

УДК 1:808.5:316.77

DOI <https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2024.4.12>**Крикун Віталій Юрійович**кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри логікиКиївського національного університету імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 60, Київ, Україна
orcid.org/0000-0002-2531-0414**Бауліна Таміла Ельханівна**кандидатка філософських наук,
доцентка кафедри логікиКиївського національного університету імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 60, Київ, Україна
orcid.org/0000-0001-8358-5582

«SMALL TALK» ЯК КАТЕГОРІЯ РИТОРИКИ

Актуальність проблеми. У статті досліджено риторичні аспекти, сутність та особливості зародження *small talk* як явища комунікативного простору. Виявлено, що традиція світської бесіди є важливим елементом суспільного життя та відіграє значну роль в комунікативній культурі. Розвиток традиції *small talk*, безсумнівно, має багатовікову історію та обумовлений соціокультурними особливостями певного суспільства. Основний функціонал світської бесіди пов'язаний із забезпеченням налагодження соціальних контактів.

Методи. Теоретико-методологічні засади дослідження ґрунтуються на принципах наукової об'єктивності, неупередженості та системності. Під час проведення дослідження були використані загальнонаукові, філософські та спеціальні методи пізнання соціально-політичних явищ, зокрема загальні методи аналізу, синтезу, компаративний метод.

Результати. На прикладах *small talk* у британській, німецькій та японській культурах показано, що традиція світської бесіди визначається соціокультурними особливостями відповідного суспільства і має свої унікальні риси. Обґрунтовується, що *small talk* має досить широкий функціонал у сфері комунікативної практики людини, а саме: а) виступає форматом комунікації, якому притаманним є високий рівень ритуалізації; б) є підготовчим етапом по формуванню сприятливої атмосфери перед справжньою, змістовною розмовою; в) використовується як засіб соціальної взаємодії особливо за умов комунікативних обмежень в ієрархічно побудованих суспільствах. З'ясовано, що традиція *small talk* знаходиться на перетині соціальної, культурної та комунікативної сфер життєдіяльності людини.

Висновки. Виявлено, що світська бесіда є важливим елементом комунікативної практики людини і ефективність її проведення здатна в значній мірі вплинути не лише на результат окремих комунікативних актів, але й на життя людини в її соціальному аспекті. Вивчення теорії та практики ведення *small talk* може покращити ефективність комунікативної діяльності людини, вдосконалити навичку риторичної компетентності та розширити межі риторики як науки.

Ключові слова: *small talk*, світська бесіда, комунікація, соціальні контакти, риторика, переконання.

Вступ. Актуальність дослідження теорії і практики світської бесіди обумовлена важливістю такого формату комунікації для життєдіяльності людини, зважаючи на її соціальний характер. Традиція світської бесіди протягом багатьох століть виступає важливим фактором при побудові соціальних контактів, організації сталої соціальної взаємодії та формування умов для комфортної комунікації. Дослідження культури *small talk* як в Україні, так і в інших країнах сприятиме не лише кращому розумінню соціокультурних особливостей відповідних суспільств, але й покращить ефективність власної комунікативної практики завдяки вдосконаленню навички

риторичної компетентності. Риторична наука не звертала належної уваги на small talk, обмежуючи коло своїх інтересів, відповідно до класичного підходу, передусім ораторською промовою. Але сьогодення висуває до комунікативної компетентності особистості нові вимоги. Свідоме ставлення до теорії та практики світської бесіди може розширити межі риторики як науки та актуалізувати її надбання відповідно до вимог сучасності.

Методи. Теоретико-методологічні засади дослідження ґрунтуються на принципах наукової об'єктивності, неупередженості та системності. Під час проведення дослідження були використані загальнонаукові, філософські та спеціальні методи пізнання соціально-політичних явищ, зокрема загальні методи аналізу, синтезу, компаративний метод. Використання цих методів сприятиме більш глибокому вивченню явища «small talk» та визначенню перспектив подальших досліджень в галузі риторики.

Джерельною базою дослідження слугували наукові студії як закордонних дослідників (Fox, 2004; Endrass, Nakano et al., 2011; Malinowski, 1923; Manzo, 2014; Paxman, 2000; Rosenberg, 2003), так і українських (Базарова, 2020, 2021; Матюхіна, 2014, 2024; Шпак, 2024).

