



پنجشنبه ۲۰ آذر ۱۴۰۴
وطن امروز | شماره ۴۴۸۵

فرهنگ وهنر

به عبارت دیگران

یک فضیلت خیره کننده

از حضرت زهرا(س)

من راجع به حضرت صدیقه سلام‌الله‌علیها خودم را قاصر می‌دانم که ذکر ی بکنم، فقط

اکتفا می‌کنم به یک

نقل شده است و آن روایت این است که حضرت صادق سلام‌الله‌علیه می‌فرماید:

فاطمه سلام‌الله‌علیها بعد از پدرش ۷۵ روز زنده بودند، در این دنیا بودند و حزن و شدت بر ایشان غلبه داشت و جبرئیل امین می‌آمد خدمت ایشان و به ایشان تعزیت عرض می‌کرد و مسائلی از آینده نقل می‌کرد.

مساله آمدن جبرئیل برای کسی، یک مساله ساده نیست. خیال نشود که جبرئیل برای هر کسی می‌آید و امکان دارد بیاید؛ این یک تناسب لازم است بین روح آن کسی که جبرئیل می‌خواهد بیاید و مقام جبرئیل که روح اعظم است... امکان ندارد. این معنا و این تناسب بین جبرئیل که روح اعظم است و انبیای درجه اول بوده است مثل رسول خدا و موسی و عیسی و ابراهیم و امثال اینها، بین همه کس نبوده است، بعد از این هم بین کسی دیگر نشده است. حتی درباره ائمه هم من ندیده‌ام که وارد شده باشند این‌طور که جبرئیل بر آنها نازل شده باشد، فقط این است که برای حضرت زهرا سلام‌الله‌علیهاست... و مسائل آتیهای که بر ذریه او می‌گذشته است، آن مسائل را می‌گفته است و حضرت امیر هم ثبت می‌کرده است. و شاید یکی از مسائلی که گفته است، راجع به مسائلی است که در عهد ذریه بلندپایه او و حضرت صاحب سلام‌الله‌علیه است، برای او ذکر کرده است که مسائل ایران جزو آن مسائل باشد، ما نمی‌دانیم، ممکن است. در هر صورت من این شرافت و فضیلت را از همه فضایی که برای حضرت زهرا ذکر کرده‌اند - با اینکه آنها هم فضایل بزرگی است - این فضیلت را من بالاتر از همه می‌دانم که برای غرب انبیا علیهم‌السلام آن هم نه همه انبیا، برای طبقه بالای انبیا علیهم‌السلام و بعضی از اولیایی که در رتبه آنها هست، برای کس دیگر حاصل نشده.

سیدروح‌الله موسوی خمینی
صحیفه امام - ج ۲۰، ص ۶

بلایی که رسانه‌های تصویری بر سر فرزندان ما می‌آورند

چه چیز مقدس تر و زیباتر از حفظ روح و روان کودکان در مقابل اثرات فراگیر رسانه‌های ارتباط جمعی، می‌توان پیدا کرد؟ همین جا بگویم که این کار از ۳ طریق میسر است: راه اول، محدود کردن مواجهه اطفال و خردسالان و نوجوانان با رسانه‌های ارتباطی، بویژه تلویزیون است. راه دوم، پیگیری و دقت در محتوای برنامه‌های رسانه‌هایی است که کودکان با آن مواجه می‌شوند. در این حالت باید با دقت و ظرافت هر چه تمام‌تر، با گفت‌وگوهای مستمر و انتقادی، پیرامون مطالبی که به گوش و چشم نوجوان می‌رسد، او را یاری رساند تا بتواند با نظام ارزشی و مقدس و مطلوب خود مقایسه کرده، به بهره‌مندی از تفکر و قضاوت تحلیلی و منطقی نایل شود. مناسب‌ترین روش در این راه آن است که پدران در کنار فرزندان‌شان به تماشا بنشینند و به هنگام ضرورت با یکدیگر گفت‌وگو کنند. اعتراف می‌کنم که این امر، کاری است بسیار دشوار، حوصله و استمرار و وقت لازم را طلب می‌کند.

