

Лингвистические предпосылки для выбора способа аудиовизуального перевода в странах мира

Linguistic prerequisites for the choice of the method of audiovisual translation around the world

Хабарова Диана Сергеевна

Студент 4 курса

Факультет международных отношений

Санкт-Петербургский государственный университет

Санкт-Петербург, Россия

e-mail: khabarova_dianna@mail.ru

Khabarova Diana Sergeevna

Student 4 term

Faculty of International Relations

Saint Petersburg State University

Saint Petersburg, Russia

e-mail: khabarova_dianna@mail.ru

Аннотация.

На фоне глобализационных процессов XXI века и американизации национальных языков, на международную популярность того или иного языка в значительной степени влияет лингвистическая политика государств по работе с иностранным контентом. В частности, возникает вопрос выбора способа аудиовизуального перевода (АВП) видео-контента на иностранном языке — фильмов и сериалов. Выбор приоритетного способа АВП в странах мира объясняется историческими, политическими и экономическими причинами. В настоящее время с учетом роста популярности стриминговых сервисов наблюдается большая вариативность в выборе способа просмотра контента. Данная статья призвана исследовать исключительно лингвистические предпосылки для выбора способа АВП. В исследовании изучены данные по 7 странам: Бразилия, Германия, Индия, Италия, КНР, Франция, Япония — результаты социологических опросов сопоставлены с Индексом владения английским языком EF, сложностью изучения английского языка и генетической близостью.

Annotation.

With the globalization processes of the 21st century and the americanization of national languages, the international popularity of a given language is largely influenced by the linguistic policy of states in dealing with foreign content. In particular, the issue of choosing the method of audiovisual translation (AVT) of video content in a foreign language - films and TV series - arises. The choice of the preferred method of AVT in the countries of the world is explained by historical, political and economic reasons. Nowadays, with the growing popularity of streaming services, there is a great variability in the choice of content viewing method. This article aims to investigate purely linguistic prerequisites for the choice of the method of AVT. The study examines data from 7 countries: Brazil, Germany, India, Italy, China, France, Japan - the results of sociological surveys are compared with the EF English Proficiency Index, the difficulty of learning English due to the linguistic distance, and genetic proximity.

Ключевые слова: Аудиовизуальный перевод, АВП, стриминговые сервисы, кинематограф, глобализация, американизация, национальные языки, лингвистическая дистанция, языковое родство.

Key words: Audiovisual translation, AVT, streaming services, cinema, globalization, Americanization, national languages, linguistic distance, genetic proximity.

На фоне глобализационных процессов XXI века и американизации национальных языков, на международную популярность того или иного языка в значительной степени влияет лингвистическая политика государств по работе с иностранным контентом. В частности, возникает вопрос выбора способа аудиовизуального перевода (АВП) видео-контента на иностранном языке — фильмов и сериалов. В настоящее время карта мира разделена на страны, использующие в этих целях субтитры и страны, осуществляющие дубляж на национальный язык. В условиях конкуренции языков в современном информационном обществе, с учетом повсеместного распространения английского языка, такая политика оказывает прямое влияние на международный статус национальных языков. Однако в настоящее время, с ростом популярности стриминговых сервисов, наблюдается

большая вариативность в выборе способа просмотра контента. Если при показе фильмов в кинотеатрах применяется официальная лингвистическая политика государства, которая устоялась исторически и, по мнению исследователей, объясняется экономическими и политическими причинами, то на стриминговых сервисах современный пользователь самостоятельно выбирает способ АВП в зависимости от собственных предпочтений. В связи с этим возникает необходимость исследования исключительно лингвистических предпосылок для выбора того или иного способа просмотра в разных странах.

