

حولَه حلقة نقدية، ثم ظهر المتنبّي فخلق نتاجه حلقة نقدية أخرى:  
"أنا مملء جفوني عن شواردها ويسهر الخلق جِراها ويختصم"

وظهر الشعر الحر وكان الأمر سيان. وبمعنى أصح، فإنّ المبدع عندنا يوجّه الناقد بعكس ما في الغرب وكل ذلك في إطار استراتيجيا العالم المهيمن، وعلى الرغم من "أن كل الأعمال الفنيّة تعبر عن السيكولوجيا الاجتماعية ومعتقدات الناس وموقف الفنانين الجمالي إزاء الواقع، ولكن بصور تعبيرية مختلفة، وهذا الاختلاف هو أساس تصنيف الفن" (3)، فإننا نلاحظ أن هناك في الغرب سلطة الاعتراف بالآخر، انطلاقاً من السيكولوجيا الاجتماعية والمعتقدات والموقف الجمالي بين الغرب والعرب حيث نجد المبدع والناقد العربيين متأثرين بها تأثراً ازدواجياً.

وعلى سبيل المثال فإنّ جملة -صباح الخير يا سيدي- عند الغرب، التي يتلفظ بها الآخر، تجعل الأنا تمارس وجودها وتشعر بفعاليتها من خلال هذه السحبة، لأنّ وسائل الاتصال غير مقطوعة بين الأفراد عموماً، وبين المبدع والناقد والجمهور خصوصاً.

وهي تتصف في كثير من الأحيان بالودّ والتفاهم المتبادل، بينما تنعدم عندنا لأن كل فرد يعيش في برجه العاجي ممارساً كل طقوس القطيعة والنفي والإلغاء والخنق.

لقد حاول الشاعر المعاصر شوقي بغدادي 4- أن يجد حلاً لهذه المعضلة فرأى أنّ السبب يعود إلى السلطة، ذلك أنها لا تتيح للشعر الحر المعاصر التقرب إلى الجمهور، وعدّ نشر المجموعات الشعرية في مطبوعات غير كاف، واقترح لذلك أن تنظم حلقات في التلفزيون تقوم بدور الوسيط بين الإبداع والجمهور عن طريق الكشف عن ميكانيزمات هذا الإبداع وآلياته، ليتمكن الجمهور من بعض مفاتيح النص. وقد كان هذا متحققاً في المراحل الأولى من كينونة شعرنا العربي. وبمعنى آخر، على وسائل الإعلام أن تقوم بالدعاية للإبداع، لأننا نعيش في مجتمع استهلاكي يتعامل مع الإبداع تعامله مع السلع والبضائع.

لقد قدمت فئة الشراح في التراث العربي خدمة كبيرة للإبداع حين قامت بدور الوسيط بينه وبين الجمهور عن طريق الشرح والتفسير للدعاية له وإشهاره وسط الجمهور وإذاعته بين الناس، وقد صرّح الكثيرون بذلك (5).