نیل یسستم

نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوران کودکی
صادق طباطبایی

انتشارات اطلاعات - صفحات ۲۰۴ و ۳۰۵

منظره‌ای پر از بهت و حیرت
در بندرگاه و در وسط کامیون‌ها و گاری‌ها و داخل کوچه‌ها و گوشه حاشیه‌های شهری‌ها یا چشم‌در دیده بهت و حیرت به این منظره خارق‌العاده که در شهرستان تاریکی داشت، خیره شده بودند چه، سلبه نداشت که درشک‌های با کروک کشیده، سرسبته‌تر از قبر و متلاطم‌تر از کشتی، دایم برود و بیاید و در حرکت باشد. همین‌که در وسط روز به میان صحرا رسیدند، در آن سوتر، مثل پروانه‌های سپید روی مزرعه قانونی‌های کهنه و نقره‌ای درشکه می‌تابید، دست عربیانی از پس پرده‌های زردرنگ درشکه بیرون آمد و ششتی خرده کاغذ بیرون ریخت که در باد پرآکنده شد و آن سوتر، مثل پروانه‌های سپید روی مزرعه گشنیز قرمزی که سر تاسر گل کرده بود، پخش شد. سپس نزدیک ساعت ۶ بعدازظهر، درشکه در یکی از کوچه‌های محله بوووارین توقف کرد و زنی از آن پیاده شد که با روسری پایین کشیده، بی‌آنکه سر برگرداند، رفت.

گوستاو فلوری / مادام بوواری
محمدقاضی
انتشارات مجید- صفحه ۳۸۰

ضرورت تمدنی حکومت اسلامی
حکومت اسلامی تنها یک ضرورت دینی نیست، بلکه علاوه بر آن ضرورتی تمدنی است، زیرا حکومت اسلامی تنها راهی است که می‌تواند استعدادهای انسان را در جهان اسلام شکوفا کند و آن را تا جایگاه فعلی‌اش در عرصه تمدن انسانی بالا برد و از هر گونه تفرقه، وابستگی و سردرگمی که از آن رنج می‌برد، نجات دهد.

سیدمحمدباقر صدر / اسلام راهبر زندگی
انتشارات دارالصدر - صفحه ۱۹۵

حضرت امام صادق(ع)

هنگامی که به نماز ایستادی بدان که در پیشگاه خداوند هستی و اگر او را نمی‌بینی، او تو را می‌بیند. پس به نمازت توجه کن.

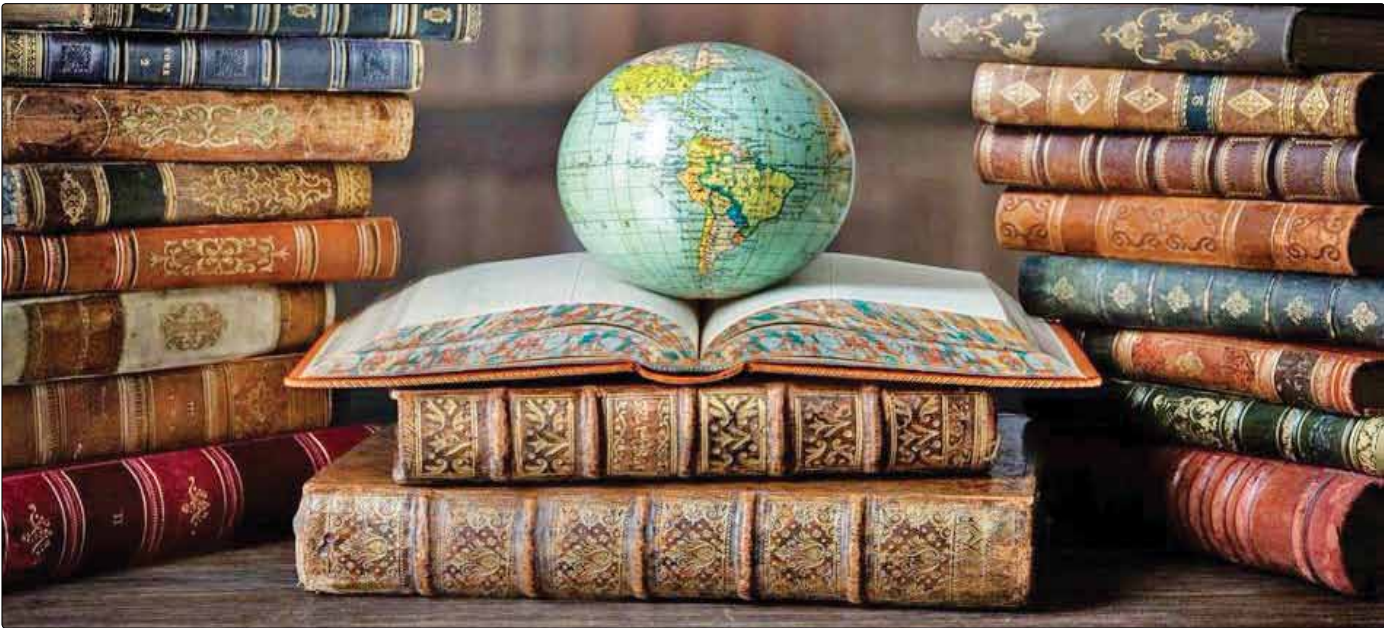
روزنامه سیاسی ، فرهنگی ، اجتماعی ، اقتصادی

