



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра русского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему: Функционирование односоставных предложений в газетных
заголовках

Исполнитель Нурметова Азиза Рустамовна

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель кандидат филологических наук

(ученая степень, ученое звание)

Юсупова Дильбар Джумаевна

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующая кафедрой

(подпись)

кандидат педагогических наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

Кипнес Людмила Владимировна

(фамилия, имя, отчество)

«18» июня 2019 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2019

Содержание:

Введение

Глава 1. Основы теоретического исследования

1.1 Заголовок, его виды и функции

1.2 История изучения односоставных предложений

Глава 2. Односоставные предложения в функции газетного заголовка

2.1. Общая характеристика односоставных предложений

2.2 Типы односоставных предложений в газетных заголовках

Заключение

Библиографический список

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 читателю 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, привлекая читателя своим содержанием и формой, побуждает прочитать следующий за ним текст или рассмотреть стоящую под ним иллюстрацию.

Проблеме исследования заголовков средств массовой информации посвящены исследования многих ученых (Костомаров В.Г., Лазарева Э. А., Хазагеров Г.Г., Гуревич С.М., Данилова А.А., Коньков В.И., Подчасов А.С., Сальникова О.Г., Сафонов А.А., Стам И.С., Шостак М.А., Солнцева Т.В., Власова Е.В., Вомперский В.А., Курмыгина А.О., Мужев В.С., Фатеева Н.А. и др.).

Г. Г. Хазагеров обращает внимание на то, что заглавие является самостоятельной и автономной единицей, которая сама по себе выполняет информативную и экспрессивную функции [56. 24.с]

Такого же мнения придерживается Н.А. Фатеева, определяя заголовок как «полнозначную единицу уровня целого текста, в которой отражены внутренние характеристики всего номинируемого текста» [53]

Актуальность работы обуславливается тем, что в наш современный век у людей все меньше и меньше времени читать газеты, и роль заголовков многократно возрастает - именно от них во многом зависит, будет прочитан материал или нет. Мы разберем применение односоставных предложений в заголовках газет.

Целью данного исследования является изучение односоставных предложений в функциях газетных заголовков.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить **ряд задач:**

- Определить роль и значение заголовков в печатных изданиях;
- Выделить виды и функции заголовков;
- Классифицировать газетные заголовки на основании полноты выражения определенного смыслового элемента, по степени автономности семантики;
- Выявить особенности, роль односоставных предложений и их функции в газетных заголовках;
- Рассмотреть средства и способы речевого воздействия на читателя.

Объектом дипломной работы является рассмотрение функциональных особенностей односоставных предложений.

Предметом данного исследования являются функции односоставных предложений в газетных заголовках.

В работе использовались следующие **методы исследования:**

- индуктивный метод анализа;
- метод классификации;
- метод обобщения;
- метод лингвистического наблюдения.

Теоретическая ценность исследования заключается в изучении функций односоставных предложений в газетных заголовках.

Обилие новостей заставляет журналистов искать способы обращения внимания читателей на ту или иную информацию.

Практическая значимость. Результаты исследования и собранный языковой материал могут быть полезны при разработке уроков русского языка и развития речи в средней школе.

Структура работы. Дипломное исследование состоит из введения, двух глав, заключения и библиографии.

Материал для исследования. В качестве материала нами была использована выборка, сделанная из газет «Мир новостей» за период с 08.2018 по 12.2018. Объем материала составляет 252 единиц.

Глава 1. Основы теоретического исследования

1.1 Заголовок, его виды и функции

Газета -это отражение общественной жизни города, страны, народа. Успех того или иного печатного издания состоит в качестве подаваемой информации. Но для того чтобы читатель заинтересовался и захотел прочесть статью, журналисты должны знать, как ее преподнести.

Читатели воспринимают газетный материал по-разному, некоторые внимательно и неторопливо знакомятся с предлагаемой информацией, а другим сосредоточиться не хватает времени, газету читают на бегу, бывает, что статью даже не дочитывают до конца. Зная все это, печатные издания вынуждены передавать информацию быстро, сжато, максимально коротко, в то же время необходимо рассказать о главном, вместить все основное. Отсюда можно сделать вывод, что важную роль здесь играет начало газетной статьи, то есть ее заголовок.

Заголовок должен содержать в себе информацию, которая является обязательной и главной в статье, при этом оказывать определенное эмоциональное воздействие на читателя. Любопытно, но порой название заголовков оказывает большее влияние на человека и вызывает больше чувств, чем вся дальнейшая информация, приведенная в статье.

Отвечая на вопрос «В чем заключается специфика заголовка текста?», Э.А. Лазарева называет заголовок своеобразным элементом, который имеет двойственную природу: «С одной стороны, это языковая структура, предваряющая текст, стоящий «над» ним и перед ним». Заголовок воспринимается как отдельный речевой элемент, вне текста. С другой стороны, заголовок - полноправный компонент текста, входящий в него и связанный с другими компонентами целостного произведения»[45.158 с.]

Также автор говорит о важности заглавия в плане воздействия на читателя. Заглавие занимает сильную стилистическую позицию, наравне с зачином и концовкой. Данные компоненты играют важную роль, привлекая наибольшее внимание, так как в первую очередь усваивается информация, которая содержится в заголовке, зачине и концовке.

