

国产影视剧海外文化传播问题的应对策略研究

依地尔才次克

新疆师范大学国际文化交流学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2026年7月12日; 录用日期: 2026年8月12日; 发布日期: 2026年8月19日

摘要

随着文化全球化深入, 国产影视剧海外传播是提升作品国际传播效能的重要路径, 但跨文化隔阂始终是制约其传播效果与国际影响力的核心瓶颈。本文以跨文化传播理论为核心, 结合编码/解码理论、平台化理论与粉丝文化理论, 以《甄嬛传》《琅琊榜》为研究案例, 采用案例分析、文献研究、对比分析方法, 系统探讨国产影视剧海外传播中因文化差异导致的价值损耗的表现、成因及应对策略。研究认为, 要应对文化价值损耗, 必须兼顾文化传承与国际适配, 通过多维度策略协同优化, 可有效弱化跨文化传播障碍, 提升海外传播实效, 为中外影视文化交流提供理论参考与实践路径。

关键词

国产影视剧, 海外传播, 跨文化隔阂, 价值损耗, 应对策略

A Study on the Countermeasures of Overseas Cultural Communication of Domestic Film and TV Dramas

Yidier Caিকে

College of International Cultural Exchange, Xinjiang Normal University, Urumqi Xinjiang

Received: July 12, 2026; accepted: August 12, 2026; published: August 19, 2026

Abstract

With the deepening of cultural globalization, the overseas communication of domestic film and television dramas is an important path to improve the international communication effectiveness of works, but cross-cultural barriers have always been the core bottleneck restricting their communication effects and international influence. This paper takes cross-cultural communication theory as the core, combines encoding/decoding theory, platform theory and fan culture theory, takes

“The Legend of Zhen Huan” and “Langya Bang” as research cases, and uses case analysis, literature research, and comparative analysis methods to systematically discuss domestic performance, causes and coping strategies of value loss caused by cultural differences in the overseas dissemination of film and television dramas. The study believes that in order to deal with the loss of cultural value, it is necessary to take into account both cultural inheritance and international adaptation. The coordinated optimization of the degree strategy can effectively weaken the barriers to cross-cultural communication, improve the effectiveness of overseas communication, and provide theoretical reference and practical paths for Chinese and foreign film and television cultural exchanges.

Keywords

Domestic Film and Television Dramas, Overseas Communication, Cross-Cultural Barriers, Loss of Value, Coping Strategies

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在全球化进程不断加速的当下，文化传播在国际交流中的地位日益凸显。作为文化传播的重要载体，国产影视剧近年来海外传播成果显著，《琅琊榜》《甄嬛传》等精品剧集走向全球，国产影视剧的海外传播范围不断扩大，影响力持续提升[1]。

然而，在国产影视剧海外传播的过程中，跨文化隔阂问题也不容忽视。霍斯金斯(Colin Hoskins)和米卢斯(R. Mirus)于 1988 年提出，由于文化背景的差异，受众对那些与自身文化传统、价值观、生活方式等不一致的文化产品，会降低其认同感和接受度，从而导致该文化产品在国际市场上的价值和吸引力下降[2]。现有研究多从内容创作、翻译优化等传统维度探讨应对路径，对流媒体时代传播场域的变化关注不足：一方面，Netflix 等流媒体平台通过算法推荐重构了文化产品的触达路径，改变了文化价值折损的生成逻辑；另一方面，海外粉丝社群的众包翻译、二次创作等民间实践，已成为消解理解障碍的新兴力量。

基于此，本文引入编码解码、平台化、粉丝文化等补充理论视角，结合典型案例系统分析文化语境错位的生成与应对机制，既丰富相关研究的理论维度，也为国产影视剧海外传播提供适配性实践参考，对拓展影视产业国际市场、提升中国文化国际影响力具有重要现实意义。

2. 理论基础与传播现状

(一) 核心理论阐释

(1) 跨文化价值损耗的概念界定

霍斯金斯和米卢斯在 1988 年发表的《美国主导电视节目国际市场的原因》一文中指出，由于文化背景的差异，植根于特定文化语境中的产品进入国际市场后，往往难以被其他地区的受众充分认同或理解，其市场吸引力与商业价值因此出现减损。任何文化产品都内生于特定的历史传统、价值观念与生活方式之中，这种文化嵌入性使其对外来受众的吸引力天然弱于本土产品，正是这一特征将文化产品与一般商品区别开来，也构成了本文研究的核心出发点。本文将此现象统称为“跨文化隔阂”或“文化差异导致的价值损耗”。

