**Введение**

Социальная структура это устойчивое строение общества как целостной системы. Она является качественной характеристикой состояния того или иного государства. Социальная структура отражает социальное неравенство, т.е. имеет место социальная дифференциация (имущественное, властное, статусное расслоение). Отсюда можно сформулировать следующую задачу государства – эффективно воздействовать на социальную структуру, по ее стабилизации, четко определяя уровни воздействия на которые должна быть направлена деятельность.

Воспитание патриотизма в современных условиях стало проблемой государственного уровня. Для решения этой проблемы в 2005 г. была принята «Программа патриотического воспитания граждан Российской Федерации на 2006-2010 гг.». В то же время о госпрограмме по патриотическому воспитанию граждан информирована треть россиян (34%), в том числе 6% хорошо знают об этом и 28% что-то слышали. Не знает о программе большинство - 62%.1 Возникает вопрос: а можно ли вообще воспитать патриотизм? Конечно можно, но только в том случае, если есть, что воспитывать и с помощью чего.

**Влияние государства на эволюцию социальной структуры общества**

Когда мы говорим о влиянии государства на эволюцию социальной структуры, то в первую очередь речь идет о поступательном развитии общества при применении действенных принципов экономической и социальной политики.

Одним из важнейших показателей изменений в социальной структуре общества является доход работающей части населения. При имеющейся тенденции снижения у первых двух 20-процентных группах населения общего объема доходов, в целом доходы, распределены крайне неравномерно. На 2006 г. пятая группа населения с наибольшими доходами получает 46,8 % всех доходов; в то же время представители группы с наименьшими доходами лишь 5,4 %. За последние 5-6 лет произошли крайне незначительные изменения в распределение общего объема денежных доходов населения, несмотря на принимаемые меры государственной социально-экономической политики.

По мнению ряда авторов в настоящее время становление социальной структуры общества в РФ «идет по латиноамериканскому образцу, для которого типичны массовая бедность, между нищетой и супербогатством очень узкого круга лиц и семей».

Безусловно, государство должно воздействовать на данные тенденции, т.е. формировать определенные условия для стабилизации социальной структуры, реализовывать принципы социального государства в полной мере. Среди них: улучшение систем здравоохранения и образования; повышение уровня доходов населения, при взвешенной экономической политике по их выравниванию; улучшение условий труда. Немаловажную роль при качественном изменении социальной структуры играет применение инновационных технологий, т.е. внедрение новых способов и методов реализации социальной политики.

**Социальная идентификация как фактор формирования патриотизма**

На наш взгляд, воспитать патриота, т.е. сформировать социальное поведение, направить его в нужное русло можно только с помощью четкой системы социальных ценностей. На сегодняшний день в России разрушена система традиционных ценностей и не сформирована новая, имеющая общенациональное звучание. Население России ценностно дифференцировано: часть населения ориентируется на ценности рынка и потребления (еще не сформировавшегося, а порой сформировавшегося по принципу беззакония), а часть еще ориентируется на ценности советских времен (коллективизм, патриотизм, государственность). Решить проблему патриотического воспитания могла бы и национальная идея, но и такая в нашей стране еще не сформулирована.

Таким образом, воспитать патриотизм в современных условиях довольно сложно. Социологически значимым является обратиться к вопросу о его формировании. Одним из наиболее значимых социально-психологических факторов формирования является социальная идентификация.

Процесс формирования патриотизма имеет поэтапный характер, ступени которого отчасти являются результатом социальной идентификации. Связь патриотизма с социальной идентификацией определяется таким образом, что соотнесенность человека с определенной социальной группой дает возможность понять, что он считает Родиной, то есть определяет форму патриотизма по критерию «объект». В качестве объектов могут выступать: ближайшее окружение, «малая» Родина, большая социальная группа, Родина в целом. Подробнее остановимся на рассмотрении каждого из них:

1) Ближайшее окружение(семья, друзья) – повседневный патриотизм. Основа данного типа патриотизма – идентификация с малой социальной группой.

Данная форма патриотизма является наиболее распространенной в современной России. Истинный патриотизм появляется в укреплении семьи и воспитании детей (полагают 50% россиян); в уважении традиций (47%), а также работе с полной отдачей по своей специальности (30%).2

Это связано с ростом индивидуалистических тенденций в обществе, включенностью личности в большое число малых социальных групп. Приоритет малых социальных групп над большими ведет к тому, что личностные интересы преобладают над общественными. Взаимодействуя в малых группах, личность всё большее внимание уделяет удовлетворению своих потребностей, а не общественных. Таким образом, и повседневные проблемы выдвигаются на первый план по отношению к социальным. Неудовлетворенность личностных (порой базисных) потребностей не дает возможности личности задуматься об удовлетворении социальных нужд, что объясняется еще теорией А.Маслоу.

