

Regional Creativity Theory and Geographical Indications (The Role of Innovation and Economic Progress in Environmental Dynamics and Spatial Identity)

Somayeh Sadat Shahzeidi

Assistant Professor of Geomorphology, Department of Geography, Faculty of Literature and Humanities,
University of Guilan, Rasht, Iran

✉ E-mail: s.shahzeidi@guilan.ac.ir

How to Cite: Shahzeidi, S. (2026). Regional Creativity Theory and Geographical Indications (The Role of Innovation and Economic Progress in Environmental Dynamics and Spatial Identity). *Geography and Development*, 24 (83), 67-94.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22111/GDIJ.2025.52421.3749>

Received:

18 June 2025

Received in revised form:

16 October 2025

Accepted:

20 October 2025

Published online:

28 May 2026

ABSTRACT

When space takes form and place is elevated to the status of human habitation, human needs and objectives within it are shaped by various factors. Each place, by virtue of its unique characteristics, possesses the potential for territorial creativity. These potentials provide a foundation for individuals to shape and develop their cultural and social values. In other words, the inherent creativity of each place and territory serves as the primary context through which people interact with these potentials and transform them into cultural values and innovations. The identity that emerges from this process can give rise to distinct regions characterized by geographical indications. Geographical indications are elements that define the geographical identity of a region and shape its territorial creativity. Protecting these indications plays a vital role in fostering environmental dynamism and sustainability, while the emergence of environmental creativity can drive regional development. The relationship between geography, the understanding of spatial creativity, and the protection of geographical indications represents the first step toward harmonizing human actions with the environment. Accordingly, the preservation of geographical indications as markers of environmental identity and the recognition of creativity will align strategies for social development in a way that does not conflict with the nature and identity of a place. At this stage, understanding such a “bio-code” can lay the foundation for the sustainability of social herding Systems.

This study, conducted using a meta-analysis method, seeks to introduce new concepts such as territorial creativity, regional creativity, the geography of intellectual property, and geographical indications. The aim is to open new perspectives for understanding the environment and to provide insights for policymakers engaged in national, regional, and local planning.

Keywords:

Geographical Indications,
Regional Creativity,
Regional Innovation,
Spatial Identity,
Herding Systems.



© the Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

1. Introduction

Today, geographical concepts and Geographical Indications are recognized as fundamental pillars of economic, social, and cultural advancement in various societies. Geography not only involves the study of the environment and its natural characteristics but also serves as a tool for defining the identity and cultural and economic values of a place. Geographical Indications represent the potential environmental assets that manifest through human actions, and their management and protection directly influence the development of regions. In geography, there are three main levels of analysis: the territorial level, the regional level, and the local level, each of which impacts creativity and cultural identity in different ways. This article explores the theory of

regional creativity and Geographical Indications, demonstrating how a place can be creative and achieve innovation and economic progress. Additionally, Geographical Indications act as effective tools for preserving traditional knowledge and fostering local economies. Given technological advancements and the role of intellectual property, these indications can serve as catalysts for regional creativity and ensure product quality. Ultimately, this research examines the connections among the natural, cultural, and economic factors of various regions, emphasizing the importance of understanding these concepts for policymakers and researchers in promoting sustainable economic dynamics and protecting local identity.

2. Materials and Methods

The research method employed in this study is meta-analysis, which involves reviewing previous studies to develop a comprehensive perspective on the theory of regional creativity & geographical indications. To achieve the concept of regional creativity & geographical indications, a relatively extensive search was conducted in databases such as Google Scholar, Scopus and others. Books and articles presenting various theories with specific originality regarding this concept were selected. Theories studied include Hudson's geographical location theory, economic geography theory, human capital theory, entrepreneurial ecosystems theory, knowledge development & dissemination theory, institutional and policy theory, and infrastructure and connectivity theory. The content related to regional creativity and geographical indications was summarized and analyzed as a unified theory.

3. Results and Discussion

The most significant achievement gained in the initial phase of the research is the understanding of the evolution and volume of work conducted in this field over time. Revisiting the concept of intellectual property is crucial for individuals and organizations seeking to protect their innovations, maintain competitive advantage, and ensure fair compensation for their creative efforts.

Creativity can be directly interpreted at three levels of analysis (territorial, regional, and local). This approach leads to a different understanding of space and enables its examination and analysis from a creative perspective—one that is significant not only from a geographical viewpoint but also from cultural, social, sense of place, and even artistic perspectives. Analysis at various scales can guide the way humans perceive and interact with space in innovative and creative ways, and this multidimensional connection embodies the essence of geography.

Geographical indications and regional creativity serve as key elements linking nature, culture, and economic development, playing a significant role in shaping place identity, enhancing regional innovation, and preserving cultural heritage. This research demonstrates that geographical indications not only function as tools for protecting traditional knowledge and enhancing the local economy but can also be utilized as instruments for competing in global markets and creating added value for regional products.

On the other hand, regional creativity, by leveraging indigenous knowledge and innovating in the use of natural resources, offers sustainable patterns for designing structures and human productions that not only respond to environmental challenges but also preserve cultural heritage. In this context, regional innovation systems and the role of intellectual property geography in the spatial distribution of economic opportunities highlight the importance of supportive policies and investment in regional infrastructures.

The findings emphasize that the relationship between nature, culture, and innovation can pave the way for sustainable development, strengthen the local economy, and enhance the quality of life in various regions. Therefore, implementing comprehensive policies for the protection of geographical indications, strengthening innovation ecosystems, and harnessing creativity at different geographical levels not only contributes to economic and cultural growth but also aids in preserving national identity and enhancing the international standing of the country.

4. Conclusion

This research introduces a new theory titled “Regional Creativity and Geographical Indications,” demonstrating that Geographical Indications play a crucial role in defining local identity and strengthening the connection between humans and their environment. It emphasizes that such indications, in addition to preserving cultural heritage and traditional knowledge, activate regional capacities for innovation and sustainable economic and social development. The interaction between natural resources and the unique characteristics of each region provides a suitable foundation for regional creativity and sustainable growth. Local identity is shaped by social, cultural, historical, economic, and aesthetic factors, leading to the creation of distinct areas with special Geographical Indications. These indications, whether natural or man-made, not only reflect the environmental, cultural, economic, and social features of a region but also play a significant role in attracting tourists, strengthening the local economy, and preserving cultural and natural heritage by highlighting regional values. On the other hand, environmental creativity refers to the ability to leverage the unique capacities of a region to design new products and services, laying the groundwork for innovation and sustainable development. The link between Geographical Indications and environmental creativity indicates that the intelligent utilization of local resources and characteristics not only preserves regional identity but also transforms these areas into hubs of innovation and progress. Ultimately, Geographical Indications and environmental creativity serve as two powerful tools that can enhance local identity and create new pathways for sustainable growth and innovation in various regions. This research provides valuable strategies for policymakers and development practitioners by examining the importance of protecting Geographical Indications and utilizing creativity at different geographical levels, enabling diverse regions to become centers of innovation, development, and sustainable progress.

Keywords: Geographical indications, Regional creativity, Regional innovation, Spatial identity, Herding systems.

5. References

- Albright, J. M. (2017). Intellectual Property and the Global Impact of Traditional Knowledge. *Business and Commercial Litigation in Federal Courts*, 4(4), 643-668. [\[book\]](#)
- Arrow, K. J. (1962). Economic welfare and the allocation of resources for invention. In R. R. Nelson (Ed.), *The rate and direction of inventive activity: Economic and social factors* (pp. 609-626). Princeton University Press. [\[book\]](#)
- Asheim, B. T., Grillitsch, M., & Trippel, M. (2017). Regional innovation systems: Past–present–future. *Regional Studies*, 51(1), 1–14, (P: 2016).
<https://doi.org/10.4337/9781784710774.00010>
- Asheim, B. T., & Gertler, M. S. (2005). The geography of innovation: Regional innovation systems. In: *The Oxford Handbook of Innovation*, 291-317. [\[Book\]](#).
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199286805.003.0011>
- Amirazodei, T. (2021). *Tourism geography*. Tehran: Mahkameh Publications [\[Book\]](#)
- Alizadeh, P., & Montagei, M. (2019). Support for research and development in the business sector. *Scientific-Research Quarterly, Special Issue on Science, Technology, and Innovation Policy*, 11(2), 362-378.
https://jstp.nrisp.ac.ir/article_13705.html. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20080840.1398.12.2.24.9>
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: Establishing the framework conditions. *Journal of Technology Transfer*, 42(5), 1030-1051.
<https://doi.org/10.1007/s10961-016-9473-8>
- Baba Jamali, F. (2014). Allometry of ice production and the spatial identity of habitats in Central Iran. *Geography and Environmental Planning*, 25(1), 11-24.
https://gep.ui.ac.ir/article_18640.html .
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20085362.1393.25.1.5.7>

- Becker, G. S. (1993). Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special references to education (3rd ed) university of Chicago press.
[ISBN: 0226041220, 9780226041223. \[book\]](#)
- Boschma, R. (2005). Proximity and Innovation: A Critical Assessment. *Regional Studies*, 39(1), 61-74.
<https://doi.org/10.1080/0034340052000320887>.
- Belletti, G., Marescotti, A., & Touzard, J.M. (2018). Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies. *World Development*, 98, 45–57.
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.004>
- Bramley, C., & Bienabe, E. (2012). Geographical indications, product quality, and local economic development. In: *Sustainable Food Systems: Building a New Paradigm*, 101-115. [\[book\]](#)
- Chinitz, B. (1961). Contrasts in agglomeration: New York and Pittsburgh. *The American Economic Review*, 51(2), 279-289.
- Clark, C. (1967). Von Thunen's Isolated State. *Oxford Economic Papers*, 19(3), 370-377.
<http://www.jstor.org/stable/2662333>
- Cresswell, T. (2015). *Place: An introduction* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
[ISBN: 978-0-470-65562-7](#)
- Dadgar, Y. (2004). *The history of the evolution of economic thought*. Qom: Mofid University Press [\[Book\]](#)
- Defever, F., Pereira, A. L. S., & Sassi, S. (2015). Geography of innovation: Evidence from France. *Review of Regional Research*, 35(3), 245-269.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10037-015-0102-4>
- Duffy, J. (2014). Intellectual Property on the International Stage: The World Intellectual Property Organization (WIPO). *The WIPO Journal*, 5(2), 93-102.
- Feldman, M. P. (2001). The entrepreneurial event revisited: firm formation in a regional context. *industrial and corporate change*, 10(4), 861- 891
<https://doi.org/10.1093/icc/10.4.861>
- Feldman, M. P., & Kogler, D. F. (2010). Stylized facts in the geography of innovation. In R. M
[DOI:10.1016/S0169-7218\(10\)01008-7](https://doi.org/10.1016/S0169-7218(10)01008-7)
- Feldman, M. P., & Martin, R. L. (2004). The Geographic Sources of Innovation: Technological Infrastructure and Product Innovation in the United States. In S. C. Stable URL:
<http://links.jstor.org/sici?sici=0004-5608%28199406%2984%3A2%3C210%3ATGS01T%3E2.O.CO%3B2-B>
- Florida, R. (2012). *The rise of the creative class: Revisited*. Basic Books.
- Glaeser, E. L., Pekkala kerr, s & Kerr, W. R. (2015). Entrepreneurship and urban growth: An empirical assessment with historical mines. *The Review of Economics and Statistics* 2015; 97 (2): 498-520.
[doi: https://doi.org/10.1162/REST_a_00456](https://doi.org/10.1162/REST_a_00456)
- Haggett, P. (1972). *Geography: A Modern Synthesis*. New York: Harper & Row
- Harvey, D. (2001). *Spaces of capital: Towards a critical geography*. Routledge.Taylor and francis ,
[ISBN : 0- 415-93240-8 , 0-415 -93241-6](#)
- Jaffe, A. B., Trajtenberg, M., & Henderson, R. (1993). Geographic localization of knowledge spillovers as evidenced by patent citations. *The Quarterly Journal of Economics*, 108(3), 577-598.
http://www.jstor.org/.,Stable URL: http://links.jstor.org/sici?sici=0033_5533%281_99308%29_108%3A3%3C_577%3AGLOKSA%3E2.O.CO%3B2-4.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Branding: Creating strong brands*. In *Marketing management* (15th ed., 265-310). Pearson.
<https://www.scirp.org › reference › referencespapers>

