

КОМУНІКАТИВНІ НАВИЧКИ ТА СТРАТЕГІЇ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО СПІЛКУВАННЯ У СФЕРАХ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОСВІТИ Й ФАРМАЦІЇ

Мельничук О. Д.

доктор філологічних наук,
доцент кафедри суспільно-гуманітарних дисциплін
Комунального закладу вищої освіти
«Рівненська медична академія»
ORCID ID: 0000-0003-4619-363X

Хмеляр І. М.

кандидат педагогічних наук, доцент,
професор кафедри хіміко-фармацевтичних дисциплін
Комунального закладу вищої освіти
«Рівненська медична академія»
ORCID ID: 0000-0002-5161-6716

Кушнір Л. О.

кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри хіміко-фармацевтичних дисциплін
Комунального закладу вищої освіти
«Рівненська медична академія»
ORCID ID: 0000-0003-0951-3024

У статті досліджено комунікативні стратегії в професійному й освітньому середовищі фармацевтів. Автори акцентують увагу на ролі ефективного володіння іноземною мовою (англійською, німецькою) у забезпеченні професійного розвитку, академічної співпраці та якісного консультування пацієнтів. Проаналізовано наукові підходи до стратегічної комунікації з оперттям на когнітивно-прагматичні, психолінгвістичні й педагогічні аспекти. Методологія дослідження охоплює комплексний аналіз комунікативних навичок за допомогою анкетування студентів-фармацевтів, викладачів і фармацевтів. Виявлено ключові комунікативні стратегії, як-от: активне слухання, уточнення, формулювання рекомендацій та аргументована комунікація. Досліджено труднощі в процесі професійної комунікації й визначено ефективні методи їх подолання. Результати дослідження демонструють значущість комунікативних стратегій з метою підвищення професійної мовної компетентності та якості фармацевтичного обслуговування. Визначено, що стратегічне мовлення сприяє ефективному обміну інформацією, аргументованому переконанню й формуванню довіри між фармацевтом і пацієнтом/клієнтом. Надано рекомендації щодо вдосконалення навчального процесу з іноземної мови для спеціальних цілей.

Отримані в ході дослідження якісні й кількісні результати можуть бути використані в методиці викладання іноземної мови у фармацевтичних закладах вищої освіти, сприяючи розвитку стратегічної компетентності майбутніх фахівців. Також підкреслено значення міжкультурної комунікації й особливості професійного дискурсу у сфері фармації. Акцентовано увагу на ролі інтерактивних методів навчання та симуляційних моделей комунікації у формуванні мовної компетентності. Отримані результати наукової розвідки можуть бути корисними для вдосконалення програм професійної підготовки фармацевтів у контексті глобалізації й міжнародної співпраці.

Ключові слова: комунікація, комунікативні стратегії, професійне мовлення, фармацевтична освіта, фармація, іноземна мова для спеціальних цілей.

Melnychuk O. D., Khmeliar I. M., Kushnir L. O. Communicative skills and strategies as the foundation of effective communication in pharmaceutical education and pharmacy

The article examines communicative strategies in the professional and educational environment of pharmacists. The authors emphasize the role of effective foreign language proficiency (English and German) in ensuring professional development, academic collaboration, and high-quality patient counseling. The study analyzes scientific approaches to strategic communication, including cognitive-pragmatic, psycholinguistic,

and pedagogical aspects. The research methodology includes a comprehensive analysis of communicative skills through surveys of pharmacy students, educators, and practicing pharmacists. Key communicative strategies such as active listening, clarification, recommendation formulation, and argumentation-based communication have been identified. The study explores challenges in professional communication and determines effective methods for overcoming them.

The research results highlight the significance of communicative strategies in enhancing professional language competence and the quality of pharmaceutical services. It has been determined that strategic speech contributes to effective information exchange, persuasive argumentation, and the establishment of trust between pharmacists and patients. Recommendations are proposed for improving the teaching process of foreign languages for specific purposes.

