

DOI: 10.20535/2522-1078.2023.2(14).295262

УДК 778.534.48:93(477)

Надходження до редакції: 28.11.2023

Прийняття до друку: 04.12.2023

### Фошан Т. В.

*магістр кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, tanyafoshchan@gmail.com*

### Литвин А. В.

*канд. іст. наук, доц. кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, a-elita@ukr.net*

ORCID: 0000-0003-3897-6175

### Foshchan T.

*Master of the Department of Publishing Studies, Institute of Publishing and Printing of the of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, Ukraine, tanyafoshchan@gmail.com*

### Lytvyn A.

*hD in History, Associate Professor at Department of Publishing and Editing, Educational and Scientific Printing and Publishing Institute of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, Ukraine, a-elita@ukr.net*

ORCID: 0000-0003-3897-6175

## ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДУБЛЮВАНОВОГО ПЕРЕКЛАДУ У СВІТІ ТА СТАНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО ДУБЛЯЖУ

### HISTORICAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF DUBBED TRANSLATION IN THE WORLD AND THE FORMATION OF UKRAINIAN DUBBING

У статті розглянуто такі поняття як «дубляж», «дубльований переклад» та процеси, що пов'язані з сферою їхнього застосування. Зазначається, що дублювання стосується не лише фільмів та мультиплікаційних фільмів, оскільки техніку дубльованого перекладу використовують також у рекламних роликах, театральних п'єсах, комп'ютерних іграх, програмах, випусках новин та будь-яких інших аудіовізуальних шоу. Підкреслено, що дублювання дозволяє адаптувати контент до різних аудиторій і покращує його сприйняття у випадку, якщо вони не володіють мовою оригіналу. Цей підхід розширює можливості комунікації й дозволяє аудиторії різних країн світу та культур сприймати й насолоджуватися аудіовізуальним контентом без мовних бар'єрів. З'ясовано, що дублювання у галузі рекламної діяльності почало відбуватися одночасно з виникненням та розвитком як явища загалом, зокрема наголошується на його тісній співпраці з кінематографом. Зауважено, що з появою інноваційних технологій, інтернету та стрімінгових платформ сфера вжитку дубляжу як інструменту реклами лише розширилася. Його значення все більше зростає в умовах сучасних соціальних комунікацій, адже

дозволяє донести рекламні повідомлення до цільової аудиторії та досягати кращого розуміння їх змісту. Зазначено, що проблематику дублювання в Україні часто розглядають з точки зору перекладацької чи акторської діяльності, але вони не зосереджені саме на аналізі сприйняття дубляжу, а лише торкаються деяких його аспектів, що підтверджує актуальність цього дослідження. Проведене опитування дало відповіді на ключові питання, що стосуються процесу дублювання в українському соціумі, його сприйняття реципієнтами та майбутніх перспектив розвитку в нашій країні, зокрема може сприяти покращенню підготовки україномовного контенту як в кіноіндустрії, так і в рекламних комунікаціях.

**Ключові слова:** дубльований переклад, дубляж, дублювання, дубльований контент, актор дубляжу.

The article examines such concepts as "dubbing", "dubbed translation" and the processes associated with their application. It is noted that dubbing is not only about movies and animated films, as the dubbed translation technique is also used in commercials, theater plays, computer games, programs, newscasts and any other audiovisual shows. It is emphasized that dubbing allows you to adapt content to different audiences and improves its perception if they do not speak the original language. This approach expands communication opportunities and allows audiences from different countries and cultures to perceive and enjoy audiovisual content without language barriers. It is found that duplication in the field of advertising began to occur simultaneously with the emergence and development of the phenomenon as a whole, in particular, its close cooperation with cinema is emphasized. It is noted that with the advent of innovative technologies, the Internet and streaming platforms, the scope of dubbing as an advertising tool has only expanded. Its importance is increasingly growing in the context of modern social communications, as it allows to convey advertising messages to the target audience and achieve a better understanding of their content. It is noted that the issue of dubbing in Ukraine is often considered in terms of translation or acting, but they do not focus on analyzing the perception of dubbing, but only touch on some of its aspects, which confirms the relevance of this study. The survey provided answers to key questions regarding the process of dubbing in Ukrainian society, its perception by recipients, and future prospects for development in our country, and may help improve the production of Ukrainian-language content in both the film industry and advertising communications.