Исследователями до сих пор рассматривались в основном нелингвистические причины для объяснения выбора определенными странами методов субтитрирования либо дубляжа. Так, традиция дубляжа, которая сформировалась в некоторых странах Европы, в частности, во Франции, Италии, Германии и Испании — так называемых странах FIGS (France, Italy, Germany, Spain), объясняется их политическим прошлым. И если во Франции защита французского языка сама по себе являлась ярко выраженной национальной особенностью французов, то в других странах этого списка дублирование было привлекательным способом запрета на экспорт всего иностранного, превратившись в один из главных инструментов пропаганды. Популярность такого вида локализации, таким образом, во многом связана с акцентом на национализм, который продвигался фашистскими режимами в Европе 1930-40х годов [11]. Так, испанские советы по цензуре, созданные в конце 30-х годов и укрепившиеся при режиме Франсиско Франко, требовали, чтобы, начиная с 1941 года, все иностранные фильмы дублировались на испанский язык. Распространение дубляжа совпало с рядом цензурных изменений, целью которых было сделать фильмы более приемлемыми для восприятия испанцами, с учетом традиционных испанских культурных ценностей. Запрет на фильмы с субтитрами действовал до 1967 года, но его влияние ощущается и сегодня. Аналогичным образом, в оккупированных во время Второй мировой войны странах, нацистский режим требовал дублировать все фильмы на немецкий язык. По сей день, рынок дубляжа в странах FIGS остается одним из крупнейших в мире [4], а в рамках Европы — самым большим рынком локализации контента.

Среди ряда причин для выбора странами субтитров в качестве приоритетного способа АВП выделяют в основном экономические: малое количество населения и, следовательно, небольшие кассовые сборы от проката иностранных картин; невысокие производственные затраты субтитрирования по сравнению с процессом дублирования; а также слишком большое количество импортируемых фильмов, что делает субтитрирование гораздо более выгодным решением для потокового адаптирования картин под национальный рынок [15].

По данным компании локализации контента Commit Localization & Translation Services за 2021 год [9], карта мира по критерию приоритетного способа АВП выглядит следующим образом (рис. 1):

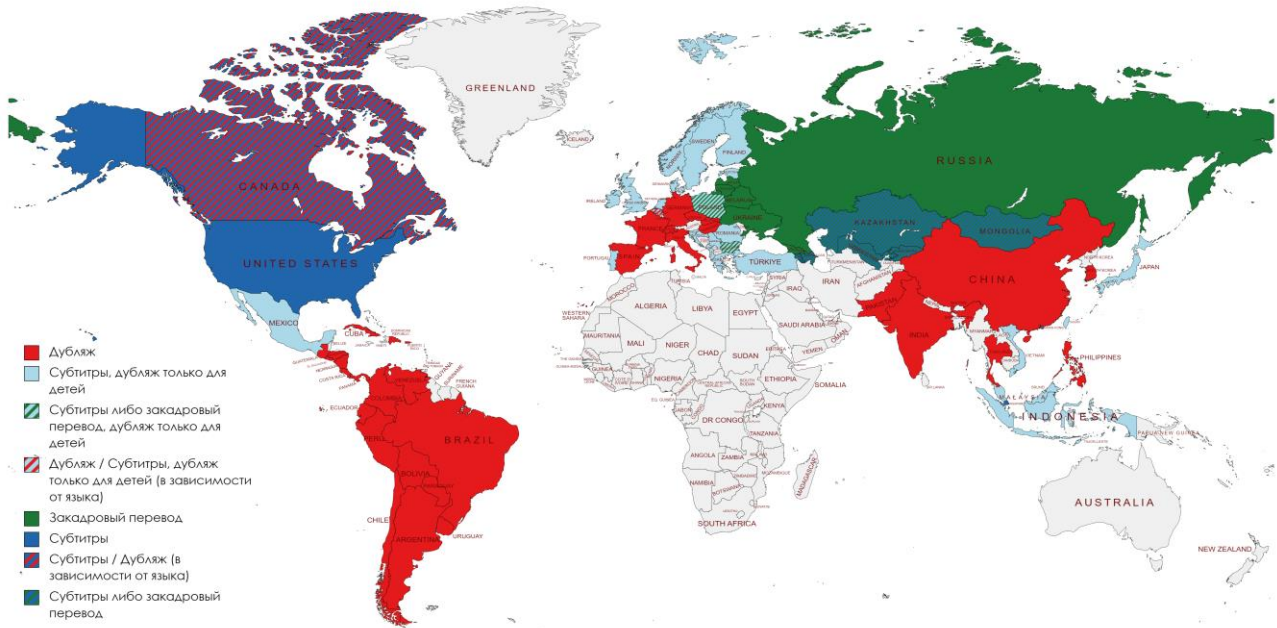


Рисунок 1. Предпочитаемый способ АВП в разных странах. По данным компании Commit Localization & Translation Services [9].

