

Kinh nghiệm ứng dụng trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn trong các chiến dịch bầu cử tại một số nền kinh tế APEC

Experiences in applying Artificial Intelligence and Big Data in election campaigns in selected APEC economies

TS. GNEDASH ANNA ALEKSANDROVNA

Trường đại học Quốc gia Kuban, Liên bang Nga;

Email: anna_gnedash@inbox.ru

ThS. VŨ THỊ HUỜNG

Học viện Báo chí và Tuyên truyền;

Email: vuhuong231092@gmail.com

Ngày nhận bài: 26/5/2026

Ngày phản biện: 17/8/2026

Ngày duyệt đăng: 20/8/2026

Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí truyền thông

Tóm tắt: Trong bối cảnh chuyển đổi số và sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ truyền thông hiện đại, trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (Big Data) ngày càng được ứng dụng rộng rãi trong các chiến dịch bầu cử tại nhiều quốc gia thuộc Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC). Bài viết phân tích kinh nghiệm ứng dụng AI và Big Data trong hoạt động vận động tranh cử, phân tích hành vi cử tri, truyền thông chính trị và quản trị thông tin bầu cử tại một số nền kinh tế APEC tiêu biểu. Trên cơ sở đó, bài viết đánh giá những tác động tích cực của công nghệ đối với hiệu quả truyền thông và khả năng tiếp cận cử tri, đồng thời chỉ ra các thách thức liên quan đến quyền riêng tư dữ liệu, thao túng thông tin và an ninh mạng trong quá trình bầu cử. Kết quả nghiên cứu góp phần cung cấp thêm cơ sở tham khảo cho việc nghiên cứu, xây dựng và quản lý hoạt động truyền thông chính trị trong bối cảnh phát triển công nghệ số hiện nay.

Từ khóa: trí tuệ nhân tạo; dữ liệu lớn; chiến dịch bầu cử; truyền thông chính trị; APEC; chuyển đổi số; công nghệ số.

Abstract: Against the backdrop of digital transformation and the rapid development of modern communication technologies, artificial intelligence (AI) and Big Data are increasingly being applied in election campaigns across various economies of the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC). The article analyzes experiences in applying AI and Big Data to electoral campaigning, voter behavior analysis, political communication, and election information management in selected APEC economies. On this basis, the article assesses the positive impacts of these technologies on communication effectiveness and voter outreach, while also identifying challenges related to data privacy, information manipulation, and cybersecurity during elections. The findings provide an additional basis for reference in researching, developing, and managing political communication activities amid the ongoing development of digital technologies.

Keywords: artificial intelligence; Big Data; election campaigns; political communication; APEC; digital transformation; digital technologies.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và quá trình chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu, AI và Big Data đang trở thành những công nghệ có ảnh hưởng sâu rộng đến nhiều lĩnh vực của đời sống xã hội, trong đó có chính trị và hoạt động bầu cử. Sự phát triển của các nền tảng số, mạng xã hội và công nghệ phân tích dữ liệu đã làm thay đổi đáng kể phương thức tổ chức, vận hành và truyền thông trong các chiến dịch bầu cử hiện đại. Tại nhiều quốc gia thuộc APEC, AI và Big Data ngày

càng được sử dụng phổ biến nhằm phân tích hành vi cử tri, dự báo xu hướng bầu cử, cá nhân hóa thông điệp truyền thông và nâng cao hiệu quả vận động tranh cử.

Thực tiễn cho thấy việc ứng dụng AI và dữ liệu lớn đã góp phần gia tăng khả năng tiếp cận cử tri, tối ưu hóa nguồn lực truyền thông và nâng cao năng lực cạnh tranh của các chủ thể tham gia bầu cử. Thông qua việc thu thập và xử lý khối lượng dữ liệu lớn từ các nền tảng trực tuyến, các tổ chức chính trị và ứng cử viên có thể xây dựng chiến lược truyền thông phù

hợp với từng nhóm đối tượng cử tri khác nhau. Đồng thời, công nghệ AI còn hỗ trợ tự động hóa nhiều hoạt động như phân tích dư luận xã hội, quản lý nội dung truyền thông, dự đoán hành vi chính trị và đánh giá mức độ ảnh hưởng của các thông điệp tranh cử.

Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích tích cực, việc ứng dụng AI và Big Data trong các chiến dịch bầu cử cũng đặt ra nhiều vấn đề đáng quan tâm liên quan đến bảo mật dữ liệu cá nhân, thao túng thông tin, lan truyền tin giả, tác động của thuật toán đối với nhận thức chính trị và nguy cơ can thiệp vào tiến trình dân chủ. Một số vụ việc liên quan đến khai thác dữ liệu cử tri, sử dụng AI trong truyền thông chính trị và kiểm soát thông tin trên không gian mạng tại các nước APEC đã cho thấy những thách thức mới đối với quản trị truyền thông và an ninh chính trị trong thời đại số.

2. Phương pháp nghiên cứu

Thứ nhất, phương pháp nghiên cứu tài liệu được sử dụng để thu thập và hệ thống hóa các thông tin liên quan đến chính sách, công nghệ và thực tiễn ứng dụng AI và Big Data trong hoạt động chính trị và bầu cử. Nguồn tài liệu gồm các công trình nghiên cứu khoa học, báo cáo của các tổ chức quốc tế, tài liệu của cơ quan bầu cử, văn bản pháp luật và chính sách, báo cáo của các tổ chức nghiên cứu, cùng các nguồn báo chí có độ tin cậy.

Thứ hai, phương pháp nghiên cứu trường hợp (case study) được sử dụng để phân tích ba trường hợp gồm Mỹ, Trung Quốc và Nga. Việc lựa chọn ba trường hợp dựa trên sự khác biệt về mô hình chính trị, cách thức tổ chức hoạt động chính trị - bầu cử và phương thức ứng dụng công nghệ số. Mỹ được lựa chọn do có quá trình ứng dụng dữ liệu cử tri, phân tích dữ liệu và AI trong vận động tranh cử tương đối rõ nét; Trung Quốc là trường hợp tiêu biểu cho việc kết hợp AI và Big Data với quản trị xã hội, quản lý thông tin và hoạt động chính trị; trong khi Nga cho thấy sự kết hợp giữa số hóa bầu cử, phân tích dữ liệu chính trị và truyền thông số. Đối với mỗi trường hợp, nghiên cứu tập trung phân tích bối cảnh ứng dụng, lĩnh vực sử dụng, cách thức triển khai, kết quả và những vấn đề đặt ra.

Thứ ba, phương pháp phân tích - so sánh được sử dụng để đối chiếu kết quả giữa ba trường hợp. Việc so sánh tập trung vào các tiêu chí gồm mục đích sử

dụng AI và Big Data, lĩnh vực ứng dụng, mức độ tham gia của các chủ thể chính trị, vai trò của dữ liệu trong quá trình ra quyết định và những rủi ro phát sinh. Trên cơ sở đó, nghiên cứu nhận diện những điểm tương đồng và khác biệt trong cách thức ứng dụng công nghệ giữa các quốc gia.

Cuối cùng, phương pháp phân tích - tổng hợp được sử dụng để khái quát kết quả từ các trường hợp nghiên cứu, qua đó xác định những xu hướng chính, cơ hội, thách thức và điều kiện cần thiết khi ứng dụng AI và Big Data trong hoạt động chính trị và bầu cử. Từ kết quả so sánh, nghiên cứu rút ra một số kinh nghiệm và hàm ý có thể tham khảo đối với Việt Nam.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

Thực trạng ứng dụng trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn trong các chiến dịch bầu cử tại một số nền kinh tế APEC

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, nhiều nước APEC đã đẩy mạnh ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (Big Data) vào hoạt động quản trị xã hội, truyền thông chính trị và các chiến dịch bầu cử. Việc ứng dụng AI và Big Data trong lĩnh vực chính trị tại các nước APEC có sự khác biệt đáng kể do đặc điểm thể chế chính trị, trình độ công nghệ và mức độ phát triển của hạ tầng số ở mỗi quốc gia. Tuy nhiên, nhìn chung các công nghệ này đều được sử dụng nhằm phân tích hành vi xã hội, dự báo xu hướng dư luận, cá nhân hóa nội dung truyền thông và nâng cao hiệu quả vận động chính trị trong môi trường số. Trong phạm vi bài viết, tác giả lựa chọn một số quốc gia làm các trường hợp nghiên cứu tiêu biểu như Mỹ, Trung Quốc, Nga. Đây là những quốc gia có mức độ phát triển công nghệ số tương đối cao và đại diện cho các mô hình ứng dụng AI và Big Data khác nhau trong hoạt động chính trị và truyền thông hiện nay.

Mỹ: Ứng dụng AI và Big Data trong phân tích cử tri, cá nhân hóa vận động và truyền thông chính trị

Mỹ là một trong những trường hợp có mức độ ứng dụng AI và Big Data đáng chú ý trong các chiến dịch bầu cử. Đặc trưng nổi bật của mô hình này là việc khai thác dữ liệu quy mô lớn để phân tích cử tri, xác định nhóm đối tượng mục tiêu và cá nhân hóa hoạt động vận động tranh cử. Qua đó, công nghệ số ngày càng trở thành một bộ phận của quá trình hoạch

định và triển khai chiến dịch chính trị.

Thứ nhất, dữ liệu lớn được sử dụng làm nền tảng cho việc phân tích và phân loại cử tri. Nickerson và Rogers (2014), trong nghiên cứu Political Campaigns and Big Data, cho thấy các chiến dịch chính trị hiện đại xây dựng cơ sở dữ liệu ở cấp độ cá nhân và kết hợp dữ liệu cử tri với nhiều nguồn thông tin khác để xây dựng các mô hình dự đoán, qua đó xác định khả năng tham gia, mức độ ủng hộ và khả năng thay đổi hành vi của từng cử tri (Nickerson & Rogers, 2014). Quy mô của các cơ sở dữ liệu này có thể lên tới hàng trăm triệu hồ sơ. Chẳng hạn, Voter Gravity, một công ty cung cấp dữ liệu và giải pháp phân tích phục vụ hoạt động chính trị tại Mỹ, công bố cơ sở dữ liệu với hơn 175 triệu hồ sơ cử tri tại 50 bang, trong đó mỗi hồ sơ được bổ sung các nhóm thông tin về nhân khẩu học, hành vi và đặc điểm người tiêu dùng. Những dữ liệu này tạo cơ sở để các chiến dịch xác định đặc điểm của từng nhóm cử tri và lựa chọn phương thức tiếp cận phù hợp.

Thứ hai, AI và Big Data được ứng dụng trong xác định đối tượng mục tiêu và cá nhân hóa thông điệp vận động. Trường hợp Cambridge Analytica trong cuộc bầu cử tổng thống Mỹ năm 2016 cho thấy dữ liệu người dùng Facebook có thể được khai thác để xây dựng hồ sơ về đặc điểm, sở thích và xu hướng tâm lý của cử tri, từ đó hỗ trợ triển khai quảng cáo chính trị hướng tới các nhóm đối tượng cụ thể (Goldstein & Lohn, 2024). Trường hợp này phản ánh sự chuyển dịch từ truyền thông đại chúng sang truyền thông nhắm mục tiêu, trong đó việc lựa chọn đối tượng và nội dung tiếp cận được điều chỉnh dựa trên dữ liệu. Sau năm 2016, các chiến dịch tranh cử tiếp tục phát triển các công cụ phân tích dữ liệu và học máy nhằm theo dõi phản ứng của cử tri trên môi trường trực tuyến, xác định nhóm cử tri mục tiêu và điều chỉnh chiến lược truyền thông. Như vậy, dữ liệu và thuật toán ngày càng tham gia trực tiếp vào quá trình lựa chọn đối tượng, xây dựng thông điệp và tổ chức hoạt động vận động tranh cử (Matz et al., 2017).

Thứ ba, AI tạo sinh mở rộng phương thức truyền thông chính trị nhưng đồng thời làm gia tăng nguy cơ thông tin sai lệch. Công nghệ này cho phép tạo nhanh văn bản, hình ảnh, âm thanh và video, trong đó deepfake có thể được sử dụng để mô phỏng hình ảnh hoặc

giọng nói của nhân vật chính trị (Goldstein & Lohn, 2024). Trong cuộc bầu cử sơ bộ tại New Hampshire năm 2024, một loạt cuộc gọi tự động đã sử dụng AI để giả giọng Joe Biden và khuyến cử tri không tham gia bỏ phiếu; vụ việc sau đó bị Ủy ban Truyền thông Liên bang Mỹ (FCC) xử phạt (Federal Communications Commission, 2024). Trường hợp này cho thấy AI tạo sinh vừa mở rộng khả năng sản xuất nội dung chính trị, vừa đặt ra thách thức đối với tính xác thực của thông tin và tính toàn vẹn của quá trình bầu cử.

Trung Quốc: Ứng dụng AI và Big Data trong quản trị xã hội, quản lý thông tin và tham vấn chính trị

Khác với Mỹ, việc ứng dụng AI và Big Data trong đời sống chính trị tại Trung Quốc gắn chặt với quản trị xã hội, quản lý thông tin và điều hành chính sách. Trung Quốc xác định AI là công nghệ có ý nghĩa chiến lược và từ năm 2017 đã ban hành Kế hoạch phát triển AI thế hệ mới, trong đó đặt mục tiêu mở rộng ứng dụng AI trong quản trị xã hội, dự báo nhu cầu xã hội, cảnh báo rủi ro và hỗ trợ ra quyết định của chính quyền (State Council of the People's Republic of China, 2017).

Thứ nhất, AI và Big Data được sử dụng như công cụ hỗ trợ quản trị dựa trên dữ liệu. Một ví dụ là hệ thống tín nhiệm xã hội (Social Credit System), được xây dựng trên cơ sở kết nối và chia sẻ dữ liệu giữa các cơ quan, địa phương và lĩnh vực nhằm hỗ trợ đánh giá mức độ tuân thủ pháp luật và thực thi quy định (Koster, 2021). Tuy nhiên, cần lưu ý rằng Trung Quốc không có một hệ thống thống nhất chấm điểm toàn bộ công dân như một số mô tả phổ biến; trên thực tế, hệ thống này gồm nhiều cơ sở dữ liệu và cơ chế đánh giá khác nhau, với mức độ số hóa và phạm vi áp dụng không đồng nhất.

Thứ hai, AI và Big Data được sử dụng trong quản lý và điều tiết không gian thông tin số. Quy định về dịch vụ AI tạo sinh của Trung Quốc năm 2023 yêu cầu các nhà cung cấp nâng cao độ chính xác và độ tin cậy của nội dung, bảo vệ dữ liệu cá nhân và thực hiện các biện pháp quản lý đối với nội dung vi phạm pháp luật; đồng thời yêu cầu các nội dung hình ảnh, video được tạo bằng AI phải được đánh dấu theo quy định về công nghệ tổng hợp sâu (Cyberspace Administration of China, 2023). Điều này cho thấy AI tại Trung Quốc không chỉ được phát triển như một công cụ

công nghệ mà còn được đặt trong khuôn khổ quản trị dữ liệu và quản lý thông tin.

Thứ ba, việc ứng dụng AI và Big Data trong đời sống chính trị Trung Quốc chủ yếu gắn với quản trị và tham vấn chính trị hơn là cạnh tranh vận động tranh cử giữa các đảng phái. Do đặc điểm của hệ thống chính trị Trung Quốc, AI và Big Data cần được xem xét trong mối liên hệ với việc thu thập và phân tích thông tin xã hội, hỗ trợ ra quyết định, quản lý thông tin và tổ chức các hoạt động chính trị. Qua trường hợp Trung Quốc, AI và Big Data được ứng dụng nổi bật trong quản trị xã hội, quản lý thông tin và hỗ trợ các hoạt động chính trị, trong khi vai trò trong cạnh tranh vận động cử tri giữa các đảng phái ít nổi bật hơn so với trường hợp Mỹ.

Nga: Ứng dụng AI và Big Data trong số hóa bầu cử, phân tích dữ liệu chính trị và truyền thông số

Tương tự Trung Quốc, việc ứng dụng AI và Big Data tại Nga gắn với cả quản trị, hoạt động chính trị và số hóa bầu cử. Tuy nhiên, khác với Trung Quốc, công nghệ số tại Nga được thể hiện rõ hơn trong hệ thống bỏ phiếu điện tử và hoạt động của các đảng chính trị trên môi trường số.

Thứ nhất, công nghệ dữ liệu và hệ thống số được sử dụng để mở rộng hình thức bỏ phiếu điện tử. Nga bắt đầu thử nghiệm bỏ phiếu điện tử từ năm 2019 và từng bước mở rộng phạm vi áp dụng. Trong cuộc bầu cử tổng thống năm 2024, bỏ phiếu điện tử từ xa (DEG - дистанционное электронное голосование) được triển khai tại 29 khu vực, bao phủ khoảng 38 triệu cử tri theo tài liệu của Nghị viện châu Âu (European Parliamentary Research Service, 2024). Cơ chế này sử dụng các hệ thống thông tin điện tử để đăng ký, xác thực cử tri và tiếp nhận, xử lý phiếu bầu. Việc mở rộng DEG cho thấy dữ liệu và hạ tầng số ngày càng giữ vai trò quan trọng trong tổ chức bầu cử tại Nga. Tuy nhiên, cần phân biệt bỏ phiếu điện tử với ứng dụng AI; các nguồn hiện có chưa đủ để khẳng định AI là công nghệ cốt lõi của toàn bộ hệ thống DEG.

Thứ hai, AI và thuật toán được sử dụng trong quản lý và phân tích dữ liệu phục vụ hoạt động của các đảng chính trị. Theo Vedomosti, năm 2023, Đảng Nước Nga Thống nhất sử dụng AI và các thuật toán để kiểm tra hoạt động công khai của những người có tên trong cơ sở dữ liệu người ủng hộ trên VKontakte

và Odnoklassniki. Các thuật toán được cho là phân tích những hoạt động như lượt thích, chia sẻ và phát ngôn trên mạng xã hội nhằm cập nhật, sàng lọc cơ sở dữ liệu người ủng hộ (Vedomosti, 2023). Tuy nhiên, thông tin này chủ yếu dựa trên các nguồn dẫn lời những người trong cơ cấu của đảng, do đó nên được xem là một trường hợp được báo chí ghi nhận, chưa đủ để khẳng định AI đã được sử dụng phổ biến trong hoạt động vận động cử tri tại Nga.

Thứ ba, AI bắt đầu được sử dụng như một phương tiện tạo nội dung và duy trì hình ảnh chính trị trên môi trường số. Năm 2023, Đảng Dân chủ Tự do Nga (LDPR) giới thiệu “Cyber-Zhirinovsky”, một hệ thống AI được xây dựng dựa trên di sản phát ngôn của cố lãnh đạo Vladimir Zhirinovsky và có khả năng tương tác với công chúng theo phong cách của ông (Liberal Democratic Party of Russia, 2023). Trường hợp này cho thấy AI không chỉ được sử dụng để xử lý dữ liệu mà còn có thể trở thành công cụ tái tạo hình ảnh và biểu tượng chính trị trong truyền thông số. Tuy nhiên, đây là một trường hợp cụ thể của LDPR, không nên xem là bằng chứng cho mức độ phổ biến của AI trong toàn bộ hoạt động truyền thông chính trị tại Nga.

Nhìn chung, trường hợp Nga cho thấy AI và Big Data đang được ứng dụng trong một số khâu của hoạt động chính trị và bầu cử, nổi bật ở số hóa bỏ phiếu, phân tích dữ liệu chính trị và tạo nội dung truyền thông. Tuy nhiên, mức độ ứng dụng không đồng đều và bằng chứng hiện có chủ yếu tập trung ở một số hệ thống, đảng và trường hợp cụ thể. Đồng thời, việc mở rộng công nghệ số trong bầu cử đặt ra những vấn đề về tính minh bạch, khả năng kiểm chứng và giám sát độc lập.

Qua phân tích trường hợp Mỹ, Trung Quốc và Nga có thể thấy AI và Big Data đang ngày càng tham gia vào nhiều khâu của hoạt động chính trị và bầu cử, từ phân tích dữ liệu và hành vi cử tri, hỗ trợ truyền thông đến quản lý và giám sát thông tin. Tuy nhiên, cách thức ứng dụng và mức độ kiểm soát công nghệ khác nhau tùy thuộc vào thể chế chính trị, năng lực công nghệ và khung pháp lý của mỗi quốc gia. Điểm chung rút ra là hiệu quả của AI không chỉ phụ thuộc vào năng lực công nghệ mà còn vào chất lượng dữ liệu, năng lực quản trị và cơ chế kiểm soát rủi ro. Từ đó, có thể rút ra một số kinh nghiệm: xây dựng nền tảng dữ liệu và hạ tầng công nghệ là điều kiện quan trọng để khai

thác AI; đồng thời, việc ứng dụng AI trong chính trị và bầu cử cần gắn với yêu cầu về minh bạch, an toàn dữ liệu, bảo vệ quyền riêng tư và khả năng kiểm chứng. Bên cạnh đó, cần chủ động kiểm soát các rủi ro như thông tin sai lệch, deepfake và thao túng dư luận, thay vì chỉ tập trung vào lợi ích công nghệ.

Đối với Việt Nam, những kinh nghiệm trên có thể được tham khảo trong quá trình phát triển chính phủ số, quản trị dữ liệu và ứng dụng AI. Trọng tâm không phải là sao chép mô hình của bất kỳ quốc gia nào mà là lựa chọn phù hợp với điều kiện thể chế và thực tiễn trong nước, trong đó kết hợp giữa thúc đẩy đổi mới công nghệ với bảo đảm an toàn dữ liệu, minh bạch và trách nhiệm của con người. Đây cũng là cơ sở để Việt Nam tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý và cơ chế quản trị AI theo hướng vừa khai thác hiệu quả tiềm năng của công nghệ, vừa hạn chế các tác động tiêu cực trong lĩnh vực chính trị và xã hội.

3.2. Thảo luận

Phân tích trường hợp Mỹ, Trung Quốc và Nga cho thấy AI và Big Data đang ngày càng trở thành một bộ phận của quá trình số hóa hoạt động chính trị và bầu cử, nhưng phương thức và mức độ ứng dụng có sự khác biệt rõ rệt. Những khác biệt này xuất phát từ điều kiện công nghệ, đặc điểm thể chế, cách thức quản trị và khung pháp lý của mỗi quốc gia.

Thứ nhất, AI và Big Data đang chuyển hoạt động chính trị từ mô hình dựa nhiều vào truyền thông đại chúng sang mô hình dựa trên dữ liệu. Trường hợp Mỹ cho thấy dữ liệu cử tri có thể được sử dụng để phân loại đối tượng, dự đoán hành vi và cá nhân hóa thông điệp vận động. Trong khi đó, tại Trung Quốc và Nga, dữ liệu lớn được sử dụng nổi bật hơn trong quản trị xã hội, quản lý thông tin, số hóa bầu cử và tổ chức hoạt động chính trị. Điểm chung giữa các trường hợp là dữ liệu ngày càng trở thành nguồn lực quan trọng phục vụ việc nhận diện xu hướng xã hội, hỗ trợ ra quyết định và điều chỉnh hoạt động chính trị.

Thứ hai, hiệu quả của AI và Big Data phụ thuộc đáng kể vào môi trường thể chế và mục tiêu sử dụng công nghệ. Ở Mỹ, công nghệ chủ yếu phục vụ cạnh tranh chính trị, vận động cử tri và truyền thông nhắm mục tiêu. Ở Trung Quốc, AI và Big Data được đặt trong khuôn khổ quản trị xã hội và quản lý thông tin rộng hơn. Trong khi đó, Nga thể hiện sự kết hợp giữa

số hóa bầu cử, phân tích dữ liệu chính trị và truyền thông số. Do đó, không thể xem AI và Big Data là một mô hình ứng dụng thống nhất có thể áp dụng giống nhau ở mọi quốc gia.

Thứ ba, ứng dụng AI trong chính trị đồng thời tạo ra những rủi ro mới về quyền riêng tư, minh bạch và tính toàn vẹn của thông tin bầu cử. Việc thu thập và phân tích dữ liệu cá nhân ở quy mô lớn có thể làm gia tăng nguy cơ sử dụng dữ liệu vượt quá mục đích ban đầu. AI tạo sinh và deepfake cũng làm cho việc tạo và phát tán nội dung giả mạo trở nên dễ dàng hơn, trong khi các hệ thống bỏ phiếu điện tử đặt ra yêu cầu cao về khả năng kiểm chứng và giám sát độc lập. Qua đó, có thể thấy việc ứng dụng công nghệ trong bầu cử còn đặt ra yêu cầu về quản lý dữ liệu, bảo vệ quyền của cử tri và củng cố niềm tin vào quá trình bầu cử.

Từ ba trường hợp trên, có thể rút ra một số kinh nghiệm có ý nghĩa đối với quá trình ứng dụng AI và Big Data trong chính trị và bầu cử. Trước hết, cần xây dựng cơ sở pháp lý rõ ràng về thu thập, sử dụng và chia sẻ dữ liệu chính trị, đặc biệt đối với dữ liệu cá nhân của cử tri. Tiếp theo, việc ứng dụng AI cần đi kèm với cơ chế minh bạch và kiểm chứng độc lập, nhất là đối với hệ thống bỏ phiếu điện tử và nội dung chính trị do AI tạo ra. Bên cạnh đó, cần nâng cao năng lực phát hiện và xử lý thông tin giả mạo, đồng thời tăng cường năng lực số cho cơ quan quản lý, tổ chức chính trị và cử tri.

Đối với Việt Nam, những kinh nghiệm trên có thể được tham khảo trong quá trình chuyển đổi số và nghiên cứu ứng dụng AI trong quản trị, truyền thông chính sách và các hoạt động liên quan đến bầu cử. Tuy nhiên, việc tham khảo cần được thực hiện có chọn lọc, phù hợp với điều kiện thể chế, pháp luật và hạ tầng số của Việt Nam. Đặc biệt, cần ưu tiên xây dựng cơ chế quản trị dữ liệu, bảo vệ thông tin cá nhân, xác thực nội dung do AI tạo ra và bảo đảm tính minh bạch, an toàn của các hệ thống số được sử dụng trong hoạt động chính trị. Như vậy, kinh nghiệm quốc tế không nên được tiếp nhận theo hướng sao chép mô hình công nghệ, mà cần được chuyển hóa thành các nguyên tắc và giải pháp phù hợp với bối cảnh Việt Nam.

4. Kết luận

AI và Big Data đang từng bước làm thay đổi phương thức tổ chức và vận hành các hoạt động chính

trị, truyền thông và bầu cử. Qua ba trường hợp Mỹ, Trung Quốc và Nga, có thể thấy công nghệ được ứng dụng theo những hướng khác nhau, từ phân tích và cá nhân hóa vận động cử tri, quản trị xã hội và thông tin, đến số hóa bầu cử và truyền thông chính trị. Điểm chung là dữ liệu và thuật toán ngày càng tham gia sâu hơn vào quá trình thu thập thông tin, phân tích xã hội và hỗ trợ ra quyết định chính trị. Tuy nhiên, ứng dụng AI và Big Data cũng tạo ra những thách thức về quyền riêng tư, minh bạch, khả năng kiểm chứng, thông tin sai lệch và giám sát công nghệ. Do đó, hiệu quả của chuyển đổi số trong lĩnh vực chính trị không chỉ phụ thuộc vào mức độ hiện đại của công nghệ mà còn phụ thuộc vào năng lực quản trị dữ liệu, khung pháp lý và cơ chế giám sát.

Đối với Việt Nam, kinh nghiệm từ các trường hợp nghiên cứu cho thấy cần kết hợp phát triển và ứng dụng AI với quản trị dữ liệu, bảo vệ quyền công dân, tăng cường minh bạch và kiểm soát rủi ro, qua đó khai thác lợi ích của công nghệ nhưng hạn chế những tác động tiêu cực đối với hoạt động chính trị và bầu cử./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Brodnax, N., & Sapiezynski, P. (2020). Evolution of digital advertising strategies during the 2020 U.S. presidential primary. arXiv <https://arxiv.org/abs/2012.05859>.
2. Cyberspace Administration of China. (2023). Interim measures for the management of generative artificial intelligence services.
3. Endres, K., & Kelly, K. J. (2018). Does microtargeting matter? Campaign contact strategies and young voters. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 28(1), 1-18.
4. European Parliamentary Research Service. (2024). Russia's 2024 presidential election: What is at stake and what is not. European Parliament.
5. Federal Communications Commission. (2024, September 26). FCC issues \$6M fine for N.H. robocalls.
6. Goldstein, J. A., & Lohn, A. (2024). Deepfakes, elections, and shrinking the liar's dividend. *Brennan Center for Justice*.
7. Hasan, S., & Ahmed, A. (2025). Gauging the AI threat to free and fair elections. *Brennan Center for Justice*.
8. Koster, F. (2021). China's social credit system in 2021: From fragmentation towards integration. *MERICs*.
9. Liberal Democratic Party of Russia. (2023, June 21). ЛДПР презентовала искусственный интеллект КиберЖириновский». <https://ldpr.ru/event/290653/>
10. Matz, S. C., Kosinski, M., Nave, G., & Stillwell, D. J. (2017). Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(48), 12714-12719.
11. McCarthy, J., Minsky, M. L., Rochester, N., & Shannon, C. E. (2006). A proposal for the Dartmouth summer research project on artificial intelligence, August 31, 1955. *AI Magazine*, 27(4), 12-14 <https://doi.org/10.1609/aimag.v27i4.1904>
12. Nickerson, D. W., & Rogers, T. (2014). Political campaigns and big data. *Journal of Economic Perspectives*, 28(2), 51-74.
13. Rich, E. (1983). *Artificial intelligence*. McGraw-Hill.
14. Ryun, N. (2013, November 20). What can Voter Gravity data do for you? Voter Gravity <https://votergravity.com/can-voter-gravity-data>
15. Safiullah, M., & Parveen, N. (2022). Big data, artificial intelligence and machine learning: A paradigm shift in election campaigns. In S. K. Panda, R. K. Mohapatra, S. Panda, & S. Balamurugan (Eds.), *The new advanced society*.
16. SAS. (n.d.). Что такое большие данные? SASInsights. https://www.sas.com/ru_ru/insights/big-data/what-is-big-data.html
17. Siau, K. L., & Yang, Y. (2017). Impact of artificial intelligence, robotics, and machine learning on sales and marketing. In *MWAIS 2017 Proceedings* <https://aisel.aisnet.org/mwaais2017/48>
18. Simchon, A., Edwards, M., & Lewandowsky, S. (2024). The persuasive effects of political microtargeting in the age of generative artificial intelligence. *PNAS Nexus*, 3(2), 035.
19. State Council of the People's Republic of China. (2017). New generation artificial intelligence development plan.
20. Vedomosti. (2023). United Russia uses AI and special algorithms to analyze supporters' social media activity.
21. Видовский, Л. А., Янаева, М. В., Мурлин, А. Г., Мурлина, В. А., & Гвозденко, А. А. (2017). Анализ возможности использования технологии обработки больших данных в системах для территориально-распределенных комплексов. *Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета*, (132), 1100-1110.
22. Морхат, П. М. (2017). К вопросу об определении понятия искусственного интеллекта. *Право и государство: теория и практика*, (12), 25-32.
23. ГОСТ Р 43.0.8-2017. (2018). Национальный стандарт Российской Федерации. Информационное обеспечение техники и операторской деятельности. Искусственно-интеллектуализированное человекоинформационное взаимодействие. Общие положения. Стандартинформ.