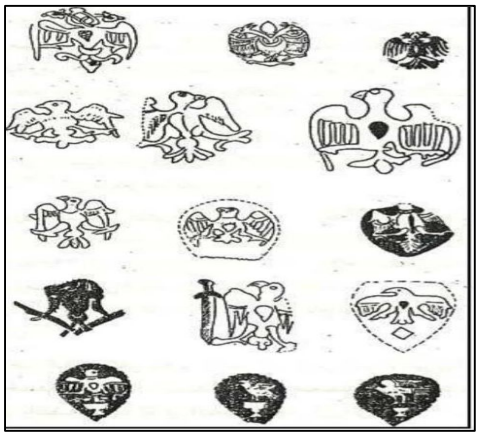
▪ Mayer, L. A. (1933). Saracenic Heraldry, A Survey. Oxford University Pres.

▪ Omar, R. (2015). La Blason du Calice sur les Tapis Mameloukes, *Journal of the Associations of Arab Universities for Tourism and Hospitaty*, 12(2),41-51.

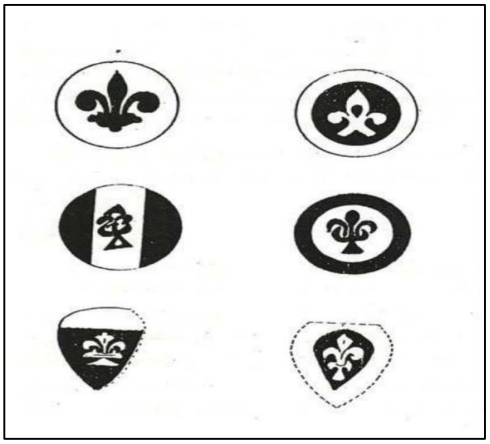
▪ Paraskevaidis, P., & Andriotis, K. (2015). Values of souvenirs as commodities. *Tourism Management*, *48*, 1-10.

▪ Tanaka, S., Kim, C., Takahashi, H., & Nishihara, A. (2024). Impact of brand authenticity on word-of-mouth for tourism souvenirs. *Cogent Business & Management*, *11*(1), 2290222.