The qualitative and quantitative results obtained in the study can be applied in the methodology of teaching a foreign language in pharmaceutical higher education institutions, fostering the development of strategic competence among future professionals. The article also emphasizes the importance of intercultural communication and the specifics of professional discourse in the pharmaceutical field. Special attention is given to the role of interactive teaching methods and simulation-based communication models in shaping linguistic competence. The findings of this research can be useful for improving pharmacy professional training programs in the context of globalization and international cooperation.

Key words: communication, communicative strategies, professional language, pharmaceutical education, pharmacy, foreign language for specific purposes.

Вступ. У сучасному професійному середовищі комунікативна компетентність є однією з ключових навичок для фахівців різних сфер, зокрема фармації. Ефективне володіння іноземною мовою необхідне для міжнародної академічної співпраці, викладання та професійного зростання, а для фармацевтів – для якісного обслуговування пацієнтів, консультування щодо лікарських засобів і міждисциплінарної взаємодії. Відтак знання комунікативних стратегій в освітній і професійній сфері фармацевтів сприяє не тільки уникненню мовленнєвих перешкод, а й ефективному обміну інформацією та налагодженню професійних взаємин.

Актуальність проблематики підтверджено дослідженнями науковців, які доводять, що стратегічне використання мовних засобів відіграє важливу роль у професійному й освітньому середовищі [10; 13]. Проблема ефективного навчання стратегічної комунікації розглядалася в працях, присвячених комунікативній методиці навчання мов [13], ролі мовних стратегій у навчанні [6], мовленнєвим навичкам у професійній діяльності [8], когнітивно-прагматичному аналізу мовної взаємодії [14] і психолінгвістичним аспектам комунікації [20]. Дослідники наголошують на необхідності розвитку стратегічного мовлення й адаптації комунікативних моделей до конкретних професійних ситуацій. Однак, незважаючи на теоретичні напрацювання, проблема ефективного навчання стратегічного мовлення

іноземною мовою для професійних та освітніх цілей, зокрема у сферах фармацевтичної освіти й фармації, потребує подальшого дослідження.

Ефективне навчання комунікації є одним із головних завдань освітніх інституцій [21]. Отже, вибір комунікативних стратегій відіграє ключову роль у подоланні мовних бар'єрів, а також у розвитку стратегічної компетентності [5]. У цьому контексті актуальним є дослідження чинників, які впливають на вибір комунікативних стратегій, зокрема рівень мовної компетенції та комунікативних навичок [11]. У центрі уваги дослідження перебувають комунікативні стратегії як ключовий механізм реалізації комунікативної компетентності. Вони забезпечують ефективне використання комунікативних навичок для досягнення комунікативних цілей у різних контекстах. Мовленнєва компетенція охоплює широкий спектр стратегій, що сприяють оптимальному використанню мови [17].

Концепція комунікативних стратегій активного слухання, уточнення й формулювання рекомендацій як стратегій комунікації запропонована в межах теорії комунікації та психології [4; 7; 18]. У контексті дослідження *комунікативні навички* розуміємо як сукупність умінь і здібностей, які забезпечують ефективне спілкування в соціальних контекстах. Вони охоплюють уміння слухати, формулювати думки, аргументувати позицію, вести діалог, використовувати невербальні

засоби комунікації [2, с. 87] та адаптувати мовлення відповідно до ситуації; це набір практичних умінь, які сприяють побудові конструктивних і продуктивних стосунків. Отже, *комунікативні стратегії* (стратегічне мовлення) – це свідомо обрані способи організації спілкування, які спрямовані на досягнення комунікативних цілей і пов'язані з плануванням і реалізацією мовленнєвих дій.

Метою дослідження є кількісний і якісний (оцінювання) аналіз комунікативних навичок у сферах фармацевтичної освіти й фармації; виявлення ефективних комунікативних стратегій, які сприяють формуванню професійної мовної компетентності фармацевтів.

Поставлена мета вимагає вирішення таких завдань: проаналізувати кількісні та якісні характеристики комунікативних навичок у сферах фармацевтичної освіти й фармації; визначити особливості комунікативних стратегій у сферах фармацевтичної освіти й фармації; надати характеристику методів формування комунікативних навичок у студентів.

