

ỨNG DỤNG MÔ HÌNH VĂN HÓA - NHẬN THỨC TRONG THIẾT KẾ TRẢI NGHIỆM HỌC TẬP SỐ VỀ HÀNH ĐỘNG YÊU CẦU CHO SINH VIÊN ĐẠI HỌC

Nguyễn Thị Hoa¹

Email: nguyenthi.hoa57@gmail.com. ORCID: 0009-0006-8313-796X

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 18/05/2026

Ngày phản biện đánh giá: 02/07/2026

Ngày bài báo được duyệt đăng: 20/07/2026

DOI: 10.59266/houjs.2026.1358

Tóm tắt: Bài viết làm rõ khả năng vận dụng Mô hình Văn hóa - Nhận thức trong thiết kế trải nghiệm học tập số về hành động yêu cầu cho sinh viên đại học. Trên cơ sở phân tích - tổng hợp tài liệu và suy luận thiết kế, nghiên cứu xác định bốn chiều kích có giá trị định hướng gồm định hướng cá nhân - tập thể, khoảng cách quyền lực, quan tâm thể diện và ưu tiên mức độ trực tiếp. Các chiều kích này liên quan trực tiếp đến quyền lực, khoảng cách xã hội, mức độ áp đặt, quản lý thể diện, chiến lược lịch sự và đặc trưng của giao tiếp số. Từ đó, bài viết đề xuất khung thiết kế ba tầng gồm tầng văn hóa, tầng nhận thức ngữ cảnh và tầng trải nghiệm số. Khung này cho phép chuyển hóa các yếu tố văn hóa - nhận thức thành nhiệm vụ học tập, phản hồi, chỉnh sửa, suy ngẫm liên văn hóa và cơ chế đánh giá mức độ phù hợp ngữ dụng - văn hóa của người học.

Từ khóa: hành động yêu cầu, học tập số, mô hình văn hóa - nhận thức, ngữ dụng học giao văn hóa, thiết kế trải nghiệm học tập số

I. Đặt vấn đề

Trong giáo dục đại học, thiết kế học tập số không chỉ là số hóa học liệu hoặc chuyển lớp học lên nền tảng trực tuyến, mà còn là tổ chức các trải nghiệm giao tiếp giúp người học tương tác phù hợp trong bối cảnh học thuật đa dạng. Đối với sinh viên đại học, hành động yêu cầu xuất hiện thường xuyên qua email gửi giảng viên, diễn đàn học tập, hệ thống quản lý học tập, kênh hỗ trợ kỹ thuật hoặc trao đổi nhóm trực tuyến. Đây là hành động ngôn

từ có nguy cơ đe dọa thể diện vì người nói tác động đến quyền tự do hành động của người nghe, do đó cần cân nhắc quyền lực, khoảng cách xã hội, mức độ áp đặt và chuẩn mực lịch sự (Brown và Levinson, 1987; Blum-Kulka và Olshtain, 1984).

Trong môi trường số, hành động yêu cầu không thể được xem như bản sao của giao tiếp trực tiếp. Email, diễn đàn và nền tảng học tập số thường thiếu nét mặt, ánh mắt, ngữ điệu và phản hồi tức thì, trong khi thông điệp có thể được lưu trữ, tìm

¹ Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội, Hà Nội, Việt Nam

kiểm, chuyển tiếp, trích dẫn hoặc đọc bởi nhiều đối tượng. Những đặc điểm này làm tăng yêu cầu đối với năng lực ngữ dụng - văn hóa của người học, bởi một lời yêu cầu thiếu cân nhắc có thể bị diễn giải là áp đặt, thiếu tôn trọng hoặc gây áp lực xã hội. Vì vậy, thiết kế trải nghiệm học tập số về hành động yêu cầu cần giúp sinh viên nhận diện điều kiện truyền thông của nền tảng, xác định đối tượng tiếp nhận thông điệp, quản lý thể diện và lựa chọn chiến lược lịch sự phù hợp.