صاحب‌امتیاز و مدیرمسئول: محمد اخوندی
مدیر عامل: رضا شکیبایی
سردبیر: سید عابدین نورالدینی

نشانی: خیابان انقلاب اسلامی، بین حافظ و خیابان ولیعصر(عج)، کوچه سعید، پلاک ۹
روابط عمومی: ۶۶۴۱۳۷۹۲ تلفن: ۶۶۴۱۳۷۸۳ نمابر: ۶۶۴۱۳۱۳۷
پيام‌رسان: info@vatanemrooz.ir پست الکترونیکی: vatanemrooz.ir
چاپ: موسسه جام‌چم برتر برنا توزیع: نشر گستر امروز: ۶۱۹۳۳۰۰۰

نگاهی به بازار جهانی نشر در سال ۲۰۲۵ و مقایسه رشد یا کاهش شاخص‌های مطالعه در کشورهای مختلف

از کتابخوانی تا پولداری



دوران عدم قطعیت، تقاضا برای کتاب‌هایی با موضوع معنویت، دین و آیین‌های فردی (Ritual Renaissance) برای بهبود رفاه فردی افزایش یافت.

۴- ظهور زیرژانرهای تخصصی (Niche Subgenres): در صنعت نشر، این اصطلاح برای توصیف یک گروه بسیار خاص و محدود از داستان‌ها استفاده می‌شود که موضوع، محیط، یا ترکیب عناصر آنها، تنها برای یک جامعه کوچک اما بسیار وفادار و مشتاق جذابیت دارد.

خوانندگان دیگر به ژانرهای کلی بسنده نمی‌کنند و به دنبال تخصص و تعریف دقیق هستند. در سال ۲۰۲۵، تعدادی از زیرژانرهای تخصصی مورد استقبال قرار گرفت که در ادامه به آنها اشاره می‌شود:

داستان‌های نوجوانان (YA) و عنوان جوانی (New Adult): این بخش‌ها به دلیل وفاداری خوانندگان و پتانسیل بالای اقتباس، به یکی از پرتقاضاترین بخش‌ها نزد ناشران تبدیل شدند

داستان‌های اسپکولاتیو (Speculative Fiction) با دغدغه واقعی: ظهور زیرژانرهایی مانند فیکشن اسپکولاتیو مبتنی بر واقعیت (Grounded Speculative Fiction) و کلی- فای (Cli-Fi/Climate Fiction) که با استفاده از مفاهیم علمی- تخیلی و فانتزی، به موضوعات اخلاقی هوش مصنوعی، نابرابری و اضطراب تغییرات آب و هوایی می‌پردازند. داستان اسپکولاتیو (Speculative Fiction): یک چترواره و اصطلاح کلی است و شامل همه ژانرهای داستانی می‌شود که در آنها عناصری فراتر از واقعیت تجربی جهان امروز ما وجود دارد. به عبارت ساده‌تر، این ژانر به نویسند و خواننده اجازه می‌دهد با فرض اینکه «چه می‌شد اگر فلان می‌شد...» (What If) درباره واقعیت، جامعه و هستی‌گمانه‌زنی (Speculate) کنند.