**Keywords:** dubbed translation, dubbing, dubbing, dubbed content, dubbing actor.

**Постановка проблеми.** За визначенням Словника української мови, «дубляж — це заміна текстової частини звукового фільму перекладом на іншу мову» [7]. У Словнику зазначається, що нині в Україні активно

розвиваються студії дубляжу та готують дубляж українською мовою іноземних стрічок, які згодом з'являються у вітчизняних кінотеатрах».

Літературознавча енциклопедія, укладачем якої є Ю. Ковалів, трактує цей термін як «дворазову тотожну дію, подвоєння, що є похідним від французького слова «doublage» [6, с.306]. В енциклопедії роз'яснюється, що термін дубляж також використовують, щоб наголосити на почерговому виконанні ролі кількома акторами для озвучування кінострічки іншою мовою. Це поняття вживають і в художній літературі, коли мова йде про повторення певної кількості дій.

За визначенням Ж. Невес споживачі дубльованої інформації можуть бути одночасно слухачами, глядачами і, з урахуванням субтитрів, читачами [4]. Тобто процес декодування відбувається одразу на трьох рівнях, адже такий аудіовізуальний твір є складним повідомленням, що поєднує вербальні та невербальні складники. Наприклад, вербальні складники — це діалоги та монологи героїв, голос за кадром, тексти пісень, субтитри та інші написи. А от до невербальних належать візуальний образний ряд, музика, шуми та інші звукові ефекти.

Термін «дубляж» стосується не лише фільмів та мультиплікаційних фільмів. Техніку дубльованого перекладу використовують також у рекламних роликах, театральних п'єсах, комп'ютерних іграх, програмах, випусках новин та будь-яких інших аудіовізуальних шоу. Цей процес дозволяє адаптувати контент для різних аудиторій і забезпечити зрозумілість та сприйняття інформації, навіть якщо глядачі чи слухачі не розмовляють мовою оригіналу. Такий підхід розширює можливості комунікації й дозволяє аудиторії з різних країн та культур сприймати і насолоджуватися аудіовізуальним контентом без мовних бар'єрів.

**Метою дослідження** є з'ясування особливостей історичного розвитку міжнародного дубльованого перекладу та становлення українського дубляжу.

**Огляд попередніх досліджень.** Деякі українські науковці розглядають загальні теоретичні питання кіноперекладу, зокрема Т. Журавель частково торкається історичного аспекту дубльованого перекладу в Україні, С. Радецька і Т. Каліщак вважають, що кінопродукт стає зрозумілим аудиторії, яка не володіє мовою оригіналу саме завдяки аудіовізуальному перекладу. Також є наукові доробки, в яких проблематику дублювання розглянуто з точки зору перекладацької чи акторської діяльності. Але вони не спрямовані саме на аналіз сприйняття дубляжу українськими споживачами кон-

тенту, а лише торкаються деяких його аспектів і це дає нам підстави зазначати, що тема є новою й актуальною.

**Результати дослідження.** Важливим є процес виникнення та становлення такого процесу, як дубльований переклад, що відбувався в контексті розвитку кіноіндустрії. До появи першого звукового фільму у 1927 році всі стрічки були німими. Цим фільмом стала чорно-біла німа стрічка із частковим озвучуванням «Співак джазу» режисера А. Кросланда. Це кіно «отримало спеціальний приз на церемонії вручення премії «Оскар» у 1929 році, що стало революцією в індустрії кіно» [12]. Після цього, наприкінці 1920-х років, з'явилися перші спроби дубляжу кіно. Першим дубльованим фільмом вважають американську джазову комедію «Rio Rita», яку дублювали іспанською мовою» [6]. Головною проблемою був брак необхідних технічних можливостей для створення дубльованих стрічок.