Từ góc độ ngữ dụng học giao văn hóa, hành động yêu cầu cần được phân tích không chỉ ở hình thức ngôn ngữ mà còn ở các cấu trúc văn hóa - nhận thức chi phối cách người học hiểu quan hệ giao tiếp và lựa chọn chiến lược diễn đạt. Các nghiên cứu về hành động yêu cầu đã cung cấp cơ sở quan trọng về mức độ trực tiếp/gián tiếp, phương tiện giảm nhẹ, quan hệ quyền lực và mức độ áp đặt. Tuy nhiên, các kết quả này cần được chuyển hóa rõ hơn thành nguyên tắc thiết kế hoạt động học tập số. Vì vậy, bài viết tiếp cận Mô hình Văn hóa - Nhận thức như một cơ sở để tổ chức trải nghiệm học tập, trong đó mỗi nhiệm vụ giao tiếp cần làm rõ quyền lực, thể diện, định hướng trực tiếp/gián tiếp và quan hệ cá nhân - cộng đồng.

Bài viết trả lời câu hỏi chính: Mô hình Văn hóa - Nhận thức có thể định hướng thiết kế trải nghiệm học tập số về hành động yêu cầu cho sinh viên đại học như thế nào? Hai câu hỏi thành phần gồm: RQ1: Những chiều kích nào của mô hình phù hợp với thiết kế trải nghiệm học tập số về hành động yêu cầu? RQ2: Khung thiết kế cần gồm những thành phần, nguyên tắc sư phạm và cơ chế đánh giá nào?

II. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu dựa trên ba nền tảng: Mô hình Văn hóa - Nhận thức (Cultural-Cognitive Model - CCM), lý thuyết lịch sự và thiết kế trải nghiệm học tập số. Trước hết, Mô hình Văn hóa - Nhận thức xem văn hóa như các cấu trúc tri nhận được chia sẻ, giúp cá nhân diễn giải tình huống xã hội và lựa chọn hành vi phù hợp (Shore, 1996; Bennardo và de Munck, 2014). Đối với hành động yêu cầu, lựa chọn trực tiếp, gián tiếp, giảm nhẹ hoặc biện minh không chỉ là hiện tượng ngôn ngữ, mà còn phản ánh cách người nói diễn giải quyền lực, thể diện, quan hệ và mức độ áp đặt.

Thứ hai, nghiên cứu kế thừa lý thuyết lịch sự của Brown và Levinson (1987), trong đó hành động yêu cầu được xem là hành động có nguy cơ đe dọa thể diện. Ba biến quyền lực (Power), khoảng cách xã hội (Social Distance) và mức độ áp đặt (Rank of Imposition) giải thích mức độ nhạy cảm của tình huống. Dự án CCSARP của Blum-Kulka và Olshtain (1984) cho thấy lời yêu cầu có thể được phân loại theo mức độ trực tiếp/gián tiếp và các phương tiện điều chỉnh. Các nghiên cứu về ngữ dụng học giao văn hóa cũng cho thấy hành động yêu cầu cần được phân tích trong mối quan hệ với lời xin lỗi, chiến lược lịch sự và các quy ước giao tiếp liên văn hóa (Blum-Kulka và cộng sự, 1989). Ogiermann (2018) nhấn mạnh vai trò của tình huống có kiểm soát trong nghiên cứu và dạy học ngữ dụng.

Thứ ba, ngữ dụng học số cho thấy ý nghĩa giao tiếp không chỉ do nội dung ngôn ngữ tạo nên, mà còn phụ thuộc vào kênh truyền, mức độ đồng bộ, khả năng hiển thị người đọc, tính lưu trữ và chuẩn mực nền tảng (Yus, 2011; Wang, 2021; Virtanen và

Lee, 2022). Vì vậy, thiết kế trải nghiệm học tập số cần giúp sinh viên nhận diện không chỉ “nói gì” và “nói với ai”, mà còn “nói trên nền tảng nào”, “ai có thể đọc được” và “thông điệp có thể được lưu lại ra sao”.