2) «Малая» Родина. Здесь имеет место региональная, локальная идентификация.

В современной России данная форма патриотизма теряет свою значимость и распространенность по ряду причин. Во-первых, как только патриотизм выходит за рамки ближайшего окружения, в сферу влияния включаются местные органы власти( к сожалению, исторически в России патриотизм ассоциируется с политическим аппаратом) и их деятельность по улучшению уровня жизни, а сегодня муниципалитеты не обладают достаточными ресурсами(экономическими или духовными) для совершения необходимых преобразований. Во-вторых, отсутствие опять-таки четких социальных ценностей часто вызывает вопрос: «А что я могу сделать для Родины?». Конечно, в рамках ближайшего окружения на него можно ответить, поэтому сегодня и распространен повседневный патриотизм. В-третьих, миграционная активность населения имеет своим следствием размытую региональную идентификацию.

3) Нация, социальный класс – идентификация с большой социальной группой: здесь можно выделить такие формы патриотизма как национал-патриотизм и классовый патриотизм. Национал-патриотизм необходимо отличать от национализма, поскольку патриотизм в любом виде предполагает любовь, в данном случае к народу, а национализм – ненависть к другим.

4) Родина в целом. Здесь имеет место общегражданская идентификация. Можно выделить такие формы патриотизма как общегражданский, политический, военный, географический.

Сегодня патриотизм многими воспринимается как некая форма национализма, что в многонациональной России вызывает объективную опасность. Социальная идентификация задает определенные границы, внутри которых личность воспринимает людей как «мы», а за пределами этих границ появляются «они». Угроза кроется в том, что редко кто из существующих ныне людей действительно дорастает до уровня национал-патриотизма в самом хорошем смысле слова, большая часть провозглашающих себя сегодня патриотами является националистами, и с этой социальной болезнью необходимо бороться, а не закрывать на нее глаза. А вот повседневный патриотизм действительно имеет довольно крупные масштабы в современном обществе. И если человек будет продолжать замыкать свои границы «мы» на ближайшем окружении, то в итоге в современных экономических условиях выживания это может привести и к «естественной борьбе всех против всех».

Патриотизм же может стать сильнейшим консолидирующем началом российского стратифицированного общества только в его высшей форме как любви к Родине в целом для чего необходимо создать не просто достойные условия жизни, но и сформулировать социальные ценности, те идеалы, ориентируясь на которые в дальнейшем можно было бы не беспокоиться за будущее Родины.

**Стратегическое партнерство государства и бизнеса**

В современных условиях значительно трансформируются роль и задачи государства в регулировании социальной реальности. Мы наблюдаем в мире усиление глобальных процессов, ужесточение глобальной конкурентной борьбы. В связи с чем перед государством возникает новая задача – повышение национальной конкурентоспособности. Достичь указанной цели невозможно без укрепления партнерских отношений между государством и бизнесом.

В условиях современной действительности при усилении глобализационных процессов, ужесточении мировой конкуренции, государство становится защитником и полноправным представителем, отстаивающим интересы отечественного предпринимательства на международной арене. Успех бизнеса естественным образом взаимосвязан с интересами государства, поскольку государство и все слои общества в конечном итоге получат свою часть перераспределенных через налоговую систему благ. В виду изменения традиционной оппозиции "государство с одной стороны баррикады - бизнес - с другой", возникает новая социальная ситуация - ситуация партнерства государства, бизнеса и гражданского общества. Причем осознавая измененные тенденции современной социальной реальности, понимая свою взаимозависимость, все игроки начинают действовать в соответствии с новыми требованиями времени.

Традиционная социальная политика государства разбавляется инновационными механизмами, проявляются элементы делегирования традиционных функций более сознательному, зрелому бизнесу, понимающему значимость социальной составляющей благополучия государства. Бизнес берет на себя социальную ответственность. При этом возникает новое явление: субъекты измененной глобальной реальности, вступая во взаимоотношения, образуют новые социальные структуры – кластеры. Предметом изучения социологии становятся формы социальной активности и взаимодействия государства и бизнеса как равноправных участников социально-экономических сетей.

Данные сети представляют собой сконцентрированные географически группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в родственных отраслях, а также связанных с их деятельностью государственных учреждений и других организаций (университетов, саморегулируемых организаций, торговых объединений) в определенных областях конкурирующих, но при этом ведущих совместную работу. Таким образом, образованные сети социальных связей позволяют объединить потенциал разрозненных участников рынка и создать синергетический эффект и новые конкурентные преимущества корпорациям, выходящим на внешние рынки. Эти связи помогают обмениваться информацией, разрешать конфликтные ситуации, повышать степень доверия, выстраивать репутацию.