Результати дослідження можуть бути застосовані в методиці викладання іноземної мови для спеціальних цілей, що сприятиме підвищенню рівня професійної підготовки майбутніх фахівців.

Методи та методики дослідження. У ході дослідження використано комплексні методи, що поєднують теоретичні й емпіричні підходи до вивчення комунікативних навичок і комунікативних стратегій. *Теоретичні методи:* аналіз літератури з комунікативної лінгвістики, педагогіки, фармацевтичної комунікації з метою визначити основні наукові підходи до вивчення стратегічного мовлення; *емпіричні методи:* (1) анкетування й опитування студентів фармацевтичних спеціальностей, а також викладачів і фармацевтів щодо значення комунікативних навичок у їхній діяльності; (2) спостереження за комунікативною взаємодією в навчальному процесі (лекційні заняття, практичні заняття, рольові ігри) та професійному середовищі (спілкування фармацевтів із пацієнтами/клієнтами). З метою виявлення найбільш уживаних комунікативних стратегій застосовано методику непомітного спостереження (без активного втручання в діалог), а також інтерв'ю з фармацевтами після консуль-

тацій для обговорення застосованих комунікативних стратегій.

Комплексне застосування цих методів дало змогу отримати об'єктивні результати щодо особливостей професійного спілкування у сферах фармацевтичної освіти фармації, а також розробити рекомендації для вдосконалення навчального процесу з іноземної мови для спеціальних цілей.

Результати. Аналіз наукових праць з комунікативної лінгвістики, педагогіки й фармацевтичної комунікації дає змогу виокремити основні наукові підходи до вивчення стратегічного мовлення. *Комунікативна лінгвістика* зосереджується на дослідженні мовленнєвих стратегій, що забезпечують ефективну взаємодію між комунікантами [2]. Зокрема, дослідження стратегій кооперативності в комунікації підкреслюють важливість співпраці та взаєморозуміння між учасниками діалогу [13]. *Педагогіка* розглядає стратегічне мовлення як обов'язковий складник професійної підготовки фахівців, особливо в медичній сфері [3]. Формування професійно-комунікативної компетентності медичних працівників охоплює розвиток навичок ефективного спілкування з пацієнтами й колегами, що є критично важливим в умовах ускладнення соціально-професійної співдії. Це передбачає оволодіння мовленнєвими стратегіями, здатністю адаптувати комунікативні підходи відповідно до конкретних ситуацій і потреб пацієнтів [1]. У сфері *фармацевтичної освіти* стратегічне мовлення відіграє ключову роль у процесі навчання, зокрема у взаємодії між викладачами та студентами. Педагогічна комунікація орієнтується на розроблення ефективних мовленнєвих стратегій, що сприяють активному залученню студентів до освітнього процесу [15; 16]. Увагу приділяють стратегічному мовленню в дистанційному навчанні, де ефективна взаємодія залежить від вербальних і невербальних засобів комунікації [2; 19]. У сфері *фармації* стратегічне мовлення є необхідним для ефективної взаємодії між фармацевтами й пацієнтами: ефективна комунікація передбачає використання стратегій пояснення, переконання й емпатійного слухання [12]. *Фармацевтична комунікація* акцентує увагу на специфічних аспектах взаємодії між фарма-

цєвтами й пацієнтами. Основні форми комунікативної поведінки фармацевта охоплюють вміння вирішувати конфлікти та застосовувати ефективні стратегії [9].

З метою аналізу ролі комунікативних навичок у сферах фармацевтичної освіти й фармації проведено опитування. Воно дало змогу оцінити рівень усвідомлення респондентами значущості комунікативних стратегій у їхній професійній діяльності. *Цільова аудиторія:* студенти фармацевтичних спеціальностей, викладачі вищих навчальних закладів, а також фармацевти, які працюють в аптеках. *Респонденти:* загалом було залучено 200 респондентів, поділених у такий спосіб: 100 студентів (фармація); 50 викладачів вищих навчальних закладів; 50 фармацевтів (працівники аптек).

