





## Content Analysis of Scientific Articles on Packaging Design in Iran

Mohammad Zaryabi<sup>1</sup>, Seyyed Nezamoddin Emamifar<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup>Ph.D. Student in Art Research, Faculty of Art, Shahed University, Tehran, Iran. Email Address: zaryabim@gmail.com

<sup>2</sup>Correspondence: Associate Professor, Department of Visual Communication, Faculty of Art, Shahed University, Tehran, Iran. Email Address: emamifar@shahed.ac.ir

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Article Type: Research paper

Received: 14 November 2025

Received in revised form: 2 Desember 2025

Accepted: 6 Desember 2025

Available online: 20 Desember 2025

#### Keywords:

Content Analysis

Article

Scientific Journals

Packaging Design

Iran

### ABSTRACT

Analyzing articles in the field of packaging design can provide a better understanding of the necessities, topics, and responsibilities of this field to the audience, revealing strengths and weaknesses of researches over time. The present research aims to evaluate scientific articles on packaging design in Iran using a content analysis approach. For this purpose, published scientific articles in this field, comprising 49 articles out of 102 researchers, were examined. The tool used in this research was a coding checklist, the validity of which was assessed by several professors in this field. The data collection method was library-based through note-taking (fiche-keeping). To provide a quantitative description of the content of concepts, the review was conducted systematically and across 11 areas. The research results indicate that 49 articles on packaging design from 102 researchers have been published in Iranian scientific journals. Of this number, the journal 'Packaging Science and Techniques' ranks first among scientific journals with 27 articles or 55.10%. The year 1400 (2021-2022) holds the highest share among publication years with 16.32%. The dominant approach is qualitative, at 53.06%. 'Consumer Packaging Design and Studies,' at 44.89%, is the most examined sub-topic by authors. In terms of scientific collaboration frequency, single-author and two-author articles each have the highest frequency at 32.65%. 55.89% of authors were male and 44.11% were female. Management, with a 35.29% share, has the highest share among the authors' academic disciplines. 44.11% of the authors held a Ph.D. degree. Islamic Azad University has the highest organizational affiliation at 13.72%.

**Cite this article:** M. Zaryabi and S. N. Emamifar, "Content Analysis of Scientific Articles on Packaging Design in Iran," Journal of Packaging Sciences and Techniques, vol. 16, no. 3, pp. 59-74, 2025. **DOI:** <https://doi.org/10.47176/packaging.2026.1248>



© Author(s) retain the copyright and full publishing rights



**Publisher:** Imam Hossein University.

## Introduction

Packaging design is a multifaceted discipline comprising both visual design and product design dimensions. It is intrinsically linked to the visual identity of a brand, the structural integrity of the container, and the functional performance of the product itself. A standard and effective packaging design is widely regarded as the result of a skillful and strategic combination of three distinct yet interconnected disciplines: technology, business, and design.

Following scientific developments and the evolution of the academic landscape in Iran, particularly in recent years, numerous works have been published in various fields, including packaging design. These publications attempt to enhance the knowledge and understanding of interested individuals regarding scientific research methods. However, the study of the trend of scientific article production is essential because, in any field of knowledge, it can provide a clear image of the scientific trajectory on one hand, and identify research gaps and voids on the other.

Furthermore, paying attention to research priorities aligned with the country's real needs is a fundamental necessity for targeting and directing scientific journals. This objective is realized through an approach known as "scientometrics," the main function of which is science policy-making. Given the importance of packaging design as one of the influential areas of the modern world, this article aims to provide a precise evaluation of scientific articles in this field in Iran.

Despite the growing importance of this industry, independent research specifically regarding the content analysis of scientific articles on packaging design in Iran has not been conducted previously. Consequently, the present research was undertaken with the primary objective of evaluating scientific articles in this domain. The study seeks to answer fundamental questions regarding the frequency distribution of articles across various dimensions, including: the distribution in scientific journals, publication years, types of articles, nature of data, subject matter sub-categories, scientific collaboration among authors, and the demographic and academic characteristics of the researchers (gender, academic rank, field of study, and organizational affiliation).

## Research Methodology

This research is classified as a descriptive-analytical study adopting a quantitative scientometric approach. The data consists of existing articles gathered through a systematic review of Iranian scientific journals within the time frame of 2010 to 2024 (1389 to 1403 Solar Hijri).

To ensure comprehensive data collection, a search for the subject of "packaging design" was conducted using specific keywords such as "packaging design," "packaging graphics," and "packaging visual identity." The search was executed across valid and authoritative Iranian databases, including:

1. The Scientific Information Database of Jihad Daneshgahi (SID)
2. The Country's Publications Information Bank (Magiran)
3. The Comprehensive Portal of Humanities (Ensani)
4. The Computer Research Center of Islamic Sciences (Noormags)

The statistical population for this study comprised 49 scientific articles authored by 102 researchers, which constituted the final sample for detailed analysis. The data collection method was library-based, utilizing a fiche-keeping (note-taking) technique. The primary tool used for data collection was a researcher-made coding checklist. To ensure the validity of this instrument, the concepts, categories, and items of the checklist were thoroughly discussed and assessed by 10 university professors and specialists

in the fields of packaging design, graphics, marketing, and consumer studies. Their feedback regarding concept clarity and relevance was incorporated into the final version. To control the reliability of the coding, cases of disagreement were resolved through discussion and mutual agreement among coders, thereby guaranteeing consistency in data classification.

The collected data were then analyzed systematically across 11 specific components to provide a quantitative description of the content concepts.

## Findings

The quantitative description and content analysis of the 49 articles under study yielded the following detailed results:

- **Journal Distribution:** The findings indicate that 21 scientific journals in Iran have published at least one article focusing on “packaging design.” Among these, the journal “Packaging Science and Techniques” ranks first, accounting for 27 articles (55.10%). Other journals, such as “Iranian Industrial Arts” and “Islamic Art,” followed with significantly lower shares (each with 2 articles or 4.08%).
- **Publication Trends (Year):** The analysis of publication years reveals that the year 1400 (2021-2022) holds the highest share of publications, with 8 articles (16.32%). The years 1398 (2019-2020) and 1396 (2017-2018) followed, each with 6 articles (12.24%). Notably, no articles on packaging design were published in Iranian scientific journals during the years 1399 (2020-2021) and 1391 (2012-2013).
- **Type of Article:** The majority of the published articles were classified as “Research” articles, comprising 31 papers (63.26%). “Compiled” (or compilation) articles accounted for 11 papers (22.44%), and “Promotional” articles made up 7 papers (14.28%). Crucially, no “Review” articles were observed in the scientific journals regarding this specific topic.
- **Nature of Data:** regarding the methodological approach, the Qualitative approach was the dominant method, utilized in 26 articles (53.06%). The Quantitative approach was observed in 13 articles (26.53%), while the Mixed-methods approach was used in 10 articles (20.40%).
- **Subject Analysis:** The articles were categorized into 9 subject sub-categories. The analysis showed that “Packaging Design and Consumer Behavior Studies” was the most frequently examined sub-topic, accounting for 22 articles (44.89%). This was followed by “Packaging Design and Cultural Identity” with 13 articles (26.53%) and “Aesthetics of Packaging Design” with 4 articles (8.16%). Topics such as environmental aspects, typography, and education in packaging design received significantly less attention.
- **Authorship and Demographics:** A total of 102 researchers contributed to these 49 articles. In terms of gender distribution, 57 authors (55.89%) were male, and 45 authors (44.11%) were female. Regarding academic rank, the majority (56.86%) fell into the “Other” category (researchers without faculty rank or students), while Assistant Professors accounted for 30.39%.
- **Fields of Study:** The authors represented 14 distinct academic disciplines. Interestingly, Management had the highest share with 36 authors (35.29%), surpassing design-related fields. Industrial Design followed with 21 authors (20.58%), and Graphic Design (Visual Communication) with 14 authors (13.72%).
- **Scientific Collaboration:** In terms of collaboration frequency, articles with single authors and two authors had the highest frequency, each comprising 16 articles (32.65%). Articles with three authors accounted for 28.57%, while those with four authors made up 6.12%. No articles with five or more authors were observed.

• **Organizational Affiliation:** The authors were affiliated with 31 unique organizations. Islamic Azad University had the highest frequency of author affiliation with 14 researchers (13.72%). The University of Tehran (11.76%) and Semnan University (8.82%) ranked next.

## **Discussion and Conclusion**

In this research, scientific articles on packaging design in Iran were analyzed in an objective, systematic, and classified manner across eleven specific components. The results demonstrate that the flow of research in packaging design in Iran is heavily concentrated on consumer behavior studies and qualitative approaches. A significant finding is that the contribution of the Management discipline in producing scientific literature in this field is more prominent than that of artistic disciplines such as Graphic Design or Industrial Design, suggesting a strong marketing orientation in current Iranian packaging research.

The journal “Packaging Science and Techniques” plays a pivotal role in disseminating knowledge in this domain, hosting more than half of the published articles. The gender distribution shows a relatively balanced participation, though males are slightly more dominant. The predominance of qualitative research indicates a tendency towards descriptive and interpretative studies rather than experimental or statistical modeling in the initial stages of this field’s development in Iran.

## **Limitations**

Despite the effort to provide a relatively comprehensive image of the status of scientific studies on packaging design in Iran, this research faced certain limitations. The statistical population was restricted strictly to articles published in domestic scientific journals. Other significant research resources, such as theses, dissertations, conference papers, and international studies authored by Iranians, were not included in the analysis. Additionally, the nature of content analysis and its reliance on the coding process entails the possibility of interpretive bias, although this was controlled through expert validation.