В современных развитых странах существует несколько принципиально различных типов социальной политики - от «сильной» интервенционистской до ориентированной преимущественно на рыночные отношения, отличающейся несколько меньшим участием государства в реализации социальных прав граждан.

Между тем, в соответствии с теорией «конвергенции», современные условия, такие как глобализация товарных и финансовых рынков, усовершенствование средств коммуникаций, приводят к сближению национальных моделей социально-экономического развития.

В некоторых случаях становится возможным срастание государственных и хозяйственных структур в единую сеть. Альянс государства и финансово-промышленных групп или ТНК может привести к монопольным и олигархическим сдвигам на социально-экономическом пространстве. Впрочем, иногда подобное слияние может быть закономерным и оправданным эволюционным процессом.

Например, в таких отраслях промышленности как авиакосмическая, атомная, газовая нет ни конкурентного рынка, ни рыночной самоорганизации. Конкуренция в этих отраслях идет не между отдельными фирмами, а между национальными производственно-технологическими системами, сочетающими частную инициативу с активной государственной поддержкой научно-исследовательских работ, инвестиций, расходов на инфраструктуру, а порой и с прямым государственным стимулированием экспорта и защитой внутреннего рынка. В развитых рыночных экономиках - США, ЕС, Японии - государство активно стимулирует наукоемкую промышленность из-за высоких рисков и капиталоемкости НИОКР, а также из-за ее превалирующей роли в обеспечении экономического роста.

Государственная поддержка предпринимательства реализуется в стимулировании внешней экспансии, в политике защиты конкуренции, правовом и инфраструктурном обеспечении бизнес-деятельности, привлечении предпринимательских структур к осуществлению социально-экономических программ через контракты, государственные закупки или проекты частно-государственного партнерства. Для диалога с государством бизнес-организации объединяются в торгово-промышленные палаты, ассоциации и союзы, создавая социально-сетевые структуры.

В последнее время наметилась тенденция создания на базе профессиональных сообществ организаций саморегулирования, вытесняющих отдельные формы прямого государственного регулирования.

**Социология налоговой структуры**

Социология налога является новым направлением науки в области налогообложения, направленной на изучение социальных феноменов, которые испытывает общество под влиянием налогообложения. В их число можно отнести различные примеры налоговой политики освобождения от уплаты налогов отдельных категорий, налоговые бунты, проявления уклонения от уплаты налогов.

Новый взгляд на налог призван выстроить критический диалог с экономическим и правовым подходом к налогообложению. С правовой точки зрения налог сводиться к юридическим обязательствам, с экономической – к стоимости, которую приобретают товары или услуги. Социология налога добавляет к этим понятиям отношение налогоплательщика к налогу, государства к налоговой политике.

Налоговая политика формируется одновременно со становлением и развитием государства. «Налогообложение сопровождало рождение современных государств» Ардан; «развитие налоговой системы не просто шло с процессом складывания государства, оно придало ему определенную форму» Шумпетер.

Классическим подходом к налоговым преобразованиям является введение налогов, как ответ на кризисные явления. Так Великобритания ввела подоходный налог в 1798 году для финансирования войны с Францией и отменила его в условиях экономического спада в 1842 году. Первый федеральный налог США служил для финансирования войны Севера и Юга. Таким образом, кризис является переменной величиной налоговых преобразований в зависимости от геополитических, экономических или политических явлений.

В России налоговая политика направлена на преодоление трудностей в сборе и управлении финансовыми ресурсами. Сталкиваясь в последние годы с негативными сторонами налоговой реформы (непостоянность правовой базы, мошенничество и коррупция) у налогоплательщика выработалась социальное недовольство, негативное отношение к понятию налоговый долг. Появилось понятие экономической выгоды в уклонении от уплаты налога:

1. Во-первых, уклонение от налога рассматривается экономистами как риск, который зависит от предполагаемой объективной выгоды.

2. Второй случай рассмотрен американским экономистом Беккером и связан с экономикой налоговых преступлений.

3. Третья модель изучает производство коллективных благ.

На налогоплательщика влияют не только уровень дохода и величина налоговой ставки, но и его отношение к фискальной системе и к тому, на что расходуются налоги. По мнению Лаффера слишком высокий налог снижает его прибыльность. Но на практике есть страны, в которых завышенные налоги сопровождаются экономическим ростом. Опрос общественного мнения в Швеции показал, что исключительно высокая ставка налога в восприятии большинства людей считается разумной с учетом высокого уровня социальной поддержки населению. Во Франции население не рассматривает взимание налога как отрицательный фактор, но отмечает сложность налогового механизма.