Такое определение заголовка мы наблюдаем на страницах энциклопедического словаря-справочника: Заголовок - это «целостная единица речи (текстовый знак), которая является обязательной частью текста и имеет в нем фиксированное положение - перед и над текстом» [Иванов, Сковородников, Шияв и др., 41-840 с]

1. Специалист в области стилистики и лингвистики, доктор филологических наук, И.Р. Гальперин определяет заголовок как «комплексированное, неадекватное содержание текста, которое можно метафорически изобразить в виде заключенной пачки, скрывающей свои возможности в процессе называния» [37-144 с.]

Отметим, что, несмотря на такую значимость заголовков, они существовали не всегда. До второй четверти XIX века в начале статьи указывали год, в котором писался текст, и дату, когда текст поступал в редакцию. То есть с ролью заголовка служили географические данные. Но все же редакторы пришли к тому, что начали называть свои статьи и ставить эти названия на почетные места, в заглавие.

Мы уже говорили о том, что заголовок предназначен для привлечения внимания читателя, но, помимо этого, он является средством воздействия и внушения. Название той или иной статьи может рассказать читателю об авторе, его отношении к проблеме, затрагиваемой в тексте. Автор статьи дает оценку событиям, тем самым влияет на настроение и мнение людей. «Иными словами, заголовок способен сформировать убеждения аудитории по поводу того или иного события, или даже сформировать установку аудитории».

Р.С. Жажиева и А.В. Шишкина в своей статье говорят о том, что и сейчас газета остается главным средством освещения событий. Авторы пишут, что «заголовок, выполняя номинативную функцию, называет текст и дает возможность читателям выделить его из массы других». В работе приводятся две группы методов, которые помогают выделить заголовок в тексте.

Первая группа - языковая, в которую входят: аббревиация, интонационные акценты, иноязычная лексика, экспрессивная лексика, каламбуры и др.

Вторая группа - внеязыковая, которая включает в себя: использование графических рисунков, цвета, изменение шрифта, приемы верстки. «Часть из них может рассматриваться как отдельная категория средств, в которой наряду с основной информативной задачей проявляется рекламная функция, также направленная на привлечение читательского внимания». Специалисты утверждают, что газетный заголовок является рекламой, что «эмоционально-оценочная доминанта текста задается уже его заголовком...».

На наш взгляд, рекламный заголовок способен сформировать настрой человека, активизировать внимание на определенной информации, вызвать не только интерес, но и эмоции, как положительные, так и отрицательные. Недоумение, любопытство, удивление и даже шок - на все это способен правильно подобраный заголовок.

Руководствуясь только названиями публикаций, человек может выбрать то, что его интересует. Журналисты понимают всю значимость газетных заголовков, поэтому уделяют им максимум внимания. Л. П. Читао и С.К. Кубашичева в статье «Особенности перевода заголовков современных английских СМИ» отмечают главную задачу заголовка: «своей немногословностью и графической оригинальностью привлечь внимание читателя к заметке» [С. 59-62]

Создавая заголовки для газет, журналисты используют широкий спектр всевозможных средств выразительности, которые и дают заглавию

уникальность. Литота, метонимия, ирония, эпитет, сравнение, метафора - данные типы украшают заглавие, делая его нетипичным, индивидуальным. А такие стилистические фигуры, как инверсия, градация, параллелизм, антитеза делают газетные заголовки намного ярче и выразительнее.

А.О. Кушмыгина в своей научной статье называет заголовок «главным оружием» в сопереживании газетных изданий. «Читателю лестно наблюдать, как на страницах газет призывается борьба за его внимание и интерес, в ней газетный заголовок можно считать главным оружием. Ведь не случайно теоретики СМИ говорят даже об искусстве газетного заголовка, классифицируя «заголовочные» приемы и методы».

Безусловно, заголовок является сильной позицией текста. Он играет определяющую роль в понимании газетной статьи.

Некоторые исследователи, такие, как С.М. Гусев и И.А. Гальперин, сравнивают заголовки: «яркий заголовок, привлекающий читателя своим содержанием и формой, побуждает прочитать следующий за ним текст или рассмотреть стоящую под ним иллюстрацию. Он играет роль крючка, заглотив который, читатель знакомится со своим «уловом» - всей публикацией». В свою очередь, И.А. Гальперин высказывается о заголовке следующим образом: это «комплексное, неосознанное содержание текста, которое можно метафорически изобразить в виде заученной привычки, использующей свои возможности в процессе». [38. -- 144 с.]

Итак, заголовок предвещает текст, входит в него и связан с ним. Газетный заголовок, безусловно, выступает самостоятельным элементом текста и играет весьма существенную роль в восприятии читателей. Большое значение имеет заголовок еще и потому, что он стоит в сильной позиции по отношению к тексту, оказывает влияние на человека и формирует первое впечатление о статье в целом. На наш взгляд, заголовок имеет центральную, сильную позицию в газетной статье, без него невозможно представить привлекательную публикацию.

В современном мире поток информации настолько велик, что привлечение внимания читателя становится поистине нелегкой задачей. Заставить купить новый номер газеты, заинтересовать удачно подобранными статьями - главная цель редакторов. На помощь им

приходят заголовки, поскольку главной их функцией является привлечение внимания читателя.

Практика печатных изданий показывает, что в случае, когда заголовок подобран и оформлен неправильно, читатель не заинтересуется статьей, пройдет мимо. А эксцентричные, привлекательные газетные заголовки заинтересуют аудиторию, у адресатов появится желание прочитать следующие за ними тексты. Этой же точки зрения придерживается в своей работе Н.В. Сабунова: «Заголовок соотносится с лексико-оценочной темой текста, и функцию его можно обозначить как привлечение читателя через verbalization сути описываемой в основном тексте проблемы».