(2) 编码解码理论

斯图亚特·霍尔的编码解码理论为跨文化隔阂成因提供了微观分析视角：文化产品创作是创作者将自身文化语境中的意义、价值、符号植入内容的“编码”过程，受众接受则是基于自身文化背景解读符号意义的“解码”过程，可分为主导式、协商式与对抗式三类解码立场。跨文化隔阂本质上是跨文化语境下编码与解码的错位——两端文化语境的差异，导致受众难以完整还原意义甚至出现误读，最终表现为接受度与价值评价降低。该理论为本文分析翻译错位、叙事适配等问题提供了微观分析工具。

(3) 平台化理论

平台化理论指出，数字平台已不再是单纯的传播渠道，而是重塑传播规则、参与意义生产的核心中介。在影视剧海外传播场域中，流媒体平台通过算法推荐、标签分类机制筛选匹配目标受众，重构了文化价值折损的生成逻辑：传统模式下文化理解障碍面向广谱受众统一发生，平台算法则优先将作品推送给对异文化接受度更高的垂直受众，从入口处缩小了跨文化隔阂的影响范围。该理论为本文解读流媒体时代文化语境错位的新形态提供了渠道视角。

(4) 粉丝文化理论

粉丝文化理论聚焦受众的主动性生产，海外粉丝社群并非被动的内容接收者，而是主动参与意义阐释与二次传播的主体。一方面，粉丝主导的众包字幕组、文化科普帖可补充官方传播缺失的文化背景信息，降低受众理解门槛；另一方面，粉丝的二次创作、社群讨论能形成口碑传播，拓展作品受众圈层，成为消解跨文化隔阂的民间补充力量。该理论为本文挖掘民间应对力量提供了受众层面的理论依据。

(二) 跨文化隔阂的生成根源

跨文化隔阂的产生是多种因素共同作用的结果，其中文化背景差异是核心因素。不同国家和地区拥有各自独特的历史、风俗习惯等，这些差异导致受众对文化产品的理解和接受程度大相径庭[3]。价值观念的不同也是导致价值损耗的重要原因。西方文化侧重个体意识与自由平等，而中国文化更注重群体福祉、家庭观念与社会和谐。语言作为文化的重要载体，是引发理解障碍的关键因素，翻译过程中往往会出现信息丢失、文化背景难以还原等问题。审美差异同样不容忽视，不同文化背景下的审美标准会影响观众对影视剧艺术风格的接受程度。此外，海外受众对国产影视剧的“他者化”凝视也加剧了跨文化隔阂的程度，使得国产影视剧在跨文化传播中面临被异化解读的风险[4]。

(三) 国产影视剧海外传播的现状扫描

(1) 传播的主要区域与市场分布

国产影视剧海外传播的覆盖区域持续拓展。亚洲地区一直是重要的传播市场，在东南亚，由于地缘相近、文化相通，国产影视剧深受当地观众喜爱，融合中国历史、文化、语言和价值观的中国影视剧成为重要文化产品。欧美市场传播起步较晚，但近年逐步突破，《琅琊榜》等精品剧集积累了稳定的受众基础，但整体市场份额仍较小，影响力有待进一步提升。

(2) 传播的主要类型与题材偏好

题材分布上，古装剧凭借独特东方文化魅力优势显著，《三生三世十里桃花》《苍兰诀》等古装仙侠剧吸引大量海外观众；现代都市题材崭露头角，《微微一笑很倾城》等都市爱情剧受到海外年轻群体青睐；悬疑题材表现突出，《隐秘的角落》《沉默的真相》凭借紧凑剧情与人性挖掘，在海外市场获得了一定的市场认可度。

(3) 传播的主要渠道与平台选择

传播渠道呈现多元融合格局。传统电视台合作仍覆盖部分广谱受众，而网络视频平台已成为核心传播渠道，爱奇艺国际版 iQIYI App、腾讯视频国际版 WeTV 等国内平台海外版，为全球用户提供国产影视剧内容[5]，与 Netflix、亚马逊等国际流媒体共同构成发行主阵地。TikTok、Facebook 等社交媒体成为重要助推器，剧集片段的病毒式传播有效引流。此外，戛纳电视节、柏林国际电影节等国际影视节展，也