Ở góc độ thiết kế học tập, Laurillard (2012) xem dạy học như khoa học thiết kế, trong đó nhiệm vụ cần tạo điều kiện cho tương tác, phản hồi và suy ngẫm. Branch (2009) nhấn mạnh sự liên kết giữa mục tiêu, hoạt động và đánh giá. Các nghiên cứu gần đây cũng cho thấy học tập trực tuyến cần chú ý đến tổ chức hoạt động, tương tác, phản hồi và nhu cầu người học, thay vì chỉ chuyển nội dung sang nền tảng số (Lockee, 2020; Martin và cộng sự, 2022; Meng, 2024). Ở bình diện thiết kế trải nghiệm học tập, việc sử dụng phương tiện số cần gắn với động cơ, hành vi học tập và sự tham gia của người học thay vì chỉ tập trung vào công cụ công nghệ (Wong và Hughes, 2022).

Trên cơ sở các hướng tiếp cận nêu trên, bài viết lựa chọn bốn chiều kích văn hóa - nhận thức làm cơ sở thiết kế, gồm định hướng cá nhân - tập thể, khoảng cách quyền lực, quan tâm thể diện và ưu tiên mức độ trực tiếp. Việc lựa chọn các chiều kích này dựa trên ba tiêu chí. Thứ nhất, các chiều kích có liên quan trực tiếp đến bản chất của hành động yêu cầu, đặc biệt là quyền lực, khoảng cách xã hội, mức độ áp đặt, trách nhiệm cá nhân - nhóm và nhu cầu giữ thể diện. Thứ hai, các chiều kích có khả năng thao tác hóa thành tiêu chí thiết kế như vai giao tiếp, mức độ thân - sơ, mức độ trực tiếp/gián tiếp, phương tiện giảm nhẹ, biện minh và phản hồi. Thứ ba, các chiều kích phù hợp với đặc trưng giao tiếp số, nơi sự thiếu vắng tín hiệu phi ngôn, độ trễ phản hồi, tính lưu vết và mức

độ công khai của thông điệp làm tăng yêu cầu đối với chiến lược lịch sự. Vì vậy, bài viết không lựa chọn toàn bộ các chiều kích văn hóa có thể có, mà tập trung vào những chiều kích có quan hệ trực tiếp và có thể chuyển hóa rõ nhất thành thiết kế trải nghiệm học tập số về hành động yêu cầu.

III. Phương pháp, vật liệu nghiên cứu

Bài viết được triển khai theo hướng nghiên cứu lý thuyết kết hợp đề xuất khung thiết kế. Phương pháp chủ yếu là phân tích - tổng hợp tài liệu và suy luận thiết kế nhằm xác lập cơ sở lý luận, thao tác hóa các khái niệm trung tâm và xây dựng khung thiết kế trải nghiệm học tập số về hành động yêu cầu cho sinh viên đại học.

Chiến lược lựa chọn tài liệu được thực hiện theo định hướng có mục đích, tập trung vào ba nhóm nguồn: nghiên cứu về Mô hình Văn hóa - Nhận thức, lý thuyết lịch sự và hành động yêu cầu trong ngữ dụng học giao văn hóa, cùng các công trình về thiết kế trải nghiệm học tập số trong giáo dục đại học. Các tài liệu được xem xét khi có khả năng làm rõ ít nhất một trong ba vấn đề: cơ sở văn hóa - nhận thức của hành vi giao tiếp, đặc điểm ngữ dụng của hành động yêu cầu, hoặc nguyên tắc thiết kế hoạt động học tập số có phản hồi và đánh giá. Việc tổng hợp tài liệu không nhằm thống kê tần suất xuất hiện của chủ đề, mà nhằm xác lập mối liên hệ lý thuyết giữa văn hóa, nhận thức, ngữ cảnh giao tiếp và thiết kế học tập.

Phạm vi nghiên cứu được giới hạn ở hành động yêu cầu trong bối cảnh học tập số của sinh viên đại học, bao gồm email, diễn đàn học tập, hệ thống quản lý học tập, nhóm trực tuyến và kênh hỗ trợ học tập. Quy trình nghiên cứu gồm

ba bước. Thứ nhất, phân tích - tổng hợp tài liệu để xác định các chiều kích văn hóa - nhận thức có liên quan trực tiếp đến hành động yêu cầu. Thứ hai, thao tác hóa các chiều kích này thành tiêu chí thiết kế, bao gồm vai giao tiếp, quyền lực, khoảng cách xã hội, mức độ áp đặt, mức độ trực tiếp/gián tiếp, phương tiện giảm nhẹ và đặc điểm nền tảng số. Thứ ba, sử dụng suy luận thiết kế để đề xuất khung trải nghiệm học tập số có tích hợp nhiệm vụ ngữ dụng, phản hồi, chỉnh sửa, suy ngẫm liên văn hóa và cơ chế thu thập minh chứng học tập.