۵- تأثیر هوش مصنوعی (AI) بر محتوای کتاب‌ها در سال ۲۰۲۵

در سال ۲۰۲۵ تأثیر هوش مصنوعی بر محتوای بازار نشر از مرحله تئوری گذشت و به یک چالش عملی و فرصت تجاری تبدیل شد. این تأثیر در ۴ حوزه کلیدی قابل مشاهده است: تولید، کشف، اخلاق و تقاضای محتوایی. چنین تأثیری در ۲ حوزه متمرکز بود: تولید محتوا و کشف مخاطب.

۱- تولید و خلق محتوا (Generative Content) افزایش چشمگیر کتاب‌های تولید شده توسط هوش مصنوعی: در سال ۲۰۲۵ حجم کتاب‌های الکترونیک و چاپی که حداقل بخشی از متن آنها توسط مدل‌های زبان بزرگ (LLMs) تولید شده یا به طور کامل توسط آنها نوشته شده بودند (بویژه در آمازون و پلتفرم‌های خودنشر)، به شکل نمای افزایش یافت. این کتاب‌ها عمدتاً در ژانرهای کپازر-تسر (Low-Value) مانند دفترچه‌های راهنما، خلاصه کتاب‌های معروف و داستان‌های بسیار فرموله شده (Formulaic Fiction) ظهور کردند، که چالش کیفیت را در بخش خودنشر بالا برد.

استفاده از AI برای پیش‌نویس‌سازی (Drafting) و ویرایش گمکی: ناشران بزرگ به طور محتاطانه‌تر، استفاده از هوش مصنوعی را در مراحل اولیه پیش‌نویس (Outlining)، توسعه شخصیت‌های فرعی (Supporting Characters) و ابزارهای پیشرفته تصحیح و ویراستاری سبکی (Stylistic Editing) برای نویسندگان پرکار پذیرفتند. هدف، افزایش سرعت تولید بدون کاهش کیفیت داستانی بود. خوانندگان به‌طور فزاینده‌ای به دنبال داستان‌هایی بودند که در آنها هوش مصنوعی به عنوان یک ابزار یا شخصیت مطرح می‌شد، نه یک نویسنده.

افزایش تقاضا برای «فیکشن اسپکولاتیو» مرتبط با هوش مصنوعی: کتاب‌هایی با موضوعات پیامدهای ناخواسته هوش مصنوعی، اخلاقی رباتیک و آینده کار انسانی (مانند زیرژانرهایی که در بخشی دیگر از همین گزارش ذکر شد) به‌شدت مورد توجه قرار گرفتند. این موضوعات مستقیماً از دغدغه عمومی ناشی از نفوذ روزافزون هوش مصنوعی به زندگی روزمره الهام می‌گرفتند.

۲- ابزارهای بازاریابی و کشف (Marketing and Discovery) شخصی‌سازی بازاریابی: کتاب: ناشران به‌طور گسترده از هوش مصنوعی برای تحلیل داده‌های خوانندگان، شخصی‌سازی توصیه‌های کتاب و هدف‌گیری دقیق‌تر کمپین‌های تبلیغاتی در رسانه‌های اجتماعی استفاده کردند. این کار منجر به بهینه‌سازی بهتر فروش در حوزه‌های تخصصی (Niche Markets) و ابزارهای ایجاد جلد و تصاویر داخلی: استفاده از هوش مصنوعی برای خلق سریع تصاویر جلد (Cover Art) و تصاویر داخلی (Internal Illustrations) در ژانرهایی مانند فانتزی و کودک، به یک استاندارد در بخش خودنشر و ابزاری برای کاهش هزینه‌های طراحی در نشر سنتی تبدیل شد.