## **Recommendations**

To achieve a more comprehensive picture in future research, it is suggested that the scope of reviewed resources be expanded to include theses, dissertations, and conference papers, as well as research published in international databases. Furthermore, conducting comparative studies between packaging design research in Iran and other countries is recommended to identify global differences and specific research gaps. Finally, given the importance of content analysis, future researchers are advised to employ broader codes to capture more nuanced aspects of packaging design.

## تحلیل محتوای مقالات علمی طراحی بسته بندی در ایران

محمد زریابی<sup>۱</sup>، سید نظام الدین امامی فر<sup>۲\*</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، تهران، ایران رایانامه: zaryabim@gmail.com

<sup>۲</sup> دانشیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، تهران، ایران (نویسنده مسئول). رایانامه: emamifar@shahed.ac.ir

### چکیده

### مشخصات مقاله

#### تاریخچه مقاله:

نوع مقاله: علمی پژوهشی  
دریافت: ۱۴۰۴/۰۸/۲۳  
بازنگری: ۱۴۰۴/۰۹/۱۱  
پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۱۵  
ارائه آنلاین: ۱۴۰۴/۰۹/۳۰

#### کلیدواژه‌ها:

تحلیل محتوا  
مقاله  
نشریات علمی  
طراحی بسته بندی  
ایران

تحلیل مقالات حوزه طراحی بسته بندی می تواند درک بهتری از ضرورت ها، موضوعات و مسئولیت های این حوزه را به مخاطبان نشان داده و در طول زمان نقاط قوت و ضعف پژوهش ها را نمایان سازد. پژوهش حاضر با هدف ارزیابی مقالات علمی طراحی بسته بندی در ایران با رویکرد تحلیل محتوا است. به این منظور مقالات علمی انتشار یافته در این حوزه که شامل ۴۹ مقاله از ۱۰۲ پژوهشگر بود، مورد واکاوی قرار گرفت. ابزار استفاده شده در پژوهش یک چک لیست کدگذاری بوده است که روایی آن توسط چند تن از اساتید این حوزه سنجیده شده است. روش گردآوری داده ها به روش کتابخانه ای از طریق فیش برداری بوده است. به منظور توصیف کمی محتوای مفاهیم، بررسی به شکلی نظام مند و در ۱۱ حوزه انجام شد. نتایج پژوهش نشان می دهد که ۴۹ مقاله طراحی بسته بندی از ۱۰۲ پژوهشگر در نشریات علمی ایران انتشار یافته است. از این تعداد نشریه «علوم و فنون بسته بندی» با ۲۷ مقاله ۵۵/۱۰٪ در میان نشریات علمی در رتبه نخست قرار دارد. سال ۱۴۰۰ با ۱۶/۳۲٪ بیشترین سهم را در میان سال های انتشار داراست. رویکرد غالب، کیفی با ۵۳/۰۶٪ است. «طراحی بسته بندی و مطالعات مصرف کننده» با ۴۴/۸۹٪ بیشترین زیرموضوع مورد بررسی نویسندگان است. از حیث فراوانی همکاری علمی، مقالات با مشارکت یک و دو نویسنده، هر کدام با ۳۲/۶۵٪ دارای بیشترین فراوانی بوده است. ۵۵/۸۹٪ نویسندگان مرد و ۴۴/۱۱٪ نویسندگان زن بوده اند. مدیریت با ۳۵/۲۹٪ بیشترین سهم را در بین رشته های دانشگاهی نویسندگان داراست. ۴۴/۱۱٪ نویسندگان تحصیلات دکتری داشته اند. دانشگاه آزاد اسلامی با ۱۳/۷۲٪ بیشترین وابستگی سازمانی نویسندگان است.

استناد: زریابی، محمد، امامی فر، سید نظام الدین، تحلیل محتوای مقالات علمی طراحی بسته بندی در ایران، نشریه علوم و فنون بسته بندی، دوره ۱۶،

شماره ۳، صفحات ۷۴-۵۹، ۱۴۰۴. DOI: <https://doi.org/10.47176/packaging.2026.1248>

© نویسنده (گان) حق نشر و حقوق کامل انتشار را برای خود محفوظ می دارند.



ناشر: دانشگاه جام امام حسین (ع).



## ۱- مقدمه

فراوانی وابستگی سازمانی نویسندگان در مقاله‌های علمی انتشار یافته طراحی بسته‌بندی در ایران به چه صورت بوده است؟

## ۲- روش پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های توصیفی-تحلیلی با رویکرد علم‌سنجی کمی است. داده‌های موجود (جدول ۱) با مروری نظام‌مند از مقالات نشریه‌های علمی ایران جمع‌آوری شده است. بازه زمانی مقالات از سال ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۳ بوده است. به این منظور بررسی و جستجوی موضوع «طراحی بسته‌بندی» با کلیدواژه‌هایی چون «طراحی بسته‌بندی»، «گرافیک بسته‌بندی»، «هویت بصری بسته‌بندی» در نشریات علمی پایگاه‌های داده عبارتند از: ۱. پایگاه جهاد دانشگاهی<sup>۱</sup>؛ ۲. بانک اطلاعات نشریات کشور<sup>۲</sup>؛ ۳. پرتال جامع علوم انسانی<sup>۳</sup> و ۴. پایگاه علوم انسانی اسلامی نور<sup>۴</sup> بین سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۳ صورت پذیرفته است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با رویکرد علم‌سنجی و بهره‌مندی از روش تحلیل محتوا انجام شده است. علم‌سنجی یک حوزه پژوهشی است که به بررسی علمی اطلاعات مرتبط به مطالعات و پژوهش‌های یک موضوع یا نشریه از طریق بررسی کیفی مقالات منتشرشده در آن حوزه می‌پردازد [۷]. تحلیل محتوا و دسته‌بندی موضوعی مقالات هر حوزه - در اینجا طراحی بسته‌بندی - نیز از آنجا ضرورت می‌یابد که اولویت‌های پژوهشی و نیز ضعف‌ها و کمبودهای آن حوزه را در تولید اطلاعات علمی نمایان می‌سازد [۸].

در این پژوهش، به‌منظور افزایش دقت و اعتبار تحلیل محتوا، فرایند طراحی مقولات و ابزار کدگذاری به‌صورت مرحله‌ای و نظام‌مند انجام شده است. چک‌لیست کدگذاری پژوهش بر پایه مرور هدفمند پیشینه نظری و مطالعات پیشین مرتبط با طراحی بسته‌بندی، ارتباطات بصری، رفتار مصرف‌کننده، بازاریابی و علوم و فنون بسته‌بندی تدوین شد. در این مرحله، ابعاد و متغیرهای مرتبط با موضوعاتی همچون زیبایی‌شناسی بسته‌بندی، هویت بصری، کارکردهای ارتباطی بسته‌بندی، ملاحظات فناورانه و مواد، پایداری زیست‌محیطی، و تعامل بسته‌بندی با ترجیحات مصرف‌کننده مورد توجه قرار گرفت. به‌منظور تأمین روایی محتوایی ابزار، مفاهیم، مقولات و آیتم‌های چک‌لیست کدگذاری به‌صورت کامل با ۱۰ نفر از اساتید دانشگاهی و متخصصان حوزه‌های طراحی بسته‌بندی، گرافیک، بازاریابی و مطالعات مصرف‌کننده مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

طراحی بسته‌بندی شامل طراحی بصری و طراحی محصول است و به هویت بصری نشان تجاری، ساختار ظرف و عملکرد محصول مرتبط است [۱]. یک طراحی بسته‌بندی استاندارد را نتیجه ترکیب ماهرانه سه رشته فناوری، تجارت و طراحی می‌دانند [۲]. حال، به دنبال تحولات علمی در کشور و جامعه ایران به خصوص در سال‌های اخیر، آثاری در زمینه‌های گوناگون چون طراحی بسته‌بندی به چاپ رسید که هر یک در تلاش بوده‌اند دانش و معرفت افراد علاقه‌مند را در زمینه روش‌های تحقیق علمی افزایش دهند. مطالعه روند تولید مقالات علمی از آن جهت ضرورت می‌یابد که در هر حوزه دانشی می‌تواند از یک سو تصویری از خط سیر علمی را ارائه دهد و از سوی دیگر شکاف‌ها و خلأهای پژوهشی را در آن حوزه شناسایی نماید [۳ و ۴]. از طرف دیگر توجه به اولویت‌های تحقیقاتی در راستای نیازهای واقعی کشور، یک ضرورت اساسی برای هدفمند کردن نشریات علمی است [۵]. این مهم با رویکردی به نام علم‌سنجی تحقق می‌یابد که کارکرد اصلی آن نیز سیاست‌گذاری علم است [۶]. بنابه اهمیت طراحی بسته‌بندی به‌عنوان یکی از حوزه‌های تأثیرگذار دنیای جدید، این مقاله درصدد است تا ارزیابی دقیقی از مقاله‌های علمی این حوزه در ایران ارائه دهد. در این راستا سؤالات پژوهش حاضر به شرح زیر است:

