ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ 3

1. ИДЕОЛОГИЯ В СИСТЕМЕ МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА 7

1.1. Идеология – модель миропонимания: структура, функции, цели, типология 9

1.2. Идеология белорусского государства как социально-политический феномен 24

1.3. Механизм функционирования идеологии белорусского государства 38

1.4. Методология ведения идеологической работы 57

2. ИДЕОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОГО БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВА В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИЧЕСКОГО ПУТИ БЕЛОРУССКОГО НАРОДА 73

2.1. Этапы становления белорусской государственности: характерные черты 75

2.2. Суверенитет Республики Беларусь – историческое достижение белорусского народа 88

2.3. Национальная идентичность как фактор консолидации белорусского общества и обеспечения социально-политической стабильности 98

2.4. Патриотизм – важнейшая ценность белорусской нации 107

3. КОНСТИТУЦИОННЫЕ ОСНОВЫ ИДЕОЛОГИИ БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВА 117

3.1. Идеологическая составляющая правовой политики Беларуси 119

3.2. Выборы – базовый элемент народовластия в Республике Беларусь 135

3.3. Человек, его права и свободы – высшая ценность общества и государства 144

3.4. Гарантии социально-экономических прав граждан: правовые основы и институциональная практика 159
3.5. Ответственность граждан Республики Беларусь перед обществом и государством 182

4. ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ 191
4.1. Белорусская наука как фактор инновационного развития 193
4.2. Современное культурное пространство в идеологии развития белорусского общества 204
4.3. Дебюрократизация – условие эффективного государственного управления 217
4.4. Особенности антикоррупционной политики в Республике Беларусь 235
4.5. Формирование идеологического мировоззрения молодежи в условиях современного медиапространства Республики Беларусь 252

5. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ СФЕРЕ 269
5.1. Политические партии в современном белорусском обществе 271
5.2. Общественные объединения – инструмент воплощения идеологии белорусского государства 280
5.3. Подходы к оценке состояния общественного сознания 289
5.4. Медийный кластер в идеологической сфере 299
5.5. Социальные сети: характеристики, функции, закономерности и возможности 307
5.6. Сетевые сообщества и идеологическая работа 320

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 327