Помимо уже озвученных политических и экономических причин подобного распределения, данная карта позволяет выделить некоторые лингвистические закономерности.

1. В случае с Бельгией, где есть 4 официальных языка, выбор метода АВП зависит от языка, на который переводится контент, а не от общей языковой политики государства — в случае с голландским, немецким и французскими языками фильмы дублируются, а в случае с фламандским — показываются с субтитрами.

2. В случае с Канадой, в англоговорящей ее части, как и в США, видео-контент на иностранном языке показывается только с субтитрами, во франкоговорящей — дублируется, как и во Франции.

3. В странах Латинской Америки, за исключением Мексики и Аргентины, где рынки более крупные, видео-контент дублируется на так называемый «нейтральный» испанский — искусственно разработанный вариант испанского языка, с отсутствием грамматических и фразеологических регионализмов и с фонетикой на основе колумбийского и мексиканского вариантов [15, С. 18].

4. В Гонконге видео-контент на английском и севернокитайском (мандаринский китайский) сопровождается субтитрами, в то время как фильмы на других языках дублируются.

5. В России самым распространенным способом АВП для перевода телепередач, интервью и документальных фильмов и фильмов, не вышедших в кинопрокат (распространяемых через Интернет) является закадровый перевод (voice over) [13] - наложение звука перевода на оригинальную аудиодорожку. На карте (рис. 1) можно увидеть, что для многих стран СНГ и бывших советских республик характерен аналогичный приоритетный способ АВП. Более того, в Беларуси, Армении, Казахстане и др. используются русские продукты дубляжа, так как русскоязычная аудитория составляет большой процент, а собственная инфраструктура дубляжа в этих странах уступает уровню развития этого рынка в России [16]. В кинотеатрах зарубежные фильмы в этих регионах показываются на русском языке с субтитрами на национальных языках бывших республик.

6. Аналогичным образом, страны, где немецкий — официальный язык (Швейцария, Австрия), используют готовый дубляж, произведенный в Германии [15, С. 18], а для продуктов дубляжа на французском, произведенных в Канаде, во Франции действует ограничительный закон, согласно которому картина может

получить прокатное удостоверение только от студий, расположенных на территории Франции или ЕС [7], что в значительной степени ограничивает потенциал канадского рынка.

Таким образом, в отдельных случаях распределение стран по методу АВП обусловлено не только экономическими, но и лингвистическими особенностями регионов. Однако лингвистические предпосылки для такого разделения рассматриваются лишь в комплексе с предпосылками экономико-политическими. Некоторыми исследователями также высказывалось предположение о корреляции между выбором субтитрирования в качестве приоритетного способа АВП и высоким уровнем знания английского языка среди населения той или иной страны [6]. Однако языковых паттернов, способных в полной мере объяснить выбор того или иного метода разными народами на данный момент не выявлено. В то же время, в эпоху стремительного развития Интернет-технологий и все большего размывания национальных границ, влияние правительств, их языковая политика отходят на второй план. В интернациональном глобализованном мире, возникает все большая вариативность — пользователи Интернета могут сами выбирать предпочтительный способ просмотра контента. Кроме того, возрастает популярность стриминговых сервисов по сравнению с официальным ТВ и оффлайн-кинотеатрами стран — с 2020 года количество пользователей, оплативших подписку на том или ином стриминговом сервисе, возросло на 15% [3], в связи с чем могут происходить значимые сдвиги. В таких условиях, целесообразным будет рассмотреть именно лингвистические причины, которые могут оказывать влияние на формирование предпочтений международной аудитории.

В рамках данного исследования, для анализа на предмет взаимосвязей между национальным языком и выбором способа АВП было выбрано 7 стран: Бразилия, Германия, Индия, Италия, КНР, Франция и Япония. Выборка обусловлена большим объемом национальных рынков в данных странах [1], их региональным значением, а также тем, что предпочтения аудитории данных стран наиболее широко изучены статистически. Англоязычные страны не были включены, так как была поставлена задача исследования аудиовизуального перевода видео-контента на английском языке на национальных рынках стран мира, где английский язык не является самым распространенным языком среди населения.

