**Оглавление**

Введение……………………………………………………………………..…..2

**Глава I. Основы теоретического исследования**

* 1. Односоставное предложение. Типы односоставных предложений…..3
     1. Глагольные односоставные предложения…………….…….....3
     2. Именные односоставные предложения………………………...5
  2. Заголовок, его виды и функции……………………………………..5

**Глава II. Общая характеристика заголовков в газете «Вести Закамны»**

2.1. Модели односоставных предложений-заголовков……………...………..7

2.2. Осложненные предложения……………………………………………....8

2.3. Рейтинг синтаксических моделей…………………………………….…..9

Заключение………………………………………………………………..……10

Список использованной литературы………………………………………....10

Приложение*.* Картотека исследованных заголовков ……….…………..…..11

**Введение**

Заголовки публикаций в газете – неотъемлемый элемент издания. От их характера и оформления во многом зависит «лицо» периодического издания. Важнейшая их функция – привлечение внимания читателя. Заголовки помогают ему быстро ознакомиться с содержанием номера, понять, о чем сообщают его публикации, что важно в информации, которую ему предлагают, что представляет для него особый интерес. Умение журналистов газеты использовать заголовки, часто определяет решение читателя – прочитать те публикации, заголовки которых возбудили в нем интерес, или отложить номер в сторону. Газетная практика дает многочисленные примеры того, как в результате неудачного выбора и оформления заголовков резко снижается воздействие важных выступлений газеты на читателей: содержательную статью с неправильно выбранным, невыразительным, неграмотно оформленным заголовком не замечают. И наоборот, яркий заголовок, привлекший читателя своим содержанием и формой, побуждает прочитать следующий за ним текст или рассмотреть стоящую под ним иллюстрацию. В начале этого века заголовки стали набираться все более крупным шрифтом, количество слов в них уменьшилось, и односоставное предложение с его краткостью, способностью актуализировать главный компонент мысли (действие или деятеля) все чаще выполняет функцию заголовка в газете.

**Актуальность исследования** обусловливается тем, что в современный скоротечный век у людей все меньше и меньше времени читать газеты что называется «от корки до корки», и роль заголовков многократно возрастает – именно от них во многом зависит, будет прочитан материал или нет.

**Целью работы** является изучение особенностей односоставных предложений, выступающих в роли заголовков. Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

1. проанализировать работы, посвященные данной теме;
2. собрать газетные заголовки с помощью метода сплошной выборки и составить картотеку;
3. исследовать различные модели заголовков и выявить их рейтинг.

**Объектом** исследования являются односоставные предложения; **предметом** – функционирование односоставных предложений в качестве заголовков в газете «Вести Закамны».

Материалом для исследования послужили заголовки, выбранные нами из публикаций «Вестей Закамны» в период со 2 января по 9 октября 2015 года. Методом сплошной выборки составлена картотека заголовков, содержащая 115 единиц исследования.

**Глава I. Основы теоретического исследования**

* 1. **Односоставное предложение. Типы односоставных предложений**

«Типичные **односоставные предложения** – это такие предложения с одним главным членом, которые не требуют другого главного члена и не могут быть дополнены им без изменения характера выражаемой мысли, без изменения семантики»[[1]](#footnote-1)

Грамматическим центром односоставных предложений является один независимый главный член. По способу выражения главного члена выделяются типы односоставных предложений. В современном русском языке их существует два: глагольные и именные.

В глагольных односоставных предложениях утверждается независимый признак, действие, состояние, оценка, квалификация и т.д.: *В саду пели*. В именных (субстантивных) утверждается или отрицается бытие предмета: *Полночь.* В глагольных односоставных предложениях в роли главного члена могут выступать все основные спрягаемые формы и инфинитив. В именных – в позиции главного члена употребляется только имя существительное в именительном и родительном падежах.

* + 1. **Глагольные односоставные предложения**

Общее свойство всех глагольных односоставных предложений – употребление независимой глагольной формы: *Люблю музыку*.