۱. توزیع فراوانی مقاله‌های طراحی بسته‌بندی در نشریات علمی ایران به چه صورت بوده است؟
۲. توزیع فراوانی مقالات علمی طراحی بسته‌بندی در ایران در سال‌های گوناگون چگونه است؟
۳. توزیع فراوانی نوع مقاله‌های علمی طراحی بسته‌بندی در نشریات علمی ایران به چه صورت بوده است؟
۴. توزیع فراوانی مقالات علمی طراحی بسته‌بندی در ایران به لحاظ ماهیت داده‌ها چگونه است؟
۵. توزیع فراوانی بر اساس مقاله‌های علمی طراحی بسته‌بندی در ایران از حیث زیرمجموعه‌های موضوعی، به چه صورت بوده است؟
۶. توزیع فراوانی همکاری علمی (میزان مشارکت نویسندگان) در تألیف مقالات علمی انتشار یافته طراحی بسته‌بندی در ایران چگونه است؟
۷. توزیع فراوانی براساس جنسیت نویسندگان (مرد یا زن بودن) مقالات علمی منتشرشده طراحی بسته‌بندی در ایران، به چه صورت بوده است؟
۸. توزیع فراوانی مرتبه علمی نویسنده (استاد/دانشیار/استادیار/سایر) در مقالات علمی طراحی بسته‌بندی در ایران چگونه است؟
۹. توزیع فراوانی براساس رشته تحصیلی نویسنده‌های مقالات علمی منتشرشده طراحی بسته‌بندی در ایران به چه صورت بوده است؟
۱۰. توزیع فراوانی براساس سطح تحصیلات نویسندگان مقالات علمی طراحی بسته‌بندی در ایران چگونه است؟
۱۱. توزیع

<sup>1</sup> SID

<sup>2</sup> Magiran

<sup>3</sup> Ensani

<sup>4</sup> Noormags

۵	تبيين قابليت نقوش قالی در هويت‌بخشی ایرانی به بسته‌بندی کالاها (مطالعه موردی: نقوش قالی بندی یلمه بروجن و میناخانی ورامین)
۶	طراحی پیام‌های بصری زیست محیطی در بسته‌بندی کالاهای مصرفی در پرتو اصول گرافولوژی فرهنگی
۷	تحليل عوامل هويت‌بخش در طراحی بسته‌بندی صنايع دستی روستایی ایران با رویکرد صادرات
۸	ارتقای اعتماد به مواد غذایی ارگانیک با الگوسازی بسته‌بندی
۹	آسیب‌شناسی پیامدهای زیان بار اقتصادی حاصل از یک بسته‌بندی نامناسب
۱۰	شناسایی سلیقه بصری مخاطب بر مبنای طبقه اجتماعی مطالعه موردی: بسته‌های چای
۱۱	بررسی ویژگی‌های طراحی بسته‌بندی چای و دمنوش‌های گیاهی یک شرکت ایرانی
۱۲	کاربرد نقوش تصویری ایرانی- اسلامی در طراحی و هويت‌بخشی بسته‌بندی صنايع غذایی صادراتی ایران (چای، پسته، زعفران)
۱۳	تفسیر فرایند ارتباط استاد و دانشجو در دوره آموزش طراحی بسته‌بندی براساس نظریه یاکوبسن
۱۴	بررسی مؤلفه‌های بسته‌بندی محصولات کشاورزی بر قصد خرید مصرف‌کننده
۱۵	راهکارهای مدیریت بسته‌بندی برای حفاظت محیط زیست
۱۶	تأثیر عوامل زیبایی‌شناختی بسته‌بندی کالا بر قصد خرید مصرف‌کننده (مورد مطالعه: مشتریان محصول ماست در شهر همدان)
۱۷	شناسایی و مطالعه عوامل مؤثر بر خلأقیت در طراحی بسته‌بندی و فروش محصولات غذایی
۱۸	تحليل محتوای عناصر طراحی بسته‌بندی محصولات آجیل و خشکبار و بررسی ارتباط آن با قصد خرید مشتریان (مورد مطالعه: آجیل و خشکبار نارمک)
۱۹	صنایع دستی، حلقه اتصال هويت و نشان تجاری در صنعت بسته‌بندی

بازخوردهای خبرگان در خصوص شفافیت مفاهیم، تناسب مقولات با اهداف پژوهش و پوشش ابعاد اصلی حوزه مطالعه اعمال شد و نسخه نهایی چک‌لیست بر اساس این تعاملات تخصصی شکل گرفت. فرایند کدگذاری مقالات نیز به صورت نظام‌مند و بر اساس چارچوب مفهومی واحد انجام شد. پیش از اجرای نهایی، هماهنگی مفهومی لازم میان کدگذاران حاصل شده و تعاریف عملیاتی مقولات به طور دقیق تبیین گردید. به منظور کنترل پایایی کدگذاری، موارد اختلاف نظر از طریق بحث و توافق مشترک حل و فصل شد که این فرایند به حفظ ثبات و انسجام در طبقه‌بندی داده‌ها انجامید. بدین ترتیب، با اتکا به طراحی دقیق ابزار، مشارکت خبرگان و کنترل فرایند کدگذاری، رویایی و پایایی پژوهش مطابق نمودار (۱) در سطح قابل قبول تضمین شده است.



نمودار (۱): مراحل اجرایی پژوهش و فرایند تأیید روایی و پایایی ابزار کدگذاری

جدول (۱): مقالات مورد مطالعه در پژوهش

منبع	نام مقاله	*
[۹]	بررسی تأثیر اندازه و طراحی بسته‌بندی بر قصد خرید و رضایت مشتری	۱
[۱۰]	تحلیل کارکرد بیانگر و تأثیرگذار نوشتار در بسته‌بندی‌های ایران (مطالعه موردی: برگزیدگان نمایشگاه‌های سالانه و دوسالانه آثار طراحان بسته‌بندی کشور)	۲
[۱۱]	تأثیر زیباشناختی استفاده از نقش مایه‌های سنتی و بومی در بسته‌بندی پسته صادراتی استان کرمان	۳
[۱۲]	مؤلفه‌های فرهنگ محور در طراحی بسته‌بندی صنایع دستی ایران	۴

۳۵	مدل طراحی فرهنگ محور در بسته‌بندی صنایع دستی و نقش آن بر شکل‌گیری نگرش مصرف‌کننده	[۴۳]
۳۶	ارزیابی مدیریت سنت‌های پایدار بسته‌بندی محصولات خرما	[۴۴]
۳۷	تعیین مسیر و هدف در طراحی گرافیک بسته‌بندی نوشیدنی	[۴۵]
۳۸	نقد بسته‌بندی چاروق	[۴۶]
۳۹	بسته‌بندی و نقش آن در ارتقاء کیفی محصولات صنایع دستی	[۴۷]
۴۰	بررسی تأثیر نشانه‌های خوش یمن (مسکات)، در طراحی بسته‌بندی نوشیدنی‌ها	[۴۸]
۴۱	انعکاس تعاملات کاربران در طراحی بسته‌بندی نگهدارنده دارو مخصوص سالمندان با استفاده از مهندسی کانسی	[۴۹]
۴۲	طراحی بسته‌بندی صنایع فرهنگی مکتوب با استفاده از نقوش پارچه‌های ایرانی موزه کلیوند	[۵۰]
۴۳	نقش بسته‌بندی در ترغیب مصرف‌کنندگان به خرید گیوه فارس	[۵۱]
۴۴	شناسایی ابعاد گرافیکی تأثیرگذار بسته‌بندی بر میزان بازاریابی و فروش	[۵۲]
۴۵	طراحی فرهنگ محور با نظریه بازنمایی استوارت هال؛ نمونه موردی هویت بخشی بسته‌بندی صنایع دستی ایران	[۵۳]
۴۶	تحولات گرافیک بسته‌بندی محصولات نشان‌های تجاری، نشان تجاری بزرگ فریتولی، از سال ۱۹۶۰ میلادی تا کنون	[۵۴]
۴۷	بررسی تقارن و تکرار در پارچه‌های ایرانی موزه کلیوند و کاربرد آن‌ها در طراحی بسته هدیه کتب نفیس	[۵۵]
۴۸	تأثیر روانشناختی طراحی احساس‌گرای نشانه‌های رنگی بسته‌بندی بر روی ترجیحات مصرف‌کنندگان	[۵۶]
۴۹	بررسی اثر جنبه زیباشناختی بسته‌بندی و ابعاد آن بر قصد خرید کالا با میانجی‌گری ترجیح بسته‌بندی	[۵۷]

جدول (۱): مقالات مورد مطالعه در پژوهش

منبع	نام مقاله	*
[۲۸]	تأثیر طراحی بسته‌بندی بر انتخاب مصرف‌کنندگان	۲۰
[۲۹]	مدیریت اطلاعات و حروف در بسته‌بندی	۲۱
[۳۰]	مطالعه راهکارهای توسعه علامت تجاری (تجاری‌سازی) از طریق طراحی بسته‌بندی	۲۲
[۳۱]	زیبایی‌شناسی در بسته‌بندی با تحلیلی بر ابعاد و پیامدهای آن	۲۳
[۳۲]	ارائه مدل احساسات مصرف‌کنندگان در صنعت بسته‌بندی با استفاده از مدل‌سازی ساختاری-تفسیری	۲۴
[۳۳]	ویژگی‌های طراحی بسته‌بندی‌های مواد غذایی	۲۵
[۳۴]	تفکر استعاری در طراحی بسته‌بندی	۲۶
[۳۵]	نقش بسته‌بندی کفش‌های ورزشی به‌منزله یک رسانه در ترغیب گروه‌های مختلف ورزشکاران به خرید کفش‌های ورزشی	۲۷
[۳۶]	تأثیر ویژگی‌های بسته‌بندی بر میزان رضایت بیماران نسبت به پذیرش و خرید داروهای مکمل	۲۸
[۳۷]	بررسی دیدگاه گردشگران خارجی نسبت به وضعیت بسته‌بندی صنایع دستی ایران (مطالعه موردی: صنایع دستی اصفهان)	۲۹
[۳۸]	بررسی کاربرد نسبت طلایی در بسته‌بندی محصولات و تأثیر آن بر رفتار خرید مصرف‌کنندگان	۳۰
[۳۹]	بررسی بازتاب هویت ملی در طراحی بسته‌بندی ایران با تأکید بر مؤلفه خط فارسی (مطالعه موردی: بسته‌بندی‌های برگزیده محصولات مواد غذایی دوسالانه طراحی گرافیک ایران "سرو نقره‌ای")	۳۱
[۴۰]	تأثیر مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی مصرف‌کنندگان بر تصمیم خرید سبز آنها	۳۲
[۴۱]	تأثیر بازنمایی طراحی ایرانی اسلامی بر بسته‌بندی‌های زعفران ایران در فرایند ارتباط با مخاطب	۳۳
[۴۲]	اثر بخشی مداخلات طراحی کاربرگرا در طراحی محصولات (طراحی بسته‌بندی نگهدارنده دارو برای سالمندان با استفاده از مهندسی کانسی)	۳۴

