



76.012:7.017.4:305

DOI 10.33625/1993-6400-2019-3-5-14

ID ORCID 0000-0003-1886-1477

. .

ID ORCID 0000-0002-0309-4714

. .

СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ КОЛЬОРУ В ІНФОГРАФІЦІ НА ГЕНДЕРНУ ТЕМАТИКУ

Вежбовська Л. Р., Голубнича Г. В. Специфіка застосування кольору в інфографіці на гендерну тематику. У статті досліджуються особливості застосування кольору в інфографіці, що репрезентує тему гендерної нерівності. Завданням є виявити найбільш проблемні й найбільш ефективні способи кольорних поєднань у контексті подолання гендерного стереотипу. На прикладі інфографік досліджуються кольори, яким надають перевагу українські дизайнери у висвітленні гендерної проблематики; результати порівнюються зі зразками світового дизайну. Результати дослідження засвідчують, що здебільшого в інформаційній графіці на гендерну тематику як в Україні, так і у світі дизайнери застосовують кольорні рішення, що базуються на загальних правилах, передусім на кольорних контрастах, якими найчастіше демонструється опозиція статі. Проте все більше набуває ваги у світовому дизайні тенденція до гендерної нейтральності, яка на сьогодні не є то-

тальною, проте можна спрогнозувати її розвиток у близькому майбутньому.

Ключові слова: інфографіка, візуалізація, колір, гендер, стереотип, бінарність, фемінність, маскуліність.

Вежбовская Л. Р., Голубничая А. В. Специфика применения цвета в инфографике на гендерную тему. В статье исследуются особенности применения цвета в инфографике, репрезентирующей тему гендерного неравенства. Задание — обнаружить наиболее проблемные и наиболее эффективные способы цветовых решений в контексте преодоления гендерного стереотипа. На примере инфографик исследуются цвета, которые преобладают у украинских дизайнеров в презентации гендерной проблематики; результаты сравниваются с образцами мирового дизайна. Результаты исследования свидетельствуют, что чаще всего в информационной графике на гендерную тему как в Украине, так и в мире дизайнеры применяют цветовые решения, построенные на общих правилах, прежде всего на цветовых контрастах, которыми демонстрируется оппозиция полов. Но все чаще в мировом дизайне проявляется тенденция к гендерной нейтральности — на сегодня не тотальная, но возможно спрогнозировать ее развитие в ближайшем будущем.

Ключевые слова: инфографика, визуализация, цвет, гендер, стереотип, бинарность, феминность, маскулинность.

Vezhbovska L., Golubnycha G. The Specifics of Using Colour in the Gender-thematic Infographics

Background. The article investigates the features of colour usage in infographics that represent a socially significant topic of the gender inequality. The main objective of the research is to identify the most problematic and most effective ways of colour combinations in the context of overcoming the gender stereotype. Scientific results are achieved with the help of general scientific methods of analysis and synthesis, observation and comparison, gender analysis. The last one aims to deconstruct stereotypes that are hidden in certain phenomena and ideas, which contain guidelines for imposing definite roles and behaviours for each gender.

The representatives of world design believe that nowadays almost any product can be gender-identified. This fact is observed in the brand design of various products. This tendency in the English-speaking world gained a brief definition among its critics: “shrink it and pink it”. Today, even so, the feminist movements lead the struggle not just against associating femininity with a pink colour, but generally, against imposing any roles of the behavioural models. That is why the designers have been increasingly calling for eliminating stereotypes, turning instead to archetypes that can always be reconsidered in the context of modern times.

Such appeal is also actual for infographics that is related to gender issues, which, above all, should be gender-neutral.

The colours that Ukrainian designers set before, highlighting the gender issues, are studied in the example of infographics; the results are compared with samples of world design. The core of **scientific novelty** is revealing the colour usage specification in the gender-thematic

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

«Colour Assignment» («...»)
[5],

[7], ... [6].

[1].

» [9]

(...)

85 %

[10]

[11],

Виклад основного матеріалу дослідження.

(...) [11, . 13].

[4], 1970-

» [4].

» [12],

«shrink it and pink it» («
») [9]).

(. 1).

[12].

[5].