Выделяется пять видов глагольных односоставных предложений:

1. **Определенно-личные предложения**

В определенно-личных предложениях выражается действие, соотнесенное с определенным деятелем, который словесно не выражен. Указание на такого деятеля содержится в формах глаголов 1-го и 2-го лица единственного и множественного лица, а также повелительного наклонения.

Формы главного члена определенно-личных предложений выражают объективную модальность (реальную или ирреальную) и время. Модальное значение может быть осложнено добавочными значениями с помощью дополнительных лексических средств, например: *Смотри не упади в реку* – добавляется значение предостережения; *Не хочу быть посмешищем* – значение желательности.

1. **Неопределенно-личные предложения**

Основное грамматическое значение неопределенно-личных предложений – выражение независимого действия, деятель словесно не обозначен и грамматически представлен как неопределенный.

Грамматическая форма главного члена таких предложений включает выражение признака (действия), его отнесенность к неопределенному деятелю с помощью глагольных форм 3-го лица множественного числа настоящего или будущего времени либо множественного числа прошедшего времени или сослагательного наклонения.

1. **Обобщенно-личные предложения**

В обобщенно-личных предложениях выражается независимый признак, приписываемый обобщенному деятелю, т.е. соотносимый с любым деятелем. Обычным способом выражения главного члена в обобщенно-личных предложениях является глагол в форме 2-го лица единственного числа настоящего и будущего времени или в форме 3-го лица изъявительного наклонения: *В лес дров не возят* (посл.). Такие предложения совмещают в себе значение обобщения и неопределенности действующего лица, их иногда называют неопределенно-обобщенными[[2]](#footnote-2).

1. **Безличные предложения**

Общим значением безличных предложений является утверждение независимого признака, не соотнесенного с деятелем. Это значение передается главным членом предложения, содержание которого включает: обозначение независимого признака, выражение несоотносительности действия с деятелем, синтаксическое время.

Семантика безличных предложений весьма разнообразна. Выделяют предложения, в которых выражается действие неопределенного деятеля, стихийной силы, предложения, выражающие состояние природы и окружающей среды, предложения, выражающие физическое и психическое состояние человека, предложения, обозначающие состояние, обусловленное отсутствием чего-либо (*Людей на заводе постоянно недоставало)*, предложения с оценкой действия: *В открытом море нелегко держаться*.

1. **Инфинитивные предложения**

В инфинитивных предложениях выражается действие, не соотнесенное с деятелем, в этом они сходны с безличными. Но в безличных обозначается процесс, протекающий во времени, а в инфинитивных односоставных предложениях оно мыслится только как потенциальное. Эта семантическая особенность обусловлена формой инфинитива.

Инфинитивным односоставным предложениям свойственна вневременность, отсутствие форм времени: *Молодости не воротить*.

**1.1.2. Именные односоставные предложения**

Общее грамматическое значение именных односоставных предложений включает выражение бытийности и предикативности. Значение бытийности возникает вследствие употребления форм именительного и родительного падежей в независимой позиции: *Февраль.*

Выделяют два структурных типа именных предложений:

1. номинативные предложения (главный член – существительное в именительном падеже): *Зима*; *Снег*; *Тихая, звездная ночь, трепетно светит луна* (А. Фет)

Различаются следующие разновидности номинативных предложений:

1. Бытийные. Предложения, которые утверждают бытие предмета речи / мысли: *Синее раздолье. Голубые весны. Золотое поле. Золотые сосны* (А. Фатьянов).
2. Указательные. Идея бытия в таких предложениях осложняется указанием на предмет речи / мысли. В структурную схему входят частицы: *Вот мельница* (А. Пушкин); *Ага, а вот наконец и хозяйка* (В. Николаев).
3. Побудительные:
4. побудительно-пожелательные предложения – лексически ограничены, но весьма употребительны в разговорной речи: *Внимание! Добрый День!*;
5. побудительно-повелительные – обусловлены ситуацией, исключающей многословие, требующей быстрой реакции адресата (наиболее типичные ситуации – бой, хирургические операции): *Огонь! Шприц!*
6. К собственно-назывным относятся названия книг, журналов, картин, надписи на вывесках и т.д.: *Аптека*; *Улица Тверская*. Некоторые лингвисты не считают такие конструкции предложениями, так как они не содержат значения бытия[[3]](#footnote-3)

