

ШОН БАЙТЕМ



СЕМЬ ТИПОВ

ЛЮДЕЙ,

КОТОРЫХ

МОЖНО

ВСТРЕТИТЬ

В

КНИЖНОМ

МАГАЗИНЕ



УДК 821.111  
ББК 84(4Вел)  
Б18

Shaun Bythell

SEVEN KINDS OF PEOPLE YOU FIND IN BOOKSHOPS

Перевод с английского *Ирины Никитиной*

**Байтелл Ш.**

**Б18** Семь типов людей, которых можно встретить в книжном магазине / Шон Байтелл ; [пер. с англ. И.В. Никитиной]. — М. : КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2021. — 128 с.

ISBN 978-5-389-18734-4

За двадцать лет, проведенных за прилавком книжного магазина в шотландском Уигтауне, Шону Байтеллу довелось не только погрузиться в мир букинистических изданий и стать активным участником культурной жизни города и страны в целом, но и повстречаться с самыми разными покупателями — от благодушных до несносных. Впечатлений хватило теперь уже на третью книгу — вслед за международными бестселлерами «Дневник книготорговца» и «Записки книготорговца» появились эти изящные зарисовки. Шутливо примеряя на себя роль великого Линнея, Байтелл классифицирует внешний вид и «повадки» завсегдааев своей знаменитой книжной лавки, естественно, не забывая направить прожектор иронии и на себя самого. В песочных часах его заметок поблескивают золотые крупинки жизненного кредо. Наш наблюдательный книготорговец, и сам ценитель хороших книг, умеет почерпнуть вдохновение в ежедневной рутине!

«Речь пойдет не о нас — горстке обделенных судьбой несчастных, что взялись продавать книги с целью заработать жалкие гроши на пропитание. Речь пойдет о наших покупателях... Я скучаю по каждому из них — от самых обаятельных и неординарных до поистине грубых и неотесанных». (*Шон Байтелл*)

УДК 821.111  
ББК 84(4Вел)

ISBN 978-5-389-18734-4

© Shaun Bythell, 2020

© Никитина И.В., перевод на русский язык, 2021

© Издание на русском языке, оформление.

ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус», 2021  
КоЛибри®

*Посвящается вам, Лена и Фрея*

# Содержание

Предисловие .....	7
1. <i>Peritus</i> (Эксперт) .....	11
2. <i>Familia juvenis</i> (Молодая семья) .....	31
3. <i>Homo qui maleficas amat</i> (Оккультист) .....	42
4. <i>Homo qui desidet</i> (Праздношатающийся) .....	56
5. <i>Senex cum barba</i> (Бородатый пенсионер) .....	73
6. <i>Viator non tacitus</i> (Не слишком молчаливый странник) .....	89
7. <i>Parentum historiae studiosus</i> (Семейный историк) .....	100
Бонус .....	105
8. <i>Operarii</i> (Сотрудники) .....	106
Послесловие. <i>Cliens perfectus</i> (Идеальный покупатель) .....	119

## Предисловие

В предисловии к своей книге «Букинистика: взгляд изнутри» (Antiquarian Books: An Insider's Account. David & Charles, 1978) Рой Харли Льюис пишет, что «с финансовой точки зрения букинистические издания играют в мировой торговле весьма незначительную роль». И это еще мягко сказано. Стоит лишь заменить слово «букинистические» на «подержанные», как их финансовое значение в масштабах мировой экономики из «весьма незначительного» превратится в «смехотворно пустяковое». Именно в этот мир я и шагнул в 2001 году, став владельцем букинистического магазина — всего через четыре года после того, как Amazon начал продавать уцененные книги через интернет. Сейчас я могу лишь мечтать о том, чтобы мой бизнес оставил хотя бы смехотворно пустяковый след в мировой экономике. В это непростое время, лишний раз демонстрируя полное отсутствие предпринимательской жилки, я взялся писать эту книгу, предприняв дерзкую попытку разделить моих посетителей на несколько категорий, что,

несомненно, оскорбит людей, от которых напрямую зависит мой доход, и уж точно поставит крест на моем финансовом благополучии.

Там же в предисловии Рой Харли Льюис отмечает:

...можно задаться вопросом о том, чем книготорговец интереснее, скажем, продавца из обувного магазина. Но стоит учесть, что немного найдется профессий, которые приносили бы такое удовлетворение и притом требовали бы стольких усилий, как труд торговца букинистическими изданиями, которому приходится брать на себя роль то детектива, то академика, то агента, то психолога, то экстрасенса, что сильно отличает его от обыкновенного барахольщика.

Может, он и прав. А может, те из нас, кто на редкость неумело справляется со стрессовыми ситуациями в повседневной жизни, тяготеют к этой профессии, стремясь таким образом избежать роли «обыкновенного барахольщика». Речь, однако, пойдет не о нас — горстке обделенных судьбой несчастных, что взялись продавать книги с целью заработать жалкие гроши на пропитание. Речь пойдет о наших покупателях — тех гнусных созданиях, с которыми мы вынуждены общаться изо дня в день и кого сейчас, когда я пишу этот текст, запершись на карантин в связи с эпидемией коронавируса, мне не хватает, словно добрых друзей, с которыми мы очень давно не виделись.