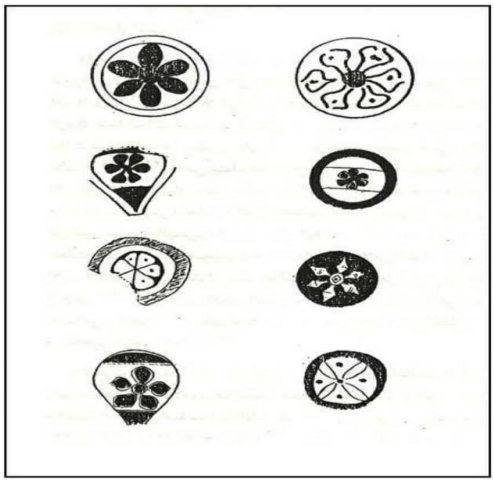
ملحق رقم (1): أشكال الرنوك المملوكية*



شكل رقم (1) رنك النسر



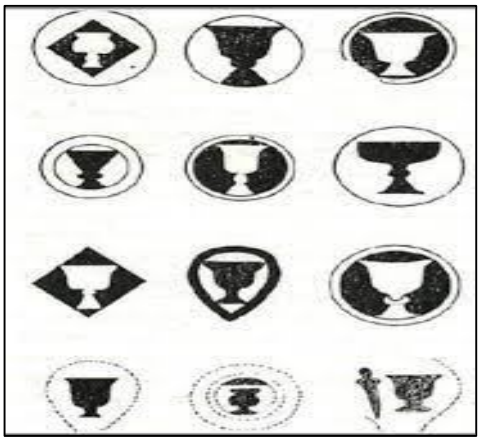
شكل رقم (2) رنك زهرة اللوتس



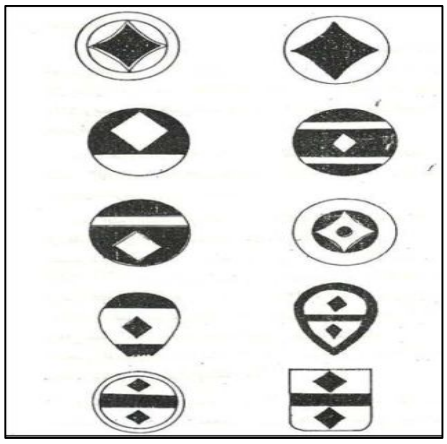
شكل رقم (3) رنك الوريدة

شكل رقم (4) رنك النسر بقلعة الجبل

* أشكال الرنوك الواردة في هذا الملحق نقلاً عن أحمد (2006) وعدره (2013).

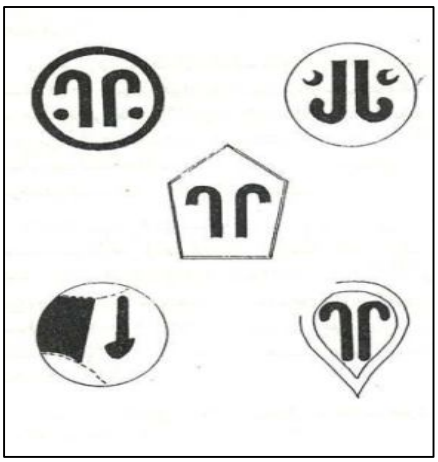


شكل رقم (5) رنك الكأس (الساقى)

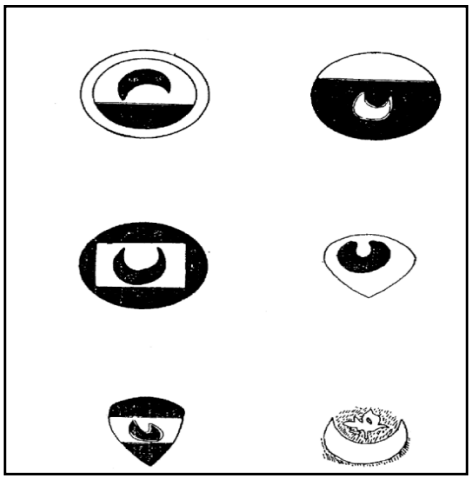


شكل رقم (6) رنك البقجة(الجمدار)

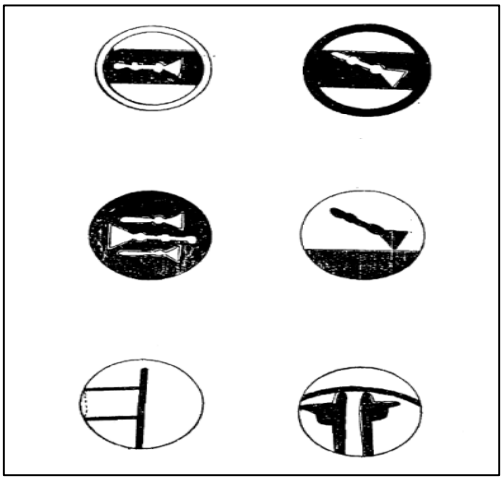
شكل رقم (7) رنك السيف (السلحدار)



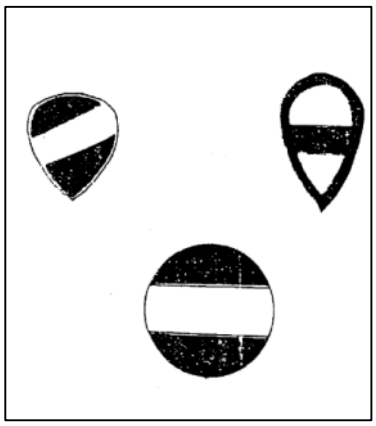
شكل رقم (8) رنك عصا البولو(الجوكندار)