Дублювання набуло поширення лише з удосконаленням техніки запису та оброблення звуку. Згодом постала проблема того, що різних зірок у кіно дублювали ті самі люди, що негативно відображалось на сприйнятті глядачів. Саме це зумовило компанію Metro-Goldwyn-Mayer рекомендувати більший список акторів для дублювання фільмів інших студій, а не тільки своїх стрічок [3]. Є припущення, що дубляж у тому вигляді, в якому ми його знаємо сьогодні, виник у 1930 році у фільмі американського режисера вірменського походження Р. Мамуляна «Оплески» [1]. Оскільки режисер постійно експериментував з редагуванням звуку, то з часом йому вдалося добре його поєднати, що стало прототипом стандартної практики накладання звуку в дубляжі».

Першим значним успіхом у сфері дублювання став мультфільм «Білосніжка та семеро гномів» завдяки вдалому підбору голосів до анімаційних персонажів. На ранніх етапах дубляж записували прямо на фотографічну стрічку на целулоїді. Це вимагало, щоб усі перекладачі одночасно були присутні під час запису. І якщо хтось з них робив помилку, необхідно було починати спочатку. Тобто, дубляж був дуже складним процесом та вимагав значних грошових витрат. З часом з'явилась магнітна плівка, яка була незалежною від целулоїду, і перевагою якої стала можливість її багаторазового використання та значно нижча ціна. Саме поява цифрових технологій зумовила зміни в цій індустрії, що дало змогу полегшити роботу та знизити витрати на дубляж [8].

Дублювання в галузі реклами відбувалося паралельно з виникненням та розвитком дубляжу як явища загалом. З появою телебачення

аудіовізуальна реклама набула необхідності надання голосу її героям. З розвитком цифрових технологій відбулися значні зміни в рекламній сфері, включно з дубляжем. Виникли нові можливості для підвищення якості контенту. Маркетингові компанії стали активно використовувати дубляж у контексті глобалізації. З появою інтернету та стримінгових платформ сфера вжитку дубляжу як інструменту реклами лише розширилася. Перекладати та пристосовувати рекламу для різних аудиторій стало значно легше. Нині дублювання в галузі реклами є важливим засобом просування послуг та продуктів. Значення цього інструменту зростає в умовах розширення глобального ринку, адже він дозволяє підсилити вплив реклами на аудиторію та досягти кращого розуміння її змісту.

У радянські часи українською мовою іноземні фільми майже не дублювали. Існують згадки про те, що перший дубляж українською відбувся ще з початку запровадження у 1930-х роках «ери звукового кіно». Труднощі в термінології виникли через те, що управлінці тодішніх кіноструктур називали дубляж «тонуванням» або «озвучуванням». Наприклад, «у 1936 році було створено перший українськомовний дубляж фільму «Раз улітку» кіностудії Українфільм» [10]. Утім, україномовний дубляж навіть з проголошенням незалежності України не набув поширення. Це тривало аж до 1991 року. Причиною цього було ембарго на прокат американських фільмів, накладене на всі пострадянські країни через відсутність необхідного антипіратського законодавства. Але дубляж українською мовою все ще не був популярним. Так тривало аж до 2006 року, до того часу, поки уряд не підготував постанову, що стосувалася обов'язкового дубляжу та створення субтитрів для всіх закордонних фільмів українською мовою [5].

Після цього українською на екранах пролунали фільми: «Диявол носить Prada», «Пірати карибського моря: Скриня мерця», «Парфумер: Історія одного вбивці», «Тачки», «Казино Рояль», «Сезон полювання» [9]. Нещодавно український провайдер відео Sweet.tv створив ініціативу дубляжу класики Голлівуду українською мовою. Така ініціатива спрямована на створення нового дубляжу для картин, які вийшли до 2006 року. Наприклад, «Матриця», «Гаррі Поттер», «Кримінальне чтиво», «Красуні». Стримінговий гігант Сполучених Штатів Америки Netflix відкрив у Польщі представництво, що обслуговуватиме Україну та інші країни Східної Європи. Також він підписав угоду зі студіями дубляжу України.