Я скучаю по каждому из них — от самых обаятельных и неординарных до поистине грубых и неотесанных. Помимо того, что в их отсутствие я в буквальном смысле слова не зарабатываю ни гроша, к своему огромному удивлению, я обнаружил, что мне не хватает человеческого общения.

Вчера в магазин позвонил какой-то мужчина и спросил, можно ли приобрести у нас экземпляр моей второй книги, «Записки книготорговца»<sup>1</sup>. Общая стоимость покупки, включая почтовую доставку, составила 18 фунтов. Пока я записывал данные его кредитной карты, он сказал: «Накиньте, пожалуйста, еще 10 фунтов». Когда я поинтересовался зачем, он ответил: «Я знаю, как трудно сейчас приходится предпринимателям вроде вас, и мне бы хотелось, чтобы, когда все это закончится, вы продолжили работать, как и прежде, и я снова смог бы наведаться к вам в магазин».

Не он один проявил такую доброту. Недавно я получил банковский чек от совершенно незнакомой женщины, которая рассказала, что прочитала статью Маргарет Этвуд в журнале *Time*, в которой писательница призывает поддерживать владельцев мелкого бизнеса в это непростое время. Единственное, о чем та женщина меня попросила, так это обналечить чек. Доброта незнакомцев пуще меткого удара в солнечное сплетение способна заставить человека упасть на колени и разрыдаться.

---

<sup>1</sup> Русское издание: *Байтелл III. Записки книготорговца*. М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2019.

Вот почему я скучаю по своим покупателям. Несмотря на мою неприязнь ко многим из них, должен признать, что за их неприглядной внешностью скрывается доброе и отзывчивое сердце.

Под словами «книжный магазин», которые присутствуют в названии этой книги, на самом деле подразумевается лишь мой собственный магазин. Я не желаю бросать тень на чужую репутацию, претендуя на право говорить за других, ведь я всего-навсего изливаю собственную тоску. Без сомнения, найдутся книготорговцы более широкой души, которые могли бы нарисовать куда более располагающие портреты своих покупателей, чем те, что последуют за этим введением, но описания эти родились на основе моего собственного опыта, накопленного за двадцать лет страдальческого труда на этом поприще, и у меня нет ни одного знакомого книготорговца, отличающегося широтой души — по крайней мере, в отношении покупателей.

Я должен извиниться за то, что потворствую укоренению стереотипов, ведь в действительности люди устроены гораздо сложнее и их характеры отличаются бесконечным множеством едва уловимых свойств и качеств. Обобщать — несправедливо, но такова и сама жизнь. Смиритесь.

Чтобы облегчить себе задачу, ну и, разумеется, сделать мой опус еще более оскорбительным, я попытался выстроить систему подобно классификации живых организмов Карла Линнея, хотя теперь, поставив точку, я понял, что из этой затеи ничего не вышло.



# 1

## *Peritus*

Эксперт

Если ваши познания в латыни столь же скудны, как и мои, тогда вам простительно предположить (как это сделал я), что словом *peritus* обозначаются неприглядные области нижней части тела. Так вот, это не так. Оно означает всего лишь «эксперт».

Этот тип покупателя в общем и целом представляет собой самопровозглашенного эксперта, лишенного возможности регулярно изливать свою мудрость на публику. В отличие от большинства ученых мужей и признанных специалистов в той или иной области, которые, как правило, высказывают обоснованные и подкрепленные фактами мнения и имеют в своем распоряжении целые группы студентов или читателей, готовых их выслушать, большинство самоучек, которым посвящена эта глава, лишены благодарных слушателей. Из любого правила есть исключения, а значит, и среди этих людей найдутся добрейшие покупатели, которых

Литературно-художественное издание

Байтелл Шон

**Семь типов людей,  
которых можно встретить  
в книжном магазине**

Редактор *Н. Галактионова*

Художественный редактор *М. Левыкин*

Технический редактор *Л. Синицына*

Корректоры *Н. Соколова, Т. Дмитриева*

Верстка *А. Тарасова*

ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» –  
обладатель товарного знака «КоЛибри»  
115093, Москва, ул. Павловская, д. 7, эт. 2, пом. III, ком. № 1  
Тел. (495) 933-76-01, факс (495) 933-76-19  
E-mail: sales@atticus-group.ru

Филиал ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус»  
в г. Санкт-Петербурге  
191123, Санкт-Петербург, Воскресенская набережная, д. 12, лит. А  
Тел. (812) 327-04-55  
E-mail: trade@azbooka.spb.ru

ЧП «Издательство «Махаон-Украина»  
Тел./факс (044) 490-99-01  
e-mail: sale@machaon.kiev.ua

[www.azbooka.ru](http://www.azbooka.ru); [www.atticus-group.ru](http://www.atticus-group.ru)

Знак информационной продукции  
(Федеральный закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.)

16+

Подписано в печать 18.02.2021.  
Формат 84×108/32. Бумага офсетная.  
Гарнитура «Warnock Pro». Усл. печ. л. 6,72.  
Тираж 5000 экз. В-РВJ-27374-01-Р. Заказ №

Отпечатано в соответствии с предоставленными материалами  
в ООО «ИПК Парето-Принт». 170546, Тверская область,  
Промышленная зона Боровлево-1, комплекс № 3А  
[www.pareto-print.ru](http://www.pareto-print.ru)