

# 新中国成立70年来 童书出版主题、形态与传播方式的演变

◎ 谭旭东

(上海大学 文学院, 上海 200444)

**【摘要】**新中国成立70年来,我国童书出版在不同阶段发生了主题、形态与传播方式等方面的演变。第一阶段,童书主题比较集中,形态比较单一,传播方式也比较单一。第二阶段,童书出版发展相对缓慢,主题、形态和传播方式相对固定。第三阶段,童书主题丰富多元,形式也相对多样,但传播方式依旧比较传统,主要体现为纸质阅读和影视改编。第四阶段,童书出版主题更加丰富多元,形态和传播方式趋向多元。

**【关键词】**70年 童书出版 主题 形态 传播方式 原因探析

**【中图分类号】**G237 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1003-6687(2019)9-048-06

**【DOI】**10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2019.9.006

从1949年至今,童书出版已经历70年。70年来,童书出版无论是主题、形态,还是传播方式都发生了演变。本文重温70年童书出版的历程,理解童书出版所具有的独特发展规律与演变原因。

## 一、70年童书出版发展的基本轨迹

从历史时空转换或当代文化及出版产业发展看,70年童书出版大体经历了四个阶段。

第一阶段,新中国成立之初至社会主义进入艰辛探索阶段之前。新中国出版业刚刚拉开序幕,童书出版随之进入起步期。1950年,全国国营出版社仅有27家,私营出版业则有184家。1950年全国出版的少儿读物仅有466种,总印数573万余册,其中种数的70%、印数的59%都是私营出版社出版的。<sup>[1][11]</sup>1952年12月,少年儿童出版社在上海成立,它是新中国第一家专业少儿出版社,是以上海的新儿童书店为基础,吸收中华书局、商务印书馆和大东书局的儿童读物编辑出版部门合并成立的一

家公私合营性质的出版社,1954年并入启明书局、华光书局等出版机构。1955年少年儿童出版社启用儿童读物出版社作为副牌。1956年6月1日,中国共青团中央创办的中国少年儿童出版社在北京成立。随着“一南一北”专业少儿社的成立,童书出版力量有所增强,全国地方出版社的童书出版数量有所增加,1956年,全国出版童书2315种(其中新出1168种),总印数达1.05亿册。这虽然还远远不能满足儿童读者的阅读需要,却是童书出版一个大的飞跃。从1960年到1965年,全国总共出版童书4967种(其中新出2394种),总印数2.73亿册,出书的数量增幅不大,但质量提高了。其间,涌现了一批优秀的儿童文学作家和作品,如张天翼的《罗文应的故事》《宝葫芦的秘密》,徐光耀的《小兵张嘎》,华山的《鸡毛信》,秦兆阳的《小燕子万里飞行记》,贺宜的《小公鸡历险记》,洪汛涛的《神笔马良》,孙幼军的《小布头奇遇记》,任德耀的《马兰花》,高士其的《细菌世界历险记》,以及《十万个为什么》等。

**作者信息:**谭旭东(1968—),男,湖南安仁县人,博士后,上海大学文学院教授、博士生导师,主要研究方向:创意写作、儿童文学和童书出版。

第二阶段，社会主义艰辛探索时期。这时期文艺创作相对较少，多集中在毛主席语录、革命样板戏等方面，印刷和出版工作进展缓慢。就儿童文学创作而言，这一阶段，除李心田的儿童小说《闪闪的红星》、徐瑛的儿童小说《向阳院的故事》等少数红色读物出版外，其他的儿童文学作家作品较少。1966年童书出版207种、2 900万册。1970年出版了104种，主要是连环画和不定期出版的《红小兵》。连环画基本是根据样板戏改编的，数量相当少。从1966年到1976年，全国共计出版童书4 591种（其中新出3 878种），总印数17.42亿册，数量不少，但这一时期童书出版题材相对单一。

第三阶段，20世纪八九十年代，大体是1977年至1999年。这一阶段可以说是童书出版的新时期。1978年3月和8月，国家出版局拨出1.3万吨纸，组织十余个省、市，重印了众多中外文学名著、工具书、科技书和童书合计4 700余万册，其中，童书有20种、1 900余万册。这批图书于五一国际劳动节和国庆节集中投放，引发了极大轰动，成千上万的读者在书店门前彻夜排队等候。1978年5月9日，国家出版局委托人民文学出版社召开了一次全国儿童文学作家座谈会，时任全国妇联副主任的康克清出席并讲话，茅盾送来亲笔祝词，叶圣陶、谢冰心、高士其、韩作黎、叶君健、阮章竞、管桦、柯岩、刘心武等40多位作家和儿童文学翻译家、诗人及有关方面负责人出席，在这次会议上，大家疾呼都拿起笔来为孩子们写作，提供丰富的精神食粮。