Следует особо отметить, что во многих работах исследователи заглавия поднимают вопрос о его функциях. Так, В.П. Вомпекский в своем докладе говорит о 4 функциях заголовка:

- Коммуникативная (служит для выражения сообщения о предмете речи);
- Аппелятивная (то есть воздействующая, которая связана с обращением к читателю);
- Экспрессивная (определяет личность автора статьи, передает его чувства и переживания);
- Графически-выделительная (на газетной полосе отделяет один материал от другого).

Профессор В.Г. Костомаров отмечает в своих работах еще указательно-назывную (указывает на событие, обозначает его) и рекламную функции газетных заголовков. [46. С.162-185.]

В работе «Синтаксическая структура современных газетных заглавий» А.С. Поповым выделены и проанализированы три основные функции, присущие газетному заголовку. Первая - номинативная, вторая - информативная, третья - рекламная. Заголовок должен

«называть» - за это отвечает номинативная функция, за передачу информации о содержании в заглавии отвечает информативная функция, а за то, чтобы привлечь потенциального читателя, отвечает функция рекламная.

В.С. Мужев в работе «О функциях заголовков», проанализировав русские, английские и французские тексты, выделяет следующие пять функций заголовков:

1. Номинативная;
2. Информативная;
3. Экспрессивно-апеллятивная;
4. Рекламная;
5. Разделительная.

Исследователь проанализировал каждую функцию и сделал вывод, что все они взаимосвязаны. Действительно, если выделить какую-либо одну функцию, то это приведет к уменьшению роли другой.

Выдвигать на первый план ту или иную функцию разумно, но это зависит от стиля речи, жанра и вида публикации.

Л.А. Ноздрина в своей работе называет заголовок смысловой доминантой текста, а также раскрывает тему функций заглавий и выдвигает одной из их числа: «Среди функций можно отметить номинативную, информативную, экспрессивную, апеллятивную, рекламную, функцию убеждения, конспективную, разделительную или делимитирующую и др. Выдвижение на первый план той или иной функции зависит, как известно, от функционального стиля и жанра текста» [51. С.183- 200.]

Г.Г. Хазагеров в своих трудах напоминает о двойственной природе заголовка, учитывая его лингвистическую сущность и устанавливает 2 вида функций:

- автономная;
- обусловленная.

Автономная функция характеризует заголовок как обусловленное, самостоятельное сообщение. В автономный вид включаются, в свою очередь, выразительная и информативная функции.

В обусловленный вид функций заглавия автор включает информацию о содержании, авторское отношение к статье, выразительную функцию и номинативную. Э.А. Лазарева в своей работе говорит о функциях заголовка с точки зрения восприятия текста.

На этом основании автор выделяет 3 этапа понимания текста:

1)Графически-выделительная функция и рекламная. Данные функции реализуются на 1 этапе восприятия статьи.

2)Информативная, оценочно -экспрессивная, интегративная и композиционная.

Информативная функция осуществляется на э тапе восприятия статьи и ее названия. Она помогает понять смысл публикации. Оценочно -экспрессивная функция реализуется на этапе воздействия, эмоционального настроения читателя. Интегральная функция помогает понять текст и имеет важное значение в организации языковых средств. Композиционная функция отвечает за дробление статьи на части.

3) Номинативная функция.

Данная функция реализуется на 3 этапе восприятия текста. Читатель уже познакомился со статьей, понял информацию и запоминает информацию, изложенную в публикации.

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что тема функций заголовка довольно широко представлена в исследовательской литературе.

Мы обобщим всю информацию и выделим основные функции газетного заголовка:

- графически-выделительная,
- номинативная,
- информативная,
- рекламная,
- экспрессивная.

На наш взгляд, основная и главная функция текста и его заглавия - это передача содержания и фактов. Но в то же время, подбирая материал для

публикации, автор пытается не просто передать информацию, а наделить заголовок эмоционально-экспрессивной оценкой, выйти за рамки обычного, привлечь аудиторию и удержать ее внимание.

Мы выяснили, какую важную роль в газетной статье играет заголовок и какие функции выполняет. Но также мы должны обратить внимание на классификацию заглавий. Рассмотрим разные точки зрения на данную тему у исследователей.

Так, Э.А. Лазарева выдвигает несколько требований для выигрышного заглавия: это информативность, выразительность и, конечно, соответствие содержанию.

Выделяют два вида заголовков:

- однонаправленные заголовки;
- комплексные заголовки.

Целью однонаправленных заглавий является сообщение о теме публикации. Такие заголовки могут быть каким-нибудь известным выражением или даже цитатой, относящейся к следующему за заглавием тексту. Заглавия соотносятся только с одним элементом смысловой структуры текста. Приведем пример таких заголовков: *«Патриарх поздравил с Пасхой космонавтов»* («Мир Новостей»). Заголовок полностью отражает тему статьи, смысл заголовка абсолютно ясен для читателей, отсутствует двусмысленность; *«Террористов вычислят по мимике и походке»* («Мир Новостей»). В статье рассказывается о новой технологии, по которой будут вычислять террористов.

Такие заголовки, на наш взгляд, являются простыми и понятными, в них нет двусмысленности. Заголовок и текст, следующий за ним, взаимосвязаны друг с другом.