Метою статті є визначення сутності small talk як формату комунікації та оцінка перспектив його дослідження в межах риторичної науки.

Результати дослідження. Риторика як наука має багатовікову історію і її існування обумовлене потребою людини в знаннях та навичках у сфері ефективної комунікації. В свою чергу комунікаційна взаємодія обумовлена соціальним характером людини як живої істоти і її результати в значній мірі впливають на життєдіяльність людини. Як наслідок, з давніх часів навичкам ефективної комунікації приділялось чимало уваги. Перші згадки про теоретичні дослідження в сфері ефективного переконання припадають на VII–VI ст. до н.е. в культурі Стародавньої Індії і пов'язані з існуванням навчальної дисципліни «ваковакья» – мистецтво ведення диспуту [1, с. 52], що викладалась молодим брахманам та містила наявні на той час знання з логіки, риторики та еристики. Передумовою виникнення інтересу до ефективної комунікації в культурі Стародавньої Індії того часу можна вважати соціально важливі філософські диспути між брахманами, на яких обговорювались питання трактування ведичних положень. Першим тогочасним посібником з окресленої сфери знання вважають твір «Мілінда-Паньхо» (*“Milinda Pañha”*), який датується I ст. до н.е, написаний у формі філософського діалогу і містить не лише основоположення буддистського світогляду, але й основи формулювання, висловлення своїх думок та ведення діалогу. Схожі процеси відбувались і в Стародавній Греції в період з VI по IV ст. до н.е. і були пов'язані з демократизацією суспільного життя і, як наслідок, зростанням соціальної ролі індивіда, а отже й комунікації.

Аналізуючи процес зародження риторичного знання в Стародавній Індії та Стародавній Греції, можна прийти до висновку, що формування теорії риторики було обумовлено запитом на знання та навички в сфері ефективної комунікації в умовах соціальної активності. Подібна комунікативна активність реалізовувалась передусім в умовах масової комунікації, що було обумовлено публічним характером комунікативних майданчиків того часу: філософських диспутів, народних зборів, суду присяжних тощо. Як наслідок, канон класичної риторики передусім розглядає масову комунікацію та діяльність публічного оратора, поряд із цим, варто пам'ятати, що Арістотель, якого визнають засновником риторики як науки, визначав її як «... здатність знаходити засоби переконання стосовно будь-якого предмета» [2, р. 4624].

Вимоги пересічного громадянина щодо ефективної власної комунікаційної практики дещо інші. З одного боку роль публічного оратора не підлягає сумніву, особливо в контексті роботи ЗМІ. Але, поряд із цим, результати соціальної взаємодії на побутовому рівні також у значній мірі впливають на життєдіяльність людини. Навіть більше, можна стверджувати, що попит на знання та навички публічного оратора в сучасності обмежений певним колом сфер діяльності (політики, представники медіа, маркетологи тощо). А в навичках ефективної щоденної комунікації зацікавлена переважна більшість людей, оскільки це сприяє соціальній інтеграції та взаємодії, що в свою чергу відкриває нові можливості, полегшує процес досягнення поставлених людиною цілей та вирішення життєвих проблем.

Наукові дослідження комунікації, яка спрямована на налагодження соціальної взаємодії, пов'язують з розвідками Б. Маліновського (Bronislaw Malinowski). Саме в його статті “The Problem of Meaning in Primitive Languages”, що є додатком до праці Ч. Огдена і А. Річардса “The Meaning of Meaning” (1923), вперше з'являється лексема *phatic communion* (фатична комунікація) для позначення комунікації, основна мета якої полягає не в передачі адресату інформації, а спрямована на підтримку соціальних контактів [3, р. 296]. Маліновський зазначає, що за умов фатичної комунікації слова «... виконують соціальну функцію, що є їх принциповою метою. Вони не є результатом інтелектуального відбиття і не обов'язково викликають таке відбиття у співрозмовника. Мова тут не функціонує як засіб передавання думки» [3, р. 315]. У своїй статті Маліновський обґрунтовує застосування мови на примітивному рівні саме з метою встановлення комфортних соціальних контактів між людьми, що є вкрай важливим зважаючи на їхній соціальний характер. У свою чергу цивілізоване використання мови передбачає орієнтацію на передачу контенту, думок співрозмовників. Але застосування фатичних мовних засобів як у примітивному, так і в цивілізованому варіантах мовлення дозволяє створити позитивну атмосферу для спілкування [3, р. 316]. З того часу фатична комунікація привертала увагу пердусім дослідників у галузі лінгвістики та соціальної психології.