مکزیک: رشد ۱۲.۶ درصد در درآمد در سال ۲۰۲۴ و ادامه‌دهنده این روند در ۲۰۲۵

اسپانیا: تنها بازار بزرگ اروپایی با رشد مداوم. در نیمه اول ۲۰۲۵، رشد ۴.۱ درصد در درآمد گزارش شده است. اسپانیا به دلیل عملکرد قوی بخش داستانی و شاید پایداری فرهنگ خواندن، یک استثنا در اروپا محسوب می‌شود.

پرتغال: یکی از بالاترین نرخ‌های رشد در اروپا (رشد ۶ درصد در حجم فروش و ۸.۸ درصد در درآمد)

چین: به عنوان دومین بازار بزرگ نشر کتاب در جهان پس از ایالات متحده، دارای وضعیت پیچیده‌ای در سال ۲۰۲۵ بود که ترکیبی از رشد کلی ثابت در بخش‌های خاص و تغییرات ساختاری شدید در عادات خرید محتوا را نشان می‌دهد. در سال ۲۰۲۵ بازار چین شاهد جنگ قیمت (Price War) شدید و تخفیف‌های عمیق بر روی کتاب‌ها بود که به طور موقت حجم فروش را بالا می‌برد اما به درآمد ناشران و خرده‌فروشان آسیب می‌زد.

روسیه: تورم این کشور همراه با افزایش قدرت خرید مردم بوده و از این جهت رشد اسمی قیمت‌ها، تأثیر خاصی روی کمتر شدن خرید مخاطبان نشده است. در سال گذشته رشد اسمی فروش کتاب در روسیه به‌طور متوسط به ۷ درصد می‌رسید، در حالی که رشد تولیدات یک درصد بود.

۳- تفاوت‌های محتوایی فروش کتاب در سال ۲۰۲۵ با سال‌های قبل

تغییرات محتوایی در بازار جهانی نشر کتاب در سال ۲۰۲۵، بیشتر در قالب تسلط ژانرهای ترکیبی و تأثیرگذاری جوامع آنلاین (مانند پلتسک) و همچنین پاسخ به دغدغه‌های فرهنگی و اقتصادی معاصر مشاهده می‌شود. به عبارتی تفاوت اصلی محتوایی فروش کتاب در ۲۰۲۵ نسبت به سال‌های قبل، نه فقط در رشد یک ژانر خاص، بلکه در رشد ژانرهای ترکیبی و متقاطع بود که مستقیماً توسط جوامع خوانندگان آنلاین هدایت و تشویق شدند.

در مقایسه با سال‌های قبل، که شاهد رشد عمومی در همه ژانرها بودیم، در ۲۰۲۵ تفاوت‌های کلیدی محتوایی زیر برجسته شدند:

۱- تسلط بی‌سابقه ژانرهای ترکیبی (Hybrid Genres):

مهم‌ترین تفاوت ۲۰۲۵، رشد انفجاری و تسلط کامل ژانرهای ترکیبی، بویژه در بخش داستانی است. این وضعیت را به اختصار چنین می‌توان شرح داد:

رومانتزی (Romantasy): در اوج: این ژانر ترکیبی (Fantasy + Romance) که محور داستانی‌های عاشقانه با عناصر قوی فانتزی و جادوسی می‌چرخد، به بزرگ‌ترین و پرسودترین زیرژانر تبدیل شد و فروش آن از ژانر رمانس خالص نیز فراتر رفت. این رشد، ادامه‌دهنده روندی بود که از اواخر ۲۰۲۳ و در طول ۲۰۲۴ با کتاب‌هایی مانند Fourth Wing شروع شد.

نفوذ رمانس به سایر ژانرها: تمایل به ترکیب رمانس با ژانرهای دیگر مانند علمی- تخیلی دنج Cozy Sci-Fi همان ژانر علمی-تخیلی با چاشنی فضای شاد و پویاست، یا ترکیب رمانس با کمدی وحشت و Horror-Comedy. از این قبیل هستند.