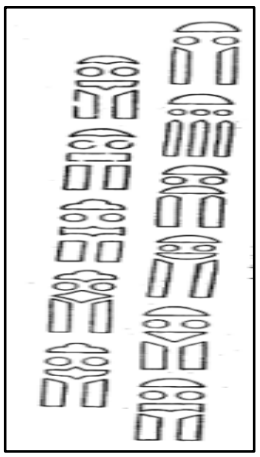
شكل رقم (9) رنك حدوة الحصان أو الهلال



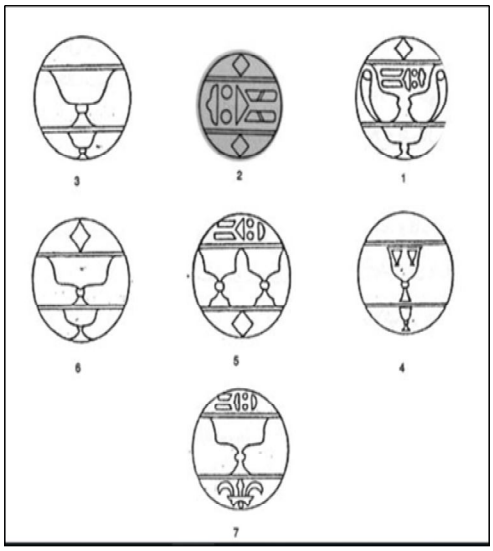
شكل رقم (10) رنكا البوق والعلم



شكل رقم (11) رنك الشطب أو البريدى



شكل رقم (12) رنك الدواة



شكل رقم (13) أشكال مختلفة لرنوك مركبة

شكل رقم (14) رنك كتابى للسلطان قايتباى

ملحق رقم (2): التذكارات السياحية المستوحاة من الرنوك المملوكية

م	التصميم
1	**صورة (1أ)** **صورة (1ب)** صورة (1أ):تذكار سياحى على شكل قلم وعليه رنك الدواه والذى يشير إلى وظيفة الدوادار (الكاتب). صورة (1ب): تذكار سياحى على شكل قلم وعليه رنك الدواه، ورنك البقجة الذى يشير إلى وظيفة (الجمدار).
2	**صورة (2أ)** **صورة (2ب)** صورة (2أ): تذكار سياحى على شكل ميدالية وعليه رنك البقجة الذى يشير إلى وظيفة (الجمدار). صورة(2ب): تذكار سياحى على شكل ميدالية إحداها عليها رنك عصا البولو والذى يشير إلى وظيفة الجوكندار، والثانية عليها أحد أشكال الرنوك المركبة ويتضمن رنك الساقى والدوادار والجمدار.

3	 **صورة (3أ)** **صورة (3ب)** صورة (3أ): تذكار سياحى على شكل ماج وعليه رنك الكأس الذي يشير إلى وظيفة (الساقى)، ويحيط به بعض الرنوك الشخصية على شكل رنوك زهرة اللوتس ورنك الوريدة. صورة(3ب): تذكار سياحى على شكل ماج وعليه أشكال مختلفة لرنك البقجة.
4	 **صورة (4أ)** **صورة (4ب)** صورة (4أ): تذكار سياحى على شكل شنطة قماش وعليه رنك كتابى للسلطان قايتباى ويحيط به أشكال لرنوك عصا البولو (الجوكندار)، وبعض الرنوك المركبة. صورة (4ب): تذكار سياحى على شكل شنطة قماش وعليه دائرة بها رنك البوق ورنكى زهرة اللوتس والوريدة، ويحيط بالدائرة أشكال لرنوك عصا البولو(الجوكندار)، ورنك السيف والذى يدل على وظيفة السلحدار.