是国产剧拓展海外合作的重要渠道。

3. 《甄嬛传》《琅琊榜》海外传播案例分析

(一) 《甄嬛传》：编码错位下的翻译适配实践

(1) 作品传播概况

《甄嬛传》承载大量宫廷礼仪、古典诗词等文化符号，通过 Netflix 等平台覆盖东南亚、欧美市场，是海外受众认知中国古装文化的重要窗口。

(2) 核心文化符号的翻译策略对比

剧中古典诗词是文化价值折损最为突出的载体，以台词“逆风如解意，容易莫摧残”为例，该句改编自唐代咏梅诗，是甄嬛借梅花抒发心境的核心情节，同时关联了后续的关键剧情伏笔，承载了多重文化与叙事意义。目前海外传播中主要存在三种翻译策略，对应不同的跨文化隔阂应对效果：

直译策略：译文为“If the wind understands, it should not destroy it easily”。该策略严格对应字面含义，但完全丢失了原诗的抒情语境与梅花意象，海外受众无法理解诗句的情感指向，也无法关联剧情伏笔，文化语境的错位应对效果最弱，容易造成受众的解码困惑。

意译策略(Netflix 官方译版)：译文为“If the wind could share my sorrow, it would not break the blossoms so harshly”。该策略放弃了原诗的字面结构，优先传递人物的悲伤情绪，补充了“blossoms(花朵)”的意象，让海外受众能够快速理解人物心境，一定程度上降低了情感层面的理解障碍，但依然缺失了诗词的文化背景与剧情伏笔，文化信息折损依然明显。

意译加注释策略(粉丝众包平台 Viki)：在上述意译译文的基础上，通过字幕下方小字补充注释：“This line is adapted from a classic plum blossom poem, reflecting Zhen Huan’s longing for sincere affection”。该策略既保证了观剧的流畅性，又补充了文化背景信息，帮助受众理解诗句的文化内涵与叙事作用，最大程度消解了跨文化隔阂，但制作成本更高，对字幕呈现形式有特定要求。

(3) 应对跨文化隔阂的经验与不足

在海外传播过程中，《甄嬛传》面临的核心问题包括语言翻译的信息折损、宫廷制度背景的理解障碍、复杂人物关系的叙事门槛等。为应对这些问题，制作方与播出平台采取了多项策略：翻译层面邀请专业团队，对文化专属词汇采用意译加注释的方式处理；文化背景层面，在平台剧集详情页补充宫廷制度、礼仪规范的介绍资料；叙事层面，针对欧美市场对剧情进行适当剪辑，突出主线情节，简化支线人物关系。

但整体来看，《甄嬛传》应对价值损耗的措施仍存在不足：官方译制对深层文化符号的还原度有限，大量诗词、典故的文化内涵未能完整传递；文化背景补充仅停留在剧集简介层面，未能与观看场景深度结合，导致受众的主动获取意愿较低，难以从根本上消解理解障碍。

(二) 《琅琊榜》：平台分发下的叙事适配经验

(1) 作品传播概况

《琅琊榜》是国产权谋题材古装剧的代表性作品，凭借精良的制作与紧凑的剧情，在海外市场获得了较高认可度。该剧通过与海外电视台、Netflix、亚马逊等流媒体平台合作，覆盖了东南亚、欧美等多个市场，是国产剧进入欧美主流视频平台的早期代表性作品。

(2) 平台机制对跨文化隔阂的重塑作用

以 Netflix 为代表的流媒体平台，通过两类机制直接影响《琅琊榜》的文化理解障碍程度：一是算法推荐机制，平台根据用户观看历史，将剧集优先推送给喜欢政治权谋、亚洲古装题材的垂直受众，这类受众本身对异文化的接受度更高，主动理解文化差异的意愿更强，因此感知到的理解障碍显著低于广谱