. 1918
«Ladies Home Journal» [3],

1970-

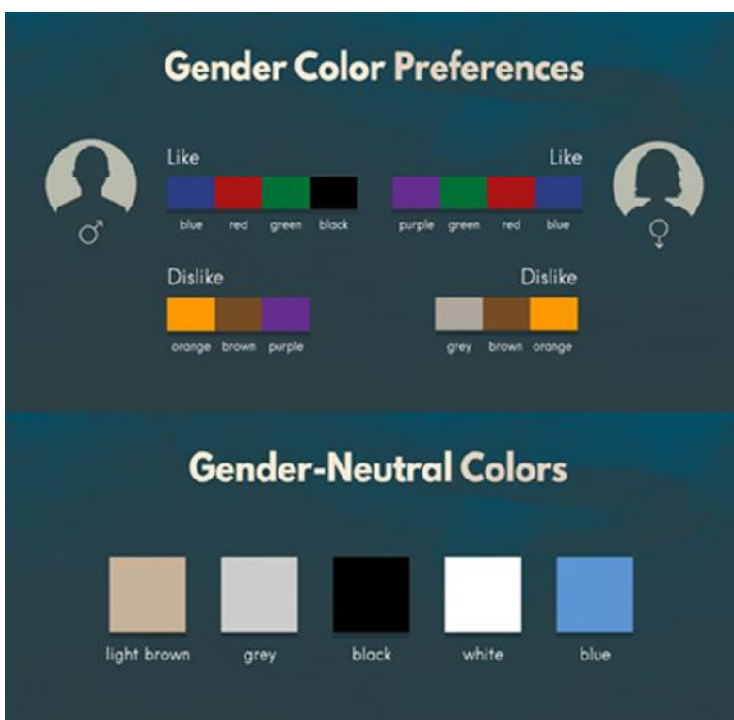
2019

» (2019) (. 2).

[3].

» [12].

Рис. 1. О. Велард. Інфографіка (2018). Гендерні преференції кольорів і гендерно-нейтральні кольори¹



ЧИ ВПЛИВАЄ СТАТУС ВПО НА ГЕНДЕРНІ РОЛІ І СТЕРЕОТИПИ

У СТАНОВИЩІ ЧОЛОВІКІВ ТА ЖІНОК ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ (ВПО) ІСНУЄ ГЕНДЕРНА СПЕЦИФІКА

ПРОЖИВАННЯ З ДІТЬМИ ДО 18 РОКІВ



ЗМУШЕНІ ЗАОЩАДЖУВАТИ НАВІТЬ НА ХАРЧУВАННІ



ПРАВО НА ДОСТУП ДО СУДУ, ЗВЕРНЕННЯ ДО СУДУ З ПИТАНЬ ВЗЯТТЯ НА ОБЛІК, ЯК ВПО



ПРАЦЮЮТЬ (МАЮТЬ РОБОТУ/ЗАЙНЯТІСТЬ) 40,7% З НИХ



НАДАДАННЯ ДОЗВОЛУ ДЛЯ ВИЇЗДУ ДИТИНИ ЗА КОРДОН



РЕАЛІЗАЦІЯ ПРАВА НА СВОБОДУ ПЕРЕСУВАННЯ - ПЕРЕТИН ЛІНІЇ ЗІТКНЕННЯ, АДМІНІСТРАТИВНИЙ КОРДОН З ОКУПОВАНОЮ ТЕРИТОРІЄЮ



ЩОМІСЯЧНА АДРЕСНА ДОПОМОГА ВПО ДЛЯ ПОКРИТТЯ ВИТРАТ НА ПРОЖИВАННЯ ЯК ДЖЕРЕЛО ДОХОДУ РОДИНИ



ВИСТАЧАЄ НА ХАРЧУВАННЯ ТА НЕОБХІДНИЙ ОДЯГ, ВЗУТТЯ. ДЛЯ ТАКИХ ПОКУПОК, ЯК МОБІЛЬНИЙ ТЕЛЕФОН, НЕВЕЛИКА ПОБУТОВА ТЕХНІКА, НЕОБХІДНО ЗБИРАТИ АБО ПОЗИЧАТИ ГРОШІ, БРАТИ КРЕДИТ

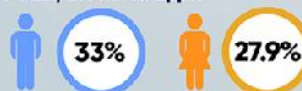


Рис. 2. Інфографіка (2019). Чи впливає статус ВПО на гендерні ролі і стереотипи²

¹ URL : <https://visme.co/blog/feminine-design-masculine-design/#JZfys42zVJ3GKfze.99> (

: 11.05.2019).

² URL : <http://.../chi-vplivaye-status-vpo-na-genderni-rol-i-steretipi-infografika/> (

: 11.05.2019).