В свою очередь, комплексные заголовки передают более усложненную информацию, вследствие чего соотносятся с несколькими элементами (актуализация темы и оценки ситуации, тезиса и иллюстрации). Часто в заглавии присутствуют две части, которые соединены союзом «или».

Например: «Что важнее для экономики: живой труд, невидимая рука рынка или «простой продукт»? («Мир Новостей»).

Следующая классификация, предложенная Э.А. Лазаревой, основана на полноте выражения какого-либо смыслового элемента. Разделяют полноинформативные заглавия, которые полностью актуализируют смысловой компонент текста, и неполноинформативные, которые, в свою очередь, не полностью выполняют это правило [47.1989. - 96 с.]

Пример неполноинформативного заглавия: «Ты там, а я там» («Мир Новостей»). В статье говорится о премьерe спектакля. Название статьи можно понять только тогда, когда познакомишься с ней. Согласно сценарию, в спектакле есть города «Наш» и «Тот», поэтому такие необычные названия и использовал автор для привлечения внимания читателей издания. Но читатель, который не был на спектакле, конечно, не поймет по заголовку, о чем идет речь в статье.

Полноинформативный заголовок выглядит следующим образом:

«Европейцы предложили переселять беженцев в Грузию» («Мир Новостей»). Таким образом, заголовок полностью раскрывает суть статьи.

В свое время исследователи выражали недовольство по поводу постсоветского разнообразия заголовков. Заглавия предстали перед лингвистами в нетрадиционной форме, они стали намного длиннее, информативнее, начали включать в себя разговорные слова, сленг, цифры, имена собственные, слова на английском языке. Такое разнообразие заголовков и привело к попыткам их новой классификации.

В частности, современный исследователь М.А. Шостак делит заголовки на следующие разновидности:

1) Повествовательные.

В таких заголовках информация передается через простое изложение сути. Повествовательные предложения четко передают тему статьи, в них нет эмоционально-экспрессивной оценки.

Например: «Эмиграция делает из человека обезьяну» («Мир Новостей»). В статье автор говорит о том, что эмиграция - это огромный шаг назад.

2) Заголовок-констатация.

Такой заголовок обычно состоит из 2-3 предложений и является своего рода отдельным сообщением. Его используют для интервью, репортажей с места событий. Например: «10 лет «Мюнхенской речи» Путина: Он предсказал все! А Запад не верил и посмеивался...» («Мир Новостей»). В статье вспоминается речь В.В.Путина в Мюнхене, его пророческие высказывания.

3) Заголовок-резюме, который также называют комментирующим заголовком. Это составные заголовки, в которых используется безличная и неопределенно-личная форма глаголов. Ср.: «Граждан хотят освободить от «повинности» по поверке счетчиков» («Мир Новостей»); «В Сирии взорвали автобусы с беженцами-шиитами» («Мир Новостей»). В первом примере имеется составное глагольное сказуемое в неопределенно-личной форме «хотят освободить», во втором примере используется глагол в неопределенно-личной форме «взорвали».

4) Заголовок-парадокс.

Такие заголовки нужны для того, чтобы шокировать читателя, вызвать любопытство и интерес у аудитории. Иногда данные заглавия чересчур гиперболизируют информацию в статье. Ср.: «Не слаще редьки» («Мир Новостей»). В заголовке поставлены рядом противоречивые образы: редька и сладость. Данное сочетание вызывает интерес и негодование читателя, так как все знают горьковатый вкус редьки, и она не может быть сладкой. Поэтому дальнейшее знакомство со статьей полностью обеспечено.

5) Заголовки, содержащие имена.

Упоминание имён известных личностей всегда привлекает внимание и ведёт к росту продаж газетной продукции. Например: «Казус Дадина». Автор вспоминает ситуацию, которая произошла на суде, перед приговором.

Ильдар Дадин обратился к судье, напомнив ей о статье 305 УК РФ «вынесение заведомо неправосудного приговора» сроком до 10 лет. В ответ судья продлила срок заключения под стражей И. Дадина еще на год, вопреки требованию прокурора. Автор, тем самым, называет эту ситуацию «казусом Дадина».

«Алексей Петренко: Долгий разговор с Богом» («Мир Новостей»). Автор кратко рассказывает о жизни великого актера и о его мистической смерти.

6) Заголовок-игра. Используется игра слов - отличный способ привлечь внимание адресата.

«Старый сквер на новый лад» («Мир новостей»). Автор использовал антонимы старый - новый, что придало заглавию яркость и живость.

««Коллекция» пополняет коллекции» («Мир новостей»). Тавтология в данном заглавии позволяет нетипично охарактеризовать обычное название выставки «Коллекция».

7) Заголовок-обращение. Возможное использование вопросительных и побудительных предложений. Такие заголовки напоминают призыв к действию.

«Нужен ли мораторий на строительство высоток в центре Краснодара?» («Мирновостей»). Заглавие представляет собой вопросительное предложение, которое заставляет задуматься, вовлечь читателя в затрагиваемую тему.

8) Заголовок-цитата. Из названия становится понятным, что автор берет определенную выдержку из текста, самую яркую и значимую в статье, или материал, заимствованный из другого источника, с обязательным указанием на него. Это распространенный вид заголовка, он располагает к прочтению, так как создает ощущение правдивой информации.

«Президентские выборы во Франции -2017: «США сделали из Европы проходной двор - Ле Пен это исправит!»» («Мир Новостей»).