### ۳- پیشینه پژوهش

تحقیقات گوناگونی در خصوص تحلیل محتوایی مقاله‌های منتشر شده در نشریات علمی در رشته‌ها و حوزه‌های گوناگون در ایران نگارش شده است که می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد. تانگ و همکاران (۲۰۲۵) با تحلیل محتوای ۳۵ محصول غذایی تجاری نوزادان در بریتانیا نشان می‌دهند که طراحی بصری بسته‌بندی، از طریق نشانه‌های گرافیکی ضمنی و ارائه‌گزینشی اطلاعات، ادعاهای همراه‌کننده‌ای درباره سلامت محصول ایجاد می‌کند. نتایج حاکی از ناهماهنگی میان پیام‌های بصری، ادعاهای سلامت و ارزش تغذیه‌ای واقعی بوده و بر ضرورت طراحی بسته‌بندی اخلاق‌محور و هم‌راستا با چارچوب‌های سازمان جهانی بهداشت تأکید دارد [۵۸]. زریابی و امامی‌فر (۱۴۰۴) در مقاله «تحلیل محتوای مقالات فصلنامه علوم و فنون بسته‌بندی (شماره ۱ تا ۵۹)» نتیجه می‌گیرند که در ۵۹ شماره نخست نشریه «علوم و فنون بسته‌بندی» ۴۱۵ مقاله از ۹۷۹ پژوهشگر انتشار یافته است. رویکرد غالب مقالات، کیفی با ۷۶/۵۹٪ است. «بسته‌بندی مواد غذایی» با ۴۸/۲۰٪ بیشترین موضوع مورد بررسی میان نویسندگان است. از حیث فراوانی همکاری علمی، مقالات با مشارکت دو نویسنده با ۷۹/۳۸٪ در رتبه اول قرار دارد. ۷۶/۶۴٪ نویسندگان مرد و ۲۴/۳۵٪ زن بوده‌اند. صنایع غذایی با ۸۲/۴۳٪ رتبه نخست را در بین رشته‌های دانشگاهی نویسندگان داراست. ۸۰/۴۷٪ نویسندگان تحصیلات دکتری داشته‌اند. دانشگاه آزاد اسلامی با ۳۵/۲۱٪ بیشترین وابستگی سازمانی نویسندگان است [۵۹]. ساستره و همکاران (۲۰۲۲) در مقاله «مروری نظام‌مند بر پایداری بسته‌بندی» با مرور نظام‌مند ۴۷۲ مقاله علمی نشان می‌دهند که تمرکز ادبیات بسته‌بندی پایدار عمدتاً بر کاهش اثرات زیست‌محیطی است و رویکردهای یکپارچه پایداری کمتر توسعه یافته‌اند. همچنین با طبقه‌بندی این مقالات در خوشه‌ها و ارائه چارچوبی مبتنی بر چرخه عمر، مسیرهای مشخصی برای بهبود طراحی بسته‌بندی پایدار پیشنهاد می‌شود [۶۰]. سلیمانی امیری و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله «تحلیل محتوای نشریه علمی- پژوهشی «پژوهش‌های تجربی حسابداری» طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷» نتیجه حاصل می‌کنند که ۲۶ شماره از این نشریه طی سال‌های مذکور به چاپ رسیده است. تعداد مقالات چاپ شده ۲۴۳ است. ۶۰۷ نفر در نوشتن مقالات نقش داشته‌اند که ۷۴ درصد آنان را مردان و ۲۶ درصد آنان را زنان تشکیل می‌دهند. ۹۷ درصد مقالات حاصل کار گروهی بوده‌اند. ۲۷ درصد نویسندگان مقالات دارای مرتبه استادیار بوده‌اند و ۱۶ درصد مقالات حاصل تلاش پژوهشگران دانشگاه الزهرا است. از نظر موضوعی نیز ۵۸ درصد مقالات در حوزه

حسابداری مالی به چاپ رسیده است [۶۱]. ادیب منش (۱۳۹۹) در مقاله «ارزیابی دوفصلنامه مطالعات برنامه درسی در آموزش عالی با رویکرد تحلیل محتوا» نتیجه می‌گیرد که در بخش روش‌شناسی، رویکرد غالب، کیفی است. در بخش مربوط به موضوع‌شناسی موضوع مرتبط با آموزش تدریس و یادگیری از بیشترین فراوانی برخوردار است. در بین دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی، دانشگاه تهران بیشترین فراوانی را داراست. در بخش مربوط به مشارکت نویسندگان در تألیف مقالات، مشارکت دو نویسنده از بیشترین فراوانی برخوردار است [۶۲]. خاشعی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله «تحلیل محتوای مقالات فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول) طی دوره هفت ساله (۹۶-۱۳۹۰)» به منظور توصیف عینی و کیفی محتوای مفاهیم، بررسی‌ای نظام‌مند و در قالب ۱۱ شاخص انجام داده‌اند [۶]. میرزایی (۱۳۹۷) در مقاله «تحلیل محتوای مقالات ۳۰ شماره نخست دوفصلنامه علمی- پژوهشی گلجام» به تحلیل محتوای ۱۷۹ مقاله منتشر شده در ۳۰ شماره نخست این مجله پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد در هر شماره این نشریه به طور میانگین ۶/۳۵ مقاله منتشر شده است. ۴۲ درصد مقالات دو مؤلف داشته است و ۴۹ درصد آنها توسط نویسندگانی با مدرک تحصیلی دکتری نوشته شده‌اند. نویسندگان مرد با نگرش ۷۳ درصد مقالات، نسبت نویسندگان زن از جایگاه بالاتری برخوردارند [۶۳]. اللهیاری و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله «تحلیل محتوای مقالات تخصصی علوم ترویج و آموزش کشاورزی در ایران (۱۳۹۲-۱۳۸۸)» نتیجه می‌گیرند که ۷۸۱ مقاله توسط ۲۱۶۸ نویسنده نگاشته شده و دارای ۱۹۹۹۱ استناد بوده‌اند. بیشترین درصد انتشار مقالات ترویجی مربوط به دو نشریه «پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی» و «علوم و ترویج آموزش کشاورزی» بوده است [۶۴]. با توجه به مطالعه پیشینه، پژوهش مستقلی در خصوص تحلیل محتوای مقالات علمی طراحی بسته‌بندی در ایران، انجام نپذیرفته و نگارنده پژوهشی در این حوزه مشاهده نکرده است.

### ۴- مبانی نظری پژوهش

امروزه توسعه علمی نمونه‌ای از اقتدار ملی کشور و بستری برای توسعه در کلیه امور است. اهمیت تولیدات علمی و نقش انکارناپذیر آن در توسعه پایدار تا بدان اندازه است که بسیاری از کشورهای پیشرفته دنیا حجم عظیمی از سرمایه‌های ملی خود را صرف توسعه پژوهش و مؤسسات پژوهشی می‌نمایند [۶۴]. در این میان نشریات علمی، از ساز و کارهای لازم برای تحلیل انتقال دانش به گروه‌های سازمانی به شمار می‌روند. حال، با استفاده از رویکرد علم‌سنجی در بررسی و مطالعه موضوعات نشریات علمی می‌توان تغییرات آن در

مدیریت بازرگانی	۱	٪ ۲/۰۴
جامعه‌شناسی هنر و ادبیات	۱	٪ ۲/۰۴
اخلاق در علوم و فناوری	۱	٪ ۲/۰۴
هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی	۱	٪ ۲/۰۴
برنامه ریزی و توسعه گردشگری	۱	٪ ۲/۰۴
هنرهای تجسمی و کاربردی	۱	٪ ۲/۰۴
رهپویه هنرهای تجسمی	۱	٪ ۲/۰۴
پیکره	۱	٪ ۲/۰۴
مطالعات در دنیای رنگ	۱	٪ ۲/۰۴
تحقیقات بازاریابی نوین	۱	٪ ۲/۰۴
<b>کل</b>	<b>۴۹</b>	<b>٪ ۱۰۰</b>

**۵-۲- توزیع فراوانی مقالات انتشار یافته در سال‌ها**

از مجموع ۴۹ مقاله انتشار یافته با موضوع «طراحی بسته‌بندی» در نشریات علمی ایران، ۸ مقاله (۱۶/۳۲٪) در سال ۱۴۰۰ منتشر شده است که از حیث فراوانی مقالات انتشار یافته در یک سال براساس جدول (۳) رتبه نخست محسوب می‌شود. سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۶ هر کدام با ۶ مقاله (۱۲/۲۴٪) و سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۴ هر کدام با ۵ مقاله (۱۰/۲۰٪) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. لازم به ذکر است که در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۳۹۱ هیچ مقاله‌ای با موضوع «طراحی بسته‌بندی» در نشریات علمی ایران منتشر نشده است.