为把童书出版尽快抓上去，1978年10月11日至19日，国家出版局在庐山召开了全国少年儿童出版工作座谈会，会议制订了1978年至1980年三年重点少儿读物的出版规划，提出1979年六一儿童节前出版1 000种童书、三年内为少儿出版29套丛书的规划。1978年年底，党的十一届三中全会召开，童书出版迎来了前所未有的发展期。1978年到1999年的二十一年，不但是整个出版业的辉煌发展期，也是童书出版走向繁荣的时期。二十年来，童书种数从1977年的752种发展到1998年的6 293种，印数从1.95亿册增长到2.43亿册，再版率从7%上升到45.9%，印张数从3.48亿印张增长到8.05亿印张。1977年至1998年，全国总计出版童书75 553种，总印数83.08亿册，188.04亿印张，比1950年至1976年的出版数量，种数增长3.1倍，总印数增长3.4倍，总印张增长5.2倍，图书的质量也有了显著提高，出版了不少精品。<sup>[1](15)</sup>值得一提的是，1992年6月北京国际儿童图书博览会签订了版权贸易和合作出版合同、协议及意向书150多份。<sup>[2]</sup>1995

年至1998年间，全国少儿出版界与国外出版社进行的版权贸易有800多项，<sup>[1](10)</sup>这是中国童书“走出去”的第一步。

第四阶段，进入21世纪至今，是我国童书出版迅猛发展的阶段。国际童书出版机构看好中国潜力巨大的童书市场，高度重视与中国的合作，大量国外优秀的童书被引入中国，中国原创童书也开始走出国门，实现版权输出，出口到美国、英国、德国、法国、澳大利亚、韩国、日本、加拿大等国家。特别是在2013年“一带一路”倡议下，越来越多“一带一路”沿线国家成为我国童书出口的目标市场。<sup>[3]</sup>这一时期，“哈利·波特”系列、“丁丁历险记”系列、“林格伦作品”系列、“冒险小虎队”系列、“蓝精灵”系列、“斯皮鲁”系列、“贝贝熊”系列、“彩乌鸦”系列等欧美畅销童书的引进，激发了本土原创童书的创作和出版。据国家新闻出版署发布的《2017年新闻出版产业分析报告》，2017年，全国共出版新版图书25.5万种，较2016年降低2.8%，但重印图书25.7万种，增长8.4%；总印数92.4亿册，总印张808.0亿印张，定价总金额1 731.3亿元。图书出版实现营业收入879.6亿元，利润总额137.5亿元。2017年，全国出版童书2.3万种，重印童书2.0万种。童书单品种平均印数19 323册。而且进入新世纪的2002年至2017年，童书零售市场连续15年增幅超过10%，郑渊洁、曹文轩、杨红樱、沈石溪、伍美珍、北猫、杨鹏等童书作家都位列作家富豪排行榜，2016年曹文轩摘得国际安徒生奖，成为第一位获得国际童书大奖的作家。无疑，21世纪的近20年，童书出版产业在整个出版产业中占据了明显优势，成为出版产业中最具有生命力的一部分，也为构建儿童阅读文化扮演了重要角色。

## 二、70年童书出版的主题、形态和传播方式的演变

第一阶段，童书主题比较集中，形态和传播方式也相对单一。从内容和主题看，童书主要有歌颂领袖和英雄人物的红色主题读物、红色儿童文学作品和知识读物三种。童书出版的形态主要有三种：一是插图书，二是纯文字书，三是连环画（也称为小人书）。其中，小人书也被儿童文学界和童书出版界认为是新中国成立后的原创图画书，但笔者认为，小人书不能简单地归于图画书或原创绘本，因为小人书与真正的图画书和绘本存在较大差异。这些差异主要体现在三个方面：一是创作初衷不一样，也就是读者概念和对象不一样。1949年的连环画，内容大抵以神怪和武侠故事为主，完全是一种