2) генитивные предложения (главный член – существительное в родительном падеже): *Народу! Цветов, цветов!*;

3) Кроме того, некоторые ученые выделяют в особый тип односоставных предложений вокативные предложения, или предложения-обращения: *Ваня! Часовой!*

* 1. **Заголовок, его виды и функции**

Заголовок - полноправный компонент газетного текста, входящий в него и связанный с другими компонентами целостного произведения. Предваряя текст, заголовок несёт определенную информацию о содержании публицистического произведения. Заглавия газетной полосы имеют эмоциональную окраску, возбуждают читательский интерес, привлекают внимание. Заголовок воспринимается как речевой элемент, находящийся вне текста и имеющий определённую самостоятельность. Важность заглавия в плане воздействия на читателя определяется тем, что оно, наряду с зачином и концовкой текста, занимает стилистически сильную позицию. Именно эти компоненты произведения привлекают наибольшее внимание; информация, содержащаяся в заголовке, зачине, концовке, усваивается в первую очередь.

Какие функции выполняет заголовок в процессе восприятия газетного сообщения? Следует перечислить основные функции заголовков:

1. графически-выделительная;
2. номинативная;
3. информативная;
4. рекламная;

Также некоторые исследователи выделяют такие функции, как: оценочно -экспрессивную и интегративную.

Прежде всего, заголовки выделяют материалы на полосе, отделяют их друг от друга. На выполнение такой задачи направлены все заголовки, которые при этом несут **графически-выделительную функцию**. Эта функция - единственная, которая реализуется неязыковыми средствами: с помощью шрифтовых выделений, использования цвета, графических средств, приёмов вёрстки. Форма заголовка активизирует непроизвольное внимание читателя, которое не требует волевых усилий.

Заглавие активизирует работу читательского мышления через возбуждение интереса. Такие названия публикаций выполняют **информативную** роль, привлекая читателя к тексту, если он содержит необходимые для него сведения.

Произвольное внимание к тексту привлекают заглавия, возбуждающие целую гамму эмоций – не только интерес, но и любопытство, недоумение, удивление. При этом заголовок выделяет **рекламную функцию**. Рекламный заголовок формирует психический настрой личности, благодаря чему активизируется внимание, заставляющее читателя целенаправленно обратиться к газетной публикации. Название материала помогает в первую очередь осознать смысл публикации, понять журналистскую концепцию. В этом процессе участвует заглавие в своей информативной функции.

Заголовок участвует в формировании эмоционального воздействия газетного произведения, выполняя оценочно-экспрессивную функцию. Важность её для газеты определяется тем, что произведение должно убедить читателя в тех положениях, которые защищает автор.

Заглавие облегчает восприятие текста, играя большую роль в организации языковых средств. В этом случае оно выполняет интегративную функцию. Интеграция (связанность) понимается как средство достижения целостности, слитности текста, что позволяет рассматривать его как самостоятельное единство. Заголовок облегчает чтение газетной публикации и тогда, когда он выполняет композиционную роль.

Основная функция заголовка при закреплении содержания в памяти читателя – номинативная. Заглавие играет свою роль на всех этапах восприятия текста: до чтения, во время чтения, после прочтения всего текста. На различных этапах на первый план выступают те или иные функции.

В бесконечном многообразии форм и типов заголовков непреходяще одно: заголовок должен быть точным, кратким, выразительным, конкретным.

**Глава II. Общая характеристика заголовков в газете «Вести Закамны»**

Заголовки газеты «Вести Закамны» разнообразны. В функции заголовков выступают как простые, так и сложные предложения, последние представлены двусоставными (предложениями, в которых есть подлежащее и сказуемое): ***Главы учатся*** (№40 от 09.10.15 г.), ***Наши журналисты стали лауреатами***(№28 от 17.07.15 г.)и односоставными моделями: *Юбилейный* ***Сагаалган***(№9 от 06.03.15 г.)*; Победный* ***марш*** *культуры* (№6 от 23.02.15 г).