Справжнім викликом для українського дубляжу став проект Закону про застосування англійської мови в Україні [11]. У ньому пропонувалось зробити трансляцію стрічок у кінотеатрах англійською мовою з використанням субтитрів. Фактично це означало знищення українського дубляжу в кіно. У нормі законопроекту зазначалось про заборону дубляжу українською, якщо мова оригіналу фільму англійська. А це майже 90 % від усього прокату кіно. Така ініціатива спричинила хвилю обурення серед фахівців галузі кіно. Через цю ініціативу ледь не втратили роботу численні працівники індустрії дубляжу. Також це вдарило б по бізнесу кінотеатрів, які й так опинились у скрутному становищі через пандемію Covid-19 та початок повномасштабної війни. Не менше обурення висловлювали громадяни країни, адже далеко не всі вільно володіють англійською, а сприйняття фільму через субтитрування значно погіршує враження від фільму в кінотеатрі. У суспільстві почали висловлюватися думки про те, що цей законопроект уведе у вжиток англійську мову ціною заміни української. Після негативного сприйняття законопроекту громадськістю з нього прибрали зміни до закону про кінематографію, державну мову в кіно. Також прибрали зниження квоти на програми українською. І головне — прибрали вимогу показувати стрічки англійською мовою в кінотеатрах із субтитрами українською. Таким чином, громадськості вдалось домогтись скасування заборони на дубляж державною мовою.

Варто зауважити, що в межах цього дослідження було проаналізовано особливості психології сприйняття дубльованого контенту різними цільовими аудиторіями. Отримані результати можуть бути корисні в галузі медіа, маркетингу, міжкультурній комунікації, індустрії розваг та освіти. Для опитування було підготовлено 18 запитань. Участь в опитуванні взяли 208 респондентів. З них 19,2 % опитуваних у віці до 18 років, 64,9 % людей у віці від 18 до 24 років, 11,1 % у віці від 25 до 34 років та 4,8 % у віці від 35 до 60. З них 75,5 % жінок, 22,1 % чоловіків та 2,4 % респондентів обрали варіант «інше». Більшість опитуваних мають вищу освіту ступеня бакалавр (39,4 %) та магістр (14,4 %), 33,7 % респондентів відповіли, що мають повну загальну середню освіту.

Під час опитування було визначено, що серед усіх видів аудіовізуального перекладу найбільше респондентам до вподоби саме дубляж (73,6 %). У цьому питанні можна було обрати кілька відповідей, тому друге місце посіли субтитри (35,1 %), а третє озвучування (21,6 %). Мовою оригіналу дивляться 12,0 % опитуваних.

Наступне питання було спрямоване на те, щоб дізнатися, де респонденти стикаються з дубльованим контентом найчастіше. Тут також можна було обрати кілька варіантів відповідей. Встановлено, що найчастіше з дубляжем стикаються в кіно, мультфільмах та серіалах (97,6 %). Друге місце посіла реклама (20,2 %), тобто відеореклама, продакт плейсмент тощо. Приблизно з однаковими результатами були зазначені ігри (19,7 %) та шоу на телебаченні чи відеохостингах типу YouTube (17,3 %). Найменше респонденти зустрічають дубляж в освітніх матеріалах (10,6 %).

З історії розвитку дубльованого перекладу видно, що він неодноразово, попри всі свої позитивні функції, ставав технологією спотворення, зміни матеріалу чи навіть пропаганди. Яскравим прикладом тому є італійські фашисти, які завдяки дубляжу змінювали контекст реплік, видаляли негативні згадки про країну, замінювали небажані елементи сюжету тощо. Прикладом такого спотворення змісту також є американський фільм «Чоловіки в її житті» 1931 року. Звідти видалили альянсу на італійського диктатора. Дубляж допоміг Італії ізолюватися на культурно-соціальному рівні від світу. Тому нам важливо було дізнатися щодо того, наскільки громадськість довіряє дубльованому контенту та чи звіряє матеріал за потреби з оригіналом. 73,1 % опитаних зазначили, що скоріше довіряють дубляжу, 22,1 % абсолютно довіряють та 4,8 % скоріше не довіряють. На питання «Чи виникають у вас думки, що зміст твору може бути спотворено за допомогою дубляжу?» 55,3 % опитаних відповіли, що такі думки виникають, але вони не звіряють з оригіналом. 32,7% зазначили, що за потреби таки звіряють з оригіналом. 12,0 % відповіли, що ніколи про це не задумувались.