«Мария Шарапова: «Этого момента я ждала 15 месяцев»»

(«Мир новостей»).

В статье «Классификация газетных заголовков по степени автономности семантики» другой современный ученый М.Н. Москавец выделяет лишь три группы заголовков:

- Заголовки, имеющие самостоятельность; они содержательны и не нуждаются в пояснении.

- Заголовки, которые полностью или частично нуждаются в объяснении.

- Заголовки, имеющие неоднозначную трактовку; они могут быть поняты в условиях «малого текста» [49.с. 77-83]

В первую группу включены заголовки, которые представляют собой отдельное, полное сообщение. Информация понятна и лишних пояснений не требует. Такие заголовки очень удобны, так как по первому знакомству со статьей, при помощи одного заголовка можно определить, о чем хотел сообщить автор и какая информация ждет читателя дальше. Это удобно для так называемых «читателей-сканеров», которые не углубляются в суть проблемы, а довольствуются газетными заголовками.

Приведем примеры:

«*На юго-западе Москвы обнаружили два снаряда времен войны*» («Мир новостей»). Такой заголовок является центром всей статьи. Дальнейшая информация, представленная после заголовка, выглядит своего рода дополнением, уточнением.

Вот еще примеры таких заголовков, где главная информация отражена в заголовке: «*Власти Кубы подтвердили гибель восьми человек в катастрофе военного Ан-26*» Вторая группа заголовков нуждается в дополнительной информации. Иногда такие заголовки содержат фразеологические выражения, разные стилистические приемы, такие как антитеза, анафора, эпифора, градация и т.д. Знакомство с заголовком не дает полной картины происходящего, поэтому следует искать ответы в тексте самой статьи.

Заголовки в третьей группе имеют общие черты, как с первой группой, так и со второй. Первое впечатление о таких заголовках неоднозначное, ввиду недосказанности, но, благодаря другим компонентам статьи, они приобретают особую полноту.

«В Москве из-за конфликта на дороге произошла стрельба»

(«Мир новостей»). В заглавии указано место происшествия

- Москва, но нет конкретных данных, в каком районе, на какой улице.

Также возникают дополнительные вопросы по поводу стрельбы: кто стрелял, в кого, при каких обстоятельствах. Заглавие не раскрывает все х деталей происшествия, но, в то же время, информирует о месте и характере конфликта.

Так, в работе Зекиевой П.М. рассматриваются данные компоненты. Автор пишет о «заголовочном комплексе», в который входят:

- рубрика;
- заголовок;
- подзаголовок;
- внутренний заголовок.

Заголовкам третьей группы, в которых наблюдается недосказанность, приходят на помощь элементы, представленные выше. Несмотря на некую сложность, такие заголовки привлекают внимание читателей: «Поскольку информация становится более распространенной, она организуется в тематическую подачу информации. Это усиливает эффект воздействия путем затягивания в информацию».

В свою очередь, Е.В. Власова в работе «☐ечевая агрессия в печатных СМИ (на материале немецко- и русскоязычных газет 30-х и 90-х гг. 20в.)» также пишет о трех видах заголовков, но характеризует их совершенно по-иному:

1. Заголовок-вопрос.

Из названия понятно, что заголовок должен иметь знак вопроса. В свою очередь, вопрос выполняет:

- разделительную функцию, то есть показывает конец предложения;
- смысловую функцию, указывает на знак;
- интонационную функцию, которая подсказывает интонацию. Обычно такие заголовки содержат риторический вопрос.

Риторический вопрос - предложение, вопросительное по структуре, передающее, подобно повествовательному предложению, сообщение о чем-либо. В риторическом вопросе имеется противоречие между формой (вопросительная структура) и содержанием (значение сообщения).

Такую форму заглавий используют, когда хотят получить одобрение, согласие от читателя, поддержку, ненавязчиво оказать влияние на аудиторию.

«Калифорния думает, не сбежать ли из США. Опять виноваты русские?» («Мир Новостей»).

«Калифорния может отделиться от США. Опять «рука Москвы»?» («Мир Новостей»). Оба заголовка освещают одну и ту же тему. Авторы с усмешкой и иронией реагируют на обвинение США, используя риторические вопросы, склоняют читателя на свою сторону, намекают на абсурдность ситуации.

2. Заголовок-восклицание.

Здесь заглавие является побудительным предложением. Восклицательный знак выполняет разделительную, выделительную, интонационно-экспрессивную функции.

«Город после взрыва. Жить дальше!» («Мир новостей»), *«Живи по-новому! Живи без аллергии»* («Мир Новостей»).

3. Заголовок-призыв.

Эти заглавия разделяются на 2 типа:

- адресант-пострадавшие.

Например: *«Укуй прочь от Мавзолея, предатели!»* («Мир Новостей»). Статья повествует о том, как разыгралась ожесточенная полемика по поводу похорон Ленина. В данном случае призыв несет негативную окраску, так как

обращение не дружелюбное (предатели), агрессия направлена против властей.

- адресат-пострадавшие.

Например: *«В чумной барак ехать не стоит!»* («Мир Новостей») С такими словами запретили въезд в Украину Лолите Милявской. Название заголовка звучит как речь того человека, который отказал Л. Милявской в посещении страны. В этом случае этот человек - адресат, а певица является пострадавшей.

А.В. Шишкина совместно с □.С. Жажиевой выделяют приемы, которые, на наш взгляд, делают заголовок более привлекательным и запоминающимся :[40.С. 150-154]

1. Динамика.