Политическая легитимность уплаты налога выражается в моральных или социальных обязательствах налогоплательщика. В Германии только 4 % опрошенных отождествляют мошенника с вором, а 43% считают ловким бизнесменом. В Англии терпимо относятся к налоговым погрешностям, но не принимают серьезных налоговых сокрытий. Таким образом, моральное осуждение налоговых правонарушений невелико по сравнению с другими формами отклонений. С другой стороны могут сыграть свою роль уважение к выполнению своих обязанностей, принадлежность к определенным социальным группам. Остановить налоговое правонарушение может также осознание того, что ответственность ложиться на невиновных.

Использование общественного капитала является для гражданина одним из критериев политической правомерности налога. При этом, возникает мнение, что раз государство ответственно за экономическое положение субъекта, то стоит ли платить налог, если оно нестабильно? На налоговую ответственность граждан оказывают влияние примеры других плательщиков или неплательщиков, информация о налогах, которой он располагает. Немногие правильно оценивают свои налоговые обязательства, большинство теряются в технических подробностях. Сложность фискальной информации становится препятствием к объективной оценке роли налога. Наиболее информированные налогоплательщики прибегают к уклонениям, теряется граница между мошенничеством и уклонением.

В социологии выделяется четыре разновидности налогов:

1. Безболезненный налог – последствия налогообложения не ощущаются потребителем товаров, как в случае с косвенным налогообложением. НДС и акцизы в России включаются в стоимость товаров и хотя уменьшают доходы потребителей, не осознаются ими.

2. Налог на обмен – рассматривается как цена, выплачиваемая за услуги, которые плательщик получит от государства. Например, выплата государственной пошлины за совершение юридически значимых действий.

3. Налог-обязательство – финансовое отчуждение в государственный бюджет без возмещения. Касается законопослушных налогоплательщиков, считающих своей обязанностью платить налоги.

4. Налог-принуждение появляется, если налоговая нагрузка становиться чрезмерной.

Анализ случаев налоговых бунтов и мошенничества дополняет анализ уклонения от уплаты налогов. В возникновении налоговых бунтов участвуют многочисленные факторы и прежде всего экономические предпосылки. В результате многочисленных протестов в США была принята 13 поправка в Калифорнии, которая помогла достигнуть максимума налоговой выручки.

**Заключение**

Отдельные элементы социальной политики государства вытесняются социальной деятельностью бизнеса, призванной смягчить возникшие противоречия и поднять общественный престиж бизнеса. Необходимость проведения системной социальной политики стимулирует руководителей предприятий к внедрению новых социальных технологий, а также выстраиванию партнерских отношений с властями разного уровня на поле социальной политики.

В ситуации недовольства налогообложением плательщик имеет три пути: скрыться, протестовать или оставаться в рамках закона. Скрытие приводит к различного рода уклонениям от уплаты налога, протест выражается в общественных движениях, а законопослушность состоит в пассивной сознательности.

**Список литературы:**

1. Литовченко С. Доклад о социальных инвестициях в России. М.: Ассоциация менеджеров, 2008.
2. Шестоперов О.М., Литвак Е.Г. Развитие политики дерегулирования и устранения административных барьеров на муниципальном уровне. - М.: Изд-во ООО «ГрафДизайн», 2008.
3. А. Либман, Б. Хейфец. Мировые процессы транснационализации и российский бизнес. – Вопросы экономики №12 – М. 2008.
4. М. Портер. Конкуренция.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.
5. В.В.Радаев. Рынок как идеальная модель и форма хозяйства: к новой социологии рынков. Социс 2008. - №9
6. Андреев Э.М., Кузнецова А.В. Культура патриотизма и консолидация общества. - М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2007.
7. Климова С.Г. Критерии определения групп "Мы" и "Они" // Социологические исследования. - 2008. - № 6.
8. Федоров В. Российский патриотизм – истинный и мнимый / / Российская газета. – 2006. – 22 декабря.
9. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления. – 4 – е изд. – М.: Омега-Л, 2009.
10. Государственное регулирование рыночной экономики. Под общей ред. Кушлина В.И. Изд. 3-е, доп. и перераб. М.: Изд-во РАГС. 2008.
11. Пикулькин А.В. Система государственного управления. Система государственного управления. – 4 –е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2007.
12. Российский статистический ежегодник. М.: 2008.