受众；二是标签分类机制，平台将剧集归类为“政治惊悚”“历史剧情”，匹配欧美受众熟悉的题材认知，弱化了“东方古装”的陌生感，降低了受众的接受门槛。

在内容适配层面，制作方也针对性调整了内容呈现：剧情设置上强化主线逻辑，弱化支线的文化专属情节；对传统礼仪、诗词等文化元素，通过字幕补充简短注释，帮助受众理解。同时，该剧将权谋斗争的核心叙事与海外受众熟悉的复仇、正义等叙事母题结合，让海外受众能够基于熟悉的叙事框架理解剧情，进一步弱化了文化语境错位带来的接受障碍。

(3) 实践启示

《琅琊榜》的海外传播表明，流媒体平台的分发机制能够从受众筛选层面缩小价值损耗的影响范围，而内容层面的叙事适配则能够从解码层面降低跨文化隔阂的程度。二者结合的模式，为古装题材剧集的出海提供了可借鉴的路径。

4. 国产影视剧海外传播中跨文化隔阂的表现与影响

(一) 跨文化隔阂的具体表现形式

(1) 语言与翻译障碍

语言是文化的重要载体，也是国产影视剧海外传播面临的核心障碍。中文台词对非母语的海外受众构成直接理解障碍。虽然字幕翻译能够在一定程度上解决这一问题，但翻译过程中往往会出现信息丢失、文化内涵难以还原等情况[6]。

有学者从语言文化传播的视角指出，国产影视剧海外传播中的翻译质量问题直接影响了其作为文化传播载体的功能发挥[7]。中文具有独特的语法体系、丰富的词汇和多样的表达方式，其中的成语、歇后语、古诗词等，蕴含着深厚的文化底蕴和历史典故，翻译时很难准确传达其含义。在《甄嬛传》中，有许多经典的台词，如“愿得一心人，白首不相离”，这句诗表达了甄嬛对爱情的美好向往，然而在翻译时，很难找到与之对应的英文表达方式，使得海外观众难以体会其中的情感和意境[8]。

翻译的风格和质量也会影响海外观众的观剧体验。不同的翻译团队有不同的翻译风格，有些翻译过于直译，导致译文生硬、不自然，影响观众对剧情的理解；有些翻译则过于意译，可能会偏离原文的意思，丢失原文的文化特色。

(2) 价值观与文化背景差异

价值观是文化的核心，不同国家和地区的价值观存在显著差异，这在很大程度上影响了海外观众对国产影视剧的理解和接受。在国产影视剧中，常常会出现主角为了集体利益牺牲个人利益，或者为了照顾家庭放弃个人梦想的情节，这些情节所体现的价值观对于西方观众来说，可能难以理解和认同。

在《琅琊榜》中，梅长苏为了洗雪赤焰军的冤屈，不惜牺牲自己的生命，这种为了正义和集体利益无私奉献的精神，是中国传统文化价值观的体现。然而，西方观众可能更关注个人的自由和权利，对于梅长苏这种为了集体利益而放弃个人生活的行为，他们可能会觉得难以理解。

(3) 叙事方式与审美习惯冲突

叙事方式是影视剧表达内容的重要手段，不同文化背景下的观众，对叙事方式的偏好也有所不同。国产影视剧的叙事方式往往注重情节的完整性和连贯性，喜欢设置复杂的人物关系和多条故事线，通过层层铺垫和伏笔来推动剧情发展。这种叙事方式对于习惯简单直接叙事的海外观众来说，可能会觉得过于复杂和冗长，难以跟上剧情的节奏[9]。

在《甄嬛传》中，人物关系错综复杂，涉及众多妃嫔、宫女和太监，每个人物都有自己的故事和动机。剧情发展过程中，充满了各种阴谋、算计和情感纠葛，需要观众仔细品味和理解。对于欧美观众来说，他们更倾向于简单明了的叙事方式，喜欢直接切入主题，快速推进剧情。因此，《甄嬛传》复杂的叙

事方式可能会让他们感到困惑和不耐烦。

审美习惯也是影响国产影视剧海外传播的重要因素。不同国家和地区的观众，在审美观念、审美标准和审美偏好上存在差异。中国观众喜欢精美的画面、华丽的服饰和细腻的情感表达，而西方观众可能更注重电影的特效、动作场面和剧情的逻辑性。