В заголовке должен быть смысловой глагол, который и создает динамику:

«Вас дураят. А вы гуляйте» («Мир Новостей»), *«На протест не нагуляли»* («Мир Новостей»).

Выигрышно смотрится заголовок с ритмом, рифмованный: *«За що ж они боролись, за що ж они страждались?»*, *«Моя любовь, моя морковь»* («Мир Новостей»).

2. Яркость.

Яркость тексту придают метафоры, олицетворения, метонимии. Сюда можно включить и фразеологические обороты, известные цитаты из песен, фильмов. В процессе работы с газетными публикациями мы наблюдали, что авторы статей часто используют такие приемы: *«Я подарю тебе имплант»* («Мир Новостей»).

За основу была взята строчка из песни К.Орбакайте: *«Я подарю тебе любовь, я научу тебя смеяться»*; *«Молодежь с жиру бунтует»* («Мир Новостей»). Автор заменил одно слово у фразеологизма «с жиру бесится». Ср.: Беситься с жиру - Прост. Экспрес. ?От безделья или от пресыщения чем -

либо привередничать, требовать больше, чем следует? [Фразеологический словарь русского литературного языка А. И. Фёдорова, 2008.];

«Истина в еде» («Мир Новостей»). Автор взял за основу известное латинское выражение «Истина - в вине» и заменил одно слово другим. В результате такой замены фразеологический оборот превратился в высказывание в прямом смысле слова. Статья о превращении Москвы в гастрономическую столицу мира с помощью российских продуктов.

Данный прием является примером языковой игры, его цель - усилить эмоциональное воздействие на читателя. Также ему дают название «авторское обновление фразеологизма». [59]

Таким образом, используя трансформацию известных изречений, автор может показать весь свой потенциал.

3. Информативность.

В заглавиях упоминаются жители, места, города или страны, ученые и т. д. Например: «Фантомы Украины» («Мир Новостей»),

«Почему провинциалкам нету счастья в городах», «Сегодня питерцы многим вернули веру в людей» («Мир Новостей»);

4. Ирония, сарказм.

«На протест не нагуляли»,

«Операция по принуждению к милосердию», «НАТО без бутылки не поймешь» («Мир Новостей»).

Следует подчеркнуть, что все приведенные классификации с успехом используют авторы для создания своих заглавий. Главная цель журналистов

– удивить и заинтересовать публику. Нет сомнения в том, что при помощи газетных заголовков автор формирует позицию читателя, воздействует на мировосприятие и мышление аудитории.

1.2 История изучения односоставных предложений

Вопрос об односоставных предложениях, их грамматическом статусе, грамматической природе главного члена, в отечественной лингвистике решался по-разному.

Такие представители логического направления, как Александр Христофорович Востоков и Федор Иванович Буслаев, определявшие предложение как двучленное «логическое суждение, выраженное словами», не признавали наличия особого типа односоставных предложений, они квалифицировали их как неполные предложения с опущенным подлежащим, хотя термин «безличные» относительно предложений типа *Рассветает; Пора вставать* Александр Христофорович Востоков использует.

Константин Сергеевич Аксаков, возражая против признания Ф. И. Буслаевым всех типов русских предложений глагольными, против учения об опущении вспомогательного глагола *есть*, в качестве примеров называет предложения вроде: *можно, полезно, приятно, лень*, квалифицируя их как «безличные предложения – особый род речений».

Представители психологического направления в русской лингвистике также не смогли выявить специфику односоставных предложений. Основным признаком предложения Александр Афанасьевич Потебня называл сказуемость, а конститутивным членом предложения – сказуемое, в качестве первоначальной этимологической формы которого выступает глагол; поэтому он считал, что в индоевропейских языках предложение «невозможно (кроме случаев опущения глагола) без *verbum finitum* (т. е. глагола в тесном смысле, без причисления к нему глагольных форм), что само по себе *vb. finitum* составляет предложение. Поэтому, определив такой глагол, тем самым определим минимум того, что должно заключаться в предложении этих языков».

Данный подход к структуре ообязующей роли глагола позволил А. А. Потебне признать односоставными предложения глагольного типа, тогда как предложения с одним главным членом, выраженным именем существительным (номинативные) он отнес к неполным.

Сходная позиция на грамматическую п[р]и[н]ципу односоставных п[р]едложений п[р]едставлена и в «Синтаксисе русского языка» Дмитрия Николаевича Овсяннико-Куликовского. П[р]изнавая п[р]едложением слово или сочетание слов, «кото[р]ое соп[р]яжено с особым движением мысли, известным под именем “п[р]еципирования” (сказуемости), важнейшей частью п[р]едложения он считает «сказуемое, иначе называемое п[р]едикатом.

Оно-то и есть носитель и вы[с]казитель того движения мысли, кото[р]ое известно под именем п[р]едикативности (п[р]еципирования, сказуемости) и без кото[р]ого п[р]едложение невозможно» Что также не позволяло п[р]изнать п[р]едложения, единственный главный член кото[р]ых п[р]едставлен именительным падежом существительного, особой п[р]азновидностью односоставных п[р]едложений.

Синтаксические изыскания Филиппа Фёдоровича Фогунатова также отмечены влиянием психологизма, повлиявшим на его подход к односоставным п[р]едложениям.

По его мнению, «п[р]оцесс мышления состоит в об[р]азовании чувства соотношения между п[р]едставлениями как частями одной цельной мысли»формирующей суждение[57. 188с].