Далі важливо було визначити, чи відчують люди роздратування, коли бачать що на екрані недосконалий ліпсинг. Майже половина опитаних (49 0 %) відповіли, що так. 34,1 % респондентів це не дратує, 16,8 % ніколи не звертали на це уваги. 77,9 % опитаних обирають дубльований контент за тим, чи підходить голос зовнішності та\або характеру того, кого дублюють. Для 22,1 % це не має значення.

Під час дублювання іноді доводиться змінювати голос актора дубляжу, що може бути зумовлено різними причинами. Наприклад, головний герой серіалу половину серій говорив одним голосом, а потім його замінили на інший. Причин тому може бути безліч, наприклад, розірвання контракту, смерть актора дубляжу. Тому важливо дізнатися ставлення до цього реципієнтів. 48,6 % опитуваних зазначили, що їм важко

відповісти на це питання, 28,8 % ставляться з розумінням, 22,6 % припиняють перегляд через це. Також респонденти зазначали, що іноді, попри роздратування, зумовлене цими змінами, продовжують перегляд.

Важливо було дослідити, чи впливає дубльований контент на лояльність до бренду. Наприклад, коли реклама англійською мовою певного бренду дублюється для кожної країни її мовою. Відповіді розділились майже порівну. 49,5 % зазначили, що це впливає на їхню лояльність та збільшує ймовірність взаємодії з цим брендом. 50,5 % зазначили, що не звертають на це уваги.

Одним з факторів успіху українського дубляжу стали його вдалі локалізації. Наприклад, у картині «Тачки» з'явилися «оболонські гаражі», а героїню стрічки «Альф» назвали Рузанною Писанкер за асоціацією з відомою українцем Русланою Писанкою. Навіть шоу «Битва екстрасенсів» з'явилось у картині «Дедпул 2». Okремо варто відзначити картину «Сімпсо́ни». Там персонажі вживають суржик: «Чувак, ти мене киданув». Або ж говорять у манері українських зірок чи політиків. Такі рефлексії на майбутнє допомогли картині набуту популярності серед українських глядачів. Тому на питання: «Чи є локалізація однією з причин, чому ви надаєте перевагу дубляжу?» 60,6 % відповіли ствердно, а для 39,4 % це не має значення.

З появою штучного інтелекту постало чимало етичних питань щодо доцільності його використання. Зокрема, й у галузі дубляжу. Тому респондентам було запропоновано відповісти на питання: «Як ви ставитесь до того, що голос актора дубляжу, який помер, буде відтворений за допомогою штучного інтелекту?». Найбільше відповідей (57,2 %) отримав варіант: «Нормально, якщо це буде юридично зафіксовано та узгоджено з рідними померлого». 22,1 % опитаних вважають, що це неетично, та зазначили, що їм було б неприємно сприймати такий контент. 14,4 % респондентів ставляться до цього нейтрально, а 6,3 % відповіли, що ставляться позитивно та охоче сприйняли б це.

В Україні дубльованим перекладом займаються як професійні, так і аматорські студії дубляжу та озвучування. Кожна з них по-своєму бачить цей процес і має розуміння того, яким має бути кінцевий результат. Тому респондентам було запропоновано відповісти на питання: «Коли ви дивитесь якийсь вид контенту вдруге (реклама, кіно, мультфільм тощо), чи змінюється ваше сприйняття цього контенту, якщо ви переглядаєте його у дубляжі від іншої студії?». 78,8 % опитаних зазначили, що так, а у 21,2 % не змінюється сприйняття.