- Krugman, P. (1991). *Geography and trade*. Leuven university press. ISBN : 0262610868, 9780262610865 (online book)
- Kaviani Rad, M., & Ali Azizi, K. (2011). The role of spatial identity in shaping political actions: A case study of Enghelab Square and Street in Tehran. *Applied Research in Geographic Sciences*, 17(20), 151-167.
<https://jgs.khu.ac.ir/article-1-600-a.html>
- Kiani, G. R. (2006). *Windcatchers and sustainable architecture in the desert regions of Iran*. Tehran: Shahid Beheshti University Press [Book]
- Kiani, M. Y. (2001). *The architecture of Iran: From pre-Islamic times to the Qajar period*. Tehran: Samt Publications [Book]
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell. (Original work published 1974),
[ISBN 0-631-14048-4](https://www.blackwellpublishing.com/ISBN0-631-14048-4) [0-631-18177-6](https://www.blackwellpublishing.com/ISBN0-631-18177-6)
- Massey ,D.(1994). *Space , place and gender*. University of Minnesota Press. [ISBN: 9780816626175](https://www.upress.umn.edu/book-division/books/space-place-and-gender),
<https://www.upress.umn.edu/book-division/books/space-place-and-gender>. [Book]
- Malmberg, A., & Maskell, P. (2002). The elusive concept of localization economies: Towards a knowledge-based theory of spatial clustering. *Environment and Planning A*, 34(3), 429-449
[DOI: 10.1068/a3457](https://doi.org/10.1068/a3457) · [Source: RePEc](https://www.repec.org/)
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*, Macmillan and Co.,London Online Library of Liberty: Principles of Economics (8th ed.) ,
<http://oll.libertyfund.org>
- Memareaian, G. (2011). *Markets of Iran: A study in traditional architecture and urban planning*. Tehran: Iran University of Science and Technology Press [Book]
- Maham, M. (2021). Land-plant: A sustainable living environment (case study: the collective living pattern of early plant sociologists in the high plateau of Iran). *Indigenous Knowledge of Iran*, 8(16), 37-72.
<https://www.doi.org/10.22054/qjik.2021.62845.1283> .
- Maskus, K. E. (2017). *Intellectual property: A comprehensive textbook*. Edward Elgar Publishing. [Textbook]
- Moretti, E. (2012). *The new geography of jobs*. Houghton Mifflin Harcourt.
[ISBN: 9780547524275](https://www.harcourt.com/ISBN/9780547524275)
- OECD. (2009). *Regions matter: Economic recovery, innovation and sustainable growth*. OECD.
[ISBN: 9789264098159 \(print\)](https://www.oecd.org/publications/regions-matter/9789264098159.pdf), [ISBN 978-92-64-07652-5 \(PDF\)](https://www.oecd.org/publications/regions-matter/9789264098159.pdf)
- Pourahmad, A. (2014). *The Domain of Geography Philosophy* .Tehran: University of Tehran Press.
- Qiyumi Bidahandi, M. (2016). *Iranian gardens: A fusion of nature and architecture*. Tehran: Academy of Arts Publications [Book]
- Qin, Keyi.(2022) Analysis of Tesla’s Innovation Strategy and Influence of Leadership Proceedings of the 2022 2nd International Conference on Financial Management and Economic Transition (FMET 2022), 228-238
[DOI: 10.2991/978-94-6463-054-1_26](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-054-1_26)
- Rodríguez-Pose, A. (2013). Do institutions matter for regional development? , *Regional Studies*, 47(7), 1034-1047.
[DOI: 10.1080/00343404.2012.748978](https://doi.org/10.1080/00343404.2012.748978)
- Romer, P. M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98(5), S71-S102.
https://www.nber.org/system/files/working_papers/w3210/w3210.pdf
- Sanouberi, M. (2009). An introduction to human capital (concepts, characteristics, and measurement indicators). *Human Development Police Quarterly*, 6(22), 119-136.
<file:///C:/Users/admin/Downloads/30913882205.pdf>
- Todtling, F., & Trippel, M. (2005). One size fits all? Towards a differentiated regional innovation policy approach. *Research policy*, 34(8), 1203-1219.
[DOI: 10.1016/j.respol.2005.01.018](https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.01.018)

- Trippl, M., Grillitsch, M., & Isaksen, A. (2023). Regional innovation systems and proximity: Recent advances and future directions. *European Planning Studies*, 31 (4), 789-805.
<https://doi.org/10.1080/09654313.2023.2182271>
- Tuan, Y.-F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. University of Minnesota, Eighth printing 2001, Press.
 ISBN: 0-8166-3877-2
- Voldi, M., Safari, A., Karam, A., & Mohammadian, I. (2022). Cognitive geomorphology and the Dehloran narrative. *Geography and Development*, 20(66).
https://gdij.usb.ac.ir/article_6713.html.
- Yeo, M. E., Guerra, E., Barios, E., & Pigna, F. (2020). Exploring the Geographical Indications potential for sustainable development: Lessons from the Food and Agricultural Organization of the United Nations (FAO) experience. *Food Policy*, 96, 101885.
 DOI: 10.1016/j.foodpol.2020.101885
- Yu, P. K. (2011). TRIPS and Its Discontents. *Marquette Intellectual Property Law Review*, 10(2), 370-409.
 SSRN: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1754174
- European Union Intellectual Property Office. Types of Intellectual Property. Retrieved from
<https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/types-intellectual-property>
- United States Patent and Trademark Office. (2021). Intellectual Property. Retrieved from Trade secrets / regulatory data protection
- World Intellectual Property Organization. What is Intellectual Property? Retrieved from What is Intellectual Property (IP).
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2020). What is Intellectual Property? Retrieved from
<https://www.wipo.int/about-ip/en/>
- WTO. TRIPS: Intellectual property in the WTO. Retrieved from
https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm7_e.htm.
- WTO. (n.d.). World Intellectual Property Organization (WIPO). Retrieved from
https://www.wto.org/english/thewto_e/coher_e/wipo_e.htm.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 پرتال جامع علوم انسانی



نظریهٔ خلاقیت منطقه‌ای و نشانه‌های جغرافیایی (نقش نوآوری و پیشرفت اقتصادی در پویایی محیطی و هویت مکانی)

دکتر سمیه سادات شاه‌زیدی

مقاله پژوهشی

چکیده

هنگامی که فضا شکل می‌گیرد و مکان به مرتبت و شأن سکونت توصیف می‌شود، نیازها و اهداف بشر در آن تحت تأثیر عوامل متعدد تعریف می‌شوند. هر مکانی به واسطهٔ ویژگی‌های منحصر به فرد خود دارای پتانسیل‌های خلاقیت سرزمینی است. این پتانسیل‌ها زمینه‌ای را فراهم می‌کنند که انسان‌ها بتوانند ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی خود را شکل داده و توسعه دهند. به بیان دیگر، خلاقیت‌های هر مکان و سرزمینی به عنوان بستر اولیه عمل می‌کنند و انسان‌ها از طریق تعامل با این پتانسیل‌ها، آن‌ها را به ارزش‌ها و نوآوری‌های فرهنگی تبدیل می‌نمایند. هویتی که از این فرایند به دست می‌آید، می‌تواند مناطق خاص با نشانه‌های جغرافیایی را ایجاد کند. نشانه‌های جغرافیایی، عناصری هستند که هویت جغرافیایی یک منطقه را تعریف کرده و خلاقیت‌های سرزمینی را شکل می‌دهند و حفاظت از آن‌ها نقش مهمی در پویایی و پایداری محیطی داشته و بروز خلاقیت محیطی می‌تواند به پیشرفت مناطق منجر شود. رابطهٔ بین جغرافیا و درک خلاقیت‌های مکانی و حفاظت از نشانه‌های جغرافیایی، اولین گام حرکت انسان‌ها با هارمونی محیطی است. بر این اساس، حفاظت از نشانه‌های جغرافیایی به عنوان معرف شناسه محیط و شناخت خلاقیت‌ها، راهبردهای پیشرفت‌های اجتماعی را به گونه‌ای تنظیم خواهد کرد که با طبیعت و هویت مکانی در تضاد و تقابل قرار نگیرد و در این مرحله است که با شناخت چنین رمز زیستی، پایداری هردینگ‌های اجتماعی شکل خواهد گرفت. هدف این مقاله که با روش فراتحلیل انجام شده، بیشتر طرح مفاهیم جدیدی تحت عنوان خلاقیت سرزمینی و خلاقیت منطقه‌ای، جغرافیای مالکیت فکری و نشانه‌های جغرافیایی است بدان گونه که بتواند پنجرهٔ جدیدی از شناخت محیط و آموذن آن برای سیاست‌گذاران کلان برنامه‌ریزی‌های ملی، منطقه‌ای و محلی بگشاید.

جغرافیا و توسعه، شمارهٔ ۸۲، تابستان ۱۴۰۵
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۲۸
تاریخ بازنگری داور: ۱۴۰۴/۰۷/۲۴
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۸
صفحات: ۶۷-۹۴



واژه‌های کلیدی:

نشانه‌های جغرافیایی، خلاقیت منطقه‌ای،
نوآوری منطقه‌ای، هویت مکانی،
هردینگ‌های اجتماعی.

مقدمه

امروزه مفاهیم جغرافیایی و نشانه‌های جغرافیایی به یکی از ارکان اساسی پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع مختلف تبدیل شده‌اند. جغرافیا نه تنها به عنوان علم مطالعهٔ محیط و ویژگی‌های طبیعی مطرح است بلکه به عنوان ابزاری برای تعریف هویت و ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی یک مکان نیز شناخته می‌شود. نشانه‌های جغرافیایی، پتانسیل‌های بالقوهٔ محیطی هستند که با کنش‌های انسانی در بستر محیط به صورت بالفعل ظاهر می‌شوند. حفاظت و مدیریت این نشانه‌ها به طور مستقیم یا غیرمستقیم بر پیشرفت مناطق تأثیر می‌گذارد.

در جغرافیا، سه سطح اصلی تحلیل شامل؛ سطح سرزمینی (پهنه‌های کلان)، سطح منطقه‌ای (سطح میانی) و سطح مکانی (سطح خرد و کوچک) را شامل می‌شود. این سطوح از کلان به خرد حرکت می‌کنند و در کنار هم امکان تحلیل جامع جغرافیایی را فراهم می‌سازند. در این راستا خلاقیت در جغرافیا نیز می‌تواند در این سه سطح قابل بررسی باشد. خلاقیت سرزمینی به ظرفیت‌های یک سرزمین به عنوان یک پهنهٔ جغرافیایی گسترده می‌پردازد

و در مقابل، خلاقیت مکانی در سطح کوچکتر، به ویژگی‌های خاص یک مکان اشاره دارد؛ خلاقیت منطقه‌ای نیز به سطح میانی بین سرزمین و مکان تعلق دارد. این سه سطح، در عین تفاوت، در یک زنجیره مفهومی قرار دارند. در این میان، مفهوم هویت به عنوان یکی از مؤلفه‌های بنیادین جغرافیا، نقش کلیدی در شکل‌دهی و بهره‌برداری از خلاقیت در سطوح مختلف دارد و ظرفیت‌های خلاقانه یک مکان، منطقه یا سرزمین را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ بنابراین مفهوم هویت و سازمندی‌های اجتماعی، در درک خلاقیت جغرافیایی در سطوح مختلف بسیار مهم است و با این توصیف هویت در جغرافیا به مجموعه‌ای از خصوصیات و ویژگی‌هایی اشاره دارد که نتیجه تعامل میان عوامل طبیعی، فرهنگی، تاریخی، اجتماعی و انسانی در یک فضای جغرافیایی در طول زمان است (باباجمالی، ۱۳۹۳: ۱۱) و سازمندی اجتماعی نیز در ارتباط با ویژگی‌های منحصربه‌فرد محیط طبیعی، به عنوان بخشی از هویت مستقل جوامع، پدیدار می‌شود. این مفهوم نشان‌دهنده سازماندهی رفتاری، نحوه بهره‌برداری از منابع و توزیع قدرت در میان ساکنان یک سرزمین است که هرچند تحت تأثیر محیط طبیعی قرار دارد، ردپای هویت مکانی در تمامی جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی و سازه‌های این جوامع قابل مشاهده است (ولدی و همکاران، ۱۴۰۱: ۴۵).

نشانه‌های جغرافیایی و حفاظت از آن‌ها ریشه در تمدن‌های باستانی دارند. در دوره رنسانس اولین سیستم مدرن حفاظت از این نشانه‌ها شکل گرفت (Albrigh, 2017: 643). ایتالیا از نخستین کشورهایی بود که در این زمینه فعالیت نمود و مجلس سنای ونیز اولین قانون ثبت و حفاظت از اختراع را در سال تصویب کرد (Duffy, 2014: 94) با گذشت زمان، سیستم‌های مالکیت فکری در سطح جهانی با ایجاد معاهدات و سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان جهانی مالکیت فکری^۱ (WIPO) گسترش یافتند (Yo, 2014: 893). این سیستم‌ها استانداردهایی را برای حفاظت از حقوق مالکیت فکری، از جمله نشانه‌های جغرافیایی، فراهم کردند. در ایران نیز، عضویت در سازمان جهانی مالکیت فکری و پیمان‌های مرتبط (مانند توافقنامه لیسبون^۲) زمینه‌ساز تلاش‌هایی برای حفاظت از نشانه‌های جغرافیایی و تقویت اقتصاد محلی شده است.

