Автор: http://www.superstyle.ru/
09.03.2011 10:29 - Обновлено 02.08.2011 18:22

*"У меня непритязательный вкус – мне вполне достаточно всего самого лучшего".*
О. Уайльд

Понятие глорихантерства (от англ. *glory hunter* – "охотник за славой") пришло из футбола. Глорихантерами называют болельщиков, которые поддерживают сильнейшую на данный момент команду, а если она начинает проигрывать, тут же меняют свои клубные пристрастия.

В широком смысле глорихантеры – это люди, которые делают ставку только на фаворита.

**Они тщательно следят за трендами и молниеносно реагируют на любые изменения, выбирают всё самое модное и**

**передовое и сознательно подстраивают свою жизнь под общепринятые стандарты.**

В отличие от пресловутых хипстеров, которые – надо отдать им должное – изобрели уникальный и не лишённый самоиронии лайфстайл, глорихантеры ничего не изобретают, а хватают готовенькое, причём без разбора, не особо задумываясь, подходит им это или нет. Главное – быть в обойме, быть рядом

с
сильными
,
иметь
то
, что
имеют
все,
но
обязательно
лучшего
качества
.

Глорихантерство необычайно распространено в политике. Не секрет, что большинство наших нынешних депутатов и чиновников в прошлом были активистами КПСС и ВЛКСМ. Теперь они состоят в новой партии власти, полностью отреклись от марксистских идеалов, дружат с "буржуями" и

регулярно
посещают
церковь
.
Потому
что
*так*
*принято*
.
Если
в
обозримом
будущем
к
власти
придут
,
скажем
, "
зелёные
",
то
весь
наш
многочисленный
бюрократический
аппарат
стройными
рядами
отправится
высаживать
цветы
и
деревья
.
Спикер
Госдумы
с
грабельками
,
Министр
Обороны
с
леечкой
– вот
будет

зрелище…

Улицы Москвы запружены машинами, от шума и вони невозможно скрыться, проблема "пробок", похоже, неразрешима. Но жители Первопрестольной всё равно покупают автомобили – чтобы продемонстрировать окружающим свою успешность. На дорогах идёт перманентное состязание – не кто доберётся из пункта А в пункт Б быстрее, а у кого авто "круче". Глорихантеры

с тугими кошельками меряются количеством спален в загородных особняках и длиной яхт. Любопытная статистика – добрая половина миллиардеров страдает морской болезнью. Но они с завидным упорством приобретают всё новые и новые роскошные плавсредства.

Последние лет двадцать мир пребывает во власти гаджетомании. Какой там сейча с тел ефон самый навороченный? А, неважно. Сейчас модно иметь специального секретаря, который носит за тобой целый баул с разными трубками – отдельно для связи с семьёй, с друзьями, с

любовницей, с деловыми партнёрами…

Отпуск глорихантеры проводят в особых местах. Куршевель уже вконец затоптан, Багамы с Мальдивами тоже потихоньку становятся доступными для "всякой шушеры", о Турции с Египтом в приличном обществе лучше и не заикаться. Писк моды – экологический туризм где-нибудь на "необитаемых" коралловых рифах, затерянных посреди океана, но чтобы там присутствовала вся необходимая инфраструктура.

Гурманы утверждают, что французские грибы трюфели по вкусу не слишком отличаются от наших, пардон, сморчков. Так зачем платить больше? Затем, что трюфели – это трюфели.

Великосветские глорихантеры слушают исключительно классическую музыку – так положено по статусу. Борьба идёт за место в ложе – там можно украдкой вздремнуть, пока в зале темно и какой-нибудь Пласидо Доминго почём зря надрывает глотку. В конце концерта надо обязательно проснуться, привстать, слегка поаплодировать и мило улыбнуться – себя показать, на других посмотреть.

"Охотники за славой" попроще могут позволить себе джаз и даже рок, но далеко не всякий. Панк, хэви-метал и уж тем более протестный андеграунд под строжайшим запретом. Глорихантеры предпочитают *Beatles, U2* и Стинга. *Beatles* считаются самой популярной группой всех времён и народов, а Стинг и *U2* – такие милые, правильные, политкорректные, заботятся об амазонских джунглях и мексиканских тушканчиках, и уже перецеловались со всеми королями и президентами.

Интересуются глорихантеры и живописью. Кто там у нас на сегодняшний день самый дорогой художник? Пикассо? Значит, будем без ума

от
Пикассо – какой изыск, какой полёт фантазии, "голубой период", "розовый"… Один отечественный галерист так прямо и заявил: "Из русской живописи
на
Западе котируются лишь Шагал, Кандинский и Малевич. Шишкин с Айвазовским там никому
на
фиг
не
нужны". Бедные наши старушки-искусствоведши, они
от
таких откровений наверняка слегли с сердечным приступом.

Теперь об имидже. Ну, тут уж глорихантерам сам Бог велел выглядеть безупречно – хоть на обложку модного журнала фотографируй. Правда, обеспеченные "охотники за славой" глянец не читают – это моветон. У каждого уважающего себя глорихантера должен
быть
личный кутюрье. Тут уже
идёт
охота
не
за
вещами, а
за
именитыми дизайнерами.

Бренды, торговые марки, ярлыки… Каждый глорихантер знает, что лучшие часы – это те, у которых на логотипе изображена корона. "Назовите шампунь от перхоти номер один". "Кофе – это он". "
Если
радио,
то
- …". "Все меха –
на
…". "От Парижа до Находки … - лучшие колготки". "Кто
не
в …, тот лох". За нас уже всё решили – что нам есть и пить, чем мыться, как одеваться, что смотреть, слушать, нюхать, куда и
на
чём ехать, с кем общаться,
на
кого
равняться, к чему стремиться.

Погоня за лучшим изматывает, зависть к обладателям этого самого лучшего

подтачивает изнутри, необходимость соответствовать навязанным нормам и порядкам, постоянный контроль
за
словами и поступками вообще может довести до сумасшествия. Человек перестаёт себе принадлежать, теряет индивидуальность, становится рабом общественного мнения, условностей и предрассудков.

Каким бы притягательным не выглядел потребительский рай, состоящий из всего лучш
его
,
могучего, блестящего, как бы красиво и романтично это ни звучало – "
охотник
за
славой
", - всё-таки негоже человеку разумному уподобляться своим далёким предкам,
которые
лазали по пальмам и дрались
за
самый
верхний банан, пусть даже он оказывался горьким или гнилым.

**Самые сочные и сладкие плоды часто растут на нижних ветках – нужно только уметь их примечать. Лучшее у каждого своё. Да и престиж – понятие относительное.**

Ясно одно: свобода лучше несвободы. А мир пёстр и многообразен – тем он и интересен.