В целом, заголовки газеты «Вести Закамны» различны по своей структуре, семантике, распространенности, осложненности / неосложненности и функциям.

**2.1. Модели односоставных предложений-заголовков**

Среди глагольных односоставных предложений преобладают определенно-личные. В таких предложениях отсутствует деятель и с помощью формы 1-го и 2-го лица единственного и множественного числа глагола-главного члена актуализируется действие: *Вспомним славные их имена* (№2 от 16.01.15 г), *С уважением вспоминаем своих учителей* (№25 от 25.06.15 г.), *Гордимся вами, ребята* (№26 от 03.07.15 г.), *Строим значит живем* (№31 от 07.08.15 г.), *Где живем, там и мусорим* (№36 от11.09.15 г.), *Вновь ищем героев* (№40 от 09.10.15 г.). Среди заголовков, в функции которых выступают определенно-личные предложения, преобладают предложения с главным членом в форме повелительного наклонения со значением призыва, побуждения, совета или наказа. Призыв к действию: *Помогите детям собраться в школу* (№32 от 14.08.15 г.), *«Идем на школьный шопинг»* (№32 от 14.08.15 г), совет: *Спрячьте лето в банки (*№35 от 04.09.15 г.).

Неопределенно-личные предложения, выступившие в качестве заголовков, выражают независимое действие, представляя деятеля как неопределенного: *Осенью откроют Айнек-Гол (*№6 от 13.02.15 г.); *В Цэжэ-Бургалтайском дацане на Майдаре хурале освятили парк* (№29 от 24.07.15 г.), *«Истану» оставили без колес* (№30 от 31.07.15 г.), *Забрали, что «плохо стоит»?* (№34 от 28.08.15 г.), *В понедельник отключат электроэнергию* (№37 от 18.09.15 г.)

Безличные предложения, использованные в качестве заголовков, немногочисленны. Основная их функция – акцент на действии и его результате, деятель при этом не столь важен*: В районе подсчитывается ущерб от засухи* (№ 30 от 31.07.15 г.), *Как вас должны обслуживать в магазине?* (№ 31 от 7.08.15 г.), *Сорвались* (№36 от 11.09.15 г.), *Трудиться нужно напряженно и ответственно* (№7 от 20.02.15), *Любимому поэту посвящается* (№10 от 13.03.15 г.)

Значительно больше встречаются инфинитивные предложения: *Работать на благо семьи* (№9 от 06.03.15 г.), *Нарабатывать опыт и делиться им* (№9 от 06.03.15 г.), *Помогать предпринимателям и сельчанам в развитии бизнеса* (№ 23 от 12.06.15 г.), *Надеяться только на свои силы и возможности* (№33 от 21.08.15 г.), *Служить человечеству* (№ 34 от 28.08.15 г.)/

Именные односоставные предложения представлены только одной разновидностью – номинативным, или назывным предложением. В таких предложениях употребляется независимый именительный падеж существительного и передается грамматическое значение бытийности: *В Закамнне самые сильные юноши* (№1 от 02.01.15 г.); *Подарок хамнейским детям* (№2 от 16.01.15 г.).

Встречаются распространенные и нераспространенные номинативные предложения: *Первый звонок на первый урок* (№35 от 04.09.15 г.); *Сила и преемственность народных традиций (*№10 от 13.03.15 г.); *Годы в труде (*№23 от 12.06.15 г.); *День металлурга* (№29 от 24.07.15 г.).

В побудительных предложениях передаются разные значения: удивление, восхищение, предупреждение, призыв и др.: О*сторожно, лесной пожар! (*№25 от 26.06.15 г.).

**2.2. Осложненные предложения**

Виды осложнений: 1) однородные члены предложения; 2) обособленные члены предложения; 3) вводные конструкции; 4) слова-обращения.