با توجه به پیشرفت‌های تکنولوژیکی و نقش مالکیت فکری در تقویت نوآوری، نشانه‌های جغرافیایی می‌توانند به عنوان ابزاری مؤثر در حفاظت از دانش سنتی، حفظ میراث فرهنگی و توسعه اقتصاد محلی عمل کنند (Maskus, 2017) که به منشأ جغرافیایی‌اش وابسته است و به عنوان کاتالیزوری برای خلاقیت منطقه‌ای با هدف حفاظت از اصالت محصول و تقویت اقتصاد محلی از طریق تضمین کیفیت برای مصرف‌کننده عمل نمایند. علاوه بر این، سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای که بر همکاری شبکه‌های محلی و اشتراک دانش متمرکز هستند، نقش مهمی در پیشرفت‌های تکنولوژیکی و رشد اقتصادی ایفا می‌کنند. این سیستم‌ها با بهره‌گیری از ظرفیت‌های خاص هر منطقه، می‌توانند پویایی و پایداری اقتصادی را تقویت کنند. لازم به ذکر است، نشانه‌های جغرافیایی می‌توانند به عنوان یک نقش محرک، بستری برای فعالیت‌های دانش‌بنیان و خلاق فراهم نمایند. این شرکت‌ها بر نوآوری فناوری محور و تولید دانش متمرکز هستند و ممکن است لزوماً به یک مکان جغرافیایی خاص وابسته نباشند، اگرچه می‌توانند از نشانه‌های جغرافیایی به عنوان پایه‌ای برای فعالیت‌های نوآورانه خود استفاده کنند. به طور کلی، سه بُعد کلیدی در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته است:

- 0 نشانه‌های جغرافیایی به عنوان ابزاری حیاتی در حفاظت از دانش.
- 0 سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای به عنوان عاملی در پیشرفت تکنولوژی.
- 0 رشد و ارتقاء پایداری اقتصادی.

با توجه به این سه بُعد، مفهوم خلاقیت ذاتی و بالقوه منطقه‌ای مطرح می‌شود. مناطق، با توجه به ویژگی‌های خاص خود، می‌توانند راه حل‌های ابتکاری و نوآورانه‌ای برای پیشرفت بیابند. این موضوع ارتباط نزدیکی با آمایش سرزمین دارد چرا که در آمایش سرزمین نه تنها به نیازهای اقتصادی و اجتماعی بلکه به توانمندی‌های فرهنگی، منابع طبیعی و خلاقیت ذاتی مناطق نیز توجه می‌شود. خلاقیت در سطوح مختلف می‌تواند ساختار اجتماعی جوامع را تحت تأثیر قرار دهد و به شکل‌گیری هویت منحصربه‌فرد و متمایز منجر شود؛ بنابراین کشف و دستیابی به پتانسیل بالقوه و پنهان مناطق می‌تواند سبب بروز خلاقیت گردد (Massey, 1994) و در صورت تحقق خلاقیت در سه سطح اصلی تحلیل (سرزمینی، منطقه‌ای و مکانی) می‌توان از پتانسیل‌های هر سطح به شکلی نوآورانه استفاده نمود. اگر تفسیر خلاقیت را به هویت پیوند دهیم، می‌تواند یک الگوی زیستی به جامعه دیکته کند و این الگو، یکی از شکل‌های خلاقیت در هر مکان و بخشی از مباحث کلیدی آمایش سرزمین خواهد بود.

هاگت^۱ (۱۹۷۲) بر اهمیت بهره‌برداری از منابع و فرصت‌ها بر اساس ویژگی‌های منحصربه‌فرد طبیعی، فرهنگی و اقتصادی مناطق تأکید دارد و بیان می‌کند که برای دستیابی به توسعه پایدار و کارآمد، برنامه‌ریزی باید براساس نیازها و ظرفیت‌های خاص مکان‌ها متمرکز شود تا تعادل مناسبی بین انسان و محیط برقرار شود و از هدررفت منابع جلوگیری گردد (Haggett, 1972: 134) این ایده، همسو با مفهوم خلاقیت سرزمینی است و نشان می‌دهد که هر منطقه بر اساس ظرفیت‌های ویژه خود می‌تواند راه‌حل‌های ابتکاری برای توسعه پایدار ارائه دهد.

در این پژوهش، نظریه‌ای جدید تحت عنوان "نظریه خلاقیت منطقه‌ای و نشانه‌های جغرافیایی" است که براساس تحلیل مفاهیم فضایی و نقش آن‌ها در نوآوری و پیشرفت اقتصادی ارائه می‌شود و اولاً تلاش دارد نشان دهد که یک مکان چگونه می‌تواند خلاق باشد و به این نظریه به عنوان یک رویکرد مهم می‌پردازد. براساس این دیدگاه، خلاقیت صرفاً یک ویژگی فردی نیست بلکه به شدت تحت تأثیر ویژگی‌های خاص سرزمینی و محیطی قرار دارد که هر کدام می‌توانند خلاقیت را به شکل متفاوتی تحت تأثیر قرار دهند. این نظریه بر این باور است که خلاقیت سرزمینی می‌تواند نشانه‌های جغرافیایی یک منطقه را تعریف نموده و بستر مناسبی برای نوآوری و توسعه ایجاد نماید؛ چرا که هر سرزمینی ممکن است شرایط منحصربه‌فردی داشته باشد که انسان و کنش‌های انسانی بتواند خلاقیت خود را به شیوه‌ای متفاوت از سایرین بروز یا رشد دهند؛ بنابراین درک مفاهیم فضایی مرتبط با این نشانه‌ها برای دستیابی به نوآوری و توسعه اقتصادی ضروری است. دوماً با استفاده از نظریه خلاقیت منطقه‌ای و نشانه‌های جغرافیایی، پیوند میان عوامل طبیعی، فرهنگی، تاریخی و اقتصادی مناطق مختلف بررسی شود. چارچوب نظری ارائه شده در این پژوهش، مبنایی برای تحلیل یافته‌های مرتبط با نمادهای اکولوژیک و تاریخی در شهرها فراهم می‌کند تا نشان دهد چگونه این نشانه‌ها در تقویت خلاقیت منطقه‌ای و توسعه پایدار نقش دارند. در نهایت، درک این مفاهیم برای سیاست‌گذاران، محققان و دست‌اندرکارانی که به دنبال پویایی اقتصاد پایدار و حفاظت از هویت محلی هستند، اهمیت ویژه‌ای دارد.

مطالعات نشان می‌دهد که محققان به این موضوع توجه ویژه‌ای داشته‌اند و در این زمینه تحقیقات متنوع و

ارزشمندی انجام شده است. این پژوهش‌ها با استفاده از رویکردهای مختلف، به بررسی ابعاد گوناگون مفهوم نشانه‌های جغرافیایی و خلاقیت منطقه‌ای پرداخته‌اند. تریپل و همکاران^۱ (۲۰۲۳) در تحقیقی با عنوان: «سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای، پیشرفت‌های اخیر و جهت‌گیری‌های آینده» به ارزیابی تحول نقش مجاورت در نوآوری تحت تأثیر دیجیتالی شدن و جهانی‌شدن پرداخته‌اند و استدلال می‌کنند که اگرچه مجاورت جغرافیایی همچنان برای انتقال دانش ضروری است اما در عصر حاضر، کارایی سیستم‌های نوآوری به‌طور فزاینده‌ای به ترکیب پویای انواع مجاورت به‌ویژه مجاورت‌شناختی، نهادی و فناورانه وابسته است و براساس تحلیل داده‌های مناطق تأکید می‌کنند که مناطق حاشیه‌ای می‌توانند از طریق توسعه زیرساخت‌های دیجیتال (پلتفرم دیجیتال مشترک)، شکاف جغرافیایی را با ایجاد مجاورت مجازی جبران نمایند. یئو و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی پتانسیل نشانه‌های جغرافیایی برای توسعه پایدار با تکیه بر تجربیات و مطالعات موردی پروژه‌های مختلف فائو در سراسر جهان پرداختند. این مطالعه نشان داد که ارزیابی پتانسیل نشانه‌های جغرافیایی می‌تواند نقش مهمی در پیشبرد اهداف توسعه پایدار داشته باشد. نشانه‌های جغرافیایی با افزایش تقاضا و شناخت در بازار، به رشد اقتصاد محلی کمک کرده و به افزایش درآمد و فرصت‌های شغلی در مناطق روستایی منجر می‌شود. همچنین به حفظ دانش سنتی و تکنیک‌های تولید کمک نموده و حمایت از میراث فرهنگی تولید پایدارتر را تشویق و در نهایت رویکردی سازگارتر با محیط‌زیست و محیط اجتماعی را ترویج می‌کند. بلتی و همکاران^۳ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان: «نشانه‌های جغرافیایی، کالاهای عمومی و توسعه پایدار» به بررسی رابطه بین ثبت نشانه‌های جغرافیایی، تولید کالاهای عمومی محیط‌زیستی و دستیابی به توسعه پایدار در مناطق روستایی فرانسه پرداختند. این مطالعه با تحلیل موردی محصولاتی نشان داد که به دست آوردن نشانه جغرافیایی به ارتقاء کیفیت محصولات منجر می‌شود و به طور بالقوه افزایش اعتماد مصرف‌کننده و تمایل به تقاضای محصولات را افزایش می‌دهد. همچنین، این نظام به‌طور همزمان با ترویج شیوه‌های کشاورزی کم‌کربن و حفظ تنوع زیستی، کالاهای عمومی محیط زیستی ایجاد می‌کند و در نهایت بیان می‌کنند تحقق این منافع مستلزم هماهنگی بین استراتژی‌های تولیدکنندگان و سیاست‌های حمایتی دولت مانند آموزش فنی و بازاریابی است. اشیم و همکاران^۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی با موضوع سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای گذشته-حال-آینده به بررسی رویکرد سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای و نقش آن در توسعه نوآوری و جغرافیای اقتصادی پرداخته است. این پژوهش، ظهور مبانی نظری و تأثیرات این رویکرد بر مطالعات نوآوری و سیاست‌گذاری را تحلیل می‌کند و چالش‌های تحقیقاتی آینده را مورد توجه قرار می‌دهد. آن‌ها تأکید دارند که این رویکرد تاکنون بیشتر به صورت ایستا و به عنوان یک ابزار اکتشافی به کار گرفته شده است و پیشنهاد می‌کنند که تحقیقات آینده باید به سمت دیدگاهی پویا و مبتنی بر نظریه برای تحول و توسعه سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای حرکت کند. دیفور و همکاران^۵ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان جغرافیای نوآوری، به بررسی توزیع جغرافیایی فعالیت‌های نوآوری در فرانسه با هدف شناسایی عوامل تعیین‌کننده کلیدی عملکرد نوآوری منطقه‌ای و درک عوامل نابرابری در سراسر مناطق فرانسه پرداختند. نتایج نشان داد که نوآوری در فرانسه به شدت در مناطق خاصی متمرکز است و دریافتند عوامل مختلفی در این نابرابری از جمله سطح رقابت بین شرکت‌های محلی، اندازه شرکت‌ها و در دسترس بودن نیروی کار ماهر

1. Trippi et al
2. Yeo et al
3. Belletti et al
4. Asheim et al
5. Defever et al

نقش دارند. این امر اهمیت در نظر گرفتن ویژگی‌های منطقه‌ای و پرداختن به موانع بالقوه نوآوری را به منظور ترویج نوآوری متعادل‌تر و گسترده‌تر در بخش‌های مختلف نشان داد. بوشما^۱ (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان سیستم‌های منطقه‌ای نوآوری بر اهمیت رویکرد دیدگاه تکاملی به سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای پرداخت و بیان نمود این مسئله می‌تواند بینش‌های ارزشمندی را برای سیاست‌گذاران فراهم نماید و بر اهمیت سازگاری، تنوع و یادگیری مستمر در تقویت نوآوری منطقه‌ای و انعطاف‌پذیری اقتصادی تأکید دارد. با در نظر گرفتن این عوامل، سیاست‌گذاران می‌توانند ماهیت پویای سیستم‌های نوآوری را بهتر درک نموده و استراتژی‌های مؤثری را توسعه دهند که از نوآوری و رقابت منطقه‌ای حمایت کند و همچنین در مقاله‌ای دیگر (۲۰۰۵) با عنوان مجاورت و نوآوری یک ارزیابی انتقادی به بررسی جامع نقش انواع مختلف مجاورت در فرآیند نوآوری می‌پردازد. وی پنج نوع مجاورت شامل: جغرافیایی، شناختی، سازمانی، اجتماعی و نهادی را معرفی و استدلال می‌کند که مجاورت جغرافیایی به تنهایی برای ایجاد نوآوری کافی نیست. این پژوهش نشان می‌دهد که نزدیکی فیزیکی می‌تواند تعاملات رو در رو، انتقال دانش و همکاری‌های نوآورانه بین شرکت‌ها، مؤسسات تحقیقاتی و سایر سازمان‌ها را تسهیل کند و تأکید می‌کند که مجاورت جغرافیایی یک عامل کلیدی در توسعه و گسترش دانش است اما اثربخشی آن به وجود سایر عوامل وابسته است. توتلینگ و تریپل^۲ (۲۰۰۵) به موضوع سیستم‌های منطقه‌ای و بخشی نوآوری متمرکز پرداختند. و بیان می‌کنند که پویایی نوآوری نه تنها براساس ویژگی‌های یک منطقه خاص بلکه توسط ویژگی‌های منحصربه‌فرد یک صنعت خاص شکل می‌گیرد. این مطالعه استدلال می‌کند که یک رویکرد سیاست نوآوری استاندارد و واحد ممکن است برای همه مناطق و صنایع موثر نباشد و سیاست‌های نوآوری باید متناسب با نیازها و نقاط قوت‌های هر منطقه و صنعت باشد و این مسئله به معنای در نظر گرفتن عواملی مانند: منابع محلی، پایگاه‌های دانش و پویایی منحصربه‌فرد صنایع مختلف است. فلدمن و مارتین^۳ (۲۰۰۴) در پژوهشی با عنوان: «منابع جغرافیایی نوآوری» به بررسی رابطه بررسی زیرساخت‌های فناوری و نوآوری محصول در ایالات متحده با هدف بررسی رابطه بین زیرساخت‌های فناوری و نوآوری محصول در سطح ایالتی در ایالات متحده، با تمرکز بر اهمیت سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی در تقویت نوآوری منطقه‌ای پرداختند. یافته‌های تحقیق، ارتباط مثبتی بین سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی در زیرساخت‌های فناوری و نتایج نوآوری محصول نشان داد و بر نقش عوامل حیاتی منطقه‌ای و سرمایه‌گذاری در ارتقای نوآوری در سراسر ایالات متحده آمریکا تأکید می‌کند.