5	 **صورة (5ب)** **صورة (5أ)** صورة (5أ): تذكار سياحى على شكل تابلوه وعليه أشكال لرنوك البقجة، البوق،السيف،عصا البولو فى أسفل التابلوه، أما أعلى التابلوه فيوجد به رنك البوق والسيف ورنوك الوريدة وزهرة اللوتس. صورة(5ب): تذكار سياحى على شكل تابلوه وعليه رنك كتابى باسم قايتباى ويحيط به رنوك البوق وعصا البولو فى أسفل التابلوه، أما أعلى التابلوه فيزخرفه شكل رنك البقجة ويحيط به رنك السيف.
6	 **صورة (6أ)** **صورة (6ب)** صورة (6أ): تذكار سياحى على شكل ورقة بردى وعليه دائرة بها اسم الظاهر بيبرس يحيط به رنك السيف، ويحيط بالدائرة من الخارج شكل لرنك مركب، وبأعلى وأسفل ورقة البردى شريط زخرفى به أشكال لرنوك الساقى والوريدة والبقجة. صورة(6ب): تذكار سياحى على شكل ورقة بردى به رنك كتابى للسلطان قايتباى يحيط به زخارف نباتية إسلامية .

7	 **صورة (7أ)** **صورة (7ب)** صورة (7أ): تذكار سياحى على شكل تيشرت ويزخرفه من أعلى ومن أسفل أشكال مختلفه ارنوك البوق وعصا البولو والوريدة. صورة(7ب): تذكار سياحى على شكل تيشرت وعليه دائره يزخرفها أشكال لرنك البوق والسيف والويدة وزهرة اللوتس.
8	 **صورة (8أ)** **صورة (8ب)** صورة (8أ): تذكار سياحى على شكل اسكارف ويزخرفه كلاً من رنكى الوريدة وزهرة اللوتس. صورة(8ب): تذكار سياحى على شكل اسكارف وعليه أشكال مختلفة لرنك البقجة والوريدة

Designing Tourist Souvenirs inspired by Mamlūk Ranks as a tool for Marketing Islamic Art and Antiquities

Hossam Hassan Hemeda[1] **Yehia Shihata Elzek**[2]

[1] *Tourism guidance department, Faculty of Tourism and Hotels, University of Sadat City*
[2] *Tourism studies department, Faculty of Tourism and Hotels, University of Sadat City*

Abstract

During the Mamlūk era in Egypt, one of the Islamic heritages that gained prominence was the Mamlūk Ranks. Ranks are the emblems that the sultans and princes put on their buildings and instruments denote their ownership. Mamlūk Ranks were also inscribed as an honorific and privilege for the Sultans on their coinage. It went beyond that to give clues about jobs and professions throughout the Mamlūk era. The purpose of this research is to shed light on the Mamlūk Ranks, including their history, significance, various forms, and potential use in the manufacture of tourism souvenirs. The research aims also to diversify and enhance Egypt's tourism souvenir market, which helps to promote Islamic antiquities and attract visitors to Egypt. A questionnaire was created and sent to a sample of academics in the fields of tourism guidance, tourism studies, and archeology at Egyptian universities to achieve the study's objectives. Additionally, employees of the Ministry of Tourism and Antiquities as well as those working in tourist souvenir stores were also included in the sample. A total of 108 responses were received, all of which could be subjected to statistical analysis. The study concluded that it is essential to use Mamlūk Ranks as a component of Egyptian heritage to inspire tourism souvenirs. This contributes to preserving the Islamic cultural identity of Egypt, protecting Islamic heritage from extinction, marketing Islamic antiquities in general and Mamlūk antiquities in particular, diversifying tourism products and souvenirs to appeal to a wide range of consumers and satisfy the needs of Islamic antiquities enthusiasts, and boost the competitiveness of the tourism souvenirs industry.

Key Words: Mamlūk Ranks, Tourist Souvenirs, Tourism Marketing, Islamic Antiquities, Egypt.