В первую очередь, рассмотрим данные последних социологических опросов (за 2021 и 2021 год) среди пользователей Интернета, которые смотрят контент на иностранных языках. Респонденты должны были указать предпочтительный для них способ просмотра.

Таблица 1. There's no global consensus on subtitling vs. dubbing. GWI Zeitgeist November 2021 [3].

Страна	Субтитры, (%)	Дубляж, (%)
Бразилия	47	53
Германия	39	61
Индия	68	32
Италия	46	54
КНР	66	34
Франция	48	52
Япония	55	45

В Таблице 1 приведены результаты опроса, который проводился среди 9 913 зрителей контента на иностранных языках в возрасте 16-64 лет на 9 рынках: в Бразилии, Великобритании, Германии, Индии, Италии, Китае, США, Франции и Японии. Сопоставив эти данные с распределением на карте (рис. 1), можно заметить, что предпочтения современной аудитории могут противоречить сложившейся в той или иной стране политике в отношении АВП. Так, большинство пользователей из Индии и Китая предпочитают дубляжу субтитры, в то время как эти страны, согласно карте, относятся к числу тех, где устоялась традиция дубляжа.

Рассмотрим в Таблице 2 результате серии опросов, проведенных 3-8 марта 2022 года компанией Morning Consult. Респонденты должны были ответить, каким образом они предпочитают смотреть контент на стриминговых сервисах.

Таблица 2. The International Content Boom Has Made Subtitlers and Dubbers the Lifeblood of Streaming. Morning Consult [10].

Страна	Оригинал + субтитры, (%)	Дубляж, (%)	Оригинал без субтитров, (%)
Бразилия	31	60	9
Германия	12	76	12
Индия	42	41	17
Италия	18	73	9
КНР	71	25	3
Франция	22	61	17
Япония	49	46	5

Было опрошено 999-2211 взрослых зрителей из Австралии, Бразилии, Канады, Китая, Франции, Германии, Индии, Италии, Японии, Мексики, России, Южной Кореи, Испании, Великобритании и США с невзвешенной погрешностью в +/- 2-3 процентных пункта. Цифры могут не доходить до 100 из-за округления.

При сравнении результатов опроса в Таблице 2 с данными, представленными в Таблице 1, во всех странах, за исключением Китая, можно наблюдать рост популярности дубляжа, причем вне зависимости от обозначенной на карте (рис. 1) сложившейся традиции АВП. Аналогично, рост популярности субтитров среди китайской аудитории противоречит сложившейся в КНР традиции дубляжа. Таким образом, современные тенденции формирования предпочтений международной аудитории в отношении способа АВП не могут быть в полной мере объяснены вышеописанными историческими, экономическими и политическими причинами.

В процессе выявления лингвистических паттернов для объяснения формирующихся предпочтений могут быть выдвинуты различные гипотезы. Так, выбор немецкой аудитории в пользу дублирования, а не субтитрирования, может быть объяснен соображениями языковой экономии, чем объясняется, например, использование англицизмов в сфере немецкой промышленности [17]. Субтитры на немецком языке, с присущими ему длинными терминами и правилами капитализации занимает непропорционально много места на экране, а значит — требует гораздо большего времени для размещения и прочтения в сравнении со временем, необходимым на произнесение фразы на языке оригинала либо в дублированной на немецкий язык версии. Иначе возникает необходимость использования приема опущения [14], что может привести к смысловым и стилистическим потерям.

Процесс субтитрирования и последующего восприятия контента аудиторией также может быть осложнен тем, что, в случае с близкородственными языками многие имена существительные имеют в этих языках разный род [4]. Так, море имеет женский род во французском (*la mer*), но мужской в испанском (*el mar*) и итальянском (*il mare*), что очевидно будет вызывать диссонанс при просмотре в случае выбора субтитров в качестве способа АВП.

Приведенные примеры, тем не менее, носят частный характер и не объясняют глобальных тенденций. Количество букв в немецких существительных не может быть достоверно оценено как негативный фактор при рассмотрении субтитров в качестве потенциального способа АВП, тем более эта характеристика не может быть применена к другим языкам. В случае с близкородственными романскими языками речь идет о частном случае перевода с одного языка этой группы на другой, что так же не может быть использовано для изучения процесса перевода с английского языка на национальный. В связи с этим, для выявления лингвистических взаимосвязей в выбранных странах, нами будут рассмотрены универсальные характеристики.

