الشباب وعالم الماركات

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

فالبنت بمجرد أن تدخل مدرستها أو كليتها وهي ترتدي ساعة جميلة، أو (بلوزة) أنيقة، أو ترش عطراً فواحاً، إلا وتتبادرها الأسئلة من هنا وهناك، ولربما حتى من المدرسات، من أين لك هذا؟.

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

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

كيف أستوعب أن شاباً 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 كلّ شيء، شكلاً وملمساً، ولكنها أنانية موصوفة بين صديقاتها بالمراوغة؟!

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

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

المصدر: كتاب قلبي يحدّثكم