(4) 平台算法的筛选效应

算法分发时代，跨文化隔阂还呈现出新的表现形式：平台算法的个性化推荐，使得价值损耗的影响出现圈层分化——对东方文化感兴趣的垂直受众感知到的理解障碍更低，而普通广谱受众接触到国产影视剧的概率下降，文化语境错位的影响范围被压缩，但破圈难度也随之提升。同时，平台的内容审核与标签分类规则，可能会过滤掉部分文化特征鲜明的内容，导致作品的文化属性被弱化，形成另一种形式的价值折损。

(二) 跨文化隔阂对国产影视剧海外传播的影响

(1) 受众接受度与市场份额受限

跨文化隔阂直接降低了国产影视剧在海外市场的受众接受度，部分在国内热度极高的作品，因语言、文化、价值观差异，在海外市场遇冷，播放量与收视率远低于预期。以《甄嬛传》为例，其在国内是现象级爆款，但进入欧美市场后因文化差异影响，受众接受度有限，收视表现远不及预期^[10]。受众接受度不足直接制约市场份额拓展，在好莱坞主导的国际影视市场中，国产影视剧因文化理解障碍处于竞争劣势，商业收益与发展空间均受到限制。

(2) 文化传播效果与文化影响力削弱

跨文化隔阂严重削弱了国产影视剧的文化传播效能。作为中国文化的重要载体，国产影视剧承载着丰富的文化内涵与价值观念，但文化差异导致海外受众难以准确理解内容，甚至出现文化误读，无法实现文化传递的核心目标，进而限制了中国文化国际影响力的提升。

5. 应对跨文化隔阂的策略

(一) 内容创作维度：优化编码逻辑，筑牢传播基础

(1) 锚定共通情感内核：以亲情、正义、勇气等跨文化共通情感为纽带，将文化内核嵌套于普世情感叙事中，弱化跨文化语境下的“他者”视角，提升受众接受度。如《琅琊榜》中对知己情谊与正义坚守的刻画，可突破文化差异触动不同背景的受众。

(2) 适配国际叙事范式：在保留文化内核的基础上，采用强主线推进、悬念设置等国际流行叙事手法，平衡主线清晰度与支线复杂度；也可针对不同区域市场推出差异化剪辑版本，降低叙事层面的理解门槛。

(3) 平衡文化特色与可理解性：避免过度堆砌陌生文化符号，将传统文化元素与国际流行题材结合，如仙侠文化对接全球流行的奇幻题材；同时通过剧情内的人物对话、情节铺垫自然解释文化符号，无需打断叙事即可完成文化科普。

(二) 传播运营维度：借力平台与社群，拓展消解路径

(1) 构建多元协同传播矩阵：整合传统媒体、国际流媒体、国内平台海外版、国际影视节展等多渠道资源，优势互补覆盖不同受众群体。主动适配平台算法规则，优化作品标签与简介，精准触达高接受度垂直受众，从入口处缩小跨文化隔阂的影响范围。

(2) 实施分域精准营销：有学者从跨文化传播的视域出发，强调国产影视剧的对外传播需根据不同目标市场的文化差异制定差异化的传播策略^[11]。针对文化相近的东南亚市场，侧重东方文化特色与美学表达宣传；针对文化差异较大的欧美市场，侧重剧情张力、制作水准、题材类型等普适性元素推广。借助本土影评人、内容创作者完成本土化解读，通过意见领袖背书降低受众接受顾虑。

(3) 激活海外粉丝社群效能：适度开放二次创作权限，为粉丝提供官方素材与基础文化资料支持，鼓励众包翻译、文化科普等民间创作，借助粉丝本土化视角补充官方传播的不足。同时通过官方账号引导社群讨论，及时澄清文化误读，依托粉丝口碑实现受众圈层突破。

(三) 译制与人才维度：完善支撑体系，强化保障能力

(1) 构建分层翻译体系：针对不同内容采用差异化翻译策略：日常对话以流畅自然为核心采用意译，保障观剧体验；文化专有词汇、诗词典故采用“意译 + 随片注释”模式，兼顾观剧流畅性与文化内涵传递。建立严格的翻译审核机制，避免错译、漏译加剧理解障碍。

(2) 推动官民译制协同：构建“官方标准版 + 民间本土化版”的多元译制体系，官方译版保障内容规范准确，粉丝众包译版补充本土化注释与背景解读。通过官方认证、合作等方式规范众包翻译质量，实现二者优势互补。

