

## حمایت از علائم تجاری در حقوق تجارت بین الملل

رامین نسیمی قاضی جهانی

دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق جزا دانشگاه آزاد واحد تنکابن

### چکیده

برای ارزیابی عادلانه، اخلاقی و اقتصادی بودن هر قانونی که در جامعه وضع شود، نیازمند بررسی فلسفه و مبانی آن قانون هستیم. در واقع به کمک فلسفه و مبانی هر قانون می‌توان هم در مرحله وضع قانون و هم در مرحله تفسیر قانون، ملاحظات مختلفی را وارد قواعد حقوقی کرد. در این راستا قانون علائم تجاری نیز از این امر مستثناء نیست. یکی از عوامل موثر در شکل‌گیری نظام حمایت از علائم تجاری مبانی نظری و خصوصاً اقتصادی آن است، به طوری که می‌توان ادعا کرد که بدون شناخت این مبانی، زیر ساخت‌های بنیادی نظام حمایت از علامت تجاری، هر تلاشی برای فهم قواعد و مقررات و درک روابط منطقی و نظام وارہ آن‌ها بی‌ثمر خواهد بود. به خصوص توجه به این مسئله در کشورهایی که فاقد یک نظام حمایتی کاملاً مستقل و بر گرفته از ساختار حقوق و اقتصادی هستند، از اهمیت به سزایی برخوردار است، چرا که بی‌توجهی به مبانی، مشکلات پیچیده‌تری را به همراه خواهد داشت و چه با تلقین نادرست قواعد برخاسته از نظام‌های حقوقی مختلف به جای ترسیم یک قانون نظامند، جامعه را با مجموعه‌ای از قوانین و نشئت آراء قضایی و پراکندگی و تعارض آن‌ها دست به گریبان می‌سازد. از این رو درک روح کلی قانون علائم تجاری نیز به شناخت فلسفه و مبانی آن بستگی دارد. در این راستا لازم به توضیح است که منظور از فلسفه حقوق، بحث‌های نظری و تحلیلی است درباره آنچه که فلسفه به آن اضافه می‌شود. یا به بیان دیگر بررسی مبانی پدیده مورد نظر است. لذا در تحقیق پیش رو نیز از منظر حقوقی و اقتصادی به فلسفه حمایت از علامت تجاری پرداخته می‌شود. پس نباید انتظار داشت که مباحث فلسفی غالب گردند، بلکه در حد نیاز به آن‌ها پرداخته می‌شود. فایده مهم این مطالعه رسیدن بینش عمیق‌تری از قانون حمایت از علائم تجاری و توانایی توجیه و نقد قواعد آن بوده و در این صورت است که قابلیت عادلانه ساختن و تحقق اهداف قانون علائم تجاری در سایه تسلط بر فلسفه حقوقی و اقتصادی آن، ممکن می‌شود.

**واژه‌های کلیدی:** علامت تجاری، مالکیت معنوی، حمایت از علامت تجاری، علامت تجاری مشهور