Под суждением он понимает «психологическую катего[р]ию, сущность кото[р]ой оп[р]еделяется как связь двух п[р]едставлений», субъекта и п[р]едиката. Под субъектом психологического суждения он понимает то п[р]едставление, кото[р]ое является в сознании гово[р]ящего или слушающего п[р]е[д]метом, а под п[р]едикатом – то, что слушающий или гово[р]ящий должен мыслить о п[р]е[д]мете п[р]едставлении, о субъекте.

Психологические субъект и п[р]едикат находят словесное вы[с]казание в п[р]едложении. Если, по мнению Ф. Ф. Фогунатова, один из компонентов не вы[с]казан и является внеязыковым вы[с]казанием действительности, то такое п[р]едложение следует считать неполным. Нап[р]имер, вид пламени, дыма п[р]едставляет собой подлежащее психологического суждения, языковым вы[с]казанием сказуемого кото[р]ого будет слово *пожар*, следовательно, п[р]едложение *Пожар* неполное, в нем отсутствует словесное вы[с]казание психологического субъекта. К[р]оме неполных п[р]едложений, он выделяет

слова-предложения, дифференцируя их в индоевропейских языках на личные и безличные. Примером личного слова-предложения является рус. *Иди*, в котором подлежащее представлено формой глагольного лица. Безличные слова-предложения – это предложения типа *Смекается*, *Мозит* и др., в которых глагол включает в себя предмет мысли.

Впервые односоставные предложения именного типа были признаны А.В. Добиашем в 80 – 90-е годы XIX века. Он сопоставлял предложения типа *Моз*, *Мозит* и *Мозно*, видя в них констатирование или обозначение явлений действительного мира. Но задачи описать все типы односоставных предложений он не ставил перед собой.

Александр Матвеевич Пешковский односоставные предложениях акцентировал как специфический тип русского предложения, дифференцировав их, вероятно, впервые на безличные, неопределенно-личные, обобщенно-личные, номинативные и инфинитивные.

Считая сказуемость «важнейшей грамматической категорией, в которой «тесно сцепляются речь с мыслью», вне которой нет предложения, определяя сказуемое как такой член предложения, который соответствует не «представлению», а «целой мысли», А. М. Пешковский в числе первых признавал за номинативными предложениями статус односоставных, а именительный падеж существительного определял как сказуемое, указав при этом, что в номинативных предложениях «по самой природе их не может быть ни подлежащего, ни глагольного сказуемого». В качестве характерной черты он назвал «обязательное отсутствие специфически глагольных членов», т.е. дополнений и обстоятельств.

А. М. Пешковский не терминировал выделенные им предложения ни как односоставные, ни как одночленные. Он лишь указал на отсутствие в этих предложениях подлежащего в отличие от глагольных личных предложений, небализация подлежащего которых делает их неполными.

Определённый вклад в разработку вопросов, связанных с учением об односоставных предложениях, внёс Алексей Александрович Шахматов.

Понимая под предложением единицу речи, служащую для словесного выражения единицы мышления в акте коммуникации, состоящей из сочетания двух представлений (психологического субъекта и психологического предиката), приведенных в предикативную связь, Шахматов полагает, что в каждом предложении «должны быть члены, соответствующие основным элементам коммуникации, выражающие словесно сочетание психологического субъекта и психологического предиката», что позволило ему выделить такую разновидность русского предложения, в которой «указанное сочетание субъекта и предиката находит себе соответствие в одном члене предложения».

Такие предложения он объединил в один тип и впервые в русской лингвистике назвал их односоставными, а член предложения, соответствующий по своему значению сочетанию субъекта с предикатом, он назвал главным членом односоставного предложения. Поэтому «член предложения, соответствующий по своему значению сочетанию субъекта с предикатом, мы назовём главным членом, главным членом односоставного предложения; в односоставных предложениях таким образом не нашло словесного выражения то расчленение которое с несомненностью обнаруживается в самой коммуникации; двучленной коммуникации соответствует односоставное (не только одночленное, односоставное) предложение», – резюмирует ученый.

2. В основу дифференциации односоставных предложений он кладет понятие главного члена, однако последовательность в решении этого вопроса у него отсутствует. Так, например, характеризуя природу главного члена односоставного предложения, он пишет: «Сравнительно со способами словесного выражения главных членов в двусоставных предложениях, главный член односоставного предложения может быть отождествлен формально или с подлежащим, или со сказуемым, причем,

конечно, не следует забывать, что такое «сказуемое» отличается от сказуемого двусоставного предложения тем, что вызывает представление и о п[ре]дикате и о субъекте, между тем как сказуемое двусоставного п[ре]дложения соответствует только п[ре]дикату, а также, что «подлежащее» односоставного п[ре]дложения вызывает п[ре]дставление и о субъекте и о п[ре]дикате, между тем как подлежащее двусоставного п[ре]дложения соответствует только субъекту» [60 . С.148]

Далее, ха[ра]кте[ри]зуя главный член бесподлежащный п[ре]дложений, он уточняет: «Но, конечно, это не сказуемое, точно также как в односоставных подлежащных п[ре]дложениях нельзя гово[р]ить о подлежащем». Тем не менее все односоставные п[ре]дложения делятся им на подлежащные, бесподлежащные, вокативные и безличные.