(3) 夯实跨文化人才支撑：通过高校跨学科培养、行业国际交流培训、海外人才引进等方式，打造兼具语言、文化、传播、影视能力的复合型人才队伍，为国产影视剧海外传播提供人才保障。

6. 结论与展望

(一) 研究结论

本研究以跨文化传播理论为核心，引入编码解码、平台化、粉丝文化等理论视角，结合《甄嬛传》《琅琊榜》等案例，系统分析了国产影视剧海外传播中跨文化隔阂的生成根源、表现形式与应对策略，主要结论如下：

第一，文化语境的错位是国产影视剧海外传播的核心障碍，其生成源于文化背景、价值观念、语言翻译、叙事审美等多重因素，最终表现为受众接受度降低、市场拓展受限。流媒体时代，平台算法使价值损耗影响呈现圈层分化，而海外粉丝社群则成为消解跨文化隔阂的新兴力量。

第二，编码解码理论揭示了跨文化隔阂的微观生成机制——跨文化语境下编码与解码的文化语境错位是其核心本质；平台化理论与粉丝文化理论拓展了研究视野，表明传播平台与受众社群能主动重塑文化差异的影响范围与消解路径。

第三，应对跨文化隔阂需构建系统性协同策略：内容创作层面优化编码逻辑，平衡文化特色与可理解性；传播运营层面借力平台算法与粉丝社群；译制与人才层面完善分层翻译体系与人才培养机制。三者协同，方能有效弱化跨文化障碍，提升海外传播效能。

(二) 研究展望

第一，技术赋能层面，可探索 AI 在影视译制、受众画像、内容本地化适配中的应用，为精准应对价值损耗提供技术支撑。第二，内容创作层面，需进一步挖掘当代现实题材的传播潜力，丰富海外受众对中国文化的多元认知。第三，传播模式层面，可深化官方与粉丝社群的协同机制，引导民间力量有序参与，形成官方引导、民间补充的协同传播格局，更高效地消解文化语境错位。

总体而言，随着国产影视剧产业工业化水平的提升与跨文化传播体系的完善，通过持续优化应对策略，国产影视剧将能更好地跨越文化隔阂，推动中外影视文化的平等交流与多元互鉴。

参考文献

- [1] 吴易霏. 国产影视剧扩大对外传播路径探析[J]. 文艺争鸣, 2022(3): 170-176.
- [2] 赵飞燕. 文化贴现视角下网络游戏的跨文化传播策略研究[D]: [硕士学位论文]. 漳州: 闽南师范大学, 2024.
- [3] 韩旭. 国产影视剧对外传播的接受对比研究——以《温州一家人》与《最美逆行者》为例[J]. 传播与版权, 2022(7): 44-47.
- [4] 沈彤扬. 国产影视剧跨文化传播中“他者”凝视与共情策略——以电视剧《三十而已》为例[J]. 科技传播, 2021,

13(10): 116-118.

- [5] 赵红娟. 国产影视剧出口对策探究[J]. 黑河学院学报, 2020, 11(12): 67-69.
- [6] 赵晶. 话语传播力视角下国产影视剧文化词汇的字幕翻译[J]. 外文研究, 2018, 6(1): 64-69.
- [7] 程雨婷, 彭雪飞. 语言文化传播视角下国产影视剧用于汉语教学研究[J]. 海外英语, 2023(6): 1-4.
- [8] 李可, 陈依依. 国产宫廷剧字幕翻译的译者主体性研究——以美版《甄嬛传》和海外版《琅琊榜》为例[J]. 文化创新比较研究, 2018, 2(3): 49, 51.
- [9] 吴晓聪. 影视剧的跨文化传播路径探析——以新武侠剧为例[J]. 新闻传播, 2023(5): 97-99.
- [10] 王翼伟. 国产剧在欧美国家的跨文化传播探析——以《甄嬛传》进军美国市场为例[J]. 河南财政税务高等专科学校学报, 2015, 29(5): 90-92.
- [11] 张颖, 黄城倩, 耿仕洁. 跨文化视域下国产影视剧对外传播策略及新思考[J]. 四川戏剧, 2019(2): 35-38, 51.