Формат комунікації, що відповідає за забезпечення соціальної взаємодії у формі світських розмов сучасні дослідники позначають за допомогою поняття “small talk”. Появу самої лексеми “small talk” для позначення світської розмови в літературних творах та спілкуванні Оксфордський словник англійської мови пов'язує з другою половиною XVI ст. і творами Джона Траппа (John Trapp), священника Англіканської церкви та теолога [4]. Поступово поняття набуло поширення в англійській літературі та побутовому спілкуванні.

На нашу думку, зародження традиції світських розмов саме в британській культурі XVI століття не є випадковим, а обумовлене етичними нормами та соціокультурними особливостями і можна визначити низку передумов, що цьому посприяли, а саме:

1) українські дослідниці фатичної комунікації Ю. Матюхіна та О. Шпак зазначають, що: «... *small talk* функціонує на тому етапі спілкування, коли слід уникнути тривалого та незручного в британській культурі мовчання, а також заповнити паузи, які можуть призводити до зростання психологічної напруженості» [5, с. 24];

2) одними з символів британської культури можна вважати надлишкову манерність, чопорність та прихильність поведінковим ритуалам;

3) також британці відомі у світі завдяки своїй стриманості та ввічливості. За умов, коли важливим є дотримання приватних кордонів інших, культура світської бесіди стає чудовим способом підтримувати соціальні контакти і при цьому уникати порушення приватності;

4) формуванню традиції світської бесіди може посприяти ієрархічність суспільства, оскільки існує потреба в забезпеченні контактів не лише в середині певного класу, але й у міжкласовій комунікації. Саме британську класову систему разом з розмовами про погоду за чашкою чаю з молоком розглядають як символ британського суспільства.

Аналізуючи тематику британського *small talk* не можна обійти увагою дослідження Кейт Фокс (K. Fox), в якому авторкою аналізуються особливості комунікації в британській культурі. Так, одним з унікальних явищ британської комунікації визнається використання кодів: переважна більшість розмов починається з обговорення погоди, під час якого створюються підґрунтя для подальшої комунікації. Ми маємо справу з метомовою, наприклад: «...фраза «Ой, як холодно!» – як і «Гарний день, чи не так?» та інші подібні – є англійським кодом для «Я хочу поговорити з вами – чи будете ви зі мною розмовляти?» або, якщо хочете, це просто інший спосіб сказати «Привіт». Нещасна жінка просто намагалася завести розмову з містером Паксменом. Не обов'язково довгу розмову – лише взаємне визнання, обмін привітаннями. Згідно з правилами «погоди», все, що від нього вимагалось, це сказати «Мм, так, дійсно?» або якусь іншу таку ж незначну відповідь, що є кодом для «Так, я буду з вами розмовляти/привітати вас». Не відповівши, Паксмен порушив мініатюрне етикетне правило, фактично передавши децю неприємне повідомлення «Ні, я не буду з вами обмінюватися привітаннями» [6, р. 34].

Виникає логічне запитання: а чому саме погодна тематика стала в британській культурі підставою для забезпечення ритуалу світської бесіди? На нашу думку, відповідь варто шукати саме в історичних та соціокультурних особливостях розвитку британського суспільства. Ми підтримуємо думку Кейт Фокс про те, що саме мінливість, нестабільність британської погоди обумовило її залучення у якості матеріалу під час побудови соціальних контактів. Оскільки зміни в погоді, особливо якщо вони мають суттєвий характер, значно впливають на життєдіяльність людини, а тому виступають чудовою темою для спілкування. В той самий час, Фокс закликає не обмежувати тематику спілкування британців лише погодною тематикою і визначає три контексти доречного звернення до погоди, а саме:

- як просте вітання;
- як спосіб розпочати розмову, що веде до інших тем;
- як «запасна», «заповнююча» або «відволікаюча» тема, коли розмова на інші теми переривається і виникає незручна або напружена пауза [6, р. 34–35].

