

الشباب وعالم الماركات



«لا يكاد أحد يمد عينه الصغيرة هناك أو هناك، إلا ويجدها مليئة ومزحومة بصور عن ماركات عالمية متنوعة وحصرية ربما!.

فالبنات بمجرد أن تدخل مدرستها أو كليتها وهي ترتدي ساعة جميلة، أو (بلوزة) أنيقة، أو ترش عطرًا فواحًا، إلا وتتبادر لها الأسئلة من هنا وهناك، ولربما حتى من المدرسات، من أين لك هذا؟.

والشباب لا يبدأ ولا ينتهي في تشكيل سيارته، واختيار (فنيته)، مرورًا بساعته، حتى (حذائه) ليتميز، أو يتجمل إلا ويلقى الأسئلة نفسها، من أين هذا؟.

والجمال والشياكة الأنيقة المتزنة، السوية، تقبلها النفوس، وتهواها وتحبها، ولكن التمدُّع والأبهة لا تسرق إلا صاحب الشعور المزيف نفسه.

كيف أستوعب أن شابًا يلبس ساعة (شيك)، من أفخم الماركات، ويلون ويجدد بين ما يلبس، ولكن عليه ديون لأصدقاء لا يؤديها، ويمد يده للأصحاب؟!.

كيف أستوعب فتاة رشيقة أنيقة في كل شيء، شكلًا وملمسًا، ولكنها أنانية موصوفة بين صديقاتها بالمراوغة؟!.

كيف أستوعب أن إحداهنّ أو أحدهم يشتري ماركة بقيمة مكافأة مضاعفة، أو راتبه بأكمله، ويتورع عن المشاركة في أبسط حقوق الناس؟!.

الماركة الحقيقية - إخواني وأخواتي - أن تكون لكل منّا سجية صالحة بها يُعرف، وسريرة صادقة بها يظهر، تزيده مع الأيام هبة ومحبة، وتزداد في النفوس، وتسرع المؤمنين... بينما الماركات الدنيوية تتغير وتنتهي، وتغلو وترخص، حسب الأهواء واللعب بالناس.

المصدر: كتاب قلبي يحدّثكم