**جدول (۳): توزیع فراوانی مقالات انتشار یافته در سال‌ها**

عدد	سال	تعداد مقاله	درصد
۱	۱۴۰۰	۸	٪ ۱۶/۳۲
۲	۱۳۹۸	۶	٪ ۱۲/۲۴
	۱۳۹۶	۶	٪ ۱۲/۲۴
۴	۱۳۹۷	۵	٪ ۱۰/۲۰
	۱۳۹۴	۵	٪ ۱۰/۲۰
۶	۱۴۰۲	۴	٪ ۸/۱۶
۷	۱۴۰۳	۳	٪ ۶/۱۲
	۱۴۰۱	۳	٪ ۶/۱۲
	۱۳۹۰	۳	٪ ۶/۱۲
۱۰	۱۳۹۳	۲	٪ ۴/۰۸
	۱۳۸۹	۲	٪ ۴/۰۸
۱۲	۱۳۹۵	۱	٪ ۲/۰۴
	۱۳۹۲	۱	٪ ۲/۰۴
-	۱۳۹۹	۰	٪ ۰
	۱۳۹۱	۰	٪ ۰
<b>کل</b>		<b>۴۹</b>	<b>٪ ۱۰۰</b>

گذر زمان، براساس پژوهشگران آن حوزه، ارتباط با سایر علوم و موضوعات و محورهای پژوهش شده را شناسایی و تحلیل کرد [۶]. تولید محتوای تولیدات علمی و دسته‌بندی موضوعی و شناخت نوع مطالب منتشر شده در نشریات علمی برای دسترسی سریع و آسان به اطلاعات در حوزه علم-سنجی حائز اهمیت است [۶۴]. این روش بدون دخالت محقق در جهت‌گیری و نتایج نوشتار صورت می‌پذیرد و در پی عینیت بخشیدن، کمتی کردن و سنجه‌پذیر ساختن داده‌ها از طریق به‌کارگیری مفاهیم عمدتاً کمتی است [۶۳]. بر اساس آنچه ذکر شد، این پژوهش در تلاش است تا به بررسی نظام‌مند داده‌ها را به منظور شناسایی شناسایی الگوها، نگرش‌ها و معانی آشکار و پنهان سیر مقالات علمی طراحی بسته‌بندی در ایران پردازد.

**۵- یافته‌ها**

در این قسمت به تجزیه و تحلیل ۴۹ مقاله علمی طراحی بسته‌بندی انتشار یافته در ایران که توسط ۱۰۲ پژوهشگر نگارش شده است، در قالب ۱۱ مولفه مشخص پرداخته خواهد شد.

**۵-۱- توزیع فراوانی مقاله‌ها در نشریات علمی**

براساس جدول (۲)، ۲۱ نشریه علمی ایران حداقل یک مقاله با محوریت «طراحی بسته‌بندی» را منتشر نموده‌اند. نشریه «علوم و فنون بسته‌بندی» با ۲۷ مقاله (۵۵/۱۰٪) بیشترین سهم را از این حیث در میان نشریات علمی داراست. نشریات «هنرهای صناعی ایران» و «هنر اسلامی» نیز هر کدام ۲ مقاله (۴/۰۸٪) را به موضوع طراحی بسته‌بندی اختصاص داده‌اند.

**جدول (۲): توزیع فراوانی مقاله‌ها در نشریات علمی**

عدد	نام نشریه	تعداد	درصد
۱	علوم و فنون بسته‌بندی	۲۷	٪ ۵۵/۱۰
۲	هنرهای صناعی ایران	۲	٪ ۴/۰۸
	هنر اسلامی	۲	٪ ۴/۰۸
۴	هنرهای صناعی اسلامی	۱	٪ ۲/۰۴
	اقتصاد فضا و توسعه روستایی	۱	٪ ۲/۰۴
	مطالعات مدیریت راهبردی	۱	٪ ۲/۰۴
	تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران	۱	٪ ۲/۰۴
	چشم‌انداز مدیریت بازرگانی	۱	٪ ۲/۰۴
	مدیریت برند	۱	٪ ۲/۰۴
	مدیریت ورزشی	۱	٪ ۲/۰۴
	معماری و شهرسازی ایران	۱	٪ ۲/۰۴

### ۵-۳- توزیع فراوانی نوع مقاله‌های منتشر شده

براساس جدول (۴) بیشترین مقاله‌های منتشر شده با موضوع «طراحی بسته‌بندی» در نشریات علمی ایران از نوع پژوهشی با ۳۱ مقاله (۶۳/۲۶٪) بوده است. ۱۱ مقاله (۲۲/۴۴٪) نیز از نوع تألیفی (به مقاله‌هایی که در برهه زمانی اواخر دهه ۸۰ و اوایل دهه نود شمسی اشاره دارد که عموماً تفکیک مشخصی از نوع مقاله انتشار یافته موجود نبوده است) و ۷ مقاله (۱۴/۲۸٪) از نوع ترویجی بوده است. در بین مقالات مورد بحث در پژوهش حاضر، هیچ مقاله‌ای از نوع مروری در نشریات علمی ایران مشاهده نشده است.

جدول (۴): توزیع فراوانی نوع مقاله‌های منتشر شده

عدد	نوع مقاله منتشر شده	تعداد	درصد
۱	پژوهشی	۳۱	۶۳/۲۶٪
۲	تألیفی	۱۱	۲۲/۴۴٪
۳	ترویجی	۷	۱۴/۲۸٪

### ۵-۴- توزیع فراوانی به لحاظ ماهیت داده‌های مقالات

در میان مقالات انتشار یافته با موضوع «طراحی بسته‌بندی» در نشریات علمی ایران به لحاظ ماهیت داده‌های پژوهشی براساس جدول (۵)، رویکرد کیفی با ۲۶ مقاله (۵۳/۰۶٪) رویکرد غالب است. رویکردهای کمی و ترکیبی نیز به ترتیب از ۲۶/۵۳٪ و ۲۰/۴۰٪ فراوانی برخوردارند.

جدول (۵): توزیع فراوانی به لحاظ ماهیت داده‌های مقالات

عدد	توزیع فراوانی پژوهش به لحاظ ماهیت داده‌ها	تعداد	درصد
۱	کیفی	۲۶	۵۳/۰۶٪
۲	کمی	۱۳	۲۶/۵۳٪
۳	ترکیبی	۱۰	۲۰/۴۰٪
کل مقالات		۴۹	۱۰۰٪

### ۵-۵- توزیع فراوانی مقاله‌های انتشار یافته از حیث

#### زیرمجموعه‌های موضوع

در میان نشریات علمی ایران مقاله‌هایی با ۹ زیرمجموعه موضوعی، ذیل موضوع «طراحی بسته‌بندی» انتشار یافته است. از این میان و بر مبنای جدول (۶)، موضوعات «طراحی بسته‌بندی و مطالعات رفتار مصرف‌کننده»، «طراحی بسته‌بندی و هویت فرهنگی» و «زیبایی‌شناسی طراحی بسته‌بندی» به ترتیب با ۴۴/۸۹٪، ۲۶/۵۳٪ و ۸/۱۶٪ بیشترین زیرمجموعه‌های موضوعی مورد بررسی توسط نویسندگان را تشکیل داده‌اند.

جدول (۶): توزیع فراوانی مقالات انتشار یافته از حیث موضوع

عدد	موضوع‌شناسی	تعداد	درصد
۱	طراحی بسته‌بندی و مطالعات رفتار مصرف‌کننده	۲۲	۴۴/۸۹٪
۲	طراحی بسته‌بندی و هویت فرهنگی	۱۳	۲۶/۵۳٪
۳	زیبایی‌شناسی طراحی بسته‌بندی	۴	۸/۱۶٪
۴	تایپ و طراحی بسته‌بندی	۳	۶/۱۲٪
	طراحی بسته‌بندی و محیط زیست	۳	۶/۱۲٪
۶	آموزش طراحی بسته‌بندی	۱	۲/۰۴٪
	تفکر طراحی در بسته‌بندی	۱	۲/۰۴٪
	مطالعه تاریخی طراحی بسته‌بندی	۱	۲/۰۴٪
	مسکات و طراحی بسته‌بندی	۱	۲/۰۴٪
مجموع کل		۴۹	۱۰۰٪

### ۵-۶- توزیع فراوانی همکاری‌های علمی (مشارکت

#### نویسندگان)

بررسی داده‌ها نشان می‌دهد در مجموع ۱۰۲ پژوهشگر در تألیف ۴۹ مقاله علمی طراحی بسته‌بندی در ایران مشارکت داشته‌اند. جدول (۷) نمایان می‌سازد که بیشترین مقالات منتشر شده بر مبنای میزان مشارکت نویسندگان، به مقالاتی با یک و نیز دو

جدول (۹): توزیع فراوانی مرتبه علمی نویسندگان

درصد	تعداد	مرتبه علمی نویسنده	عدد
۵۶/۸۶٪	۵۸	سایر	۱
۳۰/۳۹٪	۳۱	استادیار	۲
۹/۸۰٪	۱۰	دانشیار	۳
۲/۹۴٪	۳	استاد	۴
۱۰۰٪	۱۰۲	مجموع کل	

#### ۵-۹- توزیع فراوانی براساس رشته تحصیلی نویسندگان

بر مبنای جدول (۱۰) نویسندگان ۴۹ مقاله علمی طراحی بسته‌بندی ایران از ۱۴ رشته دانشگاهی متمایز بوده‌اند. از این میان مدیریت با ۳۶ نویسنده (۳۵/۲۹٪) دارای بیشترین فراوانی در بین رشته‌های دانشگاهی است. طراحی صنعتی، طراحی گرافیک (ارتباط تصویری) و پژوهش هنر به ترتیب با ۲۰/۵۸٪، ۱۳/۷۲٪ و ۱۲/۷۴٪ در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