Також цікавим є запитання щодо комфортного місця (умови), де британці готові говорити про погоду. Виявляється, що вести подібну світську розмову вони готові практично будь-де: «...британський small talk може мати місце як у формальному (спілкування ведеться на світському рауті або прийомі, під час званого обіду чи візиту, а учасниками комунікації виступають заможні люди з високою мовною культурою, що відрізняються своїм розумом, вченістю, інтелігентністю, певним талантом, природними достоїнствами, ввічливістю і пристойністю), так і напівформальному (зав'язування ділових і особистих знайомств, телефонні розмови, службові контакти) та неформальному спілкуванні (дружні, сімейні розмови, балачки на кухні)» [5, с. 68–69].

Піднімаючи питання можливих тем для обговорення під час світської бесіди, необхідно визнати, що вони визначаються соціокультурними особливостями відповідного суспільства за певних історичних обставин. Узагальнюючи можливі варіанти, варто звернути увагу на дослідження Клауса Шнайдера (K. Schneider), який пропонує власну класифікацію тем для small talk, а саме:

- а) безпосередня ситуація (immediate situation) – тематика визначається умовами відповідної комунікації (події, що стали причиною, присутні, місце проведення тощо);
- б) зовнішня ситуація (external situation) – характеризується обговоренням тем, які безпосередньо не пов'язані з умовами відповідної комунікації і мають більш загальний характер (важливі для суспільства події: новини, політика, спорт тощо);
- в) комунікативна ситуація (communication situation) – тематика рухається в напрямку більш особистих питань: хобі, родина, кар'єра тощо [7, р. 4].

Але, навіть за умов узагальнення, класифікація Клауса Шнайдера потребує суттєвих уточнень в аспекті прийнятності обговорення певних тем зважаючи на соціокультурні особливості. Так, у Німеччині культура світської бесіди дозволяє звернення до більш особистих для співрозмовників тем (місце проживання, хобі, звички). У свою чергу для Японії більш притаманні теми, пов'язані з безпосередньою ситуацією (місце, погода) та зовнішнім контекстом (наприклад, навчання чи університетські теми), а обговорення особистих питань є неприйнятним [7].

Ілюстрацією відмінностей в культурі small talk у Німеччині та Японії можна вважати результати дослідження щодо розподілу тем для обговорення. У якості відправної точки авторами дослідження було використано класифікацію тем Клауса Шнайдера і було отримано такі результати:

- а) Німеччина: 41% – зовнішня тематика, 41% – комунікативна тематика і лише 18% на безпосередню тематику;
- б) Японія: 52% – зовнішня тематика, 29% – безпосередня тематика і лише припадає 19% на комунікативну тематику [7, р. 7].

Висновки. Теорію і практику small talk досліджують представники широкого кола сфер науки, а саме: лінгвістики (як частину мовленнєвих актів), психолінгвістики (когнітивні

процеси, які відбуваються під час спілкування), соціолінгвістики (як засіб підкреслення соціальних ролей і культурних норм), соціальної антропології (як засіб формування соціальних контактів), соціології (як механізм соціальної взаємодії), психології (як засіб створення емоційного комфорту) тощо. Не викликає сумнівів, що застосування навичок ведення світської розмови в значній мірі сприятиме не лише досягненню переконання в окремому випадку, але й покращить рівень риторичної компетентності особистості загалом.

Підсумовуючи дослідження культури світської розмови варто звернути увагу на такі основні положення:

1. Функціонал “small talk” можна розглядати в декількох аспектах:

а) як один із форматів комунікації, в межах якого використовуються ритуальні за значенням висловлювання, мовні кліше, які використовуються за неписаними, але загальноприйнятими правилами і виникли в процесі суспільного розвитку;

б) як один з етапів комунікації, який передуює змістовній розмові і має на меті формування позитивного/нейтрального ставлення між співрозмовниками, оскільки уникнення негативного ставлення є необхідним задля конструктивності майбутньої комунікації;

в) як засіб забезпечення соціальної взаємодії між представниками різних класів, верств або каст за умов ієрархічної побудови суспільства, яка передбачає, що взаємодія між людьми підпорядковується правилам та нормам, які, у свою чергу, спрямовані на дотримання соціального статусу кожного з учасників комунікації.