Метод збирання даних: оскільки опитування було анонімним, респонденти отримали анкети онлайн через *Google forms* або за допомогою паперових копій, які заповнювали на місці (у разі присутності респондентів у навчальних закладах чи аптеках). *Тривалість проведення:* опитування тривало протягом 3 тижнів. *Структура анкети:* анкета складалася з кількох блоків запитань, які містили закриті й відкриті запитання. Приклад анкети:

Особисті дані (анонімно): стать (чоловік/жінка); вік (від 18 до 25, від 26 до 35 тощо); спеціальність (фармація). 2. *Оцінювання важливості комунікативних навичок:* на вашу думку, наскільки важливі комунікативні навички для вашої професії? (1 – зовсім не важ-

ливі, 5 – дуже важливі); які комунікативні стратегії ви використовуєте під час взаємодії з клієнтами/студентами? (оберіть усі варіанти): пояснення, аргументація, активне слухання, уточнення, рекомендації, інше (укажіть). 3. *Проблеми й труднощі в професійному спілкуванні:* які труднощі ви відчуваєте при спілкуванні з клієнтами/студентами? (відкриті питання); які навички ви вважаєте найбільш необхідними для покращення комунікації? 4. *Методи покращення комунікації:* які методи ви використовуєте для поліпшення комунікативних навичок? (ролі в навчанні, тренінги, самостійне навчання, тощо); наскільки ефективними вони є для вашої роботи?

Процес збирання й аналізу даних: після збирання даних анкети були опрацьовані за допомогою статистичної програми *Excel* з метою виявлення основних тенденцій і залежностей. Оцінку комунікативних навичок у сферах фармацевтичної освіти й фармації представлено у вигляді середніх показників за ключовими аспектами: *важливість комунікативних навичок, частота використання стратегій, труднощі в професійному спілкуванні й методи покращення комунікації* (рис. 1).

Важливість комунікативних навичок має високу оцінку (4,2 із 5), що свідчить про визнання їх значущості в професійному спілкуванні. *Частота використання стратегій* є нижчою (3,8) і може вказувати на те, що, з одного боку, комунікативні навички є важливими, з іншого – їх реальне використання не завжди є постійним. Оцінка *труднощів у про-*

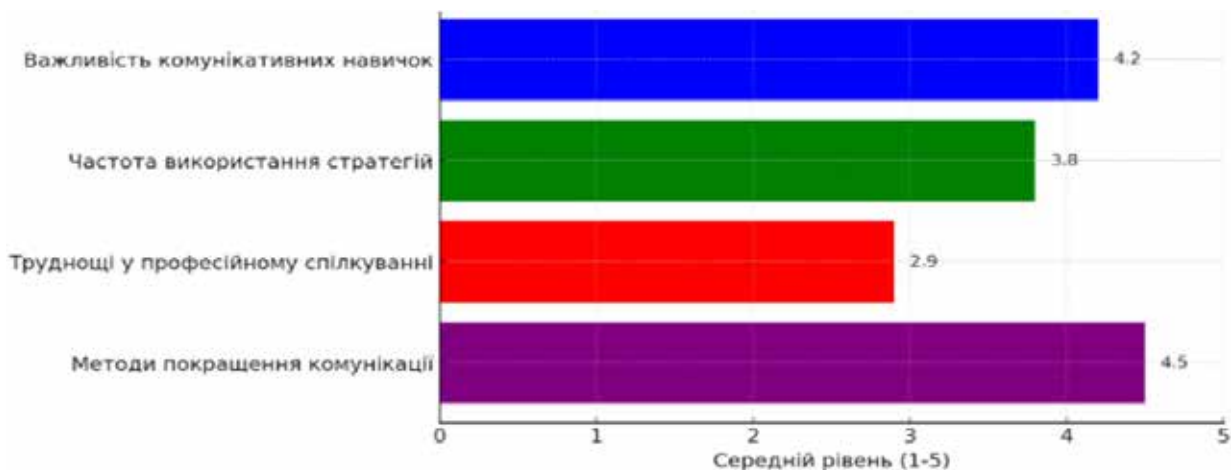


Рис. 1. Оцінювання комунікативних навичок у сферах фармацевтичної освіти й фармації

фесійному спілкуванні у межах 2,9 указує на те, що труднощі, які відчувають респонденти, є незначними. *Методи покращення комунікації* узагальнено як показник (4,5), що свідчить про ефективність запропонованих методів і їх важливість для підвищення рівня комунікації. Загалом рисунок 1 демонструє, що комунікативні навички є ключовими у сферах фармацевтичної освіти й фармації, проте їх упровадження потребує подальшого розвитку ефективних стратегій.