اگرچه بسیاری از محققان در این زمینه تلاش کرده اند اما جغرافیدانان بنا به مقاصد خاص در این زمینه توجه خاصی به این مسئله داشته اند زیرا محیط و پدیده‌ها دارای نظم هستند که این نظم، منطق و قوانینی را در فضا منعکس می‌کند که به رمز زیست شهرت دارد. آن چیزی که پیوند میان محیط طبیعی و فعالیت‌های انسانی را شکل می‌دهد، مجموعه‌ای از نشانه‌ها، الگوها و رموزی است که باعث ایجاد سازمانی پایدار به مفهوم واقعی می‌گردد و به آن رمز زیست گفته می‌شود (مهام، ۱۴۰۰: ۳۷). در این راستا، مفهوم خلاقیت سرزمینی^۴ به عنوان ابزاری برای بازتعریف سازمانی‌های اجتماعی و ایجاد پیوندی براساس همکاری و تعاون مطرح می‌شود. واژه خلاقیت سرزمینی، اصطلاح جدیدی است و این نکته را نباید فراموش کرد که واژه خلاقیت بیشتر برای فرایند خاصی درباره فعالیت مغز انسان به کار گرفته می‌شود، حال آن‌که منظور از خلاقیت سرزمینی تنها معطوف به ویژگی‌های

1. Boschma

2. Todtling & Trippel

3. Feldman & Martin

4. Creative Territory

فکری انسان نیست بلکه همان گونه که انسان ها قادر هستند دریافت های جدیدی از رصد پدیده ها ارائه دهند، سرزمین ها نیز ذاتا دارای پتانسیل های نهفته ای هستند که می توانند از طریق کنش و فعالیت های انسانی و سیاست گذاری ها مناسب به خلاقیت توسعه محور تبدیل شوند. حال این پرسش مطرح است که میان بهره مندی های مقطعی از سرزمین و تضادهایی که ممکن است با خلاقیت های سرزمینی به وجود آید چگونه می توان دوری جست و فعالیت های توسعه منطقه ای را به چه نحو می توان با خلاقیت سرزمینی به یک هارمونی پیوند داد تا از بروز آسیب به خلاقیت های سرزمینی جلوگیری نماید.

مبانی نظری

نظریه های مطرح شده در این پژوهش شامل: نظریه جغرافیای مکان، نظریه جغرافیای اقتصادی^۱، نظریه سرمایه انسانی^۲، نظریه اکوسیستم های کارآفرین^۳، نظریه توسعه و انتشار دانش^۴، دیدگاه نهادها و سیاست ها^۵ و دیدگاه زیرساخت ها و اتصال^۶، چارچوبی مفهومی برای تحلیل نقش نشانه های جغرافیایی و خلاقیت منطقه ای ارائه می دهند. این چارچوب تلاش دارد تا نشان دهد که چگونه تعامل میان عوامل محیطی، فرهنگی و اقتصادی به همراه سیاست گذاری ها و زیرساخت های مناسب، می تواند زمینه ساز بروز خلاقیت های منطقه ای و دستیابی به توسعه پایدار شود. از این منظر، نشانه های جغرافیایی نه تنها به عنوان عناصر هویت بخش مکانی بلکه به عنوان محرک های نوآوری و توسعه منطقه ای نیز مورد توجه قرار می گیرند^۷. نظریات مطرح شده ابزارهای تحلیلی ارزشمندی برای درک عمیق تر رابطه میان نشانه های جغرافیایی، خلاقیت منطقه ای و پویایی های اقتصادی ارائه می دهند و راهکارهایی برای بهره گیری از ظرفیت های منطقه ای در مسیر پیشرفت پایدار پیشنهاد می کنند.

۱- نظریه جغرافیای مکان: جغرافیای مکان بر اهمیت درک ویژگی های منحصر به فرد مرتبط با مکان در شکل دهی به نتایج اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی تأکید دارد و بیان می کند با در نظر گرفتن ویژگی های خاص و پویایی هر مکان می توان درک نمود که چگونه عوامل محیطی و محلی، در توسعه با هم در تعامل هستند که از طریق آن ها افراد می توانند تجربه ها و معنا های مختلف از مکان به دست آورند. همچنین مکان ها می توانند نمادی از قدرت باشند؛ و بر این نکته تأکید دارد که مکان ها صرفاً موقعیت های فیزیکی نیستند، بلکه از تعامل میان فضا، معنا و تجربه زیسته انسان ها شکل می گیرند (Tuan, 1977: 3,7) و از طریق کنش های اجتماعی، حافظه تاریخی و هویت فرهنگی معنا یافته و به بخشی از زندگی تبدیل می شوند (Cresswell, 2015) از این منظر مکان ها به طور اجتماعی تولید می شوند و همواره در معرض روابط نابرابر قدرت قرار دارند (Lefebvre, 1991) قدرت سیاسی، اقتصادی و

1. Economic geography

2. Human Capital

3. Entrepreneurial Ecosystems

4. Knowledge Spillovers

5. Institutions and Policies

6. Infrastructures and Connectivity

۷. دو مفهوم خلاقیت در سطوح مختلف جغرافیایی (سرزمینی، منطقه ای و مکانی) و سیاست گذاری فضایی باید به آن توجه شود. خلاقیت در سطوح مختلف به استعدادها و پتانسیل های نهفته ای اشاره دارد که تبدیل نشانه های جغرافیایی به محصول می تواند موجب توسعه محصولات نوین گردد و شامل فعالیت های اقتصادی دانش بنیان و خلاق می شود. شرکت های دانش بنیان و خلاق می توانند یکی از خروجی های خلاقیت مناطق باشند به ویژه زمانی که این شرکت ها از عوامل محلی برای توسعه فناوری یا محصولات نوآورانه بهره می برند. سیاست گذاری فضایی می تواند بستری را برای بهره برداری از خلاقیت منطقه ای فراهم نماید و به وسیله دولت یا نهادها برای مدیریت فضا، توزیع منابع و ایجاد تعادل در استفاده از آن ها انجام می شود؛ بنابراین وقتی در سطوح مختلف خلاقیت بررسی گردد، خلاقیت، بر نوآوری و تولید ارزش متمرکز است و سیاست گذاری فضایی به دنبال ایجاد ساختاری برای بهره برداری بهینه از منابع و فضا است.

فرهنگی از طریق برنامه‌ریزی فضایی، سرمایه‌گذاری و بازنمایی نمادین در مکان‌های مختلف اعمال و دوباره ساخته می‌شوند (Harvey, 2001).

۲- نظریه جغرافیای اقتصادی: این نظریه را می‌توان در آثار چندین اقتصاددان و جغرافیدان کلاسیک قرن ۱۸ و ۱۹ مثل آدام اسمیت، دیوید ریکادو^۱ و فون تونن^۲ جستجو کرد. این دیدگاه چگونگی تأثیر جغرافیای مکان و فضا را بر فعالیت‌های اقتصادی (نوآوری و توسعه) بیان می‌کند و نقش اقتصادهای انبوه و همچنین مزایایی که شرکت‌ها و افراد با یکدیگر دارند را بررسی می‌نماید (Krugman, 1991: 4).

۳- نظریه سرمایه انسانی: این نظریه در اوایل دهه ۱۹۶۰ برای اولین بار توسط اقتصاددان آمریکایی شولتز^۳ ارائه شد. گری‌بکر در سال ۱۹۶۴ نظریه او را گسترش داد (صنوبری، ۱۳۸۸: ۱۲۱) و بیان کرد دسترسی به نیروی کار ماهر یک عامل مهم و مؤثر در نوآوری و توسعه است (Moretti, 2012). تیم‌های تحقیقاتی با افراد ماهر و با تجربه در دانشگاه‌ها و موسسات علمی با ترکیب مهارت‌ها و دیدگاه‌های ویژه می‌توانند در نوآوری، اقتصاد دانش محور و توسعه نقش زیادی داشته باشند (Becker, 1993: 18). یکی از نمونه‌هایی که از چگونگی مشارکت سرمایه‌های انسانی در پذیرش و اجرای فناوری مثال زدنی است، شرکت خودروهای برقی و انرژی پایدار تسلا است. این شرکت با ایجاد تیم‌های مستعد توانسته است فناوری‌های پیشرفته خود را در خودروهای الکتریکی، و راه‌حل‌های ذخیره‌سازی انرژی توسعه دهد (Qin, 2002: 228).

۴- نظریه اکوسیستم‌های کارآفرین: در توسعه این مفهوم، چینیتز^۴ (۱۹۶۱)، فلوریدا^۵ (۲۰۱۲) گلیسر و همکاران^۶ (۲۰۱۵) نقش داشتند (Chinitz, 1961:279; Florida, 2012; Glaeser et al, 2015: 498). این نظریه را محرک حیاتی برای نوآوری و توسعه یک منطقه می‌دانند. مناطقی که امکان فراهم کردن محیط‌های حمایتی، فراهم کردن منابع مالی، آموزش و ورود به شبکه‌های تجاری را دارند، موقعیت بهتری برای پرورش و حفظ سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه خواهند داشت (Audretsch and Belitski, 2017: 1030) از نمونه‌های برتر اکوسیستم‌های کارآفرین، دره سیلیکون در خلیج سانفرانسیسکو کالیفرنیا است که از تمرکز شرکت‌های سرمایه‌گذار خطرپذیر سود می‌برد و با حضور دانشگاه‌های بزرگ مثل استنفورد و برکلی زمینه‌های همکاری کارآفرینان و سرمایه‌گذاران را فراهم می‌نماید (Feldman, 2001: 831).

۵- نظریه توسعه و انتشار دانش: دو شخصیت برجسته در توسعه این نظریه کنت ارو و پل رومر^۷ هستند. ارو برنده جایزه نوبل اقتصاد، یکی از اولین اقتصاد دانانی بود که در مقاله‌ای با عنوان رفاه اقتصادی و تخصیص منابع برای اختراع نظریه توسعه و انتشار دانش را مورد بحث قرار داد و رومر، نظریه ارو را گسترش داد و استدلال کرد که دانش ایجاد شده توسط یک شرکت یا فرد می‌تواند به راحتی به سایر شرکت‌ها و افراد سرایت کند و منجر به اثرات خارجی مثبت در قالب افزایش نوآوری و رشد شود (Arrow, 1962: 609-618). درک این نظریه، مفهوم توسعه دانش در بین شرکت‌ها، موسسات تحقیقاتی و دانشگاه‌ها را تسهیل می‌کند و به تشکیل شبکه‌های منطقه‌ای (Boschma, 2005: 61; Feldman and Kogler, 2010) ترویج همکاری و تخصص، رقابت و نوآوری، توسعه و

1. David Ricardo

2. Von Thünen

3. Schultz

4- Chinitz

5. Florida

6. Glaeser et al

7. Kenneth Arrow and Poul Romer

محصولات/ فناوری‌های جدید و رشد منطقه‌ای منجر می‌شود (Jaffe et al, 1993: 577; Malmberg and Maskell, 2002: 429)

۶- دیدگاه نهادها و سیاست‌ها: این نظریه ریشه در آثار چندین اقتصاددان کلاسیک، دانشمندان علوم سیاسی و جامعه‌شناسی دارد که می‌توان به آدام اسمیت^۱، ماکس وبر^۲ اشاره کرد (دادگر، ۱۳۸۳: ۱۰). این دیدگاه بر نقش نهادها (مانند: دولت‌ها، دانشگاه‌ها، سازمان‌های تحقیقاتی و شرکت‌ها) و سیاست‌های عمومی در شکل‌دهی به مسیرهای نوآوری و توسعه اقتصادی اشاره دارد. نهادها به عنوان بازیگران اصلی، از طریق قوانین، مقررات و زیرساخت‌ها، محیطی ایجاد می‌کنند که نوآوری در آن امکان‌پذیر باشد و بر نقش سیاست‌هایی مانند: مشوق‌های مالیاتی، حمایت از مالکیت فکری، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و ایجاد خوشه‌های صنعتی برای تسهیل نوآوری تاکید دارد. همچنین نهادها می‌توانند از طریق تعاملات اجتماعی و شبکه‌های منطقه‌ای، جریان‌های دانش و همکاری‌های نوآورانه را تقویت کنند (Rodríguez-Pose, 2013: 1034) بنابراین سیاست‌ها و قوانین می‌توانند همکاری، کارآفرینی و توسعه مهارت، دسترسی به منابع را تسهیل و تقویت نمایند (علیزاده و منطقی، ۱۳۹۸: ۳۶۲).