Однородные члены в исследованных заголовках состоят, в основном из двух составляющих и связаны между собой сочинительными союзами *и*, *или*, *а*: *Обмен опытом работы между педагогами Закаменска и Благовещенска* (№2 от 16.01.15 г.), *Тайны, легенды и предания горы Сайханай Табхар* (№3 от 23.01.15г.), *Слет отличников и хорошистов районной гимназии* (№4 от 10.01.15г.)

В исследованных заголовках встречаются слова-обращения: *Сердце, тебе не хочется покоя* ( №8 от 27.02.15 г.), *Гордимся вами, ребята!* (№26 от 03.07.15 г.), *Тепло ли тебе, город?* (№39 от 02.1015 г.))

**2.3. Рейтинг синтаксических моделей**

Наиболее распространенной моделью односоставного предложения, выступающего в функции заголовка в газете «Вести Закамны», является номинативное предложение. На втором месте –– определенно-личное предложение, на третьем - инфинитивное. Реже в функции заголовков встречаются безличные и неопределенно-личные предложения. В среде глагольных односоставных предложений преобладают настоящее и будущее времена.

**Рейтинг односоставных предложений.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тип односоставного предложения** | Номинативное | Определенно-личное | Инфинитивное | Неопределенно-личное | Безличное |
| **Количество заголовков** | 78 | 13 | 8 | 7 | 6 |

**Заключение.**

В качестве заголовков газеты «Вести Закамны» выступают все типы предложений, разнообразные по структуре, значениям и функциям. Это простые и сложные предложения, двусоставные и односоставные, осложненные и неосложненные, полные и неполные.

Односоставные предложения представлены всеми видами глагольных и номинативными именными. В роли заголовков не выступают генитивные и вокативные предложения.

Употребление определенно-личных предложений в функции заголовка позволяет сделать его более динамичным, энергичным и лаконичным. Форма 2-го лица глагола-главного члена – это непосредственное обращение журналиста к читателю, который оказывается собеседником автора. Например: *Играйте в шатар (*№3 от 23.01.15 г.);

Очень выразительны в семантико-стилистическом отношении такие неопределенно-личные предложения, в которых деятель намеренно представлен как лицо неопределенное, чтобы привлечь к нему внимание читателя, обратить его внимание на материал: *Сами строили свою судьбу* (№34 от 28.08.15 г.)

Между всех односоставных предложений-заголовков особо выделяются номинативные как самая многочисленная группа предложений. Главная функция этих предложений – назвать предмет материала, обозначить его существование. Именно поэтому преобладающий тип номинативных предложений – бытийные.

**Список использованной литературы**

1. Азбука журналистики: Учебное пособие для учащихся 10 – 11 классов общеобразовательных учреждений / Авт.: О.И. Лепилкина и др. – М., 2006. – 272с
2. Валгина Н.С. Синтаксис современного русского языка: Учеб для вузов по спец. «Журналистика». – М.: Высш. шк., 1991. – 411 с
3. Розенталь Д.Э. и др. Современный русский язык: Учеб. Пособие для студентов-филологов заочного обучения / Д.Э. Розенталь, И.Б. Голуб, М.А. Теленкова. – М.: Высш. шк., 1991. – 528 с.
4. Современный русский язык: Теория. Анализ языковых единиц: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений: В 2 ч. – Ч.2: Морфология. Синтаксис / В.В. Бабайцева, Н.А. Николина, Л.Д. Чеснокова и др.; Под ред. Е.И. Дибровой. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 256 с
5. Ресурсы Интернета

**Приложение.**

**Картотека исследованных заголовков.**

1. **Номинативные (назывные) предложения**

Новогодние частушки (№1 от 02.01.2015 г.)

Культурная мозаика Закамны (№1 от 02.01.2015 г.)

Союз замечательных людей (№1 от 02.01.2015 г.)

Главный приз с дефектом (№1 от 02.01.2015 г.)

Безопасное поведение детей на зимних дорогах (№1 от 02.01.2015 г.)

Внимание: пешеход (№1 от 02.01.2015 г.)