У процесі дослідження вивчено *комунікативні стратегії*, які респонденти використовують у професійному спілкуванні у сферах (1) *фармацевтичної освіти* й (2) *фармації*. Зокрема, виявлено ключові стратегії, які є суттєвими для підвищення ефективності комунікації.

(1) У сфері *фармацевтичної освіти* пояснення є ключовою стратегією, яка дає змогу викладачеві донести складні концепції до студентів. У результаті аналізу даних установлено, що у сфері фармацевтичної освіти найбільш значущою стратегією є *пояснення* (40%) як основний метод передавання знань. *Аргументація* (30%) також відіграє важливу роль у навчальному процесі, формує критичне мислення. *Запитання-відповідь* (20%) сприяє активному залученню студентів до дискусій. *Рефреймінг* (10%) використовують для усунення непорозумінь (рис. 2).

З метою ефективного формування комунікативних навичок у студентів рекомендо-

вано застосовувати такі методи: (1) *рольові ігри* – ефективний спосіб відтворення реальних ситуацій у навчальному середовищі, що дає змогу студентам на практиці застосовувати мовні стратегії й тактики; (2) *кейс-метод*, який уможливорює аналіз конкретних професійних ситуацій, вирішення проблеми; (3) *ситуативне моделювання* – використовують для відтворення реальних комунікативних ситуацій; (4) *мультимедійні технології* – застосування відео- й аудіоматеріалів дає змогу студентам спостерігати за прикладами професійного спілкування.

(2) У сфері *фармації* здійснено спостереження за спілкуванням фармацевтів із пацієнтами/клієнтами. Основною метою спостереження було виявлення реальних прикладів використання комунікативних стратегій у професійному спілкуванні фармацевтів із пацієнтами/клієнтами.

Спостерігачі фіксували частоту використання цих стратегій, а також рівень задоволеності пацієнтів від отриманих консультацій. Порівняно з іншими стратегіями, *активне слухання* виявилось найчастішим методом, який використовувався. *Уточнення й рекомендації* також застосовувалися, проте не завжди були достатньо чіткими або детальними, що іноді призводило до непорозумінь. Візуалізація даних щодо використання комунікативних стратегій фармацевтами демонструє частоту використання стратегій, а лінійний графік – рівень задоволеності пацієнтів (рис. 3).