جدول (۱۰): توزیع فراوانی بر اساس رشته تحصیلی نویسندگان

درصد	تعداد	رشته دانشگاهی نویسندگان	عدد
۳۵/۲۹٪	۳۶	مدیریت	۱
۲۰/۵۸٪	۲۱	طراحی صنعتی	۲
۱۳/۷۲٪	۱۴	طراحی گرافیک (ارتباط تصویری)	۳
۱۲/۷۴٪	۱۳	پژوهش هنر	۴
۲/۹۴٪	۳	علوم و صنایع غذایی	۵
۲/۹۴٪	۳	داروسازی	
۲/۹۴٪	۳	تربیت بدنی و علوم ورزشی	۸
۱/۹۶٪	۲	صنایع دستی	
۱/۹۶٪	۲	روانشناسی	۱۰
۰/۹۸٪	۱	علوم زیستی	
۰/۹۸٪	۱	فرش	
۰/۹۸٪	۱	مهندسی مواد	
۰/۹۸٪	۱	پژوهشگری اجتماعی	
۰/۹۸٪	۱	هنر اسلامی	
۱۰۰٪	۱۰۲	مجموع کل	

نویسنده اختصاص دارد. ۱۶ مقاله (۳۲/۶۵٪) با مشارکت یک نویسنده و همچنین دو نویسنده منتشر شده است. مقاله‌های با سه و چهار نویسنده به ترتیب با ۲۸/۵۷٪ و ۶/۱۲٪ در رتبه‌های بعدی از حیث میزان همکاری علمی نویسندگان قرار دارند. لازم به ذکر است مقاله‌ای با مشارکت ۵ نویسنده و بیشتر در میان مقالات علمی طراحی بسته‌بندی در ایران مشاهده نشده است.

جدول (۷): توزیع فراوانی همکاری علمی (مشارکت نویسندگان)

درصد	تعداد	مشارکت نویسندگان	عدد
۳۲/۶۵٪	۱۶	تک نویسنده	۱
۳۲/۶۵٪	۱۶	دو نویسنده	
۲۸/۵۷٪	۱۴	سه نویسنده	۳
۶/۱۲٪	۳	چهار نویسنده	۴
۰٪	۰	پنج نویسنده و بیشتر	-
۱۰۰٪	۴۹	مجموع کل	

#### ۵-۷- توزیع فراوانی براساس جنسیت نویسندگان

براساس جدول (۸)، از مجموع ۱۰۲ نویسنده مقالات علمی طراحی بسته‌بندی ایران، تعداد نویسندگان مرد ۵۷ نفر (۵۵/۸۸٪) و تعداد نویسندگان زن ۴۵ نفر (۴۴/۱۲٪) بوده است.

جدول (۸): توزیع فراوانی بر اساس جنسیت نویسندگان

درصد	تعداد	جنسیت نویسندگان	عدد
۵۵/۸۹٪	۵۷	مرد	۱
۴۴/۱۱٪	۴۵	زن	۲
۱۰۰٪	۱۰۲	مجموع کل	

#### ۵-۸- توزیع فراوانی مرتبه علمی نویسندگان

بررسی مرتبه علمی نویسندگان بر طبق جدول (۹) نشان می‌دهد که ۵۶/۸۶٪ از مجموع، دارای مرتبه پایین‌تر از استادیاری و پژوهشگر غیرهیأت علمی محسوب می‌شوند. پژوهشگران با مرتبه استادیاری، دانشیاری و استادی به ترتیب با ۳۰/۳۹٪، ۹/۸۰٪ و ۲/۹۴٪ از حیث فراوانی در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

### ۵-۱۰- توزیع فراوانی براساس سطح تحصیلات

#### نویسندگان

بر مبنای جدول (۱۱)، از مجموع ۱۰۲ نویسنده ۴۹ مقاله علمی طراحی بسته‌بندی در ایران، ۴۵ نفر معادل ۴۴/۱۱٪ دارای مدرک تحصیلی دکتری بوده‌اند. سطوح تحصیلی کارشناسی ارشد، دانشجوی دکتری، کارشناسی و پائین‌تر و دانشجوی کارشناسی ارشد به ترتیب با ۳۲/۳۵٪، ۱۰/۷۸٪، ۶/۸۶٪ و ۵/۸۸٪ از حیث فراوانی براساس سطح تحصیلات در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

جدول (۱۱): توزیع فراوانی بر اساس سطح تحصیلات نویسندگان

عدد	تحصیلات نویسندگان	تعداد	درصد
۱	دکتری	۴۵	۴۴/۱۱٪
۲	کارشناسی ارشد	۳۳	۳۲/۳۵٪
۳	دانشجوی دکتری	۱۱	۱۰/۷۸٪
۴	کارشناسی و پائین‌تر	۷	۶/۸۶٪
۵	دانشجوی کارشناسی ارشد	۶	۵/۸۸٪
	مجموع کل	۱۰۲	۱۰۰٪

### ۵-۱۱- توزیع فراوانی وابستگی سازمانی نویسندگان

بررسی وابستگی سازمانی ۱۰۲ نویسنده ۴۹ مقاله علمی طراحی بسته‌بندی در ایران طبق جدول (۱۲) نشان می‌دهد که در مجموع مقالات از ۳۱ وابستگی سازمانی منحصربه‌فرد انتشار یافته است. از این میان ۳۰ وابستگی سازمانی از کشور ایران و ۱ وابستگی سازمانی از نویسنده‌ای ایرانی از کشور رومانی بوده است. دانشگاه آزاد اسلامی با ۱۴ نویسنده معادل ۱۳/۷۲٪ دارای بیشترین فراوانی در میان وابستگی‌های سازمانی نویسندگان است. دانشگاه تهران و دانشگاه سمنان به ترتیب با ۱۱/۷۶٪ و ۸/۸۲٪ در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

جدول (۱۲): توزیع فراوانی وابستگی سازمانی نویسندگان

عدد	عنوان وابستگی سازمانی	تعداد	درصد
۱	دانشگاه آزاد اسلامی	۱۴	۱۳/۷۲٪
۲	دانشگاه تهران	۱۲	۱۱/۷۶٪
۳	دانشگاه سمنان	۹	۸/۸۲٪
۴	دانشگاه اصفهان	۶	۵/۸۸٪
	دانشگاه گیلان	۶	۵/۸۸٪
	دانشگاه الزهرا (س)	۶	۵/۸۸٪

عدد	عنوان وابستگی سازمانی	تعداد	درصد
۸	موسسه آموزش عالی نبی اکرم (ص)	۶	۵/۸۸٪
	دانشگاه تربیت مدرس	۴	۳/۹۲٪
	دانشگاه هنر اصفهان	۳	۲/۹۴٪
۹	دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان	۳	۲/۹۴٪
	دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد	۳	۲/۹۴٪
	دانشگاه پیام نور	۳	۲/۹۴٪
	موسسه آموزش عالی راهبرد شمال	۳	۲/۹۴٪
۱۴	دانشگاه شهید بهشتی	۲	۱/۹۶٪
	دانشگاه علامه طباطبایی	۲	۱/۹۶٪
	دانشگاه شیراز	۲	۱/۹۶٪
	دانشگاه هنر اسلامی تبریز	۲	۱/۹۶٪
	دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)	۲	۱/۹۶٪
	دانشگاه شیخ بهایی	۲	۱/۹۶٪
	دانشگاه شهید چمران اهواز	۱	۰/۹۸٪
	دانشگاه ملی مهارت (فنی حرفه‌ای)	۱	۰/۹۸٪
۲۰	پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات	۱	۰/۹۸٪
	دانشگاه هنر شیراز	۱	۰/۹۸٪
	دانشگاه علم و صنعت	۱	۰/۹۸٪
	دانشگاه امام حسین (ع)	۱	۰/۹۸٪
	دانشگاه خوارزمی	۱	۰/۹۸٪
	دانشگاه محقق اردبیلی	۱	۰/۹۸٪
	دانشگاه هرمزگان	۱	۰/۹۸٪
	دانشگاه خلیج فارس	۱	۰/۹۸٪
	دانشگاه شاهد	۱	۰/۹۸٪
	دانشگاه بخارست - رومانی	۱	۰/۹۸٪
	مجمع کل	۱۰۲	۱۰۰٪

## ۶- نتیجه‌گیری

بسته‌بندی در ایران و سایر کشورها، برای شناسایی تفاوت‌ها و شکاف‌های پژوهشی پیشنهاد می‌شود. همچنین با توجه به اهمیت از نظر تحلیل محتوا به ویژه در حوزه «طراحی بسته بندی» نیاز است در پژوهش‌های آینده به کدهای گسترده‌تر پرداخت شود.

• مقاله برگرفته از رسالهٔ دکتری محمد زریابی با عنوان «تدوین الگوی پارادایمی آموزش طراحی بسته‌بندی در دوره کارشناسی ارتباط تصویری ایران بر اساس نظریهٔ داده بنیاد» به راهنمایی دکتر سید نظام‌الدین امامی‌فر در دانشکدهٔ هنر دانشگاه شاهد است.