Так как нами была поставлена задача изучения тенденций АВП контента на английском языке, рассмотрим общие характеристики, демонстрирующие позиции этого языка в выбранных странах. В первую очередь, обратимся к Индексу владения английским языком EF. Последние данные в этом рейтинге были получены на основе тестирования 2,1 млн. взрослых в 111 странах и регионах [5]. При изучении списка стран с очень высоким уровнем английского среди населения по данному рейтингу, прослеживается некоторая корреляция — среди стран с наилучшими результатами, например, страны Скандинавии, предпочитающие дубляжу субтитры, а значит, потребляющие контент на английском языке. Аналогично, уровень владения английским языком в Португалии намного выше, чем в соседней Испании, при том, что в первом случае предпочитаемым способом АВП являются субтитры, а во втором — дубляж.

Подобные корреляции, тем не менее, проявляются лишь в ряде случаев, но не применимы ко всей карте мира. Так, в Германии, равно как и в Португалии, наблюдается очень высокий уровень владения английским языком, в то время как ФРГ традиционно считается страной развитой культуры дубляжа. Поэтому, в данной выборке стран Индекс владения языком EF будет рассмотрен в совокупности с другими характеристиками, а именно — будет учтена сложность изучения английского языка по лингвистическому расстоянию от самого популярного национального языка той или иной страны, а также генетическая близость национального языка с английским языком. Необходимость изучения подобных категорий объясняется еще и тем, что Индекс владения языком учитывает данные пользователей, которые по той или иной причине изучают английский язык. Категории сложности изучения и генетической близости позволят отразить взаимное положение двух языков *a priori*, помогут объяснить восприятие англоязычного контента с точки зрения более широкой аудитории.

В сводной Таблице 3 представлена классификация стран по типу АВП, данные социологических опросов за 2021 и 2022 год, рейтинг владения английским языком EF English Proficiency Index, сложность изучения английского языка по лингвистическому расстоянию от национального языка, где 3.00 — наименее сложно, 1.00 — наиболее сложно [2], а также генетическая близость с английским языком по данным калькулятора eLinguistics [8]. Кроме того, в таблице приведены результаты опроса GWI, где были выявлены источники предпочитаемого жителями разных стран контента [3]. Респонденты, 9 913 зрителей контента на иностранных языках в возрасте 16-64 лет на 9 рынках, должны были указать страну предпочитаемого контента, что позволило в выбранных странах определить процент аудитории, потребляющий контент из англоязычных/ не англоязычных стран. Для каждой страны был приведен топ-3 стран популярного среди зрителей данной страны контента. Для стран, где в топ-3 вошел только контент собственной страны и контент из Великобритании и США, были приведены данные по стране-источнику контента, занимающей 4 место по популярности и предоставляющей контент не на английском языке. Это позволило для всех стран выборки измерить генетическую близость родного языка страны со вторым по популярности языком контента после английского.

Таблица 3. Сводная таблица по типу АВП, стране предпочитаемого контента и лингвистическому расстоянию.

Страна	Данные по Commit Localization & Translation Services, 2021	По данным GWI, Ноябрь 2021		По данным Morning Consult, март 2022			Контент какой страны наиболее популярен в данной стране (топ-3)			EF English Proficiency Index	Сложность изучения английского языка [2], где 3.00 — наимее сложно, 1.00 — наиболее сложно	Генетическая близость с английским по данным калькулятора eLinguistics [8]	Генетическая близость с иным языком популярного контента помимо английского и родного)
		Дубляж %	Субтитры %	Дубляж %	Оригинал + субтитры %	Оригинал без субтитров %	№1	№2	№3				
Бразилия	Дубляж	53	47	60	31	9	80% США	73% Бразилия	40% Испания	505 (№58) (средний)	2.50	56,5 (родственные)	16,7 (очень близкородственные)
Германия	Дубляж	61	39	76	12	12	66% Германия	59% США	26% Франция	613 (№10) (очень высокий)	2.25	31,3 (близкородственные)	55,7 (родственные)
Индия	Дубляж	32	68	41	42	17	82% Индия	65% США	49% Великобритания (№4 - 32% Южная Корея)	516 (№52) (средний)	1.75	68,9 (возможно отдаленно родственные)	78,0 (не родственные)
Италия	Дубляж	54	46	73	18	9	72% Италия	56% США	47% Великобритания (№4 — 31% Испания)	548 (№32) (средний)	2.50	49,9 (родственные)	14,0 (очень близкородственные)
Китай	Дубляж	34	66	25	71	3	67% Китай	40% США	29% Южная Корея	498 (№62) (низкий)	1.50	83,9 (не родственные)	78,1 (возможно отдаленно родственные)
Франция	Дубляж	52	48	61	22	17	74% Франция	64% США	31% Испания	541 (№34) (средний)	2.50	46,9 (родственные)	32,6 (близкородственные)
Япония	Субтитры, дубляж только для детей	45	55	46	49	5	76% Япония	61% США	29% Великобритания (№4 - 19% Южная Корея)	475 (№80) (низкий)	1.00	87,2 (не родственные)	84,3 (не родственные)