۷- دیدگاه زیرساخت‌ها و اتصال: این تئوری در طول زمان از طریق کار اقتصاد دانان مختلف، برنامه‌ریزان شهری و جغرافیدانان تکامل یافت. فون تونن^۳ اقتصاد دان آلمانی و برنامه ریز شهری در سال ۱۸۲۶ مدل دولت منزوی را توسعه داد. این مدل اهمیت هزینه‌های حمل و نقل و اتصال را در تعیین کاربری زمین و توسعه اقتصادی نشان داد (Clark, 1967:370) مارشال^۴ اقتصاددان آمریکایی در سال ۱۸۹۰ مفهوم مناطق صنعتی و اهمیت نزدیکی فضایی، زیرساخت‌ها و شبکه‌ها را در تقویت نوآوری و رشد اقتصادی برجسته کرد (Marshall, 1890) برودل^۵ جغرافیدان فرانسوی در سال ۱۹۴۹ نیز از طریق تحلیل از نقش شبکه‌های حمل و نقل، زیرساخت‌ها و سیستم‌های ارتباطی را در تکامل تاریخی اقتصادها و جوامع به توسعه این نظریه کمک کرد. این محققان اهمیت سیستم‌های حمل و نقل و شبکه‌های ارتباطی را در شکل دادن به رشد اقتصادی و نوآوری، بیان نمودند. حمل و نقل و ارتباطات، بر جریان کالاها و خدمات و چشم انداز نوآوری و توسعه تأثیرمی‌گذارد و مناطقی با شبکه‌های زیرساختی توسعه یافته می‌توانند بر موانع فضایی غلبه نموده و تبادل دانش را ارتقا داده و رشد اقتصادی را تقویت نمایند (OECD, 2009).

1. Adam smith

2. Max weber

3. Von Thunen

4. Marshal

5. Braudel

6. Organization for economic CO- operation and development (OECD)



شکل ۱: ارتباط نظریات با جنبه‌های تأکیدی در نظریه خلاقیت منطقه‌ای و نشانه‌های جغرافیایی

تهیه و ترسیم: نگارنده ۱۴۰۴

داده‌ها و روش‌ها

روش تحقیق در این مطالعه براساس روش فراتحلیل^۱ است و با استفاده از مطالعه تحقیقات پیشین و دستیابی به دیدگاه جامع‌تر در مورد نظریه خلاقیت منطقه‌ای و نشانه‌های جغرافیایی صورت گرفته است. برای دستیابی به مفهوم خلاقیت منطقه‌ای و نشانه‌های جغرافیایی پس از یک جست و جوی نسبتاً گسترده در پایگاه‌های داده Google Scholar, Scopus و.....، کتب و مقالاتی که نظریات مختلفی از این مفهوم را در خود با بداعت نظری خاصی به کار گرفته بودند، انتخاب شد. ابتدا نظریه جغرافیای مکان، نظریه جغرافیای اقتصادی، نظریه سرمایه انسانی، نظریه اکوسیستم‌های کارآفرین، نظریه توسعه و انتشار دانش، نظریه نهادها و سیاست‌ها و نظریه زیرساخت‌ها و اتصال مطالعه گردید. سپس آن چه که در حوزه خلاقیت منطقه‌ای و نشانه‌های جغرافیایی مطرح شده بود، محتوای آن‌ها به عنوان یک نظریه خلاصه و تحلیل شد.

نتایج و بحث

مهم‌ترین دستاوردی که از نظر زمانی در اولین گام تحقیق به دست آمد، نحوه تحول و حجم کارهایی است که در این زمینه صورت گرفته است. بازنگری درک مالکیت فکری برای افراد سازمان‌هایی که به دنبال محافظت از نوآوری‌های خود، حفظ مزیت و تضمین جبران منصفانه تلاش‌های خلاقانه هستند، بسیار مهم است. چهار نوع اصلی مالکیت فکری وجود دارد که می‌توان به اختراعات، علائم تجاری، حق چاپ و اسرار تجاری اشاره کرد (WIPO, 2020).^۲

1. Meta-Analysis

2. World Intellectual Property Organization (WIPO , 2020)

نشانه‌های جغرافیایی به عنوان بخشی از نظام حقوقی مرتبط با مالکیت فکری، ابزارهایی برای حفاظت از نام و مشخصات مرتبط با کالاها و مکان‌ها هستند اما فراتر از جنبه اقتصادی، به عنوان نمادهایی از هویت فرهنگی، میراث تاریخی و روابط قدرت در فضا عمل می‌کنند و فضا را به مکانی معنادار تبدیل می‌نمایند. این نشانه‌ها امکان تشخیص کیفیت کالاها و تمایز میان تولیدکنندگان مختلف را برای مصرف‌کنندگان فراهم می‌کنند. علاوه بر این، نشانه‌های جغرافیایی اغلب مرتبط با محصولات هستند که ویژگی‌های منحصر به فرد آن‌ها تحت تأثیر شرایط طبیعی، فرهنگی و مهارت‌های بومی شکل گرفته‌اند؛ مانند محصولات کشاورزی، مواد غذایی و صنایع دستی که به منطقه جغرافیایی خاصی وابسته‌اند. در این میان، مفهوم خلاقیت در مقیاس‌های مختلف نقش برجسته‌ای ایفا می‌کند زیرا نشان‌دهنده تعامل سازنده میان انسان و محیط پیرامون اوست. خلاقیت محیطی به ویژه در طراحی سازه‌ها و تولیدات انسانی مشاهده می‌شود که این سازه‌ها علاوه بر پاسخ به چالش‌های اقلیمی و محیطی، به عنوان بازتابی از میراث فرهنگی و هویت منطقه نیز شناخته می‌شوند. چنین طراحی‌هایی مبتنی بر دانش بومی، نوآوری و بهره‌گیری بهینه از منابع محلی هستند و نمونه‌هایی از رویکردهای سازگار با طبیعت به شمار می‌روند.

ارتباط میان شرایط جغرافیایی، اقلیم و منابع طبیعی، نمونه بارزی از تعامل سازنده میان انسان و محیط را به نمایش می‌گذارد. این تعامل نه تنها موجب ایجاد ساختارهایی کارآمد و پایدار می‌شود بلکه اهمیت دانش بومی را در سازگاری با شرایط طبیعی و فرهنگی هر منطقه برجسته می‌کند. این رویکرد از یک سو به نیازهای محیطی و اقلیمی پاسخ می‌دهد و از سوی دیگر، به عنوان الگویی مؤثر برای توسعه پایدار، حفظ میراث فرهنگی و ارتقای کیفیت زندگی در مناطق مختلف قابل استفاده است.

نقش جغرافیا، پیشرفت و نوآوری

مکان، محیط و فضا سه مفهوم بنیادین در علم جغرافیا هستند که هر یک به طور منحصر به فرد زمینه ساز پیشرفت و نوآوری در جوامع انسانی هستند و نقش مهمی در شکل‌دهی به مسیر توسعه و خلاقیت دارند. در راستای این مسئله، جغرافیای مالکیت فکری بیان می‌شود که نشان دهنده نقش مفاهیم بنیادین جغرافیا است. جغرافیای مالکیت فکری به دنبال تحلیل این مسئله است که چگونه ویژگی‌های جغرافیایی و کنش‌های انسانی در یک منطقه، تولید و حفاظت از دانش، نوآوری و خلاقیت را تحت تأثیر قرار می‌دهد و چگونه حقوق مالکیت فکری می‌تواند به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی عمل کند.

محیط

مجموعه وضعیت پیرامونی است که فرد یا واحدی را احاطه می‌کند و به کنش و کارکرد آن جهت و معنا می‌دهد. در جغرافیا محیط از درهم تنیدگی اوضاع اجتماعی-اقتصادی ساختار جامعه و لایه زندگی (زیست کره) به وجود آمده است. ویژگی‌های ساختاری محیط تعیین کننده عملکرد آن است. بدین مفهوم که الگوهای و معیارهای رفتاری و نقش‌های اجتماعی را بر ساکنان خود تحمیل می‌کند یا برخی از الگوها و معیارهای رفتاری را تقویت و برخی دیگر را تضعیف می‌نماید. رفتار، تابع تأثیر متقابل فرد و محیط است و می‌توان بیان نمود انسان مهمترین عامل معنادهنده به مکان است (کاویانی‌راد و علی عزیزی، ۱۳۹۰: ۱۵۳).

فضا

فضا در جغرافیا به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی است که فرد کورشیف^۱ (۱۹۵۳) در تعریف جغرافیا آن را علم قوانین حاکم بر نحوه پراکندگی و توزیع پدیده‌ها می‌داند و برد^۲ (۱۹۸۹) جغرافیا را مطالعه علمی روابط فضایی متغیر بین پدیده‌های قابل مشاهده به عنوان جایگاه و جهان انسان تعریف می‌کند (پوراحمد، ۱۳۹۳: ۷۱)؛ بنابراین فضا در جغرافیا به عنوان یک مفهوم پویا و چندبعدی شناخته می‌شود که نه صرفاً یک گستره فیزیکی بلکه بستری برای تعاملات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی است. فضا شامل عناصر طبیعی، انسانی و اجتماعی است که در ارتباط متقابل با یکدیگر، معنا و هویت پیدا می‌کنند. فضا به فرآیندها، روابط و جریان‌هایی اشاره دارد که در یک گستره رخ می‌دهند. فضا نه تنها عرصه‌ای برای فعالیت‌های انسانی است بلکه خود تحت تأثیر کنش‌ها و ساختارهای اجتماعی و سیاسی شکل می‌گیرد و تغییر می‌کند. به طور خلاصه، فضا زمینه‌ای است که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند، فعالیت می‌کنند و معنا می‌آفرینند و این معنا از ارتباط میان عناصر موجود در آن فضا حاصل می‌شود.

مکان

مکان کانون علم جغرافیا و هویت و تجلی فرهنگ در مکان است. انسان با توجه به مجموعه باورها، اندیشه‌ها و کنش‌هایش، منشاء معنادهی و هویت سازی برای مکان به شمار می‌رود (کاویانی‌راد و علی عزیزی، ۱۳۹۰: ۱۵۲)؛ بنابراین مکان پهنه‌ای است که تلفیق عوامل و عناصر جغرافیایی، ویژگی خاصی به آن می‌بخشد و به عنوان ظرفی عمل می‌کند که مظهر آن عوامل طبیعی و انسانی است که در ظرف مکان، طوری با هم ارتباط برقرار می‌کنند که آن مکان را از سایر مکان‌ها متمایز می‌کند (میرعزیدی، ۱۴۰۰: ۲۵). به برخی از مکان‌های قابل وصف می‌توان به خیابان و میدان انقلاب تهران اشاره کرد که در زمان‌های مختلف به عنوان مکانی برای تجمعات سیاسی، مذهبی و اجتماعی، هویتی خاص پیدا نمود (کاویانی‌راد و علی عزیزی، ۱۳۹۰: ۱۵۳). با توجه به این مفاهیم، جغرافیا نقشی کلیدی در رشد و توسعه سرزمین ایفا می‌کند و با تأثیرگذاری بر توزیع منابع و فرصت‌ها، ظرفیت نوآوری مناطق را شکل می‌دهد. این علم با برجسته‌سازی ویژگی‌های منحصر به فرد هر منطقه، زمینه ساز تعریف هویت منطقه‌ای و ایجاد برندهای منطقه‌ای می‌شود برند به عنوان یک نام، اصطلاح، طرح یا نماد، در واقع تصویری است که یک مکان، محصول یا خدمت در ذهن مخاطب ایجاد و آن را از سایرین متمایز می‌سازد (Kotler & Keller, 2016: 265). برند علاوه بر جنبه‌های ظاهری و بصری، ارزش، هویت و تجربه‌ای را نمایان می‌کند که فرد از تعامل با آن به دست می‌آورد و نقشی حیاتی در ایجاد اعتماد، وفاداری و انتقال پیام‌های فرهنگی و اجتماعی دارد. برندهایی که از نشانه‌های جغرافیایی بهره می‌برند، با خلاقیت محیطی، حس اصالت و کیفیت را در محصولات خود تقویت کرده و به پیشرفت پایدار منطقه کمک می‌کنند. درک این پویایی و اجرای سیاست‌های حمایتی می‌تواند محیطی ایجاد کند که نوآوری را تقویت کرده و از حقوق مرتبط با آن حمایت نماید.

بنابراین، خلاقیت در سه سطح تحلیل (سرزمینی، منطقه‌ای و مکانی) می‌تواند به طور مستقیم برای تفسیر مورد استفاده قرارگیرد. این رویکرد به ایجاد درک متفاوتی از فضا منجر شده و امکان بررسی و تحلیل آن را از زاویه‌ای خلاقانه فراهم می‌کند؛ زاویه‌ای که نه تنها از دیدگاه جغرافیایی بلکه از منظر فرهنگی، اجتماعی، حس تعلق به مکان

و حتی هنری نیز حائز اهمیت است. تحلیل در مقیاس‌های مختلف می‌تواند شیوه ادراک و تعامل انسان با فضا را به شکلی نوین و خلاقانه هدایت کند و این ارتباط چندبعدی همان مفهومی است که در ذات علم جغرافیا نهفته است. برخی از جنبه‌های کلیدی این رویکرد را می‌توان در نشانه‌های جغرافیایی، سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای و پیشرفت اقتصادی محلی و منطقه‌ای مشاهده کرد که در ادامه به توضیح مختصر آن‌ها پرداخته می‌شود.