## ۷- مراجع

- [1] C. Yang, "Applying design thinking as a method for teaching packaging design," *Journal of Education and Learning*, vol. 7, no. 5, pp. 52-61, 2018.
- [2] S. Heiniö and T. Karjalainen, "Multidisciplinary student project as a teaching platform for package design," in 17th IAPRI World Conference on Packaging, pp. 220-224, 2010.
- [3] M. R. Hafeznia, *An Introduction to the Research Method in Humanities*. Tehran: SAMT Publications, 2020. (in Persian)
- [4] D. Rezanian, M. R. Meghni-pour, and S. J. Zafarmand, "Content Analysis of Articles Published in the Journal of Tourism Management Studies (2012-2019) Based on the Authorship Pattern and Methodological, Citation, and Performance Characteristics of the Articles," *Quarterly Journal of Knowledge Retrieval and Semantic Systems*, vol. 8, no. 28, pp. 169-201, 2021. (in Persian)
- [5] A. Akhouni, "Content Analysis of the Articles Published in Rahbord Quarterly Journal," *Strategic Studies Quarterly (Rahbord Journal)*, vol. 28, no. 2, pp. 167-196, 2019. (in Persian)
- [6] V. Khashaei Varnamkhashti, S. A. H. Tayebi Abolhasani, and Sh. Asadi Khaneqah, "Content Analysis of Articles Published in the Journal of Management Studies (Improvement and Transformation) During the Seven-Year Period (2011-2017)," *Journal of Management Studies: Improvement and Transformation*, vol. 28, no. 93, pp. 129-160, 2019. (in Persian)
- [7] H. Imani, A. H. Abdollahzadeh, and A. A. Pourazat, "Content Analysis of Research Articles Published in the Journal of Public Administration, University of Tehran," *Journal of Public Administration*, vol. 10, no. 3, pp. 387-414, 2018. (in Persian)
- [8] M. Mohammadi, A. Motaghi Dadgar, and I. Motahhari Nia, "Content Analysis of Articles Published in the Philosophical-Theological Research Quarterly during the Years 1999-2012," *Philosophical-Theological Research Journal*, vol. 16, no. 4, pp. 149-171, 2015. (in Persian)
- [9] M. Khodabakhshi and A. Sadeghi, "Investigating the effect of packaging size and design on purchase intention and customer satisfaction," *Journal of Packaging Science and Art*, vol. 8, no. 31, pp. 30-41, 2017. (in Persian)
- [10] M. Zaryabi and H. Abeddoust, "The analysis of the expressive and impressive functions of type in the packaging of Iranian foodstuff (case study: selected packages of the annual and biennial Iranian packaging designers)," *Packaging Science and Art*, vol. 12, no. 47, pp. 43-56, 2021. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1400.12.47.5.3>
- [11] S. Fatemi, "The aesthetic effect of using local and traditional motifs in export pistachio packaging in Kerman," *Packaging Science and Art*, vol. 10, no. 37, pp. 26-35, 2019. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1398.10.37.3.7>
- [12] Z. Karimipour and M. Sharifzadeh, "Cultural-based components in Iran handicraft packaging," *Journal of Islamic Culture*, vol. 2, no. 1, pp. 67-76, 2018.
- [13] F. Nik, F. Imani, "Explaining the capability of carpet motifs in creating Iranian identity in product packaging (case study: bandi Yalmeh carpet motifs of Borujen and Minakhani Varamin)," *Iranian Journal of Industrial Arts*, vol. 6, no. 1, pp. 179-192, 2023, doi: 10.22052/hsi.2023.248374.1060.

در این پژوهش به شکلی عینی، نظام‌مند و طبقه‌بندی‌شده به تجزیه و تحلیل مقالات علمی طراحی بسته‌بندی در ایران در قالب یازده مؤلفهٔ مشخص و اساسی پرداخته شده است. نتایج نشان می‌دهد که در مجموع ۴۹ مقاله علمی طراحی بسته‌بندی از ۱۰۲ پژوهشگر در نشریات علمی ایران به چاپ رسیده است. از این تعداد نشریه «علوم و فنون بسته‌بندی» با ۲۷ مقاله (۵۵/۱۰ درصد در میان نشریات علمی در رتبه نخست قرار دارد. نشریات «هنرهای صناعی ایران» و «هنر اسلامی» نیز هرکدام ۲ مقاله (۴/۰۸ درصد) را به موضوع طراحی بسته‌بندی اختصاص داده‌اند. سال ۱۴۰۰ با ۱۶/۳۲ درصد بیشترین سهم را در میان سال‌های انتشار داراست. سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۴ هر کدام با ۵ مقاله (۱۰/۲۰ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. رویکرد غالب کیفی با ۵۳/۰۶ درصد است. «طراحی بسته‌بندی و مطالعه رفتار مصرف‌کننده» با ۴۴/۸۹ درصد بیشترین زیرموضوع مورد بررسی نویسندگان است. «طراحی بسته‌بندی و هویت فرهنگی» و «زیبایی‌شناسی طراحی بسته‌بندی» به ترتیب با ۲۶/۵۳ درصد و ۸/۱۶ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از حیث فراوانی همکاری علمی، مقالات با مشارکت یک و دو نویسنده، هر کدام با ۳۲/۶۵ درصد دارای بیشترین فراوانی بوده است. ۵۵/۸۸ درصد نویسندگان مرد و ۴۴/۱۲ درصد نویسندگان زن بوده‌اند. مدیریت، طراحی صنعتی و طراحی گرافیک (ارتباط تصویری) به ترتیب با ۳۵/۲۹ درصد، ۲۰/۵۸ درصد و ۱۳/۷۲ درصد بیشترین سهم را در بین رشته‌های دانشگاهی نویسندگان دارا هستند. ۴۴/۱۱ درصد نویسندگان تحصیلات دکتری داشته‌اند. دانشگاه آزاد اسلامی با ۱۳/۷۲ درصد بیشترین وابستگی سازمانی نویسندگان است. دانشگاه تهران و دانشگاه سمنان به ترتیب با ۱۱/۷۶ درصد و ۸/۸۲ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در پایان محدودیت‌ها و پیشنهاد‌های مقاله حاضر به شرح ذیل است:

پژوهش حاضر، با وجود تلاش برای ارائه تصویری نسبتاً جامع از وضعیت مطالعات علمی طراحی بسته‌بندی در ایران، با محدودیت‌هایی همراه بوده است. جامعه آماری تحقیق به مقالات منتشرشده در نشریات علمی داخلی محدود است و سایر منابع پژوهشی نظیر پایان‌نامه‌ها، مقالات همایشی و مطالعات بین‌المللی در تحلیل وارد نشده‌اند. همچنین، ماهیت تحلیل محتوا و اتکای آن به فرایند کدگذاری، امکان بروز سوگیری تفسیری را هرچند کنترل شده، به‌همراه دارد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، دامنه منابع مورد بررسی فراتر از مقالات نشریات داخلی بوده و پایان‌نامه‌ها، رساله‌ها، مقالات کنفرانسی و پژوهش‌های منتشرشده در پایگاه‌های بین‌المللی نیز در تحلیل محتوا لحاظ شوند تا تصویر جامع‌تری از وضعیت پژوهش در حوزه طراحی بسته‌بندی به دست آید. همچنین انجام مطالعات تطبیقی میان پژوهش‌های طراحی