۲- قدرت جامعه و رسانه‌های اجتماعی: برخلاف سال‌های قبل که کشف کتاب بیشتر توسط منتقدان و خرده‌فروشی‌ها انجام می‌شد، در ۲۰۲۵ جوامع خوانندگان آنلاین، تعیین‌کننده اصلی پر فروش‌ها شدند. حاکمیت بوک‌تاک (BookTok) در این زمینه یک عنصر تعیین‌کننده بود. سال ۲۰۲۵ تأثیر جامعه بوک‌تاک در تیک‌تاک و پلتفرم‌های مشابه، به اوج خود رسید. این پلتفرم‌ها عمدتاً ژانرهای مانند فانتزی، رمانس، وحشت و ترسار را تقویت کردند و باعث شدند فروش این ژانرها در بسیاری از بازارها از جمله بریتانیا و آمریکا نسبت به غیرداستانی‌ها پیشی بگیرد.

نکته دوم، گسترش بیش از پیش محتوای چندکاربردی بود. ناشران در ۲۰۲۵ بیشتر به دنبال آثاری بودند که قابلیت تبدیل شدن به محتوای چندرسانه‌ای (IP) و اقتباس به فیلم/سریال، پادکست و کالا را داشتند. این امر اولویت را به داستان‌های عمیقاً درگیرکننده و سریالی داد.

۳- تغییر در تقاضای محتوای غیرداستانی (Non-Fiction): رشد غیرداستانی‌ها: سال ۲۰۲۵ در بسیاری از بازارهای بین‌المللی، فروش کلی کتاب‌های غیرداستانی در مقابل رشد خیره‌کننده داستانی‌ها، کاهش یافت (به عنوان مثال، در برخی مناطق اروپا).

بازناب دغدغه‌های اقتصادی: سال ۲۰۲۵ با افزایش محتوای مرتبط با رکود (Recession Core) و رفاه فردی (Wellness) همراه بود. کتاب‌هایی با محوریت نجات از رکود، راه‌حل‌های مالی شخصی، خودکفایی و مهارت‌های بقا (Prepping) دومای شد. همچنین، خودکفایی و مهارت‌های بقا (Prepping) دومای شد. همچنین، خودکفایی و مهارت‌های بقا (Prepping) دومای شد. همچنین، خودکفایی و مهارت‌های بقا (Prepping) دومای شد.

بین‌المللی در آستانه پایان سال ۲۰۲۵، سهم اصلی بازار به شرح زیر است.

۱- بزرگ‌ترین بازارهای ملی نشر کتاب

در سطح کشورها، سهم بازار معمولاً بر اساس درآمد کلی حاصل از فروش کتاب محاسبه می‌شود. در مجموع، در آستانه ۲۰۲۵ بازار نشر جهانی همچنان تحت سلطه ۳ قدرت بزرگ (آمریکا، چین و کشورهای اصلی اروپا) است. با این حال، در مقایسه با سال‌های قبل، شاهدیم که بازارهای نوظهور مانند هند، برزیل و کشورهای آسیایی به‌طور فزاینده‌ای در حال افزایش سهم خود هستند و نقش حیاتی در رشد کلی صنعت نشر در سال‌های آینده ایفا خواهند کرد. تقسیم‌بندی بازار بر اساس مناطق جغرافیایی نیز دیدگاه مهمی از روندها ارائه می‌دهد. منطقه غرب آسیا سریع‌ترین نرخ رشد مرکب سالانه (CAGR) را در دوره پیش‌بینی (به عنوان مثال، ۴ درصد تا ۲۰۳۰) نشان می‌دهد. این امر به دلیل تلاش‌های دولتی برای افزایش سواد و سرمایه‌گذاری در آموزش است.