الف: نشانه‌های جغرافیایی^۱ و حفاظت از دانش سنتی: این مفهوم شکلی از مالکیت فکری است که منشاء هر محصولی را از یک منطقه خاص می‌داند؛ یعنی جایی که کیفیت، شهرت یا سایر ویژگی‌های آن اساساً به آن منشاء جغرافیایی نسبت داده می‌شود که از حقوق تولیدکنندگان و جوامع محلی محافظت می‌کند و در عین حال حفظ دانش سنتی و میراث فرهنگی را نیز ترویج می‌کند (Bramley and Bienabe, 2012: 101). از برخی از نمونه‌های منحصربه‌فرد در جهان می‌توان به چای دارجلینگ هند، برنج باسمانی هند و پاکستان، زیتون کالاماتا یونان، قهوه کونا هاوایی ایالات متحده آمریکا، پنیر گودا هلند، فلفل سیچوان چین، زمرد کلمبیا، زعفران تالیوین مراکش و ... اشاره کرد. قابل توجه است که تعهد کشورها به حفاظت از نشانه‌های جغرافیایی ضروری است.

در ایران نیز نشانه‌های جغرافیایی به عنوان یکی از مهمترین عناصر هویت بخش مکانی، نقشی کلیدی در معرفی ویژگی‌های طبیعی، فرهنگی و اقتصادی یک منطقه دارند. این نشانه‌ها که می‌توانند شامل محصولات کشاورزی، صنایع دستی، یا حتی معماری خاص باشند، نه تنها نمایانگر میراث فرهنگی و تاریخی یک منطقه هستند بلکه ظرفیت‌های اقتصادی و اجتماعی آن را نیز برجسته می‌کنند. جدول ۱ نمونه‌هایی از این نشانه‌های جغرافیایی در مناطق مختلف ایران را به تصویر می‌کشد و نشان‌دهنده تنوع بی‌نظیر در ابعاد مختلف است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۱: نشانه‌های جغرافیایی، محصول و ویژگی‌های آن

شهر	محصول	ویژگی‌های متمایز
کاشان	فرش‌های دست بافت باکیفیت که دارای طرح، مواد و تکنیک بافت منحصر به فرد خود است. گلاب استفاده در صنعت داروسازی و مواد غذایی	ویژگی‌های متمایز فرش کاشان به صنعت محلی منطقه، دسترسی به پشم و ابریشم مرغوب و سنت ریشه‌دار قالی‌بافی نسبت داده می‌شود. شرایط آب‌وهوایی و خاک منطقه و گلاب‌گیری سنتی منجر به شهرت جهانی شده است
تبریز	فرش میوه خشک، به‌ویژه انگور آفتابی، زردآلو و انجیر	هویت اصیل و هنری شرایط منحصر به فرد آب‌وهوا و خاک منطقه، همراه با روش‌های سنتی فرآوری، به طعم، بافت و ارزش غذایی متمایز میوه خشک تبریز کمک می‌کند.
اردبیل	پنیر سفید	شهرت ویژه در بازارهای محلی و جهانی به دلیل روش خاص تولید، طعم و کیفیت منحصر به فرد
لاهیجان	چای	آب‌وهوای منحصر به فرد، شرایط خاک و روش‌های سنتی کشت به طعم و عطر متمایز چای لاهیجان کمک می‌کند و آن را به محصولی پرطرفدار هم در سطح محلی و هم در سطح بین‌المللی تبدیل کرده است.
انزلی	خاویار	شرایط محیطی منحصر به فرد دریای خزر در کنار روش‌های سنتی صید و فرآوری، طعم و بافت متمایز خاویار انزلی را به وجود می‌آورد. ثبت این محصول در گیلان می‌تواند ضمن ارتقای توسعه اقتصادی محلی، از دانش سنتی و میراث فرهنگی مرتبط با این محصول محافظت کند
اصفهان	گز سنتی صنایع دستی قلم‌زنی صنایع دستی خاتم ترمه	منشأ آن شهر گز در استان اصفهان است. طعم و بافت منحصر به فرد ناشی از شرایط اقلیمی خاص منطقه و روش‌های سنتی تولید آن است. حکاکی روی فلز با طرح‌های سنتی که توسط هنرمندان محلی انجام می‌شود. استفاده از چوب، استخوان و فلز برای تولید تزیینات خاتم‌کاری این منسوجات دارای طرح‌ها و تکنیک‌های بافت منحصر به فرد است. هنرهای متمایز نساجی منطقه نشان‌دهنده میراث فرهنگی و هنرهای آن است.
رفسنجان	پسته مرغوب	طعم متمایز و ارزش غذایی پسته رفسنجان را می‌توان به شرایط منحصر به فرد محیطی و شیوه‌های کشت این منطقه نسبت داد و آن را به محصولی پرطرفدار در بازارهای جهانی تبدیل می‌کند.
یزد	شیرینی‌های سنتی از جمله باقلوا، قطاب ... منسوجات مانند: ترمه و رودوزی‌های سنتی	این شیرینی‌ها به‌خاطر طعم و بافت متمایز خود که ناشی از میراث آشپزی منحصر به فرد منطقه و دستورالعمل‌های سنتی شناخته شده‌اند. این منسوجات دارای طرح‌ها و تکنیک‌های بافت منحصر به فرد است. هنرهای متمایز نساجی منطقه نشان‌دهنده میراث فرهنگی و هنرهای ماهر آن است. هنر رودوزی با استفاده از نخ‌های طبیعی و طرح‌های سنتی که نشان‌دهنده فرهنگ منطقه یزد است
بوشهر	خرمای مرغوب انواع پیارم و کیکاب.	آب‌وهوای مساعد منطقه و روش‌های سنتی کشت به طعم و ارزش غذایی متمایز خرمای بوشهر کمک می‌کند.
شیراز	برنج مرغوب صنایع دستی خاتم	این منطقه از شرایط آب‌وهوایی و خاک مساعد بهره‌می‌برد. برنج شیرازی دارای عطر، طعم و بافت متمایزی است که آن را به محصولی پرطرفدار در داخل و خارج از کشور تبدیل کرده است. این محصول بخشی از میراث آشپزی منطقه است و به‌طور بالقوه می‌تواند به‌عنوان یک نشانه جغرافیایی محافظت شود. استفاده از چوب، استخوان و فلز برای تولید تزیینات خاتم‌کاری
کرمان	سوزن دوزی پته، پارچه ترمه و فرش	صنایع دستی میراث فرهنگی غنی و صنعتگران ماهر منطقه را به نمایش می‌گذارد که به‌طور بالقوه می‌تواند تحت نشانه جغرافیایی محافظت شود.
بم	خرمای مضافتی	شرایط خاص اقلیمی منطقه، طعم و کیفیت بسیار عالی
طارم	برنج	شرایط خاص اقلیمی منطقه، دارای طعم و کیفیت منحصر به فرد

خراسان	زعفران با عطر و رنگ متمایز سنگ تراشی	شرایط خاص اقلیمی منطقه، دارای طعم و عطر عالی حکاکی روی سنگ‌های نیمه‌قیمتی با طرح‌های سنتی و الهام گرفته از طبیعت
همدان	سفال لالچین	استفاده از خاک طبیعی منطقه لالچین برای تولید سفال با طرح‌های سنتی.
فارس	گلیم	گلیم‌های دست‌بافت با استفاده از پشم طبیعی و طرح‌های الهام گرفته از طبیعت
کردستان	نمد مالی	تولید محصولات نمدی با استفاده از پشم طبیعی و تکنیک‌های سنتی.
خوزستان	عبابافی	تولید عبا‌های دست‌بافت با استفاده از پشم طبیعی و تکنیک‌های سنتی.
ترکمن	فرش	فرش‌های دست‌بافت ترکمن با استفاده از پشم طبیعی و طرح‌های سنتی قومی
گیلان	رودوزی پنیر سیامزگی (شفت) فندق رودسر بادام زمینی آستانه‌اشرفیه شهرت گل‌گاوزبان رودسر	هنر رودوزی با استفاده از نخ‌های طبیعی و طرح‌های سنتی منطقه گیلان به دلیل روش تهیه خاص و برگرفته از هویت محلی و فرهنگی خاص منطقه در مناطق کوهستانی با شرایط اقلیمی و خاک خوب، تولید فندق مرغوب ایران شرایط اقلیمی و خاک خوب منطقه، تولید بادام زمینی مرغوب ایران شرایط اقلیمی و خاک خوب منطقه
سیستان و بلوچستان	سفال کلپورگان حصیریابی	تولید ظروف سفالی با استفاده از خاک محلی و طراحی‌های سنتی منطقه کلپورگان. تولید محصولات حصیری با استفاده از برگ‌های نخل با تکنیک سنتی
زنجان	چادرشب	پارچه‌های دست‌بافت با استفاده از نخ‌های طبیعی و طرح‌های سنتی.

مأخذ: پژوهشگر ۱۴۰۴

جدول ۱ نشان می‌دهد، نشانه‌های جغرافیایی می‌توانند از طریق حفظ دانش سنتی، تقویت میراث فرهنگی و توسعه اقتصاد محلی، زمینه‌ساز نوآوری و خلاقیت منطقه‌ای باشند. هر یک از این نشانه‌ها حاصل تعامل میان طبیعت و فرهنگ است و تأکید دارد که سیاست‌های حمایتی، سرمایه انسانی و زیرساخت‌های مناسب، نقش کلیدی در تحقق این اهداف دارند که می‌توان به محصولات کشاورزی و صنایع دستی خاص مناطق ایران مانند: فرش‌های دست‌بافت، چادر شب، نمد مالی، گلیم، رودوزی که از منابع طبیعی مانند پشم و ابریشم بهره می‌گیرند و هنر و مهارت محلی را به نمایش می‌گذارند اشاره کرد. این محصولات نه تنها ارزش اقتصادی دارند بلکه حامل داستان‌ها و سنت‌های دیرینه‌ای هستند که به هویت مکانی هر منطقه معنا می‌بخشند و یا هنرهایی مانند: خاتم‌کاری، یا صنایع دستی کلپورگان سیستان و بلوچستان و... نشان‌دهنده مهارت‌هایی ویژه هستند که از نسل‌های گذشته به ارث رسیده‌اند و به عنوان نمادهایی از فرهنگ و هویت منطقه‌ای شناخته می‌شوند. علاوه بر صنایع دستی و هنری، محصولات کشاورزی و غذایی نیز به عنوان بخشی از نشانه‌های جغرافیایی اهمیت زیادی دارند. همین ارتباط میان طبیعت و فرهنگ، در تولید چای لاهیجان، زعفران خراسان نیز دیده می‌شود. خاویار انزلی نیز، که به دلیل شرایط ویژه دریای خزر و روش‌های سنتی فرآوری، شهرت جهانی دارد، نمونه‌ای از استفاده هوشمندانه از منابع طبیعی و دانش محلی است. همین موضوع در مورد خرما هم و پسته رفسنجان صادق است که با بهره‌گیری از شرایط محیطی خاص، ارزش اقتصادی بالایی دارند و در بازارهای جهانی رقابت می‌کنند و نشان‌دهنده پتانسیل بالای نشانه‌های جغرافیایی در توسعه پایدار هستند. جدول (۲) نمونه‌هایی از ارتباط خلاقانه میان شرایط اقلیمی، منابع طبیعی و طراحی سازه‌های انسانی را در شهرهای ایران به تصویر می‌کشد که هر سازه‌ای نه تنها پاسخی به چالش‌های محیطی بوده بلکه به عنوان بخشی از میراث فرهنگی و هویت منطقه شناخته می‌شود و به بهره‌گیری از دانش بومی و نوآوری در استفاده از منابع محلی اشاره دارند و می‌توانند الگویی برای توسعه پایدار و بهبود کیفیت زندگی باشند.