В Закамне самые сильные юноши (№1 от 02.01.2015 г.)

85 лет со дня рождения Цыбикжапа Цыденовича Найданова – художника, поэта (№2 от 16.01.2015 года)

Первенец 2015 года (№2 от 16.01.2015 года)

Посвящение Победе (№2 от 16.01.2015 года)

Подарок хамнейским детям (№2 от 16.01.2015 года)

Елка в столице (№2 от 16.01.2015 года)

Два пожара в дни каникул (№2 от 16.01.2015 года)

Обмен опытом работы между педагогами Закаменска и Благовещенска (№2 от 16.01.2015 года)

Победные матчи (№2 от 16.01.2015 года)

Футбольные баталии школьников (№2 от 16.01.2015 года)

Забытые герои давней войны (№2 от 16.01.2015 года)

Крещенские купания (№3 от 23.01.2015 года)

Районная Книга Памяти (№3 от 23.01.2015 года)

Новые возможности для фермеров (№3 от 23.01.2015 года)

Горячий 2014 год (№3 от 23.01.2015 года)

Насыпи вместо палисадников (№3 от 23.01.2015 года)

Итоги районного этапа олимпиады (№3 от 23.01.2015 года)

Тайны, легенды и предания горы Сайханай Табхар (№3 от 23.01.2015 года)

Литературный год в Закамне (№4 от 10.01.2015 года)

Байкал и прибрежные территории в опасности (№4 от 10.01.2015 года)

Слет отличников и хорошистов районной гимназии (№4 от 10.01.2015 года)

Волейбольные встречи на бортойской земле (№4 от 10.01.2015 года)

Заиграевский заслон (№4 от 10.01.2015 года)

Победный марш культуры (№6 от 13.02.2015 года)

Молебны Сагаалгана (№6 от 13.02.2015 года)

Памятка для новосела (№6 от 13.02.2015 года)

Народный праздник Сагаалган (№7 от 20.02.2015 года)

Учитель многих поколений (№7 от 20.02.2015 года)

Продолжая дело родителей (№8 от 27.02.2015 года)

Стремительный полет детских игр (№8 от 27.02.2015 года)

Спартакиада «Почты России» (№8 от 27.02.2015 года)

Посвящение женщинам (№9 от 06.03.2015 года)

Конкурсный отбор фермерских проектов (№10 от 13.03.2015 г.)

Аромат закаменской замбы (№10 от 13.03.2015 г.)

Сила и преемственность народных традиций (№10 от 13.03.2015 г.)

Февралиада в Бургуйской школе (№11 от 20.03.2015 года)

Новый председатель (№11 от 20.03.2015 года)

Отличные результаты конькобежцев (№11 от 20.03.2015 года)

Творчество и профессионализм (№23 от 12.06.2015 года)

Годы в труде (№23 от 12.06.2015 года)

Турнир памяти ветеранов (№23 от 12.06.2015 года)

Осторожно, лесной пожар! (№25 от 26.06.2015 года)

Кардиодесант в Закаменске (№25 от 26.06.2015 года)

Газетный коллекционер (№25 от 26.06.2015 года)

Бал больших надежд (№26 от 03.07.2015 года)

Новый стиль молодежи Закамны (№27 от 10.07.2015 года)

Воспоминания о старшем брате (№27 от 10.07.2015 года)

День металлурга (№ 29 от 24.07.2015 года)

Пора летних спартакиад (№ 29 от 24.07.2015 года)

Федеральная, социальная доплата (№ 29 от 24.07.2015 года)

Хорошие встречи (№30 от 31.07.2015 года)

Волейбол в День физкультурника (№30 от 31.07.2015 года)

Визит накануне праздника (№ 31 от 07.08.2015 года)

Парад летних рецептов (№ 31 от 07.08.2015 года)

Социальная защита инвалидов (№ 32 от 14.08.2015 года)

Гречневый сценарий для риса (№ 32 от 14.08.2015 года)

Учительская любовь (№ 33 от 21.08.2015 года)

Опасный мост (№ 33 от 21.08.2015 года)