Bảng 1. Chuyển hóa các chiều kích văn hóa - nhận thức thành tiêu chí thiết kế

Chiều kích văn hóa - nhận thức	Ý nghĩa đối với hành động yêu cầu	Tiêu chí thiết kế trải nghiệm học tập số
Cá nhân - tập thể	Gợi ý cách người học nhận thức quan hệ giữa cá nhân, nhóm và trách nhiệm tương tác.	Trải nghiệm cần thể hiện rõ yêu cầu mang tính cá nhân hay liên quan đến nhiệm vụ nhóm, trách nhiệm chung hoặc quan hệ hợp tác.
Khoảng cách quyền lực	Làm rõ cách người học nhận thức quan hệ quyền lực giữa người yêu cầu và người được yêu cầu.	Trải nghiệm cần xác định rõ vai giao tiếp như sinh viên - giảng viên, sinh viên - cán bộ hỗ trợ học tập hoặc sinh viên - sinh viên.
Quan tâm thể diện	Gợi ý mức độ người học cần cân nhắc thể diện của bản thân và người nghe.	Trải nghiệm cần tạo điều kiện để người học cân nhắc giảm nhẹ, giải thích lý do, xin phép và thể hiện sự tôn trọng.
Ưu tiên mức độ trực tiếp	Liên quan đến mức độ trực tiếp hoặc gián tiếp trong cách diễn đạt lời yêu cầu.	Trải nghiệm cần định hướng người học nhận diện và lựa chọn mức độ trực tiếp/gián tiếp phù hợp với bối cảnh giao tiếp và nền tảng số.

Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất trên cơ sở khung lý thuyết của nghiên cứu

Các chiều kích trên không được sử dụng như nhãn văn hóa cố định để quy giản người học theo quốc gia hay cộng đồng. Trong khung đề xuất, chúng là công cụ phân tích tình huống, giúp người học nhận ra rằng cùng một lời yêu cầu có thể được đánh giá khác nhau tùy vai giao tiếp, quan hệ xã hội, mức độ áp đặt, nền tảng truyền thông và kỳ vọng lịch sự của cộng đồng tương tác.

IV. Kết quả và thảo luận

4.1. Các chiều kích văn hóa - nhận thức làm cơ sở thiết kế

Kết quả phân tích tài liệu xác lập bốn chiều kích có thể dùng để định hướng thiết kế trải nghiệm học tập số về hành động yêu cầu: cá nhân - tập thể, khoảng cách quyền lực, quan tâm thể diện và ưu tiên mức độ trực tiếp. Các chiều kích này giúp giải thích cách người học diễn giải quan hệ giao tiếp, mức độ phù hợp của lời yêu cầu, sự cần thiết của giảm nhẹ, mức độ trực tiếp/gián tiếp và trách nhiệm cá nhân - nhóm trong bối cảnh học tập số.

4.2. Khung thiết kế trải nghiệm học tập số đề xuất

Đối với RQ2, bài viết đề xuất khung thiết kế gồm ba tầng liên kết. Tầng thứ nhất là Tầng Văn hóa, xác định các chiều kích văn hóa - nhận thức cần được phản ánh trong trải nghiệm học tập. Tầng thứ hai là Tầng Nhận thức ngữ cảnh, bao gồm vai giao tiếp, mục đích yêu cầu, quyền lực, khoảng cách xã hội, mức độ áp đặt, nền tảng số, mức độ công

khai hoặc bán công khai và khả năng lưu vết của thông điệp. Tầng thứ ba là Tầng Trải nghiệm số, gồm bối cảnh số, nhiệm vụ ngữ dụng, sản phẩm lời yêu cầu, phản hồi, chỉnh sửa, suy ngẫm liên văn hóa và cơ chế đánh giá. Cơ chế đánh giá

được hiểu là cách thu thập minh chứng học tập như bản nháp lời yêu cầu, bản chỉnh sửa sau phản hồi, phiếu tự đánh giá, nhận xét đồng đẳng, sản phẩm phản tư và rubric đánh giá mức độ phù hợp ngữ dụng - văn hóa.

Bảng 2. Khung thiết kế trải nghiệm học tập số về hành động yêu cầu

Tầng thiết kế	Thành phần cần xác định	Nguyên tắc sư phạm	Cơ chế đánh giá và thu thập minh chứng học tập
Tầng Văn hóa	Chiều kích CCM: cá nhân - tập thể, khoảng cách quyền lực, quan tâm thể diện và ưu tiên mức độ trực tiếp	Làm nổi bật yếu tố văn hóa - nhận thức chi phối cách người học diễn giải quan hệ giao tiếp và lựa chọn lời yêu cầu.	Phiếu nhận diện yếu tố văn hóa - nhận thức; giải thích lý do chọn chiến lược yêu cầu; tự đánh giá mức độ phù hợp về quyền lực, thể diện và trực tiếp/gián tiếp.
Tầng Nhận thức ngữ cảnh	Vai giao tiếp, mục đích yêu cầu, quyền lực, khoảng cách xã hội, mức độ áp đặt, nền tảng số, mức độ công khai/bán công khai và khả năng lưu vết.	Bối cảnh cần rõ ai yêu cầu ai, yêu cầu trong quan hệ nào, trên nền tảng nào và mức độ nhạy cảm ra sao.	Bản phân tích ngữ cảnh trước khi viết; so sánh giữa email, diễn đàn và tin nhắn nhóm; minh chứng nhận diện rủi ro thể diện do tính lưu vết hoặc công khai.
Tầng Trải nghiệm số	Bối cảnh số, nhiệm vụ ngữ dụng, sản phẩm lời yêu cầu, phản hồi, chỉnh sửa và suy ngẫm liên văn hóa.	Tạo điều kiện cho người học thực hành, nhận phản hồi, chỉnh sửa và suy ngẫm về mức độ phù hợp ngữ dụng trong môi trường số.	Bản nháp và bản chỉnh sửa lời yêu cầu; phản hồi của giảng viên/đồng đẳng; nhật ký phản tư; rubric đánh giá nội dung yêu cầu, chiến lược lịch sự, phương tiện giảm nhẹ, nhận thức nền tảng số và khả năng điều chỉnh sau phản hồi.

Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất trên cơ sở khung lý thuyết của nghiên cứu

Khung ba tầng chuyển hóa các yếu tố văn hóa - nhận thức thành thành phần thiết kế cụ thể. Tầng Văn hóa định hướng việc xác định các chiều kích cần được phản ánh trong nhiệm vụ học tập; Tầng Nhận thức ngữ cảnh giúp người học phân tích vai giao tiếp, quyền lực, khoảng cách xã hội, mức độ áp đặt và đặc điểm nền tảng số; Tầng Trải nghiệm số tổ chức nhiệm vụ ngữ dụng, phản hồi, chỉnh sửa, suy ngẫm liên văn hóa và thu thập minh chứng đánh giá. Nhờ đó, trải nghiệm học tập số không chỉ là bài tập ngôn ngữ mà là nhiệm vụ giao tiếp có định hướng văn hóa - nhận thức.

Hình 1 thể hiện mối quan hệ liên kết giữa ba tầng của khung thiết kế. Tầng văn hóa định hướng việc nhận diện các chiều kích văn hóa - nhận thức có liên quan đến hành động yêu cầu. Tầng nhận thức ngữ cảnh cụ thể hóa các chiều kích này thành phân tích vai giao tiếp, mục đích yêu cầu, quyền lực, khoảng cách xã hội, mức độ áp đặt và đặc điểm nền tảng số. Tầng trải nghiệm số chuyển hóa kết quả phân tích thành nhiệm vụ ngữ dụng, sản phẩm lời yêu cầu, phản hồi, chỉnh sửa, suy ngẫm liên văn hóa và đánh giá. Quan hệ giữa ba tầng là quan hệ tương tác: nhận thức văn

hóa định hướng phân tích ngữ cảnh; phân tích ngữ cảnh định hướng lựa chọn chiến lược yêu cầu; quá trình thực hành, phản

hồi và chỉnh sửa tiếp tục hỗ trợ người học điều chỉnh năng lực ngữ dụng - văn hóa trong môi trường số.



Hình 1. Cấu trúc ba tầng của Khung thiết kế trải nghiệm học tập số về hành động yêu cầu

Để làm rõ khả năng vận dụng khung thiết kế, nhiệm vụ học tập có thể được tổ chức dưới dạng viết email học thuật. Người học phân tích trước quan hệ giữa người viết và người nhận, mức độ quyền lực, khoảng cách xã hội, mức độ áp đặt, tính lưu vết của email và yêu cầu bảo vệ thể diện. Trên cơ sở đó, người học xây dựng lời yêu cầu, nhận phản hồi, chỉnh sửa sản phẩm và viết phản tư ngắn về lý do lựa chọn chiến lược diễn đạt. Minh chứng học tập gồm bản phân tích ngữ cảnh, bản nháp, bản chỉnh sửa, nhận xét của giảng viên hoặc đồng đẳng, phiếu tự đánh giá và sản phẩm phản tư. Đoạn minh họa này chỉ làm rõ cách tổ chức hoạt động học tập theo khung ba tầng, không được xem là dữ liệu khảo sát, dữ liệu thực nghiệm, dữ liệu mô phỏng hoặc kết quả nghiên cứu.

4.3. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy Mô hình Văn hóa - Nhận thức có thể được vận dụng như khung định hướng thiết kế. Bốn chiều kích được lựa chọn trả lời RQ1 ở mức lý thuyết vì chúng làm rõ cách người

học diễn giải quan hệ giao tiếp, nghĩa vụ tương tác, mức độ trực tiếp/gián tiếp và yêu cầu quản lý thể diện khi thực hiện hành động yêu cầu.

Việc bổ sung đặc trưng của môi trường số giúp khung thiết kế tránh đồng nhất giao tiếp trực tuyến với giao tiếp mặt đối mặt. Trong tương tác số, nhất là email và diễn đàn, thông điệp có thể được lưu lại, đọc lại hoặc tiếp cận bởi nhiều đối tượng; do đó lời chào, xin phép, biện minh, giảm nhẹ, cảm ơn và diễn đạt gián tiếp trở thành thành phần quan trọng của năng lực ngữ dụng - văn hóa.

Khung thiết kế ba tầng trả lời RQ2 bằng cách liên kết cơ sở lý thuyết với tổ chức trải nghiệm học tập số. Tầng Văn hóa xác định các chiều kích cần được phản ánh; Tầng Nhận thức ngữ cảnh cụ thể hóa quyền lực, khoảng cách xã hội và mức độ áp đặt trong mối quan hệ với nền tảng số; Tầng Trải nghiệm số chuyển hóa các yếu tố này thành nhiệm vụ, phản hồi, chỉnh sửa, suy ngẫm và minh chứng đánh giá. Tuy nhiên, do bài viết dừng ở nghiên

cứu lý thuyết và đề xuất thiết kế, khung này cần được kiểm chứng trong các bối cảnh học tập số cụ thể.

4.4. Kết luận

Bài viết đã làm rõ khả năng vận dụng Mô hình Văn hóa - Nhận thức trong thiết kế trải nghiệm học tập số về hành động yêu cầu cho sinh viên đại học. Kết quả xác định bốn chiều kích định hướng thiết kế gồm cá nhân - tập thể, khoảng cách quyền lực, quan tâm thể diện và ưu tiên mức độ trực tiếp. Các chiều kích này chuyển trọng tâm từ mô tả hình thức ngôn ngữ sang nhận diện yếu tố văn hóa - nhận thức chi phối cách người học diễn giải quan hệ giao tiếp, thể diện, mức độ trực tiếp/gián tiếp và trách nhiệm tương tác.

Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất khung thiết kế ba tầng gồm Tầng Văn hóa, Tầng Nhận thức ngữ cảnh và Tầng Trải nghiệm số. Khung này chuyển hóa các biến ngữ dụng như quyền lực, khoảng cách xã hội và mức độ áp đặt thành bối cảnh giao tiếp số, vai giao tiếp, nhiệm vụ ngữ dụng, phản hồi, chỉnh sửa, suy ngẫm liên văn hóa và cơ chế đánh giá. Bài viết góp phần định hướng thiết kế hoạt động giao tiếp trực tuyến trong giáo dục đại học, đặc biệt đối với các hành động ngôn ngữ có nguy cơ đe dọa thể diện như hành động yêu cầu.

Tài liệu tham khảo

- Bennardo, G., và de Munck, V. C. (2014). *Cultural models: Genesis, methods, and experiences*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199908042.001.0001>
- Blum-Kulka, S., House, J., và Kasper, G. (Eds.). (1989). *Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies*. Ablex Publishing Corporation.
- Blum-Kulka, S., và Olshtain, E. (1984). Requests and apologies: A cross-cultural study of speech act realization patterns (CCSARP). *Applied Linguistics*, 5(3), 196-213. <https://doi.org/10.1093/applin/5.3.196>
- Branch, R. M. (2009). *Instructional design: The ADDIE approach*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-09506-6>
- Brown, P., và Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Laurillard, D. (2012). *Teaching as a design science: Building pedagogical patterns for learning and technology*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203125083>
- Lockee, B. B. (2021). Designing for learning in an open world. *TechTrends*, 65(5), 666-670. <https://doi.org/10.1007/s11528-021-00629-8>
- Martin, F., Ritzhaupt, A., Kumar, S., và Budhrani, K. (2022). Designing online learning in higher education. In O. Zawacki-Richter và I. Jung (Eds.), *Handbook of open, distance and digital education*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-19-2080-6_72
- Meng, W. (2024). A systematic review of the effectiveness of online learning in higher education during the COVID-19 pandemic period. *Frontiers in Education*, 8, Article 1334153. <https://doi.org/10.3389/educ.2023.1334153>
- Ogiermann, E. (2018). Discourse completion tasks. In A. H. Jucker, K. P. Schneider, và W. Bublitz (Eds.), *Methods in pragmatics* (pp. 229-255). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110424928-009>
- Shore, B. (1996). *Culture in mind: Cognition, culture, and the problem of meaning*. Oxford University Press.

- Virtanen, T., và Lee, C. (2022). Face-work in online discourse: Practices and multiple conceptualizations. *Journal of Pragmatics*, 195, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2022.03.013>
- Wang, Z. (2021). Politeness in making requests and responses in computer-mediated communication among Chinese college students. *Theory and Practice in Language Studies*, 11(1), 36-42. <https://doi.org/10.17507/tpls.1101.05>
- Wong, J. T., và Hughes, B. S. (2023). Leveraging learning experience design: Digital media approaches to influence motivational traits that support student learning behaviors in undergraduate online courses. *Journal of Computing in Higher Education*, 35(3), 595-632. <https://doi.org/10.1007/s12528-022-09342-1>
- Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics: Internet-mediated communication in context*. John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/pbns.213>

THE APPLICATION OF A CULTURAL-COGNITIVE MODEL IN DESIGNING DIGITAL LEARNING EXPERIENCES ON REQUEST ACTS FOR UNIVERSITY STUDENTS

Nguyen Thi Hoa¹

Abstract: *This article clarifies the applicability of the Cultural-Cognitive Model to the design of digital learning experiences on request acts for university students. Based on document analysis, synthesis, and design reasoning, the study identifies four dimensions with design-oriented value: Individualism-Collectivism, Power Distance, Face Concern, and Directness Preference. These dimensions are directly related to power relations, social distance, degree of imposition, face management, politeness strategies, and the characteristics of digital communication. On this basis, the article proposes a three-layer design framework comprising the Cultural Layer, the Contextual-Cognitive Layer, and the Digital Experience Layer. This framework enables the transformation of cultural-cognitive factors into learning tasks, feedback, revision, intercultural reflection, and assessment mechanisms for evaluating learners' pragmatic-cultural appropriateness.*

Keywords: *cross-cultural pragmatics, cultural-cognitive model, digital learning, digital learning experience design, request acts*

¹ Hanoi University of Natural Resources and Environment, Hanoi, Vietnam