成人消闲的工具。新中国成立初期，旧连环画有牢固的群众基础，在数量上也占有压倒性的优势，在全国各大城市，有害的旧连环画占总数的8%以上。<sup>[4]</sup>新中国成立后，连环画经过改造，有的成为扫盲读物，有的成了儿童读物，承担起主流意识形态宣传的工具角色。二是它们的主题和题材也不一样。图画书（绘本）是西方童书的一个品种，是一种综合运用图画和文字，共同创造故事的，以图为主、以文为辅的书。图画书大多以大幅独立的图画为主体，以孩子熟悉的生活事物为题材，以亲子共同阅读为阅读方式，被视为幼儿学习的适宜读物。<sup>[5]</sup>欧美图画书的故事大多是生活故事和童话故事，其题材都与儿童的思维和生活密切相关。三是它们所起到的作用和价值不一样。小人书是教育主题，承担着主流意识形态的灌输作用，因此，一般都是成人作品的改编，带着明显的教化作用，而绘本是以美育人，主要为亲子启蒙。

第二阶段，童书主题、形态和传播方式都相对固定。回顾新中国成立后的童书发展，发展相对缓慢，少数儿童读物的形态和传播方式也相对单一，但也在艰辛探索中不断前行。

第三阶段，童书主题丰富多元，形式也相对多样，但传播方式依旧比较传统。从内容和主题看，这一时期的童书以儿童文学作品为主，科普和科幻童书开始成为比较重要的门类，教育色彩浓厚的童书也占据相当的比例。从形态看，以纯文字书、插图书、图画书为主。纯文字童书主要是儿童文学和科普作品，这一时期，受到大的文学环境的带动和影响，不少作家热心为儿童写作，葛翠林、金波、孙幼军、曹文轩、秦文君、张之路、黄蓓佳、常新港、刘健屏和吴然等纷纷投入写作，儿童文学创作和出版出现了一个高潮，叶永烈、郑渊洁的幻想文学和童话赢得了儿童读者的喜爱并成为畅销书作家，郑渊洁童话首次实现书刊互动，成为儿童文学创作和出版的新形态和新方式。小人书在这一时期正常出版，但已经更多地考虑儿童阅读的需要，从内容筛选到制作形式都尽可能考虑儿童的趣味，因此，小人书无疑成为童书出版的一种自觉的形态，小人书和从欧美引进的图画书一起构成了一种相互映衬的视觉类童书（或称读图类童书）。这一时期，童书市场还有日本漫画书，以及受日本漫画影响而产生的国产漫画和卡通读物，以及影视同期书。从传播方式看，这一时期的童书主要是通过新华书店传播、销售到读者手中，网络书店还未形成，儿童阅读也以纸质童书阅读为主。

第四阶段，童书出版主题更加丰富，形态和传播方

式也更加多元。在主题方面，童书出版既有主题出版，包括革命战争题材和现实主义题材的作品；也有重述历史和表现传统文化题材的图书；还有科普读物和纯美的儿童文学作品。启蒙类童书、科普知识类童书、文学类童书、游戏益智类童书等，各种内容和题材都可以在童书中呈现。在形态方面，原创图画书和引进图画书一道构成了精彩的图画书世界。当然，纯文字书是主流，儿童文学类童书成为童书中最具有读者号召力和市场效应的童书种类。插图类童书的形式也逐渐多样化，有漫画书、美绘本、插图书、桥梁书等，都是图文结合的童书。其中，欧美图画书（绘本）也开始大量走进儿童读者的视野，桥梁书因为介于图画书与纯文字书之间，成为小学低年级学生过渡性读物。

此外，也有其他使用了塑料、布和金属等不同材质和形式的适合幼儿的童书，还有立体书、AR童书、电子书、有声读物（听书）等。利用AR技术设计的童书，能有效改善书籍的平面符号给儿童带来的距离感，更容易让儿童感到有趣，进而愿意动手尝试操作，搭载AR方式的内容呈现，可以极其形象地展示诸如太空、恐龙、地球全貌等内容，素材更加形象和丰富。如中信出版社出版的“科学跑出来了”系列童书就成为AR童书的爆款。VR技术在童书出版中也得到运用，如北京少年儿童出版社与易视互动合作编制的“大开眼界：恐龙世界大冒险”系列丛书就很好地利用了VR技术。这套童书通过手机APP和附赠的VR眼镜实现了跨载体媒介融合，由此创造出虚拟的恐龙世界，极大地提升了少年儿童读者的阅读体验。