2. У сучасності сутність світської бесіди, як одного з різновидів фатичної комунікації, пов'язують саме з етикетними процедурами, які визначаються етичними нормами та культурними особливостями певного суспільства і забезпечують налагодження та підтримку соціальних контактів. Тобто, можна прийти до висновку, що традиція small talk знаходиться на перетині трьох сфер життєдіяльності людини:

а) соціальної, оскільки має сприяти налагодженню контактів;

б) культурної, оскільки соціальна взаємодія в значній мірі визначається культурними особливостями відповідного суспільства;

в) комунікативної, оскільки виступає підготовчим етапом для подальшої ефективної комунікації.

3. Важливість соціокультурного впливу при формуванні традиції світської розмови та її регіональні особливості можна спостерігати завдяки проведенню компаративного аналізу культури small talk в британському, японському та німецькому суспільствах. У результаті можна прийти до висновку, що серед рис, що вирізняють німецьку культуру small talk, варто звернути увагу на прийнятність обговорення особистих для співрозмовників тем (місце проживання, хобі, звички) та прагнення швидше перейти до суті розмови [5].

У свою чергу, британську культуру small talk вирізняють такі риси як:

- надважливе значення погодної тематики;
- однією з базових цілей виступає бажання провести приємно час, поспілкуватися на комфортні теми нейтрального характеру та отримати естетичне задоволення від спілкування;
- змагальний характер: учасники світської бесіди можуть прагнути продемонструвати свою ерудицію, кмітливість тощо [8, с. 24].

Японській культурі світської бесіди притаманні:

- високий рівень ритуалізованості (чайна церемонія);
- неприйнятність тематики особистого характеру [7, р. 7].

4. Дослідження теорії та практики ведення small talk може покращити ефективність комунікативної діяльності людини, вдосконалити навичку риторичної компетентності та розширити межі риторики як науки, сферу інтересів якої не варто обмежувати виключно ораторським виступом, а корисно поширювати на інші формати комунікації відповідно до вимог сьогодення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Крикун В. Комунікативна компетентність і воля до влади: аспекти взаємодії. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія*, 2019. № 1(29). С. 49–59.
2. Aristotle. *Rhetoric. The complete works of Aristotle: The revised Oxford translation*. Vol. 1. Ed. by J. Barnes. Princeton: Princeton University Press, 1984. P. 215–216.
3. Malinowski B. The problem of meaning in primitive languages. *The meaning of meaning: A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism*. Ed. by C. K. Ogden, I. A. Richards. New York: Harcourt, Brace and World, 1923. P. 296–336.
4. Oxford University Press. Small talk. *Oxford English dictionary* [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.oed.com/dictionary/small-talk_n?tab=factsheet&tl=true#22351456 (дата звернення: 03.12.2024).
5. Матюхіна Ю. В. SMALL TALK як різновид англійської фатичної метакомунікації: аспект діакронії. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов»*, 2014. № 77(1102). С. 65–70.
6. Fox K. *Watching the English: The hidden rules of English behaviour*. London : Hodder & Stoughton, 2004. 424 p.
7. Endrass B., Nakano Y. I., Lipi A. A., Rehm M., André E. Culture-related topic selection in small talk conversations across Germany and Japan. *Proceedings of the 11th International Conference on Intelligent Virtual Agents (IVA 2011)*. Vol. 6895. Berlin, Heidelberg: Springer, 2011. P. 1–13.
8. Матюхіна Ю., Шпак О. Британський small talk як еколінгвістичне явище. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*, 2024. № 99. С. 22–28. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-5312-2024-99-03>.