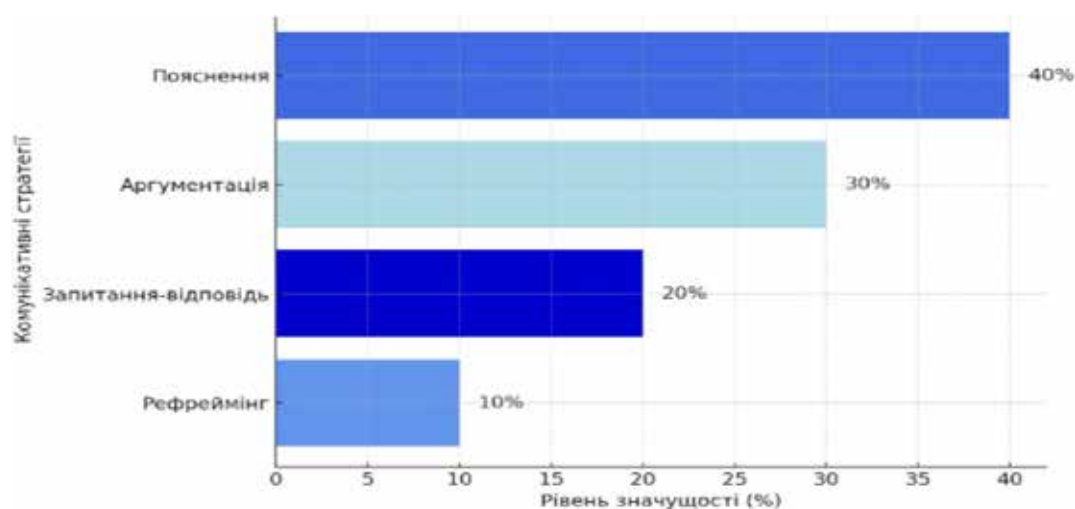


Рис. 2. Використання комунікативних стратегій у сфері фармацевтичної освіти

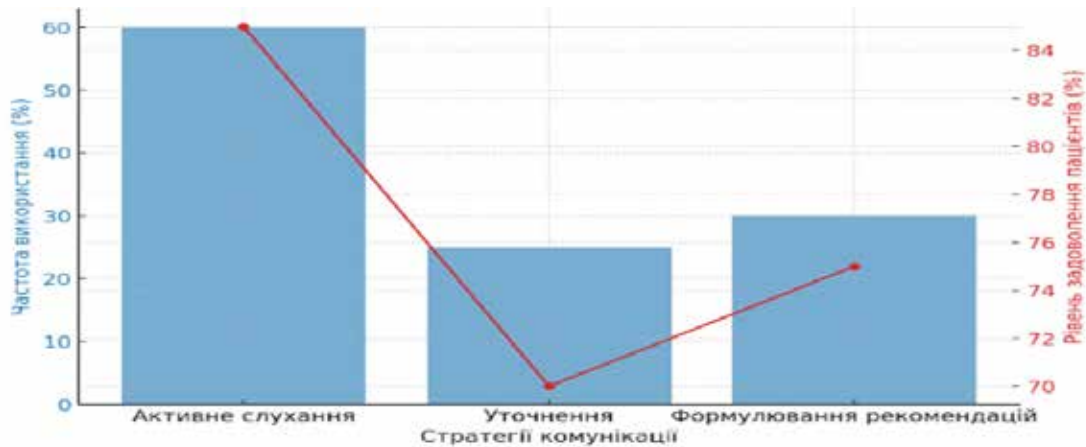


Рис. 3. Частота використання комунікативних стратегій фармацевтами й рівень задоволення пацієнтів

Як зображено на графіку, *активне слухання* є найпоширенішою стратегією, що застосовується фармацевтами (60%). Це підтверджує її важливість у професійному спілкуванні та позитивний вплив на взаємодію з пацієнтами/клієнтами (88% рівня задоволеності). Високий рівень використання цієї стратегії можемо пояснювати її ефективністю у створенні довірливих взаємин і кращому розумінні потреб пацієнта/клієнта. Стратегії *уточнення* та *формулювання рекомендацій* також активно застосовуються, однак їх частота є нижчою (24%). Графік також демонструє, що пацієнти загалом високо оцінюють консультації, особливо в тих випадках, коли використовувалися *активне слухання* й *чітке формулювання рекомендацій*, що корелює з 75% рівня задоволеності пацієнтів. Однак спостерігаємо випадки невдоволення, що може бути наслідком недостатньо чітких уточнень або рекомендацій. Отримані результати доводять, що застосування ефективних стратегій комунікації має вирішальне значення для покращення професійного спілкування у сферах фармацевтичної освіти й фармації.

Висновки. Дослідження засвідчує важливу роль стратегічного мовлення у сферах фармацевтичної освіти й фармації, що підтверджено аналізом наукових праць і результатами емпіричних досліджень. Результати проведеного опитування продемонстрували високу значущість комунікативних навичок у професійній діяльності викладачів, студентів і фармацевтів. Важливість цих навичок отримала оцінку 4,2 із 5, що вказує на їх широке визнання. Використання комунікативних стратегій у сфері фармацевтичної освіти засвідчило, що основною тактикою викладачів є пояснення (40%), аргументація (30%) і стратегія запитання-відповідь (20%). Спостереження за професійним спілкуванням фармацевтів довело, що активне слухання є найпоширенішою комунікативною стратегією (60%), відтак корелює з високим рівнем задоволеності пацієнтів (88%). Проте використання уточнення й формулювання рекомендацій потребує вдосконалення.