这一时期，从传播方式看，童书出版正随着新媒介的发展，进入“大营销”阶段。新媒介环境下，传统的图书推广和营销方式发生了巨变。童书有新华书店渠道、网店渠道、各大线下和线上零售渠道、出版社自营渠道和学校直营渠道，还有社会阅读推广机构的宣传营销渠道，也有微博、微信和公众号的营销。新媒介最大的特点是打破了传统和新兴媒介的边界，融合生成了新的媒介渠道，个性化、群体化、自媒体的营销媒体应运而生。<sup>[6]</sup>

因此，童书出版随着整个出版形态的数字化转型，自然进入了数字出版阶段，童书有能力实现纸书与手机等数字媒体终端的自由转换，通过AR或者APP等方式，实现多屏互动和多媒体互动。于是，在传播与接受方面，童书的电子书阅读、Kindle、iPad阅读和手机阅读成为一种普遍现象，且朗读和有声阅读成为一个潮流。

### 三、70年童书出版主题、形态和传播方式演变的内在原因

70年童书出版每一个阶段发生的主题、形态和传播方式的演变，均是有特定原因的，有的是政策性原因，有的是其他原因。

#### 1. 政治意识形态与政策的变化

童书出版的主题、形态和传播方式的演变有一个重要因素，就是政治意识形态和出版政策的变化与调整。从70年发展过程中畅销书的出版传播历程发现，<sup>[7]</sup>政治意识形态直接影响了图书的主题、出版业的文化选择，也直接影响了读者的接受。从红色儿童文学到党的十九大以来的中华优秀传统文化题材、现实主义题材儿童文学的出版，都表明童书受政治意识形态影响的一个最大表征，就是不同阶段对国家政策、主流意识形态的反映和表达。

其他出版政策的变化也对童书出版有深刻影响。如2006年，为推动我国原创童书崛起，国家新闻出版总署启动了“三个一百”原创图书出版工程，其中就有一个“一百”是文艺与少儿类原创图书。这一年，中宣部和国家新闻出版总署发布《关于进一步加强和改进未成年人出版物出版工作的意见》，表示要加大政策投入，建立有利于未成年人优秀读物出版发行的长效机制。国家新闻出版总署将在书号、刊号、版号等出版资源和资金、评奖奖励等方面对未成年人出版物予以倾斜和支持，鼓励多出精品。<sup>[8]</sup>这为后来的童书出版增速提供了政策动力，童书出版迎来了“黄金十年”。

新时期以来，童书出版进入飞速发展期和繁荣升温期，还有一个重要因素，即新闻出版管理机构的改革。为加强对新闻出版业的管理，1985年7月，国家版权局成立，各省、自治区、直辖市及一些地区也先后成立了版权局。1987年1月，国务院成立了新闻出版局。2001年3月，经全国人大会议批准通过，新闻出版署改为新闻出版总署。这一决定是中共中央、国务院根据出版业发展的现状，经过慎重研究做出的，充分体现了党和国家对新闻出版业的高度重视，也是适应我国社会主义市场经济发展和加入WTO的需要。

#### 2. 学校教育和社会儿童阅读环境的变化

童书出版的主题、形态和传播与接受也受到学校教育的影响，学校教育的取向和方式以及对中小学生学习内外阅读的举措，对童书出版有很大的制约作用。学校教育与童书出版协调行动，成为童书传播和接受的一个重要渠道。当然，随着时代的变化，到了新时期，学校

教育和儿童阅读环境有了很大改变，启蒙思维和科学教育理念得到重视，童书的主题发生了变化，传播和接受更大众化。学校教育也越来越倡导儿童本位，倡导阅读多元化，并尽可能地给儿童提供更多的接触优质童书的机会，而社会阅读机构，包括社会儿童阅读推广活动也越来越专业化，于是，童书出版进入了一个作者、出版社、学校和社会儿童阅读推广紧密互动的一个阶段。

