



АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОЛОРИТ

Тахиров Бахтиер

Университет Мировой Экономики и Дипломатии
<https://doi.org/10.5281/zenodo.8046414>

ARTICLE INFO

Qabul qilindi: 10-June 2023 yil
Ma'qullandi: 13-June 2023 yil
Nashr qilindi: 16-June 2023 yil

KEY WORDS

Но главный фактор, который оказывает непосредственное влияние на форму и содержание автомобилей – это все-таки география, ландшафт

ABSTRACT

Душой народа принято считать язык. Но менталитет той или иной страны не в меньшей степени отражает и культура с ее достояниями, в том числе культура автомобильная

Душой народа принято считать язык. Но менталитет той или иной страны не в меньшей степени отражает и культура с ее достояниями, в том числе культура автомобильная. Вообще, любая рукотворная вещь впитывает настроение и дух того человека, который ее создал, а поскольку в создании машин задействованы многие, то автомобили в полной мере можно считать отражением ума и души целого народа. Пусть сегодня это не настолько очевидно, но в былые годы автомобили вместе с языком, кухней и архитектурой однозначно идентифицировались с той страной, откуда они родом.

Как они такими стали – отдельный вопрос, и весьма любопытный. На заре развития социологии был период так называемых «школ одного фактора»: ученые тогда ожесточенно спорили о том, какой фактор имеет большее значение для становления и развития народа – ее история, экономика или еще какой. В итоге социологи сошлись на том, что все факторы, так или иначе, равноценны.

Но автомобили – не люди: конечно, у богатых стран автомобилестроение, как правило, лучше развито, а, скажем, для возникновения класса GT в Европе были конкретные исторические предпосылки. Но главный фактор, который оказывает непосредственное влияние на форму и содержание автомобилей – это все-таки география, ландшафт.

Понимание этого факта позволяет ответить на многие вопросы. Например, на вопрос о том, почему автомобили Mercedes-Benz отличаются высочайшим уровнем комфорта. Ответ прост: дороги в окрестностях Штутгарта – не лучшего качества (были, по крайней мере), и заводским испытателям вместе с инженерами при настройке подвесок своих автомобилей

приходилось учитывать рельеф местных трасс. В Баварии дороги, наоборот, гладкие, собственно, именно поэтому автомобили BMW прекрасно управляются на хороших трассах (но стоит колесам попасть на неровное покрытие, как баварские скороходы теряют самообладание).

Лучшие в мире представительские седаны тоже неслучайно появились именно в Германии: страна эта небольшая, но у нее есть прекрасно развитая сеть скоростных автобанов. Нет ничего удивительного в том, что местная автомобильная промышленность со временем освоила выпуск больших седанов, способных быстро и с комфортом доставлять обеспеченных бизнесменов из одного города в другой.

В Италии дороги не такие, как в Германии: там больше горных серпантинных и меньше прямых, как стрела, трасс. Как следствие – заводским испытателям Alfa-Romeo и Ferrari приходилось активнее работать рулем и педалями в ходе тестирования своих новинок. Это вполне объясняет то, почему у тех же Alfa-Romeo такой тесный педальный узел, а также столь короткое передаточное соотношение рулевого механизма (у 156 GTA руль от упора до упора делает меньше двух оборотов!).

Итальянцы еще и сами по себе раскованнее, эмоциональнее и темпераментнее немцев, поэтому машины у них экспрессивнее. Скажем, в Lamborghini Diablo не видно того типично немецкого фанатичного стремления строго подчинить форму функции, и в результате мы имеем машину артистичную и во многом бесполезную, с ее тесной кабиной, неудобным механизмом переключения передач, опасной управляемостью и фирменными дверями-ножницами, которые хоть и выглядят эффектно, но не способствуют легкой посадке. Это – настоящее произведение искусства, созданное для того, чтобы его поставить в гараж и пылинки с него сдувать, но никак не для того, чтобы на нем ездить. Однако именно «несуразность» и делает итальянские машины такими особенными, способными вывернуть наизнанку душу любого энтузиаста!

О Японии разговор особый. Существует мнение, что надежность машин из этой страны обусловлена размерами островного государства: в маленькой стране с ограниченными ресурсами народ ориентирован на интенсивное развитие, и забота о качестве товаров – жизненная необходимость. У японцев попросту нет возможности выпускать большое количество запчастей, поэтому детали для автомобилей должны служить как можно дольше. У этой медали, впрочем, есть и обратная сторона: поскольку японцам приходится экономить металл, то тормоза у выпускаемых в Японии машин, как правило, маленькие и не слишком эффективные. Недаром для спортивных машин местные производители часто заказывают комплекты у Brembo.

А еще Япония до недавнего времени считалась Меккой тюнинга и доступных, но эффективных спорткаров. Это – прямое следствие агрессивного национального характера. Важно отметить, что неудержимость японских спортивных авто сочетается с высокой надежностью, а также достаточно экономичными двигателями (нефтяные запасы Японии не сравнить с российскими, поэтому мотористы из этой страны всегда старались выжать как можно больше сил с каждого литра рабочего объема).

При всей кажущейся «бездушности» японских машин, в них все-таки есть характер и смысл. Именно поэтому автомобильная промышленность Китая и Корея не смогут повторить «японский путь». Конечно, качество автомобилей из этих двух стран постоянно повышается, но у их создателей нет своего «почерка» и духа, для них

машины – это всего лишь бытовые приборы. В принципе этот факт прекрасно соотносится со статусом Кореи и Китая как двух ведущих мировых производителей бытовой техники...

Помимо национальных особенностей, на облик автомобилей часто оказывают огромное влияние альтернативные виды деятельности компании. Например, помимо автомобилей, SAAB строит самолеты (и это находит явное отражение в интерьерах шведских авто). А, скажем, Honda с давних пор выпускает отличные спортивные мотоциклы. Но эта тема достойна отдельного очерка.

Изречения из серии «машины нынче уже не те, что были раньше» часто звучат как ворчание. Но на волне вышеприведенных рассуждений ловишь себя на мысли, что это действительно так: раньше машины действительно были «настоящие», с реальным смыслом, они «были», а не казались. В прошлом в создании машин преобладали здравый смысл и необходимость, в отличие от современных авто, которые отвечают надуманным запросам, да и вообще возникли в результате игры маркетологов на тяге покупателей к понтам и излишествам. Сегодня ведь именно маркетинг формирует облик современных автомобилей, и вместо самобытных автономных культур в этих автомобилях отражаются нынешние гнетущие перспективы глобализации.

Литература:

1. Российская газета. 1999. 9 декабря.
2. Коммерсантъ, 1999, 26 февраля; Rinaco Plus. 1997. March 1. P. 2.
3. Business Week. 1998. August 17. P. 20.
4. Marukawa T. Industrial Groups and Division of Labor in China's Automobile Industry // Developing Economies. 1995. Vol. 33. № 3. P. 330-331.
5. Wormack J. The Machines That Changed the World. N.Y., 1990. P. 13.
6. Harwit E. Japanese Management Methods and Western Investment in Eastern Europe: the Case of automobile Industry // Columbia Journal of World business. 1993. V. 2. № 3. P. 54-57.
7. Maccoby M. Is There a Best Way to Build a Car? // Harvard Business Review. 1997. V. 75. № 6. P. 161-172.