

Увольте, я не хочу быть одним из многих. Мне до сих пор импонирует старый стиль BMW, который, не теряя индивидуальности, одинаково вписывался в любое обрамление, будь то новомодный капиталистический «гроб» из стекла и бетона, сталинский неоренессанс на Фрунзенской набережной или старые кварталы между Трубной и Сретенкой. А теперь BMW похожи на... Hyundai.



Я ни в коем случае не стремлюсь умалить достоинств трудящихся на корейцев дизайнеров, тем более что среди них немало немцев, поднаторевших в работе на вполне именитые бренды. Но, глядя на новую «копейку», порой кажется, что если сменить пропеллеры на любой другой популярный значок, последнее, что будет напоминать тут о баварской колбасе и нефилтрованном пиве, — пока еще традиционный «копеечный» профиль. Все остальное — начиная с азиатского «мыла» спереди и заканчивая фольксвагеновскими фонарями сзади — унифицировано.

Самое смешное, что в целом-то автомобиль получился вполне современным. Мало того, от него в буквальном смысле веет деньгами и статусом, чего очень не хватало предшественнику. Но такое ощущение, что рисовали его по принуждению, с оглядкой на конкурентов, под диктовку маркетологов... Как угодно, но без души и удовольствия. А в результате получился приторно-сладкий, толерантный гермафродит-подросток, лишенный первичных половых признаков, — типичный представитель мейнстрима,

единственное художественное достоинство которого — титулы его предков.

Такое ощущение, что баварцам катастрофически не хватает смелости и политической воли, чтобы хоть на миг перестать думать о прибыли и вернуться на грешную землю. И если они ничего не придумают, то в конце концов превратят марку в очередной обезличенный деньгами бренд, каким несколько лет назад стала «Audi». Машины из Ингольштадта по-прежнему отлично ездят, но выглядят как украшенная китайскими светодиодами мебель из «Икеа». Их уже сегодня можно отличить друг от друга только по размеру, а дальше, боюсь, будет только хуже.

BMW все свои шансы еще не использовала. Их осталось немного, но они все-таки есть. И главная надежда тут на новую «трешку», которую сделали даже более баварской, чем можно было ожидать. «Копейка» же в плане развития стиля — отработанный материал, ничего нового она в него не привнесла.

Впрочем, немцы говорят, что их главной задачей было сделать машину более практичной и при этом не вывалиться из общепринятых габаритов. В итоге плюс 30 мм в колесной базе, две трети из которых ушли на расширение пространства между рядами, треть — на багажник, вместимость которого также подросла на пару десятков литров. Еще с пяток миллиметров добавился над головами задних пассажиров, что с учетом более низкой посадки должно помочь людям во втором ряду более стоически относиться к тем издевательствам, что выпадают на их долю в этой машине. Но это в теории, на практике же эти дополнительные 20 мм как раз и есть тот самый запас пространства, куда вам, если что, придется упихивать свои конечности (в предыдущей генерации хетчбэка передние кресла пододвигались к дивану вплотную). В общем, первая серия не стала ни действительно просторной, ни по-настоящему удобной — обычная компактная «пятидверка», которая ничем не лучше всенародно любимого Focus.