#### 3. 家庭教育观念的变化和家長素养的提升

我国童书出版市场需求旺盛，充满活力，也充满机遇，与民间的关注和重视是分不开的，这民间的力量来自社会大众、家庭和家長。中国历来有重视儿童教育的传统，无论经济状况如何，社会与家庭在孩子文化学习上的投入目标明确、意愿强烈，这很大程度上促进和扩大了童书的消费。特别是改革开放以来，随着国民经济的发展，城市中产阶级家庭数量的扩大，国民文化消费力增长，家庭文化建设受到前所未有的重视。目前城市里大部分家庭只有一个孩子，少数家庭有两个孩子，孩子自然成为家庭的核心，家長们在孩子的教育和成长方面的投入可以说是不惜代价、全力以赴，为儿童成长助力服务的童书出版自然从中受惠。“70后”和“80后”逐渐成为幼儿和小学生家長，他们普遍接受过大学教育，且相当一部分还接受了研究生教育，文化素质较高，对儿童教育和家庭阅读很重视，也能比较好地理解童书的作用和价值，他们愿意在童书购买方面投入，也愿意亲身实践亲子阅读，自觉营造家庭阅读环境，同时，“70后”和“80后”家長对童书的主题和形态也有新的诉求。这都成为童书出版的主题、形态和传播方式变革的外在驱动力。

#### 4. 信息方式和传播媒介的变化

不同的信息方式和传播媒介对童书出版的影响和推动是不一样的。也就是说，不同时代的出版传播生态环境决定着不同时代童书出版的选题结构、主题内涵、出版形态。

1949年至1977年近三十年间，大众媒介传播主要以报刊为主，因此童书出版的宣传、传播主要通过纸质媒介来进行。一些儿童文学作品和一些童书经过电影改编，传播得更广泛。这方面比较典型的例子是一些主流儿童文学作品，包括红色儿童文学经典，如《鸡毛信》《小兵张嘎》《闪闪的红星》等改编成连环画后广受欢迎，它们改编成电影后，更是成为家喻户晓的作品。

1978年至1999年这二十一年，大众传播媒介除报刊、电影外，电视也普及到每一个家庭。因此，这一

阶段童书出版与报刊、电影和电视等媒介形成了互动。到20世纪90年代后期,网络开始出现,童书出版未受影响,但这一新的媒介对整个文学创作和出版的影响已见端倪。2000年以后,童书出版的媒介环境大变,纸质媒介和电影似乎已变成传统媒介,而网络、新媒介(包括手机)等成为童书出版传播的主要方式,童书主要依托网店销售,且电子书阅读成为日常生活的一部分,文字、图像、影视和声音相结合的传播既便捷也易于接受。2008年以后,网上书店一直呈现快速增长的态势,开卷的调查数据显示,其每年保持20%的增长,2019年网店销售童书占码洋比重达28.85%,可见网络传播媒介对童书出版与传播的影响之大。

## 5. 出版的变革与监管

1949年以来,我国出版政策多有调整和变革。有学者认为,自1978年以来,我国出版体制改革经历了四个阶段:改革开放开始至1985年,重新确定出版方针;1985年至1995年,出版业迅速发展,“一手抓繁荣,一手抓管理”;1995年至2000年,出版工作转入理性发展阶段,发行体制改革是“建立统一开放、竞争、有序的图书大市场”;2000年至2004年,集团化、股份制、转制试点整体推出。<sup>[9]</sup>改革开放40年来,出版业逐渐由事业单位到市场导向,再到媒介融合与资本化融合的转型,其发展历程大致可以看出是由政治化向市场化逐渐演进,且图书出版在政治和市场之间寻找平衡点和结合点,开辟一个中间地带,即回到对读者及其阅读状况的关注上来。出版业的这种变革对童书出版的影响是内在的,也是外在的。当然,70年童书出版的主题、形态和传播方式无论怎样变化,都要受到图书出版监管制度的制约。

我国图书出版监管一直是相对严格的,主要表现在五个方面:一是政府一直对出版业进行严格监管,不但严格控制全国出版社的数量,还原则上不批准设立新的出版社;二是对图书内容实行审查制度;三是以书号调节的方式,对各出版社所出版图书的种类和数量实行计划控制;四是对出版社的经营范围实行严格限制;五是对图书的价格实行监管,尤其是对中小学教材实行国家定价制度。此外,对中小学教材以及党和政府重要文件的出版发行进行监管,对重大选题出版的出版发行进行监管,对以版权贸易方式进行的出版活动进行监管,对

境外出版物进口和销售进行监管,对大型出版物的发行进行监管。这些都对童书出版的主题、形式和传播方式有影响。

整体回顾和梳理70年童书出版的发展,归纳其主题、形态与传播方式的变革,不难发现,70年童书出版取得了巨大成就。童书出版在为国家、社会培养高质量、创新性人才上发挥了巨大作用,在引领儿童成长,塑造民族未来方面也发挥了巨大作用。特别是改革开放以来,童书出版逐渐由单一变得多元,由传统出版到融合出版,由单纯卖纸书到提供知识服务产品,取得了持续发展与进步。随着国际出版产业发展步伐的加快,中国童书出版进入了新的发展阶段,从“引进来”到“走出去”,从内容输出到品牌的输出,从建立国际出版分支机构到实现本土化经营,在国际童书舞台上扮演着重要的角色。