رتبه‌بندی سهم خرید کتاب از سبد کل جهانی طی سال ۲۰۲۵ به این شرح است:

ایالات متحده آمریکا: حدود ۲۴ تا ۳۰ درصد (بزرگ‌ترین بازار واحد جهانی)

چین: حدود ۱۹ درصد تا ۲۵ درصد (دومین بازار بزرگ، رشد سریع بخش دیجیتال)

آلمان: حدود ۸ تا ۹ درصد (بزرگ‌ترین بازار کتاب در اروپا)

ژاپن: حدود ۸ درصد (بازار قوی، بویژه مانگا)

هند: حدود ۵ درصد (بازار نوظهور با پتانسیل رشد بالا)

بریتانیا: حدود ۳ تا ۵ درصد (صادرکننده اصلی کتاب)

۲- روندهای فروش کتاب در جهان در سال ۲۰۲۵: کاهش و افزایش

بر اساس گزارش‌های بین‌المللی درباره عملکرد بازار کتاب در آستانه پایان سال ۲۰۲۵ (و داده‌های نیمه اول سال ۲۰۲۵)، روندها در بازارهای بزرگ جهانی متفاوت و به صورت مختلط (Mixed Results) بوده‌اند. در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، در حالی که درآمد کلی (Value) با افزایش قیمت‌ها ثابت یا کمی افزایش یافته است، حجم فروش Volume یا تعداد نسخه‌های فروخته شده کاهش یافته است.

۱- کشورهای با روند کاهشی (از نظر حجم فروش واحد): کشورهای غربی با اقتصادهای توسعه‌یافته در نیمه اول ۲۰۲۵ عمدتاً شاهد کاهش در تعداد نسخه‌های چاپی فروخته شده بوده‌اند. این کاهش اغلب به دلیل افزایش هزینه‌های زندگی، تورم و رقابت زمان (وقت) خوانندگان با پلتفرم‌های دیگر است.

ایالات متحده آمریکا: کاهش سالانه (حدود ۱- درصد) در فروش کتاب‌های چاپی در نیمه اول ۲۰۲۵. این کاهش عمدتاً ناشی از فروش ضعیف‌تر در بخش غیرداستانی بزرگسالان و همچنین دشواری در تکرار موفقیت‌های بزرگ ژانر فانتزی - رمانس در سال گذشته است. با این حال، فروش کلی به دلیل افزایش قیمت‌ها پایدار مانده است.

بریتانیا: کاهش جزئی در درآمد صنعت نشر (حدود ۰.۴ درصد) و کاهش محسوس در حجم فروش تا ماه آگوست ۲۰۲۵. این بازار نیز با افزایش قیمت‌ها و رکود اقتصادی مبارزه کرده است. ژانرهای فیکشن (بویژه فانتزی و ترسار) عملکرد قوی‌تری نسبت به غیرداستانی‌ها داشتند.

۲- بازارهای بزرگ اروپایی:

ایتالیا: کاهش ۲.۶ درصد در درآمد و ۳.۰ درصد در حجم فروش در نیمه اول ۲۰۲۵

فرانسه: کاهش جزئی در درآمد (۰.۸ درصد) و کاهش در حجم فروش

هلند: کاهش ۰.۷ درصد در درآمد

سوئیس (مناطق فرانسوی‌زبان): بیشترین افت فروش (حدود ۴.۴ درصد) را در اروپا نشان داده است.

۳- اقیانوسیه (Oceania):

استرالیا و نیوزیلند: هر ۲ شاهد کاهش در حجم فروش بودند، هرچند در استرالیا درآمد کلی افزایش داشته است.

۲- کشورهای با روند افزایشی (از نظر درآمد و یا حجم فروش)

رشد فروش عمدتاً در بازارهای نوظهور یا کشورهایی با جمعیت جوان و سیاست‌های فعال در زمینه ترویج خواندن متمرکز است.

هند: قوی‌ترین رشد جهانی را نشان می‌دهد. در نیمه اول ۲۰۲۵، رشد ۲۷.۱ درصد در حجم فروش گزارش شده است. این رشد خارق‌العاده ناشی از جمعیت جوان، افزایش نرخ سواد، رشد طبقه متوسط و افزایش تقاضا برای کتاب‌های انگلیسی‌زبان است.

برزیل: رشد قابل توجه ۱۰ درصد در حجم فروش در نیمه اول ۲۰۲۵. رشد این کشور بخشی از روند قوی در آمریکای لاتین است و با تلاش‌های دولتی برای ترویج خواندن و تمرکز بر ژانرهای داستانی مرتبط است.