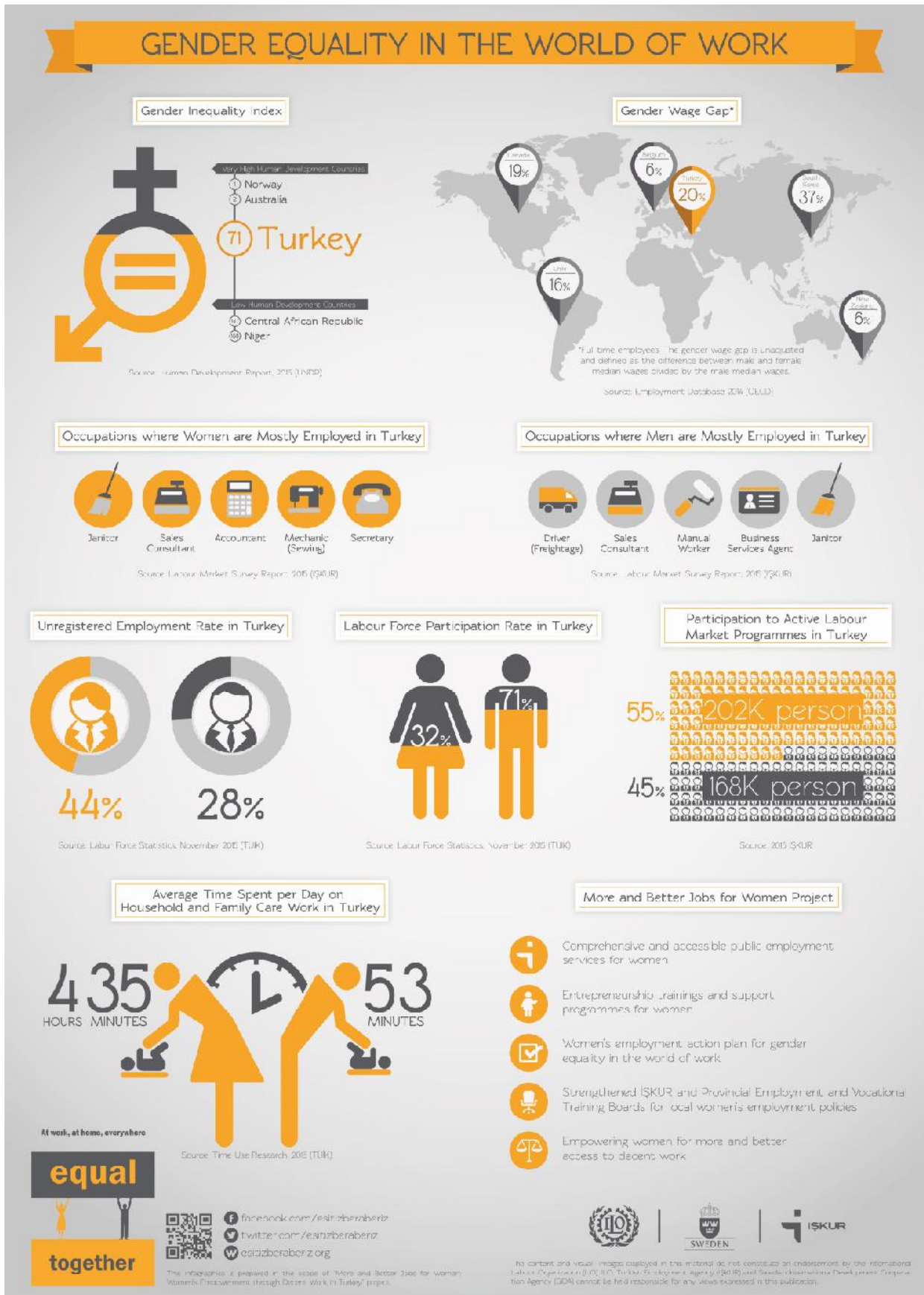


Рис. 5. Інфографіка. Гендерна рівність у світі праці в Туреччині ⁵

⁵ URL : https://www.ilo.org/gender/Informationresources/WCMS_463094/lang--en/index.htm (

: 11.05.2019).

Література:

1. [] / // - . — 2017. — . 4 (150). — С. 199–205.
2. [] : // Update.com.ua : . — [2016–2018]. — : https://update.com.ua/zhizn_tag/koruptcia-ta-genderna-nervnst_n4218/ (: 30.05.2019). —
3. Brooks D. Pink and Blue [] / David Brooks // *The New York Times* : . — . — 22.04.2011. — : <https://brooks.blogs.nytimes.com/2011/04/22/pink-and-blue/> (: 30.05.2019). —
4. Brooks K. Sheila Levrant de Bretteville [] / Kalia Brooks // *Now Dig This! Art in Black Los Angeles, 1960–1980 Digital Archive*. — . — Los Angeles : Hammer Museum, 2016. — : <https://hammer.ucla.edu/now-dig-this/artists/sheila-levrant-de-bretteville/> (: 30.05.2019). —
5. Hallock J. Colour Assignment [] / Joe Hallock // : . — [2003]. — : http://www.joehallock.com/?page_id=1281 (: 30.05.2019). —
6. *Handbook of Data Visualization* [] / edited by Chun-Houh Chen, Wolfgang Karl Härdle, Antony Unwin. — Berlin : Springer, 2008. — 954 .
7. Johnson C. Top Scientific Visualization Research Problems [] / Chris Johnson // *IEEE Computer Graphics and Applications: Visualization Viewpoints*. — 2004. — Vol. 24, issue 4. — С. 13–17. DOI: 10.1109/MCG.2004.20
8. Leon G. Public Perceptions on Gender Equality in Georgia [] : Infographic (2013) / German Leon (germanleon) // *Visually* : . — . — 25.01.2014. — : <https://visual.ly/community/infographic/human-rights/public-perceptions-gender-equality-georgia> (: 30.05.2019). —
9. Pochont R. Gender and Image — Going beyond gender stereotypes in visual media [] / Roshini Pochont // *Research Colloquium* : . — . — [24.01.2013]. — : https://colloquiumgd.wordpress.com/2013/01/24/roshini-pochont/?utm_content=buffer850ac&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer (: 30.05.2019). —
10. Tompson G. Gender-less or Gender-more? Addressing gender in product branding [] / Georgie Tompson // *It's Nice That* : . — . — 13.09.2017. — : <https://www.itsnicethat.com/news/gender-in-design-130917> (: 30.05.2019). —
11. Tufte E. *The Visual Display of Quantitative Information* [Te] / Edward R. Tufte. — 2nd ed. — Cheshire : Graphics Press, 2001. — 200 p.
12. Velarde O. What Is Gender-Neutral Design? Here's How and When to Use It [] / Orana Velarde // *Visme* : . — . — [2018]. — : <https://visme.co/blog/feminine-design-masculine-design/#JZfys42zVJ3GKfze.99> (: 30.05.2019). —

References:

1. Vovk, O. V. & Cheremskyi, R. A. (2017). Infografika yak efektyvnyi zasib navchannia [Infographics as an effective teaching tool]. *Systemy obrobky informatsii — Information processing systems*, 4(150), 199–205. (In Ukrainian)
2. Koruptsiia ta henderna nerivnist: Infografika [The Corruption and the gender inequality: Infographic. (2016–2018). *Update.com.ua*. Retrieved from https://update.com.ua/zhizn_tag/koruptcia-ta-genderna-nervnst_n4218/. (In Ukrainian)
3. Brooks, D. (2011, April 22). Pink and Blue. *The New York Times*. Retrieved from <https://brooks.blogs.nytimes.com/2011/04/22/pink-and-blue/>.
4. Brooks, K. (2016). Sheila Levrant de Bretteville. *Now Dig This! Art in Black Los Angeles, 1960–1980 Digital Archive*. Retrieved from <https://hammer.ucla.edu/now-dig-this/artists/sheila-levrant-de-bretteville/>.
5. Hallock, J. (2003). Colour Assignment. *www.joehallock.com*. Retrieved from http://www.joehallock.com/?page_id=1281.
6. Chen, C., Härdle, W. & Unwin, A. (2008). *Handbook of Data Visualization*. Berlin : Springer.
7. Johnson, C. (2004). Top Scientific Visualization Research Problems. *IEEE Computer Graphics and Visualization: Visualization Viewpoints*, 4(24), 13–17. DOI: 10.1109/MCG.2004.20
8. Leon, G. (germanleon). (2014, January 25). Public Perceptions on Gender Equality in Georgia : Infographic (2013). *Visually*. Retrieved from <https://visual.ly/community/infographic/human-rights/public-perceptions-gender-equality-georgia>.
9. Pochont, R. (2013, January 24). Gender and Image — Going beyond gender stereotypes in visual media. *Research Colloquium*. Retrieved from https://colloquiumgd.wordpress.com/2013/01/24/roshini-pochont/?utm_content=buffer850ac&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer.
10. Tompson, G. (2017, September 13). Gender-less or Gender-more? Addressing gender in product branding. *It's Nice That*. Retrieved from <https://www.itsnicethat.com/news/gender-in-design-130917>.
11. Tufte, E. (2001). *The Visual Display of Quantitative Information*. (2nd ed.). Cheshire : Graphics Press.
12. Velarde, O. (2018). What Is Gender-Neutral Design? Here's How and When to Use It. *Visme*. Retrieved from <https://visme.co/blog/feminine-design-masculine-design/#JZfys42zVJ3GKfze.99>.