Перспективним напрямом є дослідження взаємозв'язку між рівнем комунікативної компетентності й результатами професійної діяльності.

Список використаних джерел

1. Кішук В., Лешук Г. Формування професійно-комунікативної компетентності фахівців медичного профілю в умовах ускладнення соціально-професійних взаємодій. *Social Work and Education*. 2023. Vol. 10. № 2. С. 232–241. DOI: 10.25128/2520-6230.23.2.7.
2. Мельничук О. Константи досвіду *невербального* в англomовному художньому дискурсі : монографія. Рівне : Волинські обереги, 2023. 312 с.
3. Хмеляр І., Мялюк О. Формування дослідницької компетентності студентів-лаборантів. *Нова педагогічна думка*. 2019. № 3. С. 152–156.
4. Anderson J. R., Reder L. M., Simon H. A., Ericsson K. A., Glaser R. Radical Constructivism and Cognitive Psychology. *Brookings Papers on Education Policy*. 1998. № 1. P. 227–278.

5. Brown H. Principles of Language Learning and Teaching. NY, 2007.
6. Cohen A., Macaro, E. Language Learner Strategies: 30 years of Research and Practice. Oxford : Oxford University Press, 2008. 420 p.
7. Dewey J. How We Think. Dover Publications, 1997. 224 p.
8. Hamel P. J. English for Better Jobs 2: Language for Work and Living. CreateSpace Independent Publishing Platform ; First Edition, 2016. 292 p.
9. Honcharenko N. Psychological Features of the Professional Communicative Activity of the Pharmaceutical Worker. *Problems of Modern Psychology*. 2019. № 45. P. 79–103. DOI: 10.32626/2227-6246.2019-45.79-103.
10. House J. Misunderstanding in intercultural communication: Interactions in English as a lingua franca and the myth of mutual intelligibility. *Gnutzmann C. (Ed.) Teaching and Learning English as a Global Language*. Tübingen : Stauffenburg Verlag, 1999. P. 73–89.
11. Huang C. Exploring Factors Affecting the Use of Oral Communication Strategies. *LongHua Technology University Journal*. 2010. P. 85–104.
12. Kolomiets T. V. Communicative Competence as the Basis of Professional Activity of Future Pharmacists. *European Sciences Review. Scientific Journal*. 2019. № 5–6. P. 55–57.
13. Krumm H.-J. Pädagogische Interaktion: Lehrverhalten im kommunikativen Deutschunterricht. *Nakagawa S. u.a. (Hg.) Pädagogische Interaktion und interkulturelles Lernen im Deutschunterricht*. Innsbruck, 2002. C. 43–68.
14. Kühnlein P., Rieser H., Zeevat H. (Eds.). Perspectives on Dialogue in the New Millennium. Amsterdam : John Benjamins, 2003. 395 p.
15. Littlewood W. Communicative Language Teaching. Camb. : CUP, 2007.
16. Mercer N. The Guided Construction of Knowledge: Talk amongst Teachers and Learners. *Multilingual Matters*, 2013. 144 p.
17. Odin R., Hediger V. The Discursive Space: Communicative Competence and Modes of Production of Meaning. *Spaces of Communication: Elements of Semio-Pragmatics*. Amsterdam : Amsterdam University Press, 2022. P. 71–88.
18. Rogers C. Significant Aspects of Client-Centered Therapy. Create Space Independent Publishing Platform, 2013. 60 p.
19. Salmon G. E-Moderating: The Key to Teaching and Learning Online. New York : Routledge, 2011. 288 p.
20. Shogi Javan S., Ghonsooly B. Learning a Foreign Language: A New Path to Enhancement of Cognitive Functions. *Journal of Psycholinguistic Research*. 2018. Vol. 47. P. 125–138.
21. Yarahmadzehl N., Saed A., Samani F. S. Proficiency Level and Choice of Communication Strategies: Case of Iranian EFL Learners. *Iranian Journal of English for Academic Purposes*. 2015. № 1(4). P. 119–137.