2017年党的十九大以来,我国进入新时代,新时代文化产业高质量发展势在必行,童书出版产业也必将进入新的发展期和繁荣期,这是一个值得重新定义的时期。新时代刚刚启幕,童书出版产业的大发展是一个未完成时,但有理由相信,童书出版会迎来新的发展机遇,会形成新的格局,并创造新的奇迹。

## 参考文献:

- [1] 方厚枢. 新中国少儿读物出版50年[J]. 出版科学, 1999(4): 11.
- [2] 魏红. 我国儿童读物的现状[J]. 中国出版, 1993(12): 32.
- [3] 徐倩. “一带一路”背景下我国童书出版分析[J]. 出版广角, 2008(11): 42.
- [4] 林全民. 小人书与新社会——新中国初期中共对旧连环画的改造[J]. 广西师范大学学报(哲学社会科学版), 2011(3): 9.
- [5] 沙海燕, 张伟英. 图画故事书与插图、漫画、连环画之关系[J]. 艺术百家, 2008(2): 76.
- [6] 贾芳芳. “大出版时代”中国少儿图书出版的特点和要求[J]. 哈尔滨师范大学社会科学学报, 2018(6): 189.
- [7] 易图强. 新中国畅销书与时代变迁关系评析[J]. 河南大学学报(社会科学版), 2017(2): 149.
- [8] 盛娟, 余若歆, 周贺. 改革开放40年, 少儿出版全景图[EB/OL].[2018-11-08]. <http://3g.163.com/dy/article/E03VSHBK0512DFEN.html>.
- [9] 程美华. 改革开放以来中国图书出版历史分期探讨[J]. 编辑学刊, 2011(5): 25.

(下转第60页)

- [4] 李频. 中国期刊史·第四卷: 1978—2015[M]. 北京: 人民出版社, 2017: 180. (摘编)[J]. 中国出版, 2019(10): 14-18.
- [5] 张立. 中国网络期刊的现状和特点[J]. 中国期刊年鉴, 2002: 136-137. [7] 吴尚之. 中国期刊业40年发展成就与展望[J]. 中国出版, 2018(23): 9-11.
- [6] 段艳文, 张晓斌, 卓宏勇. 2017~2018年中国期刊业发展报告 [8] 段艳文. 纸媒知识服务要重视版权管理和有效开发[J]. 中国传媒科技, 2018(8): 卷首语.

.....

## Changes and Prospects of Chinese Periodical Industry: At the 70th Anniversary of the People's Republic of China

DUAN Yan-wen ( *China Periodicals Yearbook Publishing Press*, China Periodicals Association, Beijing 100052, China )

**Abstract:** The changes of the periodical industry in New China witnessed China's transformation from a traditional agricultural country to a modern industrial and information country. At the historical moment, the 70th anniversary of the founding of the People's Republic of China, reviewing and combing through the history and progress of the periodical industry in the past 70 years will help us to examine what has happened in the past, think about the present situation and look at the future prospects, which has great significance for the high-quality development of current industry.

**Key words:** 70 years; peoriodical industry; change; recovery and reform; marketization; internationalization; digitalization; transformation innovation; prospect

---

(上接第52页)

.....

## The Evolution of the Themes, Forms and Transmission Modes of Children's Book Publication: At the 70th Anniversary of the Founding of the People's Republic of China

TAN Xu-dong ( School of Literature, Shanghai University, Shanghai 200444, China )

**Abstract:** Over the past 70 years, the development of children's book publication in China has witnessed great changes in themes, forms and transmission modes at different stages. In the first stage, the theme of children's books is more concentrated; the forms and the transmission modes are unitary. In the second stage, the publication of children's books stagnated, and the themes, forms and transmission modes are relatively fixed. In the third stage, the themes of children's books are rich and diverse, and the forms are relatively diverse, but the transmission modes are still traditional, which are mainly reflected in reading printed materials and film adaptation. In the fourth stage, children's book publishing has more diversified themes, forms and transmission modes.

**Key words:** 70 years; children's book publication; theme; form; transmission mode; reason analysis