REFERENCES

1. Krykun, V. (2019). Komunikatyvna kompetentnist' i volya do vlady: aspekty vzayemodiyi. *Visnyk Natsional'noho aviatsiynoho universytetu. Seriya: Filosofiya. Kul'turologiya*, (1(29)), 49–59.
2. Aristotle. (1984). *Rhetoric*. In J. Barnes (Ed.), *The complete works of Aristotle: The revised Oxford translation* (Vol. 1, pp. 215–216). Princeton: Princeton University Press.
3. Malinowski, B. (1923). The problem of meaning in primitive languages. In C. K. Ogden & I. A. Richards (Eds.), *The meaning of meaning: A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism* (pp. 296–336). New York : Harcourt, Brace and World.
4. Oxford University Press. (n.d.). Small talk. In *Oxford English dictionary* [Elektronnyy resurs]. Retrieved December 3, 2024, from https://www.oed.com/dictionary/small-talk_n?tab=factsheet&tl=true#22351456
5. Matiukhina, Yu. V. (2014). SMALL TALK yak ryznovyd anhliys'koyi fatychnoyi metakomunikatsiyi: aspekt diakhroniyi. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya "Romano-hermans'ka filolohiya. Metodyka vykladannya inozemnykh mov"*, (1102), 65–71.
6. Fox, K. (2004). *Watching the English: The hidden rules of English behaviour*. London: Hodder & Stoughton.
7. Endrass, B., Nakano, Y. I., Lipi, A. A., Rehm, M., & André, E. (2011). Culture-related topic selection in small talk conversations across Germany and Japan. In *Proceedings of the 11th International Conference on Intelligent Virtual Agents (IVA 2011)* (Vol. 6895, pp. 1–13). Berlin, Heidelberg: Springer.
8. Matiukhina, Yu., & Shpak, O. (2024). Brytans'kyi small talk yak ekolinhvistychne yavyshe. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya: "Inozemna filolohiya. Metodyka vykladannya inozemnykh mov"*, (99), 22–28. <https://doi.org/10.26565/2786-5312-2024-99-03>

Krykun Vitalii Yuriiovych

Candidates of Philosophical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Logic
Taras Shevchenko National University of Kyiv
60, Volodymyrska str., Kyiv, Ukraine
orcid.org/0000-0002-2531-0414

Baulina Tamila Elkhanivna

Candidates of Philosophical Sciences,
Associate Professor at the Department of Logic
Taras Shevchenko National University of Kyiv
60, Volodymyrska str., Kyiv, Ukraine
orcid.org/0000-0001-8358-5582

«SMALL TALK» AS A CATEGORY OF RHETORIC

Introduction. *The article examines the rhetorical aspects, essence and features of the emergence of small talk as a phenomenon of communicative space. It is revealed that the tradition of world conversation is an element of social life and plays an important role in communicative culture. The development of the tradition of small talk undoubtedly has a centuries-old history and is determined by the socio-cultural characteristics of a particular society. The main function of world conversation is associated with ensuring the establishment of social contacts.*

Methods. *The theoretical and methodological principles of the study are based on the principles of scientific objectivity, impartiality and systematicity. During the research, general scientific, philosophical, and special methods of studying social and political phenomena were used, including general methods of analysis, synthesis, and comparative methods.*

Results. *Using examples of small talk in British, German and Japanese cultures, it is shown that the tradition of world conversation is enhanced by the socio-cultural characteristics of the corresponding society and has its own unique features. It is substantiated that small talk has a fairly wide functionality in the field of human communicative practice, namely: a) it acts in a communication format that is characterized by a high level of ritualization; b) it is a preparatory stage for the formation of a favorable atmosphere before a real, meaningful conversation; c) it is used as a means of social interaction, especially under conditions of communicative restrictions in hierarchically structured societies. It is found that the tradition of small talk is at the intersection of the social, cultural and communicative spheres of human life.*

Conclusions. *It is revealed that world conversation is an element of human communicative practice and the effectiveness of its implementation can significantly affect not only the result of individual communicative acts, but also human life in its social aspect. Studying the theory and practice of small talk can increase the effectiveness of a person's communicative activity, improve the skill of rhetorical competence, and expand the boundaries of rhetoric as a science.*

Key words: *small talk, social conversation, communication, social contacts, rhetoric, persuasion.*