Футбольная история (№ 33 от 21.08.2015 года)

Бесплатные учебники (№ 33 от 21.08.2015 года)

Вдохновение Байкала (№ 35 от 04.09.2015 года)

Портфель от руководителя (№ 35 от 04.09.2015 года)

Первый звонок на первый урок (№ 35 от 04.09.2015 года)

Глава республики в гостях у фермеров (№ 36 от 11.09.2015 года)

Алмаз природы (№ 36 от 11.09.2015 года)

Грустный праздник (№ 36 от 11.09.2015 года)

Вкусные заготовки от «Вести Закамны» (№ 36 от 11.09.2015 года)

Будущее за молодыми (№ 37 от 18.09.2015 года)

Уборочная компания – 2015 (№ 38 от 25.09.2015 года)

Интернет великий и ужасный (№ 38 от 25.09.2015 года)

Новая школа для Енгорбоя (№ 38 от 25.09.2015 года)

Сортоиспытатели из Михайловки (№ 40 от 09.10.2015 года)

1. **Определенно-личные предложения**

Голосуем за выравнивание тарифов (№ 37 от 18.09.2015 года)

Вновь ищем героев (№ 40 от 09.10.2015 года)

С уважением вспоминаем своих учителей (№25 от 26.06.2015 года)

Вспомним славные их имена (№2 от 16.01.2015 года)

Играйте в шатар (№3 от 23.01.2015 года)

Строим, значит живем (№ 31 от 07.08.2015 года)

Дайте нам ответ (№9 от 06.03.2015 года)

Помогите детям собраться в школу (№ 32 от 14.08.2015 года)

Идем на школьный шопинг (№ 32 от 14.08.2015 года)

Где живем, там и мусорим (№ 36 от 11.09.2015 года)

Берегите природу (№ 36 от 11.09.2015 года)

Спрячьте лето в банки (№ 35 от 04.09.2015 года)

1. **Инфинитивные предложения**

Работать на благо семьи (№9 от 06.03.15 г.)

Нарабатывать опыт и делиться им (№9 от 06.03.15 г.)

Помогать предпринимателям и сельчанам в развитии бизнеса (№ 23 от 12.06.15 г.)

Надеяться только на свои силы и возможности (№33 от 21.08.15 г.)

Служить человечеству (№ 34 от 28.08.15 г.)

Сохранить документы для грядущих поколений (№36 от 11.09.15 г.)

Уберечь заготовленное сено от огня (№ 32 от 14.08.15 г.)

Вырастить урожай легче, чем его собрать (№38 от 25.09.15 г.

1. **Неопределенно-личные предложения**

В понедельник отключат электроэнергию (№ 37 от 18.09.2015 года)

Нас принуждают платить за то, что мы не брали (№ 40 от 09.10.2015 года)

Осенью откроют Айнек-Гол (№6 от 13.02.2015 года)

В Цэжэ-Бургалтайском дацане на Майдари хурале освятили парк (№29 от 24.07.15 г.)

«Истану» оставили без колес (№30 от 31.07.2015 года)

Забрали, что «плохо стоит» (№ 34 от 28.08.2015 года)

Сами строили свою судьбу (№ 34 от 28.08.2015 года)

1. **Безличные предложения**

В районе подсчитывается ущерб от засухи (№ 30 от 31.07.15 г.)

Как вас должны обслуживать в магазине? (№ 31 от 7.08.15 г.)

Сорвались (№36 от 11.09.15 г.)

Трудиться нужно напряженно и ответственно (№7 от 20.02.15)

Любимому поэту посвящается (№10 от 13.03.15 г.)

Любимому поэту посвящается (№10 от 13.03.2015 г.)

1. Бабайцева В.В. Односоставные предложения в современном русском языке. – М., 1968. [↑](#footnote-ref-1)
2. См.: Бабайцева В.В. Односоставные предложения в современном русском языке. [↑](#footnote-ref-2)
3. См.: Валгина Н.С. Синтаксис современного русского языка. – М., 1978. [↑](#footnote-ref-3)