- [32] S. F. Amiri Aghdaei, S. Maleki, A. Shahin, and A. Ansari, "Presenting a consumer emotions model in the packaging industry using interpretive structural modeling," *Scientific-Research Quarterly Journal of Brand Management\**, vol. 5, no. 2, pp. 119–148, 2018, doi: 10.22051/bmr.2019.23605.1651.
- [33] M. Rahbari, M. Davoudi, and M. Haghzad, "Characteristics of food packaging design," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 5, no. 20, pp. 40–47, 2014.
- [34] N. Moghadam and M. Taavosi- Yengabadi, "Metaphorical thinking in packaging design," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 9, no. 35, pp. 16–27, 2018.
- [35] S. Keshkar, H. Ghasemi, and P. Farjizadeh, "The role of sports shoe packaging as a medium in encouraging different groups of athletes to purchase sports footwear," *Journal of Sport Management*, vol. 7, no. 6, pp. 905–920, 2015, doi: 10.22059/jsm.2016.57456.
- [36] M. Asayesh, V. Ramazani, M. Nabi- Meybodi, and M. Shamsoddini, "The effect of packaging characteristics on patients' satisfaction with the acceptance and purchase of dietary supplements," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 15, no. 60, pp. 9–15, 2024. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1403.15.60.2.7>
- [37] S. Samani- Far, R. Afhami, and S. M. Hashemi, "Investigating foreign tourists' views on the packaging status of Iranian handicrafts (case study: Isfahan handicrafts)," *Journal of Iranian Architecture and Urbanism (JIAU)*, vol. 9, no. 2, pp. 185–194, 2018, doi: 10.30475/isau.2019.87941.
- [38] D. Feyz and A. Salahshour, "Investigating the application of the golden ratio in product packaging and its effect on consumers' purchasing behavior," *Journal of Business Management*, vol. 2, no. 4, pp. 113–134, 2010.
- [39] M. Zaryabi and H. Abeddoust, "Investigating the reflection of national identity in Iranian packaging design with emphasis on the Persian script component (case study: selected food product packages of the 'Silver Cypress' Iranian Graphic Design Biennial)," *Journal of Sociology of Art and Literature*, vol. 13, no. 2, pp. 179–207, 2021, doi: 10.22059/jsal.2022.335381.666112.
- [40] H. Rainae- Kordshouli and A. Elahiary- Bouzenjani, "The effect of consumers' environmental responsibility on their green purchasing decisions," *Ethics in Science and Technology*, vol. 8, no. 3, pp. 32–42, 2013.
- [41] M. Zaryabi, "The effect of representing Iranian-Islamic design in Iranian saffron packaging on the communication process with the audience," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 14, no. 56, pp. 13–22, 2023. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1402.14.56.2.2>
- [42] M. Elahdadi and M. Ramezani, "The effectiveness of user centered design interventions in product design (designing drug holding packaging for the elderly using Kansei engineering)," *Journal of Fine Arts: Visual Arts*, vol. 24, no. 4, pp. 111–122, 2019, doi: 10.22059/jfava.2018.250822.665866.
- [43] Z. Yavari and F. Mazoochi, "A culture-oriented design model in handicraft packaging and its role in shaping consumers' attitudes," *Journal of Tourism Planning and Development*, vol. 13, no. 50, pp. 157–179, 2024, doi: 10.22080/jtpd.2024.27370.3903.
- [44] F. Masoomzadeh- Joozdani, "Evaluating the management of sustainable packaging traditions in date products," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 12, no. 45, pp. 64–77, 2021. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1400.12.45.6.0>
- [45] S. M. Mahmoudi, "Determining direction and objectives in beverage packaging graphic design," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 1, no. 3, pp. 30–39, 2010.
- [46] N. Saniee- Niyamoghadam, A. Taghvaei, and A. Beikdeli, "A critique of charoq packaging," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 7, no. 26, pp. 18–31, 2016.
- [47] M. Shayestefar, "Packaging and its role in improving the quality of handicraft products," *Journal of Packaging Science and Technology\**, vol. 5, no. 19, pp. 4–15, 2014.
- [48] M. Maleki, "Investigating the effect of auspicious symbols (mascots) in beverage packaging design," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 9, no. 35, pp. 6–15, 2018. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1397.9.35.1.4>
- [49] M. Elahdadi and M. Ramezani, "Reflecting user interactions in the design of pharmaceutical packaging for the elderly using
- [14] F. Masoomzadeh Jouzdani, "Design of visual environmental messages on the packaging of consumer goods in light of cultural graphology," *Packaging Science and Art*, vol. 10, no. 37, pp. 14–25, 2019.
- [15] M. Sharifzadeh and Z. Karimipour, "Analysis of identity- creating factors in rural handicrafts packaging design of Iran with an export- oriented approach," *Quarterly Journal of Space Economy and Rural Development*, vol. 6, no. 30, pp. 37–56, 2017.
- [16] Y. Sobhani-Fard and M. Alian-Nejadi, "Enhancing trust in organic food through packaging modeling," *Strategic Management Studies Quarterly*, vol. 12, no. 47, pp. 137–153, 2021.
- [17] M. Rahmati, "Pathology of export food packaging economic consequences resulting from inappropriate packaging," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 2, no. 5, pp. 4–11, 2011.
- [18] F. Rahnama, A. Karamad, Z. Rahnamayi, and M. Mahmoudi, "Identifying audience visual preferences based on social class: A case study of tea packages," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 6, no. 21, pp. 22–31, 2015.
- [19] N. Boostani and M. Lari, "An analysis of packaging design characteristics of teas and herbal infusions in an Iranian company," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 10, no. 37, pp. 68–80, 2019. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1398.10.37.7.1>
- [20] G. Homam, "Application of Iranian-Islamic pictorial motifs in the design and identity- creation of export food packaging in Iran (tea, pistachio, saffron)," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 10, no. 40, pp. 32–41, 2019.
- [21] M. Zaryabi and H. Abeddoust, "Interpreting the instructor-student communication process in packaging design education based on Jakobson's theory," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 13, no. 50, pp. 1–16, 2022. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1401.13.50.1.2>
- [22] N. Saifollahi, "Examining packaging components of agricultural products and their impact on consumers' purchase intention," *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, vol. 52, no. 3, pp. 525–539, 2021, doi: 10.22059/ijaedr.2021.307443.668936.
- [23] N. Moghadam, "Packaging management strategies for environmental protection," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 2, no. 6, pp. 14–30, 2011.
- [24] M. Hosseinzadeh Shahri, F. Moshkdanian, and E. Gamaar, "The effect of packaging aesthetic factors on consumers' purchase intention (case study: yogurt customers in Hamedan)," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 12, no. 48, pp. 65–76, 2022. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1400.12.48.6.6>
- [25] D. Zarei, H. Vazifedoust, and V. Reza Mirabi, "Identifying and examining factors affecting creativity in packaging design and food product sales," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 8, no. 32, pp. 38–49, 2017. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1396.8.32.3.3>
- [26] M. Nezapour, M. Rojooei, and M. Doroudi, "Content analysis of packaging design elements of nuts and dried fruits and their relationship with customers' purchase intention (case study: Narmak nuts and dried fruits)," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 12, no. 48, pp. 11–25, 2022. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1400.12.48.2.2>
- [27] E. Arman, F. Al-Ali, and M. Zakarin, "Handicrafts as the connecting link between identity and brand in the packaging industry," *Iranian Journal of Industrial Arts*, vol. 4, no. 1, pp. 149–156, 2021, doi: 10.22052/hsi.2022.243637.0.
- [28] D. Feyz, A. Zarei, and F. Ashrafi, "The effect of packaging design on consumer choice," *Business Management Perspective*, vol. 14, no. 22, pp. 175–194, 2015.
- [29] S. M. Mahmoudi, "Information and typography management in packaging," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 2, no. 7, p. 4, 2011.
- [30] F. Al- Ali, "A study of branding development strategies through packaging design," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 8, no. 30, pp. 6–17, 2017.
- [31] S. M. Alavi, M. Najafi- Siahroodi, and Z. Mirzaei, "Aesthetics in packaging: An analysis of its dimensions and implications," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 6, no. 21, pp. 16–21, 2015.

- [57] M. Najafi Siahroudi, S. M. Alavi, and A. Ebrahimi, "Investigating the effect of the aesthetic aspects of packaging and its dimensions on purchase intention with the mediating role of packaging preference," *Novin Marketing Research*, vol. 5, no. 2, pp. 163–184, 2015.
- [58] T. Tang, R. Chu, and M. M. Hetherington, "Unveiling implicit and explicit packaging design features on commercial baby foods in the UK: A content analysis," *Design for Health*, pp. 1–27, 2025, doi: 10.1080/24735132.2025.2570078.
- [59] M. Zaryabi and S. N. Emamifar, "Content Analysis of Articles in the Quarterly Journal of Packaging Science and Art (Issues 1 to 59)," *Packaging Science and Art*, vol. 16, no. 61, pp. 21–30, 2025. (in Persian) <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1404.16.61.3.7>
- [60] R. M. Sastre, I. C. de Paula, and M. E. S. Echeveste, "A systematic literature review on packaging sustainability," *Sustainability*, vol. 14, no. 11, Art. no. 6727, May 2022, doi: 10.3390/su14116727.
- [61] Gh. Soleimani Amiri, M. Izadpour, and F. Geramirad, "Content Analysis of the Scientific-Research Journal 'Experimental Accounting Researches' During the Years 2011–2018," *Experimental Accounting Researches*, vol. 10, no. 1, pp. 121–140, 2020. (in Persian)
- [62] M. Adib Manesh, "Evaluation of Two Semiannual Journals of Curriculum Studies in Higher Education Using a Content Analysis Approach," *Semiannual Journal of Curriculum Studies in Higher Education*, vol. 11, n, pp. 99–118, 2020. (in Persian)
- [63] A. Mirzaei Abdollah, "Content Analysis of Articles Published in the First Thirty Issues of the Semiannual Scientific-Research Journal Goljam," *Goljam*, vol. 14, no. 33, pp. 163–181, 2018. (in Persian)
- [64] M. S. Allahyari, Z. Daghighi Masouleh, and H. Eftekhari, "Content Analysis of Specialized Articles in Agricultural Extension and Education Sciences in Iran (2009–2013)," *Iranian Journal of Agricultural Extension and Education*, vol. 11, no. 1, pp. 229–249, 2015. (in Persian)
- Kansei engineering," *Scientific-Research Journal of Applied and Visual Arts*, vol. 12, no. 25, pp. 87–100, 2019, doi: 10.30480/vaa.2019.742.
- [50] E. Khazaei, A. Faraji, and A. Azhdari, "Designing packaging for written cultural industries using motifs from Iranian textiles of the Kelivand Museum," *Islamic Art Studies*, vol. 20, no. 51, pp. 128–147, 2023, doi: 10.22034/ias.2023.172421.
- [51] L. Elahi, "The role of packaging in encouraging consumers to purchase Fars giveh," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 13, no. 51, pp. 47–55, 2022. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1401.13.51.5.8>
- [52] M. Givi, "Identifying influential graphic dimensions of packaging on marketing and sales performance," *Journal of Packaging Science and Technology*, vol. 9, no. 33, pp. 50–63, 2018. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286675.1397.9.33.5.4>
- [53] S. Ashari and A. Shahhosseini, "Culture-oriented design based on Stuart Hall's representation theory: A case study of identity creation in Iranian handicraft packaging," *Rahpouyeh of Visual Arts*, vol. 6, no. 3, pp. 81–89, 2023, doi: 10.22034/ra.2023.562984.1257.
- [54] M. Kolahkaj, "Transformations in packaging graphic design of a major brand (Frito-Lay) from 1960 to the present," *Peykareh*, vol. 6, no. 11, pp. 35–45, 2017, doi: 10.22055/pyk.2017.14502.
- [55] E. Khazaei, A. Faraji, and A. Ajdari, "An analysis of symmetry and repetition in Iranian textiles of the Cleveland Museum and their application in designing gift packaging for fine books," *Islamic Art Studies*, vol. 19, no. 47, pp. 141–162, 2022, doi: 10.22034/ias.2022.293519.1651.
- [56] M. Alirazaei, H. Samavatiyan, and F. Mahyar, "The psychological impact of affect oriented color sign design in packaging on consumer preferences," *\*Studies in the World of Color\**, vol. 14, no. 4, pp. 315–327, 2024, doi: 10.30509/jscw.2024.167365.1203.