Як правило, у процесі знімання будь-якого контенту найважче працювати з дітьми та тваринами. Подібна проблема існує й у дубляжі. А тому за відсутності дитячих голосів у студії дубляжу іноді доводиться вдаватися до варіанта, де героя дублює хтось іншого віку та навмисне спотворює голос для цього. Тому доцільним було дізнатись думку громадськості щодо питання: «Як ви ставитесь до дубляжу, де, наприклад, літнього чоловіка дублює молодий хлопець, а маленьку дівчинку доросла жінка і при цьому відчутно, що вони навмисно змінюють голос для цього?». Більшість опитуваних (48,6 %) відповіли, що ставляться до цього добре, якщо це не викликає дисонансу. 30,3 % опитаних ставляться негативно та вважають, що це псує враження. 21,2 % ставляться до такого явища нормально. Іноді за відсутності технічних можливостей студіям доводиться вдаватися до дубляжу, де репліки героїв дубльовані, а крики та інші звуки залишаються оригінальними. Тому важливо дізнатися ставлення аудиторії до такого явища. 57,7 % ставляться до цього добре, якщо це не викликає дисонансу при перегляді. 29,3 % ставляться нормально. І лише 13,0 % зазначили, що сприймають таке негативно і що це псує враження. Загалом, 67,8 % опитуваних абсолютно задоволені переглядом дубльованого контенту. 30,8 % оцінюють рівень своєї задоволеності від перегляду такого контенту нейтрально. І лише 1,4 % абсолютно незадоволені.

Отже, проведене дослідження дало відповідь на ключові питання, що стосуються процесу дублювання, його сприйняття та можливих корекційних моментів у майбутньому.

**Висновки.** Історія становлення дубляжу тісно пов'язана із суміжними напрямками, такими як кіноіндустрія, рекламні та маркетингові комунікації, розвиток яких безпосередньо залежить від використання технічних засобів, різноманітних технологій. Індустрія аудіовізуального контенту сягнула від німих кінофільмів до сучасного глобального цифрового ландшафту, де дубляж дає змогу подолати культурні та мовні бар'єри. Він збільшує можливості щодо обміну інформацією і творами мистецтва та розширює межі сприйняття. Результати дослідження підтверджують, що дубляж є найпопулярнішим видом аудіовізуального перекладу, оскільки більшість опитуваних задоволені його переглядом. Сучасні глядачі сприймають дублювання як щось знайоме та звичне, попри його коротку історію.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. A Brief History of Film Dubbing — Part 1. Maxwell Steer. 1995. URL: <https://msteer.co.uk/analyt/jfilmdubbing1.html> (дата звернення: 15.10.2023).
2. Fifty Years of Film in 50 weeks, #9: Rio Rita, 1929 // Classic Film Observations & Obsessions. 2021. URL: <https://classicfilmobsessions.blogspot.com/2021/04/fifty-years-of-film-in-50-weeks-9-rio.html> (дата звернення: 15.10.2023).
3. MGM Media Center — History and Timeline. URL: [mgm.mediaroom.com](http://mgm.mediaroom.com). (дата звернення: 15.10.2023). [Архівовано з оригіналу 21 червня 2007 року].
4. Neves J. Audiovisual Translation: Subtitling for the Deaf and Hard-of Hearing : Doctoral Thesis / Roehampton University, University of Surrey. 2005. URL: <http://rrp.roehampton.ac.uk/artstheses/1> (дата звернення: 15.10.2023).
5. Деякі питання порядку розповсюдження і демонстрування фільмів : постанова КМУ від 16 січня 2006 р. № 20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/20-2006-п#Text> (дата звернення: 15.10.2023).
6. Дубляж. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. Т. 1 : А-Л. С. 306.
7. Дубляж. Словник української мови. URL: <https://slovnuk.ua/index.php?swrd=дубляж> (дата звернення: 15.10.2023).
8. Корню Жан-Франсуа. Значення дубльованих версій для ранньої історії звукового кіно. О'Салліван Керол, Корню Жан-Франсуа (ред.). Переклад фільмів, 1900-1950 : праці Британської академії. Лондон, 2019. Online edn, British Academy Scholarship Online. 2019. 19 верес. URL: <https://doi.org/10.5871/bacad/9780197266434.003.0011> (дата звернення: 15.10.2023).
9. Кращі стрічки українського бокс-офісу за 2006 рік. CINEMA. 2007. URL: <https://web.archive.org/web/20170304222341/http://kino-pereklad.org.ua/krashhi-strichki-ukrayins-kogo-boks-ofis/> (дата звернення: 15.10.2023).
10. По фабриках Українфільму. Радянське кіно. 1935. № 1/2, серп.-верес. С. 59. [Архівовано 23 березня 2020 у Wayback Machine.]
11. Проект Закону про застосування англійської мови в Україні від 28.06.2023. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/42201> (дата звернення: 15.10.2023).