جدول ۲: خلاقیت محیطی و نشانه‌های جغرافیایی در شهرهای ایران

شهر	نمونه	خلاقیت محیطی و توضیحات	منابع
اردبیل	بقعه شیخ صفی‌الدین اردبیلی	تلفیق معماری صفوی و تزئینات اسلامی، استفاده از مصالح محلی مانند سنگ و آجر برای طراحی مقاوم در برابر اقلیم سرد کوهستانی.	کیانی (۱۳۸۰)
بوشهر	خانه‌های ساحلی بوشهر	سازگاری با آب‌وهوای گرم و مرطوب با استفاده از چوب و طراحی باز برای تهویه طبیعی، نشان‌دهنده خلاقیت محیطی در معماری مناطق ساحلی	
تهران	عمارت گلستان	تلفیق معماری قاجاری و باغ‌های ایرانی که نشان‌دهنده استفاده از آب و فضای سبز برای ایجاد محیطی مطلوب در مرکز شهر است.	
خوزستان	سازه‌های آبی شوشتر	سیستم‌های مهندسی و معماری پیشرفته برای مدیریت منابع آب در اقلیم گرم و خشک، نمونه‌ای برجسته از نوآوری‌های پایدار در معماری باستانی.	
زنجان	گنبد سلطانیه	بزرگ‌ترین گنبد آجری جهان که با مصالح محلی ساخته شده و تلفیقی از مهندسی پیشرفته و طراحی اقلیمی برای ایجاد سازه‌ای بادوام است.	
سیستان و بلوچستان	قلعه ناصری	معماری مقاوم و ساده با استفاده از خاک و مصالح محلی، نشان‌دهنده سازگاری با شرایط اقلیمی بیابانی و خلاقیت در ساخت سازه‌های دفاعی و سکونت.	
فارس	تخت جمشید	معماری هخامنشی با استفاده از سنگ‌های محلی و طراحی منظم، نشان‌دهنده خلاقیت محیطی در ایجاد سازه‌های مقاوم و نمادین.	
لاهیجان	پل خشتی و باغ‌های پلکانی چای	طراحی پل‌های آجری و باغ‌های پلکانی برای استفاده بهینه از منابع طبیعی و ایجاد محیطی پایدار برای کشاورزی و سکونت.	
همدان	غار علیصدر و گنبد علویان	تلفیق معماری طبیعی و سازه‌های تاریخی با استفاده از مصالح محلی، نشان‌دهنده تعامل میان طبیعت و فرهنگ منطقه.	
ترکمن	چادرهای سنتی ترکمنی	طراحی قابل حمل و سبک با استفاده از پارچه‌های محلی برای تطابق با سبک زندگی عشایری و شرایط اقلیمی منطقه.	معماریان (۱۳۹۰)
اصفهان	میدان نقش جهان و سی‌وسه‌پل	معماری پایدار دوران صفوی با طراحی تقارن و کانال‌های آبی برای مدیریت منابع آب و تعامل فرهنگی میان بازارها و اماکن مذهبی.	
انزلی	برج ساعت بندر انزلی	طراحی تلفیقی ایرانی-اروپایی که نشان‌دهنده خلاقیت در استفاده از معماری برای جذب گردشگر و ارتباط با تاریخ دریایی منطقه است.	
تبریز	بازار سرپوشیده تبریز	معماری سنتی مقاوم با استفاده از طراحی سقف‌های گنبدی برای مقابله با سرما و جذب گرما، ترکیب فضای تجارت و تعامل اجتماعی.	
کردستان	خانه‌های سنگی پلکانی	طراحی پلکانی سازگار با مناطق کوهستانی که با استفاده از سنگ‌های محلی برای ایجاد خانه‌های مقاوم و هماهنگ با طبیعت انجام شده است.	کیانی (۱۳۸۵)
بم	ارگ تاریخی بم	بزرگ‌ترین سازه خشتی جهان که با استفاده از مصالح طبیعی منطقه ساخته شده و نمونه‌ای از معماری پایدار کویری برای مقابله با شرایط گرم است.	
خراسان	آرامگاه فردوسی	طراحی مقاوم سنگی و استفاده از اصول معماری پایدار برای حفظ میراث تاریخی و فرهنگی منطقه، با الهام از طبیعت.	
رفسنجان	خانه‌های کویری و بادگیرها	استفاده از بادگیرها و دیوارهای ضخیم خشتی برای مدیریت دما و تهویه طبیعی، نشان‌دهنده خلاقیت محیطی در معماری مناطق گرم و خشک.	
کاشان	خانه‌های تاریخی	استفاده از بادگیرها، حوض‌های مرکزی و طراحی درون‌گرا برای سازگاری با اقلیم گرم و خشک و بهره‌گیری از منابع طبیعی محلی.	
یزد	بادگیرها و خانه‌ها	معماری پایدار با استفاده از بادگیرها برای تهویه طبیعی و مصالح خشتی برای تنظیم دما، نمونه‌ای از خلاقیت محیطی در مناطق کویری.	قیومی بیدهندی (۱۳۹۵)
شیراز	باغ ارم	طراحی باغ ایرانی با استفاده از آب، فضای سبز و معماری تلفیقی برای ایجاد محیطی آرام و پایدار، نشان‌دهنده تعامل میان طبیعت و معماری.	
کرمان	باغ شاهزاده ماهان	معماری کویری با استفاده از آب‌وهوای منطقه برای طراحی باغ ایرانی، نمونه‌ای از تعامل میان طبیعت و معماری در مناطق خشک.	
گیلان	خانه‌های شیروانی	معماری سازگار با اقلیم مرطوب شمال ایران، استفاده از چوب و طراحی شیروانی برای مقابله با بارش شدید و حفظ مصالح طبیعی.	

مأخذ: پژوهشگر، ۱۴۰۳

در مجموع، نشانه‌های جغرافیایی ایران علاوه بر ارزش اقتصادی، نمایانگر هویت فرهنگی و تاریخی مناطق هستند. این نشانه‌ها نه تنها موجب تقویت روابط اجتماعی و فرهنگی میان مردم می‌شوند بلکه به عنوان ابزاری برای رقابت در بازارهای داخلی و خارجی عمل می‌کنند. حفاظت از این نشانه‌ها و بهره‌گیری از خلاقیت محیطی در توسعه آن‌ها، می‌تواند به تقویت اقتصاد محلی، ارتقای جایگاه بین‌المللی ایران و حفظ میراث فرهنگی و طبیعی کشور کمک کند.

ب: سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای^۱: دسته‌بندی جغرافیایی فعالیت‌های نوآورانه مانند: مراکز تحقیقاتی، دانشگاه‌ها و شرکت‌ها منجر به شکل‌گیری سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای می‌شود. این سیستم‌ها تبادل دانش، همکاری و توسعه فناوری‌های جدید را تسهیل می‌کنند و باعث رشد اقتصادی و نوآوری می‌شوند. تمرکز فضایی فعالیت‌های مولد مالکیت معنوی اهمیت جغرافیا را در درک پویایی نوآوری و نقش آن را در تقویت پیشرفت فناوری را برجسته می‌نماید (Asheim and Gertler, 2005: 291). این سیستم‌ها نقش حیاتی در تقویت نوآوری و توسعه اقتصادی در مناطق جغرافیایی ایفا می‌کند. این سیستم‌ها شامل: تعامل شرکت‌ها، مؤسسات تحقیقاتی، دانشگاه‌ها و سازمان‌های دولتی است که با هم تبادل دانش، همکاری و نوآوری را هدایت می‌کنند. تهران به عنوان پایتخت ایران میزبان یک اکوسیستم نوآوری قوی است که شامل دانشگاه‌های معتبری مانند: دانشگاه تهران و دانشگاه صنعتی شریف، مراکز تحقیقاتی، پارک‌های فناوری و استارت‌آپ‌ها و انکوباتورهای متعدد است و یا شهرک علم و فناوری اصفهان واقع در استان اصفهان به عنوان یک مرکز نوآوری منطقه‌ای عمل می‌کند که همکاری بین دانشگاه، صنعت و دولت را ارتقا می‌دهد. این شهر دارای چندین مرکز تحقیقاتی و فناوری است که بر بخش‌هایی مانند: بیوتکنولوژی، نانو تکنولوژی و انرژی‌های تجدیدپذیر تمرکز دارند و همچنین اکوسیستم نوآوری شیراز دارای یک اکوسیستم نوآوری روبه رشد است که در اطراف دانشگاه شیراز و پارک فناوری پردیس متمرکز شده است. این اکوسیستم نوآوری بر بخش‌هایی مانند: فناوری اطلاعات و ارتباطات^۲، مراقبت‌های بهداشتی و انرژی‌های تجدیدپذیر با تأکید بر انتقال فناوری و تجاری‌سازی تمرکز دارد. این سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای نشان‌دهنده تعهد کشور به تقویت نوآوری و توسعه اقتصادی و ترویج رشد پایدار در مناطق جغرافیایی است.

ج: تجارت جهانی، مالکیت فکری و پیشرفت نابرابر: جغرافیا بر پویایی تجارت بین‌المللی تأثیری می‌گذارد، که به نوبه خود بر اجرای حقوق مالکیت فکری و تعادل بین حفاظت و دسترسی به دانش تأثیری می‌گذارد. به هم پیوستگی جهانی اقتصاد، سؤالات پیچیده‌ای را در مورد توزیع عادلانه حقوق مالکیت فکری و تشدید بالقوه نابرابری بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه ایجاد می‌کند (Maskus, 2017). بنابراین نقش مهمی در شکل‌دهی اقتصاد، چشم‌انداز نوآوری و روابط بین‌الملل ایران دارد. از نمونه‌های تجارت جهانی و مالکیت فکری پویا در ایران می‌توان به عضویت در معاهده همکاری ثبت اختراع (PCT) کالاهای تقلبی و حفاظت از مالکیت فکری و توافقی‌های تجاری و تحریم‌های اقتصادی، اقتصاد دیجیتال و تجارت الکترونیک اشاره کرد.

د: پیشرفت اقتصادی محلی و منطقه‌ای مالکیت فکری^۱ جغرافیا با ایجاد انگیزه برای نوآوری، جذب سرمایه‌گذاری و حمایت از کارآفرینی، نقش حیاتی در توسعه اقتصادی محلی و منطقه‌ای ایفا می‌کند. جغرافیای مالکیت فکری ارتباط نزدیکی با توزیع فضایی فرصت‌های اقتصادی دارد و با مناطقی که با سطوح بالای تولید مالکیت فکری مشخص می‌شوند که اغلب رشد اقتصادی و شکوفایی بیشتری را تجربه می‌کنند (اداره مالکیت معنوی اتحادیه اروپا).

نشانه‌های جغرافیایی و خلاقیت منطقه‌ای به‌عنوان عناصر کلیدی در پیوند میان طبیعت، فرهنگ و توسعه اقتصادی، اهمیت قابل‌توجهی در شکل‌دهی به هویت مکانی، تقویت نوآوری منطقه‌ای و حفاظت از میراث فرهنگی دارند. این پژوهش نشان می‌دهد که نشانه‌های جغرافیایی نه تنها به عنوان ابزارهایی برای حفاظت از دانش سنتی و ارتقای اقتصاد محلی عمل می‌کنند بلکه می‌توانند به عنوان ابزاری برای رقابت در بازارهای جهانی و ایجاد ارزش افزوده برای محصولات منطقه‌ای مورد استفاده قرار گیرند. از سوی دیگر، خلاقیت منطقه‌ای با بهره‌گیری از دانش بومی و نوآوری در استفاده از منابع طبیعی، الگوهای پایدار برای طراحی سازه‌ها و تولیدات انسانی ارائه می‌دهد که نه تنها به چالش‌های محیطی پاسخ می‌دهند بلکه میراث فرهنگی را نیز حفظ می‌کنند. در این میان، سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای و نقش جغرافیای مالکیت فکری در توزیع فضایی فرصت‌های اقتصادی، اهمیت سیاست‌های حمایتی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های منطقه‌ای را برجسته می‌کند. یافته‌ها تأکید دارند که ارتباط میان طبیعت، فرهنگ و نوآوری می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار، تقویت اقتصاد محلی و افزایش کیفیت زندگی در مناطق مختلف باشد؛ بنابراین اجرای سیاست‌های جامع برای حفاظت از نشانه‌های جغرافیایی، تقویت اکوسیستم‌های نوآوری و بهره‌گیری از خلاقیت در سطوح مختلف جغرافیایی، نه تنها به رشد اقتصادی و فرهنگی کمک می‌کند بلکه به حفظ هویت ملی و ارتقای جایگاه بین‌المللی کشور نیز یاری می‌رساند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با ارائه نظریه‌ای جدید تحت عنوان: "نظریه خلاقیت منطقه‌ای و نشانه‌های جغرافیایی" نشان می‌دهد که نشانه‌های جغرافیایی، نقشی کلیدی در تعریف هویت مکانی و تقویت ارتباط میان انسان و محیط ایفا می‌کنند. این نظریه تأکید دارد که چنین نشانه‌هایی، علاوه بر حفظ میراث فرهنگی و دانش سنتی، ظرفیت‌های منطقه‌ای را برای نوآوری و توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی فعال می‌کنند. تعامل میان منابع طبیعی و ویژگی‌های منحصربه‌فرد هر منطقه، بستری مناسب برای خلاقیت منطقه‌ای و رشد پایدار فراهم می‌آورد.

هویت مکانی تحت تأثیر عوامل اجتماعی، فرهنگی، تاریخی، اقتصادی و زیبایی‌شناختی شکل می‌گیرد و باعث ایجاد مناطق خاص با نشانه‌های جغرافیایی ویژه می‌شود. این نشانه‌ها، چه طبیعی، چه انسان ساخت باشند، نه تنها بازتاب‌دهنده ویژگی‌های محیطی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی یک منطقه هستند بلکه با برجسته کردن ارزش‌های منطقه‌ای، نقش مهمی در جذب گردشگر، تقویت اقتصاد محلی و حفظ میراث فرهنگی و طبیعی ایفا

می‌کنند. از سوی دیگر، خلاقیت محیطی به توانایی بهره‌گیری از ظرفیت‌های ویژه یک منطقه برای طراحی محصولات و خدمات جدید اشاره دارد که زمینه ساز نوآوری و توسعه پایدار است.