На основе представленных данных можно сделать следующие выводы.

1. Параметры сложности изучения английского языка и генетической близости между наиболее популярным национальным языком той или иной страны коррелируют с уровнем владения английским языком по EF English Proficiency Index. Так, наивысший в данной выборке уровень владения английским языком у жителей Германии, при том, что сложность изучения английского для носителей немецкого языка не высока, а по показателю генетической близости языки оцениваются как очень близкородственные. Напротив, показатели Японии демонстрируют низкий уровень владения английским, наиболее сложные условия для изучения английского носителям японского и наименьшую генетическую близость языков из выборки.

2. Тем не менее никакой корреляции между благоприятными для восприятия контента на языке оригинала лингвистическими показателями и выбором субтитров в качестве предпочтительного способа АВП не наблюдается. Из всей выборки по данным Localization & Translation Services лишь в Японии субтитры являются приоритетным способом АВП, несмотря на то, что восприятие японцами английского языка по озвученным лингвистическим показателям может оцениваться как осложненное. Напротив, на основе данных Localization & Translation Services, по результатам опросов за 2021 и 2021 в Германии приоритетным способом АВП является дубляж, более того, в сравнении с остальными странами процент аудитории, предпочитающей дубляж, значительно выше. Однако по лингвистическим показателям носители немецкого языка наиболее расположены к восприятию английской речи. По результатам социологических опросов, в Китае и Индии субтитры намного

более популярны среди населения, нежели в других странах. В Китае уровень владения английским оценивается как низкий, а Индии — средний (несмотря на то, что английский является одним из официальных языков страны), сложность изучения английского для носителей мандаринского китайского и хинди высокая (1.5 и 1.75 соответственно), языки не являются родственными. Таким образом, эти данные опровергают предположение о том, что между просмотром контента с субтитрами и уровнем владения английским языком и просмотром существует взаимосвязь [6].

3. Однако была выявлена взаимосвязь между вторым по популярности иностранным языком контента (после национального языка страны и английского) и генетической близостью этого языка по отношению к национальному. Так, в Бразилии, второй после США страной по популярности контента является Испания, а испанский и португальский оцениваются как «очень близкородственные» языки (*very closely related*). Аналогичные результаты у всех стран Европы: в Германии второй страной контента является Франция, французский и немецкий оцениваются как родственные, в Италии — Испания, итальянский и испанский — очень близкородственные, во Франции — Испания, французский и испанский — близкородственные. Для Китая, Индии и Японии второй страной контента выступает Южная Корея, причем корейский не является родственным языком по отношению к мандаринскому китайскому, хинди или японскому. Тем не менее подобный выбор можно объяснить географической близостью государств, историческими факторами развития азиатского региона, количеством культурных контактов и схожестью менталитета.

В результате данного исследования было выявлено, что лингвистические категории генетической близости и сложности изучения английского языка коррелируют с индексом владения английским языком, однако не коррелируют с выбором способа АВП в той или иной стране. Возможно выявить единичные взаимосвязи для конкретного государства, однако в международном масштабе они не применимы. Таким образом, тенденции к формированию предпочтительного способа АВП по-прежнему стоит анализировать в рамках одной страны, с учетом исторического, политического и экономического контекста. Так, использование в Японии субтитров при том, что уровень владения английским языком данной выборке самый низкий, может быть также объяснено культурным разрывом. В Японии гораздо более развита индустрия аниме, нежели кино-индустрия, в результате чего дубляж ассоциируется скорее с анимационными картинками японского производства, нежели с зарубежными фильмами. Тем не менее лингвистические категории при изучении выбора способа АВП следует учитывать в равной степени. Например, лингвистическое расстояние на данный момент выступает одним из важнейших факторов при оценке перспектив международного сотрудничества [12].