12. «Співак джазу» — перша звукова стрічка, що зробила революцію в кіно. Високий замок. 2022. URL: [\(https://wz.lviv.ua/far-and-near/474177-spivak-dzhazu-persha-zvukova-strichka-shcho-zrobyla-revoliutsiiu-v-kino#:~:text=27 %\)](https://wz.lviv.ua/far-and-near/474177-spivak-dzhazu-persha-zvukova-strichka-shcho-zrobyla-revoliutsiiu-v-kino#:~:text=27%) (дата звернення: 15.10.2023).

## REFERENCES

1. A Brief History of Film Dubbing — Part 1. Maxwell Steer. (1995). URL: <https://msteer.co.uk/analyt/jfilmdubbing1.html>.
2. Fifty Years of Film in 50 weeks, #9: Rio Rita, 1929. Classic Film Observations & Obsessions (2021). URL: <https://classicfilmobsessions.blogspot.com/2021/04/fifty-years-of-film-in-50-weeks-9-rio.html>
3. MGM Media Center — History and Timeline (2007). URL: [mgmmediaroom.com](http://mgmmediaroom.com).
4. Neves, J. (2005). Audiovisual Translation: Subtitling for the Deaf and Hard-of Hearing : Doctoral Thesis / Roehampton University, University of Surrey. URL: <http://rrp.roehampton.ac.uk/artstheses/1>
5. Deiaki pytannia poriadku rozpovsiudzhennia i demonstruvannia filmiv : postanova KMU vid 16 sichnia (2006). № 20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/20-2006-п#Text>.
6. Dubliazh. Literaturoznavcha entsyklopediia u 2 t. (2007). Kyiv, Ukraine: VTs «Akademiia», Pp. 306.
7. Dubliazh. Slovnyk ukrainskoi movy u 20 t. (2010–2022). Kyiv, Ukraine: Naukova dumka. URL: <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=дубляж>
8. Korniu Zhan-Fransua (2019). Znachennia dublovanikh versii dlia rannoi istorii zvukovoho kino. Pereklad filmiv, 1900-1950 : pratsi Brytanskoii akademii. London. URL: <https://doi.org/10.5871/bacad/9780197266434.003.0011>
9. Krashchi strichky ukrainskoho boks-ofisu za 2006 rik (2007). CINEMA. URL: <https://web.archive.org/web/20170304222341/http://kino-pereklad.org.ua/krashhi-strichki-ukrayins-kogo-boks-ofis/>
10. Po fabrykakh Ukrainfilmu (1935). Radianske kino, 1/2, 59.
11. Proiekt Zakonu pro zastosuvannia anhliiskoi movy v Ukraini vid 28.06.2023. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/42201>
12. «Spivak dzhazu» — persha zvukova strichka, shcho zrobyla revoliutsiiu v kino (2022). Vysokyi замок. URL: [\(https://wz.lviv.ua/far-and-near/474177-spivak-dzhazu-persha-zvukova-strichka-shcho-zrobyla-revoliutsiiu-v-kino#:~:text=27 %\)](https://wz.lviv.ua/far-and-near/474177-spivak-dzhazu-persha-zvukova-strichka-shcho-zrobyla-revoliutsiiu-v-kino#:~:text=27%)