پیوند میان نشانه‌های جغرافیایی و خلاقیت محیطی نشان می‌دهد که بهره‌گیری هوشمندانه از منابع و ویژگی‌های محلی، نه تنها موجب حفظ هویت منطقه‌ای می‌شود بلکه این مناطق را به کانون‌های نوآوری و پیشرفت تبدیل می‌کند. این تلفیق، علاوه بر حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی، بستری مناسب برای رشد اقتصادی و اجتماعی فراهم می‌آورد. تولید محصولات بومی، تقویت دانش سنتی و توسعه پایدار از جمله دستاوردهای این رویکرد هستند. در این فرآیند، همکاری‌های محلی و اشتراک دانش نقش کلیدی ایفا می‌کنند و زمینه‌ای برای ارتقای فناوری و بهبود وضعیت اقتصادی ایجاد می‌کنند. در ایران، نمونه‌های برجسته‌ای از این ارتباط میان نشانه‌های جغرافیایی و خلاقیت محیطی دیده می‌شود. محصولاتمانند: چای گیلان، زعفران خراسان و صنایع دستی یزد، همراه با معماری خاص مناطق مختلف، نشان‌دهنده هویت مکانی این مناطق هستند. حفاظت از این نشانه‌ها و تلفیق آن‌ها با خلاقیت محیطی، نه تنها موجب حفظ میراث فرهنگی و طبیعی می‌شود بلکه فرصت‌های جدیدی برای توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی و صادرات محصولات بومی فراهم می‌آورد. این روند به ارتقای جایگاه منطقه‌ای و تقویت هویت ملی نیز کمک می‌کند.

در پایان، نشانه‌های جغرافیایی و خلاقیت محیطی به عنوان دو ابزار قدرتمند، می‌توانند به تقویت هویت مکانی و ایجاد مسیرهای جدید برای رشد پایدار و نوآوری در مناطق مختلف کمک کنند. شناسایی و بهره‌گیری از ویژگی‌های خاص هر منطقه، نه تنها موجب حفظ میراث آن می‌شود بلکه زمینه‌ای برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فراهم می‌آورد. این پژوهش با بررسی اهمیت حفاظت از نشانه‌های جغرافیایی و استفاده از خلاقیت در سطوح مختلف جغرافیایی، راهکارهایی ارزشمند به سیاست‌گذاران و فعالان توسعه ارائه می‌دهد تا با بهره‌گیری از ظرفیت‌های محلی، مناطق مختلف را به مراکز نوآوری، توسعه و پیشرفت پایدار تبدیل کنند.

منابع

- امیرعزیدی، طوبی (۱۴۰۰). جغرافیای گردشگری، تهران. انتشارات مهکامه.
- باباجمالی، فرهاد (۱۳۹۳). آلودگی تولید یخ و هویت مکانی زیستگاه‌های ایران مرکزی، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی. دانشگاه اصفهان. دوره ۲۵. شماره ۱. صفحات ۲۴-۱۱.
- https://gep.ui.ac.ir/article_18640.html . <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20085362.1393.25.1.5.7>
- پوراحمد، احمد (۱۳۹۳). قلمرو فلسفه جغرافیا، انتشارات دانشگاه تهران.
- دادگر، یدالله (۱۳۸۳). تاریخ تحولات اندیشه‌های اقتصادی، انتشارات دانشگاه مفید. شابک: ۹۷۸۰۰۵۰۴۴۱۶۵۷. صفحات ۶۰۱-۱.
- سنوبری، محمد (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر سرمایه‌های انسانی (مفاهیم، ویژگی‌ها و شاخص‌های اندازه‌گیری)، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس. سال ۶. شماره ۲۲. صفحات ۱۳۶-۱۱۹.
- <file:///C:/Users/admin/Downloads/30913882205.pdf>
- علیزاده، پریسا؛ منوچهر منطقی (۱۳۹۸). حمایت از تحقیق و توسعه در بخش کسب و کار، فصلنامه علمی پژوهشی. ویژه‌نامه سیاست علم. فناوری و نوآوری. سال ۱۱. شماره ۲. صفحات ۳۷۸-۳۶۲.
- https://jstp.nrisc.ac.ir/article_13705.html. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20080840.1398.12.2.24.9>
- قیومی‌بیدهندی، مهرداد (۱۳۹۵). باغ‌های ایرانی؛ تلفیق طبیعت و معماری. تهران: انتشارات فرهنگستان هنر.
- کیانی، غلامرضا (۱۳۸۵). بادگیرها و معماری پایدار در مناطق کویری ایران. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- کاویانی‌راد، مراد؛ کاوه علی عزیزی (۱۳۹۰). نقش هویت مکانی در بروز کنش سیاسی مطالعه موردی میدان و خیابان انقلاب شهر تهران، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. جلد ۱۷. شماره ۲۰. صفحات ۱۶۷-۱۵۱.
- <https://jgs.khu.ac.ir/article-1-600-fa.html>
- کیانی، محمدیوسف (۱۳۸۰). معماری ایران؛ از دوران پیش از اسلام تا دوره قاجار. تهران: انتشارات سمت.
- معماریان، غلامحسین (۱۳۹۰). بازارهای ایران؛ مطالعه‌ای در معماری و شهرسازی سنتی، تهران. انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
- مهام، محمود (۱۴۰۰). زمین-گیاه، بستر زیست‌های پایدار (مطالعه موردی: الگوی زیست جمعی جامعه‌نگاران و جامعه شناسان گیاهی متقدم در فلات مرتفع ایران)، دانش‌های بومی ایران. دانشگاه علامه طباطبائی. دوره ۸. شماره ۱۶. صفحات ۷۲-۳۷.
- <https://www.doi.org/10.22054/qjik.2021.62845.1283>
- ولدی، مونا؛ امیر صفاری؛ امیر کرم؛ عبرت محمدیان (۱۴۰۱). ژئومورفولوژی شناختی و نگاره دهلران، دانشگاه سیستان و بلوچستان. جغرافیا و توسعه. سال ۲۰. شماره ۶۶.
- https://gdij.usb.ac.ir/article_6713.html

References

- Albright, J. M. (2017). Intellectual Property and the Global Impact of Traditional Knowledge. *Business and Commercial Litigation in Federal Courts*, 4(4), 643-668. [book]
- Arrow, K. J. (1962). Economic welfare and the allocation of resources for invention. In R. R. Nelson (Ed.), *The rate and direction of inventive activity: Economic and social factors* (609-626). Princeton University Press. [book]
- Asheim, B. T., Grillitsch, M., & Trippl, M. (2017). Regional innovation systems: Past–present–future. *Regional Studies*, 51(1), 1–14 ,(P: 2016)
DOI: <https://doi.org/10.4337/9781784710774.00010>
- Asheim, B. T., & Gertler, M. S. (2005). The geography of innovation: Regional innovation systems. In: *The Oxford Handbook of Innovation*, 291-317.
[book], <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199286805.003.0011>
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: Establishing the framework conditions. *Journal of Technology Transfer*, 42(5), 1030-1051.
<https://doi.org/10.1007/s10961-016-9473-8>
- Boschma, R. (2005). Proximity and innovation: A critical assessment. *Regional Studies*, 39(1), 61-74.
<https://doi.org/10.1080/0034340052000320887>
- Becker, G.S. (1993). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special references to education* (3rd ed) university of Chicago press.
ISBN: 0226041220, 9780226041223. [book].
- Belletti, G., Marescotti, A., & Touzard, J.M. (2018). Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies. *World Development*, 98,45–57.
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.004>
- Bramley, C., & Bienabe, E. (2012). Geographical indications, product quality, and local economic development. In: *Sustainable Food Systems: Building a New Paradigm*, 101-115. [book]
- Chinitz, B. (1961). Contrasts in agglomeration: New York and Pittsburgh. *The American Economic Review*, 51(2), 279-289.
- Clark, C. (1967). Von Thunen's Isolated State. *Oxford Economic Papers*, 19(3), 370–377.
<http://www.jstor.org/stable/2662333>
- Cresswell, T. (2015). *Place: An introduction* (2nd ed.). Wiley-Blackwell. ISBN: 978-0-470-65562-7
- Defever, F., Pereira, A. L. S., & Sassi, S. (2015). Geography of innovation: Evidence from France. *Review of Regional Research*, 35(3), 245-269.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10037-015-0102-4>
- Duffy, J. (2014). Intellectual Property on the International Stage: The World Intellectual Property Organization (WIPO). *The WIPO Journal*, 5(2), 93-102.
- Feldman, M. P. (2001). The entrepreneurial event revisited: firm formation in a regional context. *industrial and corporate change*, 10(4), 861- 891.
<https://doi.org/10.1093/icc/10.4.861>
- Feldman, M. P., Kogler, D. F.(2010). Stylized facts in the geography of innovation. In R. M
DOI:10.1016/S0169-7218(10)01008-7
- Feldman, M. P., & Martin, R. L. (2004). The Geographic Sources of Innovation: Technological Infrastructure and Product Innovation in the United States. In S. C. Stable
URL: <http://links.jstor.org/sici?sici=00045608%28199406%2984%3A2%3C210%3ATGS01T%3E2.O.CO%3B2-B>

- Florida, R. (2012). The rise of the creative class: Revisited. Basic Books.
- Glaeser, E. L., Pekkala kerr, s & Kerr, W. R., (2015). Entrepreneurship and urban growth: An empirical assessment with historical mines. The Review of Economics and Statistics 2015; 97 (2): 498–520.
DOI: https://doi.org/10.1162/REST_a_00456
- Haggett, P. (1972). Geography: A Modern Synthesis. New York: Harper & Row
- Harvey, D. (2001). Spaces of capital: Towards a critical geography. Routledge. Taylor and Francis, ISBN: 0-415-93240-8 , 0-415 -93241-6
- Jaffe, A. B., Trajtenberg, M., & Henderson, R. (1993). Geographic localization of knowledge spillovers as evidenced by patent citations. The Quarterly Journal of Economics, 108(3), 577-598.
<http://www.jstor.org/> , Stable URL: [http://links.jstor.org/sici?sici=0033-5533\(201003\)108:3;1-0;FT-577%3AGLOKSA%3E2.0.CO%3B2-4](http://links.jstor.org/sici?sici=0033-5533(201003)108:3;1-0;FT-577%3AGLOKSA%3E2.0.CO%3B2-4).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Branding: Creating strong brands. In Marketing management (15th ed., 265-310). Pearson.
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers>
- Krugman, P. (1991). Geography and trade. Leuven university press. ISBN: 0262610868, 9780262610865 (online book)
- Lefebvre, H. (1991). The production of space (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell. (Original work published 1974) ,
ISBN 0-631-14048-4 0-631-18177-6
- Massey ,D.(1994). Space , plase and gender. University of Minnesota Press [book]
- Malmberg, A., & Maskell, P. (2002). The elusive concept of localization economies: Towards a knowledge-based theory of spatial clustering. Environment and Planning A, 34(3), 429-449.
DOI: 10.1068/a3457 · Source: RePEc
- Marshall, A. (1890). Principles of Economics, Macmillan and Co., London Online Library of Liberty: Principles of Economics (8th ed.).
<http://oll.libertyfund.org>
- Maskus, K. E. (2017). Intellectual property: A comprehensive textbook. Edward Elgar Publishing. [textbook]
- Moretti, E. (2012). The new geography of jobs. Houghton Mifflin Harcourt.
ISBN: 9780547524275
- OECD. (2009). Regions matter: Economic recovery, innovation and sustainable growth. OECD.
ISBN: 9789264098159
- Qin, Keyi.(2022) Analysis of Tesla’s Innovation Strategy and Influence of Leadership Proceedings of the 2022 2nd International Conference on Financial Management and Economic Transition (FMET 2022), 228-238.
DOI: 10.2991/978-94-6463-054-1_26
- Rodríguez-Pose, A. (2013). Do institutions matter for regional development?, Regional Studies, 47(7), 1034-1047.
DOI: 10.1080/00343404.2012.748978
- Romer, P. M. (1990). Endogenous technological change. Journal of Political Economy, 98(5), S71-S102.
https://www.nber.org/system/files/working_papers/w3210/w3210.pdf
- Todtling, F., & Trippel, M. (2005). One size fits all? Towards a differentiated regional innovation policy approach. Research policy, 34(8), 1203-1219.
DOI: 10.1016/j.respol.2005.01.018

Tripl, M., Grillitsch, M., & Isaksen, A. (2023). Regional innovation systems and proximity: Recent advances and future directions. *European Planning Studies*, 31 (4), 789–805.

<https://doi.org/10.1080/09654313.2023.2182271>

Tuan, Y.-F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. University of Minnesota, Eighth printing 2001, Press.

ISBN: 0-8166-3877-2

Yeo, M. E., Guerra, E., Barios, E., & Pigna, F. (2020). Exploring the Geographical Indications potential for sustainable development: Lessons from the Food and Agricultural Organization of the United Nations (FAO) experience. *Food Policy*, 96, 101885.

DOI: 10.1016/j.foodpol.2020.101885

Yu, P. K. (2011). TRIPS and Its Discontents. *Marquette Intellectual Property Law Review*, 10(2), 370-409.

SSRN: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1754174

European Union Intellectual Property Office. Types of Intellectual Property. Retrieved from

<https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/types-intellectual-property>

United States Patent and Trademark Office. (2021). Intellectual Property. Retrieved from Trade secrets / regulatory data protection

World Intellectual Property Organization. What is Intellectual Property? Retrieved from What is Intellectual Property (IP)

World Intellectual Property Organization (WIPO). (2020). What is Intellectual Property? Retrieved from

<https://www.wipo.int/about-ip/en/>

WTO. TRIPS: Intellectual property in the WTO. Retrieved from

https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm7_e.htm.

WTO. (n.d.). World Intellectual Property Organization (WIPO). Retrieved from

https://www.wto.org/english/thewto_e/coher_e/wipo_e.htm

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی