

УДК 321.01:316.647

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2025.61.61>

ФЕНОМЕН ПОСТПРАВДИ В КОНТЕКСТІ ПОЛІТИЧНОГО ПОПУЛІЗМУ: СПІЛЬНІ ВИТОКИ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК

Сергій Ягодзінський

*ПВНЗ «Європейський університет»,
бул. Вернадського, 16-В, 03115, м. Київ, Україна
ORCID: 0000-0001-8755-2235*

Леся Левченко

*ПВНЗ «Європейський університет»,
кафедра соціально-гуманітарних дисциплін
бул. Вернадського, 16-В, 03115, м. Київ, Україна
ORCID: 0009-0001-4030-7272*

У статті досліджується феномен постправди як характерна ознака сучасного інформаційного суспільства та його глибокий взаємозв'язок із політичним популізмом. Постправда розглядається як стан суспільної свідомості, за якого об'єктивна інформація, факти, наукові докази та раціональні аргументи втрачають свою значущість у публічному дискурсі, поступаючись місцем емоційним судженням, стереотипам, віруванням і навмисним маніпуляціям. Політичний популізм, що ґрунтується на спрощеній дихотомії «народ – еліта», активно експлуатує постправдиві наративи для мобілізації електорату, легітимації своїх меседжів, створення образу внутрішнього чи зовнішнього ворога та делегітимації опонентів. Увага зосереджена на виявленні соціокультурного, психологічного й технологічного підґрунтя цих процесів, включаючи зростання недовіри до інституцій, фрагментацію медіапростору, роль когнітивних упереджень та алгоритмізацію споживання інформації. Розкрито механізми функціонування масмедіа та соціальних мереж у формуванні інформаційних бульбашок, де фейкові новини, сенсаційні повідомлення й дезінформація підсилюють соціальну поляризацію, підтримуючи раціональне обговорення та критичне мислення. Визначено, що постправда і популізм не лише взаємно підсилюють одне одного, а і сприяють ерозії демократичної політичної культури, зниженню рівня суспільної довіри та зростанню авторитарних тенденцій. Стаття базується на міждисциплінарному аналізі сучасних наукових досліджень, емпіричних кейсів та особливостей українського політичного контексту. Представлені висновки можуть бути корисними для науковців, журналістів, медіаекспертів, викладачів та громадських діячів, які прагнуть протидіяти інформаційним впливам і захищати демократичні цінності в умовах цифрової доби.

Ключові слова: постправда, політичний популізм, маніпуляції, інформаційні бульбашки, дезінформація, медіа, суспільна свідомість, демократія.

Сучасний політичний дискурс дедалі більше характеризується явищем постправди, коли емоції, особисті переконання та маніпулятивна риторика переважають над об'єктивними фактами у формуванні громадської думки. В умовах глобалізації інформаційного простору та зростання ролі соціальних медіа постправда стає потужним інструментом політичного впливу, особливо в руках популістських лідерів. Політичний популізм, своєю чергою, активно використовує постправду для мобілізації електорату, апелюючи до «простих рішень» і уникаючи складних аналітичних підходів до суспільних проблем.

Незважаючи на актуальність проблеми, феномен постправди залишається не досить вивченим у контексті політичного популізму, зокрема з огляду на механізми формування та

поширення дезінформації, роль емоційного впливу на масову свідомість та етичні виклики, які постають перед демократичними суспільствами. Такий аналіз є необхідним для глибшого розуміння трансформацій сучасної політичної комунікації та для розробки стратегій протидії маніпуляціям у публічному просторі.

Метою дослідження є виявлення сутності та особливостей прояву феномену постправди в контексті політичного популізму, а також аналіз впливу цього явища на демократичні процеси та суспільну свідомість. Слід проаналізувати поняття «постправда» та «політичний популізм» у сучасному науковому дискурсі; визначити ключові ознаки та інструменти постправди, що використовуються в популістській політичній риторичі; дослідити вплив постправди на формування громадської думки та електоральну поведінку; розглянути приклади використання постправди у практиці сучасних популістських політиків; окреслити можливі шляхи подолання впливу постправди в умовах демократичного суспільства.

Феномен постправди як окремий концепт почав формуватися у науковому дискурсі з початку 2000-х років. Уже у роботі Кіза було наголошено на зміні природи суспільного сприйняття істини: дедалі частіше замість фактів домінують емоції, суб'єктивні переконання та політичні ідеї, що підмінюють об'єктивну реальність [10]. Ці ідеї стали фундаментом для подальших досліджень, які фокусувалися на соціально-психологічних причинах та наслідках постправди. У наступні роки МакІнтайр систематизував поняття постправди, визначаючи її як кризу істини, коли довіра до наукових знань, експертів та фактів підринається масовими медіа та політичними акторами. Його робота стала однією з ключових для розуміння постправди як соціокультурного феномену, що проявляється не лише в політиці, а й у широкому спектрі суспільних процесів [11].

У контексті політичного популізму традиційно розглядався як спосіб мобілізації народу проти еліти. Мадде та Кальтвасер внесли суттєвий вклад, представивши популізм як політичну логіку і дискурс, який спрощує складні реалії та залучає емоційне підкріплення [12]. Їхній підхід допоміг пов'язати політичний популізм із явищем постправди, адже спрощені, часто маніпулятивні наративи ідеально відповідають потребам популістських лідерів у формуванні підтримки.

Паралельно з розвитком теорії постправди і популізму зростала увага до ролі масмедіа та соціальних мереж як основних майданчиків поширення інформації. Роботи Вайсборда та Тандока підкреслювали трансформацію журналістики, зокрема зрушення від об'єктивного репортування до емоційного і суб'єктивного висвітлення, що сприяє поширенню дезінформації [14; 15]. Це особливо актуально в епоху цифрових технологій, де алгоритми соціальних платформ сприяють формуванню інформаційних бульбашок, що обмежують доступ користувачів до різноманітних джерел і точок зору.

В українському контексті дослідження постправди і популізму набули окремого значення останніми роками через гібридну війну, інформаційну агресію та внутрішні політичні трансформації. В. Висоцький, З. Самчук і А. Гурківська підкреслюють, що постправда стала ефективним інструментом політичної боротьби, де емоції і маніпуляції використовуються для консолідації підтримки та легітимізації політичних проєктів [1; 4]. Аналіз українських дослідників також звертає увагу на низький рівень медіаграмотності та широку присутність фейкових новин як фактори, що посилюють вплив постправди у суспільстві.

Норріс та Інглхарт досліджували культурні та соціальні чинники, що сприяють підйому популізму в Західних демократіях, висвітлюючи його як реакцію на глобалізацію, соціальні зміни і кризу традиційних інститутів. Вони показали, що популізм часто вико-

ристовує логіку постправди, застосовуючи спрощені, але емоційно потужні меседжі, які резонують із тими, хто відчуває себе виключеним з політичного процесу [13].

Д'Анкона детально описав, як постправда стала новою формою політичної боротьби, де інформація використовується не для пошуку істини, а для досягнення стратегічних цілей. За його словами, поширення маніпуляцій і дезінформації – це не виняток, а правило, що породжує кризу довіри до демократичних інститутів і загострює суспільну поляризацію [8].

Фаркас та Шоу досліджували політичний вплив фейкових новин та постправди, особливо в контексті демократії, підкреслюючи, що маніпуляції інформацією часто стають інструментом популістських режимів для підриву політичних опонентів і консолідації влади [9].

В українських наукових публікаціях, зокрема у працях О. Свідерської і С. Були, розглядається специфіка взаємодії постправди і популізму в інформаційному просторі країни. Автори підкреслюють, що політична нестабільність, зовнішній інформаційний вплив і внутрішні соціальні проблеми сприяють утворенню специфічного середовища, де постправда не просто існує, а стає системним явищем, що впливає на процеси прийняття рішень та суспільну свідомість [5].

Таким чином, сукупність наукових робіт свідчить про тісний зв'язок між постправдою і політичним популізмом, які утворюють своєрідний симбіоз, посилюючи політичну нестабільність і підриваючи демократичні процеси. Цей зв'язок підтримується як соціокультурними змінами, так і технологічними трансформаціями медіа, що сприяють поширенню маніпулятивних наративів.

У контексті викликів сучасності дослідники все більше уваги приділяють розробці методів протидії цим явищам, зокрема через медіаграмотність, посилення незалежних ЗМІ та розвиток критичного мислення у громадян.

Поняття постправди стало активним елементом публічного та академічного дискурсу в першій половині 2010-х років. Хоча термін був зафіксований ще у 1992 році американським драматургом Стівом Тесічем, лише у 2016 році його включив до свого списку Словник Оксфорда як «слово року», пояснюючи це так: «Обставини, за яких об'єктивні факти мають менший вплив на формування громадської думки, ніж апеляція до емоцій і особистих переконань» [6].

Ключовим у цьому визначенні є зміщення ваги з фактів на емоції, з раціонального аналізу на особисте переживання та переконання. Постправда не заперечує сам факт існування істини, але вона применшує його значущість у суспільному житті. Це створює ситуацію, коли суб'єктивне відчуття стає більш реальним, ніж реальний факт.

Як підкреслює Кіз, постправда – це не просто неправда, а системна недовіра до об'єктивності, у якій людина воліє слухати свої джерела, не перевіряє достовірність інформації, відкидає критичне мислення як елемент елітної культури [10, с. 50].

Цей стан речей формує когнітивне середовище, у якому суспільства дедалі менше здатні до раціонального діалогу, компромісу й колективного ухвалення рішень. Постправда – це не лише феномен медіа, а глибокий культурно-політичний синдром.

Вирізняють кілька базових чинників виникнення постправди. Починаючи з другої половини XX століття традиційні авторитети – наука, освіта, експерти – поступово втрачали довіру суспільства. Цей процес прискорився з появою Інтернету, який демократизував доступ до інформації, але одночасно девальгував її перевіреність. Людина більше не зобов'язана довіряти фахівцю – досить знайти підтвердження своїй думці в блогах, соцмережах, псевдонаукових статтях.

З появою соціальних мереж роль традиційних ЗМІ зменшилася. У таких мережах, як Facebook, TikTok, Telegram або YouTube, інформація поширюється за алгоритмами залучення, а не правдивості. Як наслідок: найемоційніші повідомлення мають найбільше охоплення; інформація сприймається через інформаційні бульбашки; новини стають емоційним продуктом, а не джерелом знань. Тандок зазначав, що навіть журналісти у своїй професійній діяльності піддаються нормалізації фейку, тобто адаптації до інфопродуктів, які створені для впливу, а не для інформування [14, с. 403].

Постправа посилюється в умовах зростаючої політичної і соціальної поляризації. Люди дедалі частіше не приймають альтернативну точку зору не через її хибність, а тому що вона загрожує їхній ідентичності. Це явище підтримується через механізми групового мислення; політичне протиставлення «своїх» і «чужих»; стигматизацію «інших» як джерела загрози.

В інформаційному просторі постправа виявляється у кількох ключових практиках. По-перше, у суспільстві постправи медіа менше орієнтуються на розслідування або експертизу. Вони створюють історії, які мають бути яскравими, емоційними, зрозумілими. Болл зазначає: «Постправа – це світ, де перемогу здобуває той, чия брехня красивіша» [7, с. 183].

По-друге, репортаж і журналістське розслідування поступаються місцем інфотейнменту – сумі інформації й розваги. Медіа орієнтуються на трафік, а не на просвітництво. Це стимулює виробництво сенсацій, заголовків, що шокують, інформації, яка спрямована на емоції глядача.

По-третє, поширення фейкових новин – один із найочевидніших проявів постправи. Фейк – це не випадкова помилка, а свідомий інструмент політичного впливу. Часто фейкові повідомлення супроводжуються візуальними доказами (фотошоп, відеомонтаж), що робить їх більш переконливими.

У політиці постправа стала повноцінною технологією масового впливу, яка ґрунтується на конкретних технологіях. Насамперед це технологія створення ворогів. Політики апелюють до страху і ненависті, надаючи винуватців – мігрантів, опозицію, іноземців, ЛГБТ-активістів тощо. Це дає можливість консолідувати аудиторію через спільного ворога.

Постправа дозволяє політикам позиціонувати себе як єдиних носіїв справжнього знання – не академічного, а життєвого, народного. Популісти використовують прості меседжі: «Я кажу те, що всі бояться сказати», «Вони приховують правду, а я говорю її прямо».

Суспільства постправи здатні створити паралельну інформаційну реальність, де факти вже не мають значення. У цьому світі війна – це «спецоперація», криза – «тимчасові труднощі», а опозиція – «агенти зовнішнього впливу».

Постправа в Україні проявилася у кількох критичних епізодах:

– 2013–2014: Майдан, інформаційні кампанії проти протестувальників (міфи про «нацистів», «американські гроші», «організовані провокації»).

– 2014–2022: гібридна війна Росії проти України, фейкові новини про «розп'ятого хлопчика», «постійні обстріли Донбасу українською армією».

– 2022–2024: війна в Україні, численні спроби через Telegram-канали, TikTok і навіть ChatGPT поширювати прокремлівські меседжі.

Як зазначають З. Самчук і А. Гурківська, постправа в Україні є не лише імпортованою ззовні, вона також використовується внутрішніми політичними гравцями для дискредитації опонентів, мобілізації виборців і керування інформаційною поведінкою [4, с. 170].

Політичний популізм – це не політична ідеологія в класичному розумінні (у вигляді готової системи цінностей), а радше логіка або дискурс, заснований на жорсткому поділі народ/еліта та апеляції до емоцій замість раціональних програм.

Популізм базується на визначенні народу як чистого, морально значимішого за еліту, концептуальному поділі: народ – етичне ядро держави, а еліта – корумпована меншина, апеляції до народної волі, що має бути реалізована всупереч інститутам держави.

У цьому дискурсі популізм здається таким, що ніби виступає проти системи, прагне повернути владу народу і часто набуває авторитарного характеру. Популістські кампанії будуються не на раціональних аргументах, а на інтенсивному емоційному захопленні аудиторії. Вони експлуатують такі базові емоції, як страх (опозиція зображується як загроза національній/особистій безпеці); гнів проти еліти, корумпованих політиків; надію, що «ми це змінимо», «ми повернемо стабільність у ваше життя»; образу («нас не чують», «середній клас зневажений» – класика популістської риторики).

Емоційні меседжі отримують більше залученості у соцмережах порівняно з фактологічними повідомленнями. Це сприяє успіху популістів, які маніпулюють відчуттями, а не фактами.

Популістські рухи часто позиціонують себе як антисистемні, нібито вони виступають поза традиційною політикою. Критикують політичні партії, ЗМІ, суди, бюрократію. Проголошують себе рушійною силою змін. Будують образ ворога – «розпусна еліта», «зовнішні сили», «тіньові олігархи».

Brexit – класичний випадок популістської кампанії: протиставлення британському народу європейської бюрократії. Під час кампанії використовували меседжі страху («мігранти забирають роботу»), гніву («еліта краде контроль»), а також емоційну мобілізацію [13, с. 481].

Таким чином, політичний популізм – це дискурс, який широко використовує емоційну мобілізацію, він ефективно поєднується з феноменом постправди. Популістам вдається будувати політичний наратив, що ґрунтується не на раціональному аналізі, а на емоційно заряджених образах ворогів, ґрунтуючись на недовірі до фактів. Це створює платформу для радикальних змін, водночас руйнуючи здатність суспільства до критичного мислення.

Сучасна наука дедалі частіше розглядає постправду не як ізольовану комунікативну аномалію, а умову для розвитку політичного популізму. У середовищі, де емоції, суб'єктивна правдоподібність і персональні наративи превалюють над фактами, популістські сили отримують унікальну можливість мобілізувати підтримку. Постправда створює інформаційно-емоційний фон, на якому зникає потреба у раціональній аргументації, а істина стає релятивною. Як зазначає МакІнтайр, у культурі постправди сам факт об'єктивності стає політизованим: експертів звинувачують у заангажованості, ЗМІ – в упередженості, а правда – це те, що «відчуває народ» [11, с. 97].

Ця модель повністю співпадає з логікою популізму, для якого критично важливо делегітимізувати інститути демократії, такі як медіа, наука, суди. Таким чином, постправда – це ґрунт, на якому зростає популізм.

Популісти не просто використовують постправду, вони її відтворюють і посилюють. Через виклик традиційним формам дискурсу (таким як теледебати, аналітика, журналістика) популісти замінюють інформацію афектами (гнів, страх, надія).

Популісти часто демонізують експертні еліти – науковців, журналістів, міжнародні організації. Їх зображують як віддалених від простого народу, некомпетентних або навіть ворожих до «справжньої волі нації». Це добре видно на прикладі критики ВООЗ і міжнародних організацій під час COVID-19; нападу на глобалістів у риторичі ультраправих; заперечення змін клімату популістами.

У культурі постправди істина стає множинною. Популісти успішно використовують це, проголошуючи себе єдиними носіями справжньої правди народу, а всіх

інших – «зрадниками», «агентами глобалізму», «іноземними впливами». Поширене гасло: «Це не фейк – це те, що я знаю з власного досвіду» [2, с. 307].

Теорії змови дають можливість поєднувати постправду з популістською риторикою. Вони створюють простий і емоційний наратив, делегітимізують опонентів, зміцнюють уявну спільність серед вірних.

Якщо у традиційній медіасфері деякі обмеження для популізму та постправди ще діяли: журналістські стандарти, фактчекінг, редакційна політика, то в умовах соцмереж популісти отримали безперешкодний доступ до масової аудиторії, і цей доступ абсолютно неконтрольований, миттєвий, алгоритмічно посилений (емоційні пости мають більше охоплення), персоналізований (людина отримує лише ті новини, які підтверджують її упередження). Алгоритми Facebook, TikTok, YouTube сприяють фільтраційним бульбашкам, де правда – це те, що повторюється, а не те, що перевірене. Це дає популістам можливість створювати паралельну реальність, а потім виводити людей на голосування, акції, протести тощо.

Популізм і постправда є не просто суміжними феноменами, а взаємопідсилюючими механізмами політичного впливу. У постправдивому світі, де емоції превалюють над фактами, а реальність стає гнучкою, популісти отримують перевагу над раціональними політичними гравцями. Цей взаємозв'язок особливо помітний в електоральних кампаніях, що апелюють до ідентичності й образу ворога; у соцмережевій культурі, що винагороджує афект; у кризових контекстах – війна, пандемія, економічна нестабільність.

Український політичний ландшафт останнього десятиліття формується в умовах глибокої нестабільності – війна, економічні кризи, зовнішні інформаційні атаки, недовіра до інститутів. Це створює унікальні передумови для вкорінення популізму як відповідь на запит на швидкі та емоційні рішення; розквіту постправди як механізму дискредитації опонентів і легітимації власних політичних дій. Зміни у комунікаційному середовищі – зростання впливу Telegram, YouTube, TikTok, «інсайдерських» медіа – сприяють знеціненню фактів і посиленню впливу наративу, що базується на емоціях і ідентичності [3].

У сучасній Україні постправда і популізм не є явищами лише зовнішнього впливу, вони стали частиною політичної практики. Їх поєднання виявляється у передвиборчих кампаніях, медіа і соцмережах, у владній комунікації під час криз. Це поєднання послаблює демократичні інститути, стимулює недовіру та поляризацію і створює загрозу інформаційному суверенітету. Ключова проблема – відсутність стійких бар'єрів проти таких практик: слабкий фактчекінг, політично заангажовані медіа.

Проаналізувавши природу та прояви постправди і політичного популізму, їх взаємозв'язок і вплив на політичний процес, можна сформулювати такі висновки. Постправда і популізм – взаємодоповнюючі явища, які разом створюють умови для маніпуляції масовою свідомістю. Вони базуються на емоційній мобілізації, де ключовим стає не раціональне переконання, а апеляція до страхів, гніву та ідентичності. В умовах інформаційної війни та внутрішньої політичної кризи в Україні ці механізми набувають особливої сили. Соціальні мережі та анонімні платформи (Telegram, YouTube) виступають ключовими майданчиками поширення постправди і популізму. Відсутність ефективної системи фактчекінгу та політичної відповідальності сприяє розквіту дезінформації.

Постійні маніпуляції й альтернативні факти знижують авторитет традиційних медіа, науки, державних структур. Популістські наративи розривають суспільство на ворожі табори, що ускладнює діалог і прийняття компромісів. Більшість громадян не мають навичок критичного мислення або доступу до достовірної інформації. Політичні актори зловживають постправдою для досягнення власних цілей.

Рекомендації та шляхи протидії.

1. Посилення фактчекінгу і медіаграмотності. Розвиток незалежних фактчекінгових організацій із високим рівнем професіоналізму. Запровадження програм медіаграмотності у школах, університетах та для широкої аудиторії. Заохочення платформ соціальних мереж до боротьби з дезінформацією (фільтри, позначення фейків).

2. Реформа політичної комунікації. Вимога прозорості від політиків, у тому числі регулярні публічні звіти та дебати. Відмова від популістських гасел без підкріплення фактами. Підвищення політичної відповідальності за поширення неправдивої інформації.

3. Підтримка незалежних медіа. Фінансова і правова підтримка незалежних журналістських проєктів. Створення захисних механізмів від політичного тиску і цензури. Просування професійної етики у журналістиці.

4. Активна громадянська позиція. Формування культури критичного споживання інформації серед населення. Підвищення ролі громадянських організацій у моніторингу і протидії дезінформації. Співпраця з міжнародними організаціями для обміну досвідом.

Постправа і політичний популізм – це виклик, що стоїть перед сучасним українським суспільством і політикою. Розуміння їх природи, механізмів і взаємозв'язку є необхідною умовою для формування стійкого демократичного середовища, здатного протистояти маніпуляціям та зберігати інформаційну безпеку.

Список використаної літератури

1. Висоцький В.Ю. Постправа: концептуальні та праксеологічні виміри. *Грані*. 2021. № 3 (167). С. 34–41.
2. Кіянка І. Сучасний аспект українського популізму: політичний і соціальний вимір. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2021. № 1. С. 300–311.
3. Рогожа М. Популізм в українській політичній культурі. *Науковий репозитарій КНУ ім. Т. Шевченка*. 2020. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/6a3a662b-1d46-46bb-bd633ca96e654450>.
4. Самчук З., Гурківська А. Постправа як інструмент політичного нарративу епохи постмодерну. *Політичні дослідження*. 2023. № 1(5). С. 163–177.
5. Свідерська О.І., Була С.П. Популізм як стратегія політичної маніпуляції масовою людиною в епоху постправи. *Регіональні студії*. 2021. Вип. 24. С. 18–23.
6. Постправа як тренд. *MediaSapiens*. 2017. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/19964/2017-11-06-postpravda-yak-trend-ukrainian-style/>.
7. Ball J. Post-Truth: How Bullshit Conquered the World. London : Biteback Publishing. 2017. 336 p.
8. D'Ancona M. Post Truth: The New War on Truth and How to Fight Back. London : Ebury Press. 2017. 208 p.
9. Farkas J., Schou J. Post-Truth, Fake News and Democracy: Mapping the Politics of Falsehood. London : Routledge. 2020. 134 p.
10. Keyes R. The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. New York : St. Martin's Press. 2004. 278 p.
11. McIntyre L. Post-Truth. Cambridge (MA) : MIT Press. 2018. 192 p.
12. Mudde C., Rovira Kaltwasser C. Populism: A Very Short Introduction. Oxford : Oxford University Press. 2017. 160 p.
13. Norris P., Inglehart R. Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism. Cambridge : Cambridge University Press. 2019. 560 p.
14. Tandoc E.C., Lim Z.W., Ling R. Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*. 2018. Vol. 6, No. 2. P. 137–153.

15. Waisbord S. Truth is What Happens to News: On Journalism, Fake News, and Post-Truth. *Journalism Studies*. 2018. Vol. 19. No. 13. P. 1866–1878.

THE PHENOMENON OF POST-TRUTH IN THE CONTEXT OF POLITICAL POPULISM: COMMON ORIGINS AND INTERCONNECTION

Serhii Yahodzinskyi

*European University,
Vernadsky Blvd., 16-V, 03115, Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0001-8755-2235*

Lesya Levchenko

*European University,
Department of Social and Humanitarian Disciplines,
Vernadsky Blvd., 16-V, 03115, Kyiv, Ukraine
ORCID: 0009-0001-4030-7272*

The article explores the phenomenon of post-truth as a distinctive feature of the modern information society and its interrelation with political populism. Post-truth is defined as a condition where objective information, facts, and rational arguments lose their priority in shaping public opinion, being replaced by emotional judgments, biases, and manipulative tactics. Populism, which is based on the dichotomy of “the people” versus “the elite”, actively employs post-truth narratives to mobilize electoral support, create enemy images, and delegitimize opponents. The article analyzes the sociocultural, psychological, and technological foundations of the rise and intensification of these phenomena, particularly the growth of distrust in institutions, the fragmentation of the information space, and the substitution of facts with emotions. Special attention is paid to the role of mass media and social networks in forming information bubbles, where fake news, emotional messaging, and disinformation reinforce social polarization. The study identifies how post-truth and populism are mutually reinforcing processes that contribute to the erosion of democratic political culture and the growth of authoritarian tendencies. The research is based on an interdisciplinary analysis of contemporary academic sources, empirical case studies, and the Ukrainian political context. The findings may be useful for scholars, journalists, media analysts, and civic activists who seek to counteract informational manipulation and to uphold democratic values in the context of growing uncertainty and polarization in today’s world.

Key words: post-truth, political populism, manipulation, information bubbles, disinformation, media, public consciousness, democracy.