References

1. Kishchuk, V., & Leshchuk, H. (2023). Formuvannya profesiino-komunikativnoi kompetentnosti fakhivtsiv medychnoho profilu v umovakh uskladnennia sotsialno-profesiinykh vzaємodii [Formation of professional communicative competence of medical professionals in the context of increasing socio-professional interactions]. *Social Work and Education*, 10(2), 232–241. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.23.2.7> [in Ukrainian].
2. Melnychuk, O. (2023). Konstany dosvidu neverbalnoho v anhlomovnomu khudozhnomu dyskursi: Monohrafiia [Constants of nonverbal experience in English-language artistic discourse: Monograph]. Rivne: Volynski Oberehy [in Ukrainian].
3. Khmel'iar, I., & Mialiuk, O. (2019). Formuvannya doslidnytskoi kompetentnosti studentiv-laborantiv [Formation of research competence of laboratory students]. *Nova pedahohichna dumka – New Pedagogical Thought*, 3, 152–156 [in Ukrainian].
4. Anderson, J. R., Reder, L. M., Simon, H. A., Ericsson, K. A., & Glaser, R. (1998). Radical constructivism and cognitive psychology. *Brookings Papers on Education Policy*, 1, 227–278. <http://www.jstor.org/stable/20067198> [in English].
5. Brown, H. (2007). *Principles of language learning and teaching*. Pearson Education, Inc. [in English].
6. Cohen, A., & Macaro, E. (2008). *Language learner strategies: 30 years of research and practice*. Oxford University Press [in English].
7. Dewey, J. (1997). *How we think*. Dover Publications [in English].
8. Hamel, P. J. (2016). *English for better jobs 2: Language for work and living* (First Edition). CreateSpace Independent Publishing Platform [in English].
9. Honcharenko, N. (2019). Psychological features of the professional communicative activity of the pharmaceutical worker. *Problems of Modern Psychology*, 45, 79–103 [in English].

10. House, J. (1999). Misunderstanding in intercultural communication: Interactions in English as a lingua franca and the myth of mutual intelligibility. In C. Gnutzmann (Ed.), *Teaching and learning English as a global language* (pp. 73–89). Stauffenburg Verlag [in English].
11. Huang, C. (2010). Exploring factors affecting the use of oral communication strategies. *LongHua Technology University Journal*, 85–104 [in English].
12. Kolomiets, T. V. (2019). Communicative competence as the basis of professional activity of future pharmacists. *European Sciences Review. Scientific Journal*, 5-6, 55–57 [in English].
13. Krumm, H.-J. (2002). Pädagogische Interaktion: Lehrverhalten im kommunikativen Deutschunterricht. In S. Nakagawa u.a. (Hg.), *Pädagogische Interaktion und interkulturelles Lernen im Deutschunterricht* (pp. 43–68). StudienVerlag [in German].
14. Kühnlein, P., Rieser, H., & Zeevat, H. (Eds.). (2003). *Perspectives on dialogue in the new millennium*. John Benjamins [in English].
15. Littlewood, W. (2007). *Communicative language teaching*. Cambridge University Press [in English].
16. Mercer, N. (2013). *The guided construction of knowledge: Talk amongst teachers and learners*. Multilingual Matters [in English].
17. Odin, R., & Hediger, V. (2022). The discursive space: Communicative competence and modes of production of meaning. In *Spaces of communication: Elements of semio-pragmatics* (pp. 71–88). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv24q4zjq.7> [in English].
18. Rogers, C. (2013). *Significant aspects of client-centered therapy*. CreateSpace Independent Publishing Platform [in English].
19. Salmon, G. (2011). *E-moderating: The key to teaching and learning online*. Routledge [in English].
20. Shogi Javan, S., & Ghonsooly, B. (2018). Learning a foreign language: A new path to enhancement of cognitive functions. *Journal of Psycholinguistic Research*, 47, 125–138 [in English].
21. Yarahmadzahi, N., Saed, A., & Samani, F. S. (2015). Proficiency level and choice of communication strategies: Case of Iranian EFL learners. *Iranian Journal of English for Academic Purposes*, 1(4), 119–137 [in English].