В заключение стоит отметить, что лингвистические категории на данный момент не позволяют предположить дальнейшее формирование рынка АВП. Тем не менее продолжение исследований в данной сфере имеет потенциал. В настоящее время с учетом роста популярности стриминговых сервисов наблюдается большая вариативность в выборе способа просмотра контента. В связи с этим возникает необходимость исследования исключительно лингвистических предпосылок для выбора того или иного способа просмотра. В дальнейших исследованиях возможно более детальное рассмотрение данного предмета, возможно, в других выборках стран при наличии более обширных данных, а также с использованием прочих лингвистических категорий для сравнения.

Список используемой литературы:

1. Biggest markets by Box Office Revenues // FlixPatrol URL: <https://flixpatrol.com/market/box-office-revenues/> (дата обращения: 09.06.2023).
2. Chiswick, B.R., Miller, P.W Linguistic distance: A quantitative measure of the distance between English and other languages // *Journal of Multilingual and Multicultural Development*. - 2005. - №26 (1).

3. Data & Statistics on Foreign Language Media // GWI URL: <https://blog.gwi.com/chart-of-the-week/foreign-language-media/> (дата обращения: 19.06.2023).
4. Dubbing localization in Europe // Multilingual URL: <https://multilingual.com/articles/dubbing-localization-in-europe/> (дата обращения: 09.06.2023).
5. EF English Proficiency Index // Education First URL: <https://www.ef.com/assetscdn/WIBIwq6RdJvcD9bc8RMd/cefcom-epi-site/reports/2022/ef-epi-2022-english.pdf> (дата обращения: 09.06.2023).
6. Micola, A.R., Fenoll A.A., Banal-Estañol A., Bris A. TV or not TV? The impact of subtitling on English skills // Journal of Economic Behavior & Organization. - 2019. - №158. - С. 487-499.
7. Paquin R. Le doublage au Canada: politiques de la langue et langue des politiques // Meta. - 2000. - №45 (1)
8. Quantifying the genetic proximity between two languages // eLinguistics.net URL: http://www.elinguistics.net/Compare_Languages.aspx (дата обращения: 09.06.2023).
9. Subtitling vs Dubbing + List of preferred method per country // Commit. Localization & Translation Services URL: https://webcasts.td.org/uploads/assets/9888/document/Commit_Global_Subtitling_vs_Dubbing.pdf (дата обращения: 09.06.2023).
10. The International Content Boom Has Made Subtitlers and Dubbers the Lifeblood of Streaming // Morning Consult URL: <https://pro.morningconsult.com/trend-setters/subtitles-dubbing-streaming> (дата обращения: 08.06.2023).
11. The debate over subtitles or dubbing // Vox URL: <https://www.vox.com/2020/2/20/21134355/subtitles-or-dubs-which-is-better-parasite-debatehistory-anime> (дата обращения: 05.06.2023).
12. Vlasenko, L. Linguistic distance as a variable of the gravity model for international trade: example of China. // Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools. - 2020. - №38 (2). - С. 4-9.
13. Ведяшкина А.В., Шикина Т.С. СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА КИНОПЕРЕВОДА // Огарёв-Online. - 2021. - №15 (168).
14. Егорова Т.А. Субтитрование и дубляж. Определение, сравнение методик. Плюсы и минусы // Вестник науки и образования. - 2019. - №3-1 (57).
15. Магасов Р.А. История кино/видео перевода // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. - 2008. - №3.
16. Пропадал ли русская озвучка из кинотеатров СНГ? // Business FM URL: <https://www.bfm.ru/news/498844> (дата обращения: 18.06.2023).
17. Шарафутдинова, Н.С. Тенденция к англоязычному заимствованию в терминологии немецкого языка // Вестник УлГТУ. - 1999. - №4 (8).