Непоследовательность Шахматова в п[р]ешении воп[ро]са о г[ра]мматическом статусе главного члена односоставного п[ре]дложения нашла свое от[ра]жение в п[р]азличной квалификации этого члена п[ре]дложения. Так, в статье «Синтаксис п[р]остого п[ре]дложения в школьном п[р]еподавании» П. С. Ст[ел]ков писал: «... в тех п[ре]дложениях, в составе кото[ры]х нет однов[ре]менно подлежащего и сказуемого, т. е. в п[ре]дложениях односоставных, слово, поясняемое д[ру]гими словами, но само ничего не поясняющее, не может быть квалифици[р]овано ни как подлежащее, ни как сказуемое, хотя бы по г[ра]мматической фо[р]ме оно совпадало с подлежащим или сказуемым. В п[ре]дложении “славная осень” господствующее слово “осень” будем называть главным членом односоставного п[ре]дложения».

Главным членом односоставных п[ре]дложений называет его и Ольга Бо[ри]совна Си[ро]тина, Ве[р]а А[н]сеньевна Белошапкова и д[ру]гие.

Викто[р] Влади[ми]рович Виног[р]адов, к[ри]тикуя Шахматова за непоследовательность пост[ро]ения синтаксиса, в частности квалификации главного члена односоставных предложений писал: «главный член односоставных п[ре]дложений, в сущности, по своей психологической

п[и]оде ничего общего не имеет ни с подлежащим, ни со сказуемым двусоставного предложения».

Позже, во «Введении» к [азделу «Синтаксис» Г[р]амматики [русского языка он пишет: «Само собой [азумеется, что было бы бесцельно ст[е]миться к [азысканию и установлению «подлежащих» и «сказуемых» или каких-нибудь их «эквивалентов» во всех типах односоставных п[е]дложений. Однако в некото[р]ых их фо[р]мах можно найти мо[р]фологические соответствия одному из главных членов двучленного (или двусоставного) п[е]дложения».

Позиция В. В. Виног[р]адова была от[р]ажена в академической «Г[р]амматике [русского языка», где односоставные п[е]дложения диффе[р]енци[р]уются по мо[р]фологической п[и]оде главного члена и выделены следующие [азновидности односоставных п[е]дложений: неоп[е]деленно-личные, обобщенно-личные, безличные, инфинитивные и номинативные.[35.С. 94—95].

Евдокия Михайловна Галкина-Федо[в]ук не соглашается с таким подходом к односоставным п[е]дложениям, поскольку «оп[е]делив член односоставного п[е]дложения только как «главный член», этим самым мы объединяем все типы односоставных п[е]дложений: неоп[е]деленно-личные, обобщенно-личные, безличные, номинативные, инфинитивные, потому что во всех этих п[е]дложениях будет оп[е]делен только “главный член”. А о том, какова п[и]ода этого члена как синтаксического явления, больше ничего не сказано.

Вместо синтаксической ха[р]актеристики этого члена дается оп[е]деление части [речи, кото[р]ой вы[р]ажен главный член, т. е. дается мо[р]фологическая ха[р]актеристика, что является явно недостаточным. Акад. В. В. Виног[р]адов в своей вводной части к синтаксису, – заключает Галкина-Федо[в]ук, – п[р]авильно указывает, что “мо[р]фологизм” как п[р]инцип построения тео[р]ии п[е]дложения не может п[р]ивести к пониманию всего [азнооб[р]азия ст[р]укту[р]ных типов п[е]дложения.

Вера Васильевна Бабайцева, классифицируя односоставные предложения на определенно-личные, неопределенно-личные, обобщенно-личные, безличные, инфинитивные и номинативные, основными их признаками считает:

- 1) морфологическую позицию главного члена,
- 2) степень синтаксической членимости и синтаксической квалификации главного члена,
- 3) характер второстепенного члена.

3. В соответствии с первым признаком все односоставные предложения она дифференцирует на глагольные и именные. Общим структурным признаком односоставных глагольных предложений является отсутствие подлежащего: «его нет и быть не может во всех разновидностях глагольных односоставных предложений» [35.С. 395.]

Автор указывает на то, что включение подлежащего в предложение там, где это возможно, изменяет структурный тип предложения, вносит новые оттенки в его семантику и превращает односоставное предложение в двусоставное.

Для односоставных предложений, в учении В. В. Бабайцевой, свойственна потребность актуализировать один компонент выражаемой мысли. Обычно таким компонентом является предикативная характеристика предмета мысли. «Незамещенная синтаксическая позиция подлежащего, позволяет представить деятеля неопределенно, обобщенно и т.д.» что, по мнению В. В. Бабайцевой, позволяет ввести в семантическую структуру односоставных предложений наглядно-чувственные образы предметов, нашедших описание в контексте.

В предложениях такого типа сказуемое становится и структурным и семантическим центром предложения. Для своего строения он избирает «такие формы, которые могут выразить нужное представление о деятеле, не называя его...».

Именные предложения, главный член которых представлен именительным падежом существительного, автор синтаксически не квалифицирует, указывая только на то, что «существительное характеризуется синтаксической полифункциональностью и чаще называют предмет речи (мысли), чем признаки».

Михаил Викторович Панов предложения, традиционно относимые к односоставным определённо-личным, неопределённо-личным, обобщённо-личным, номинативным, безличным, квалифицирует как двусоставные предложения с нулевым подлежащим.

Свой подход к описываемым предложениям он обосновывает тем, что «например, неопределённо-личное значение глагола может реализоваться только при “отсутствии” подлежащего. Значимое отсутствие следует рассматривать как особый показатель, поэтому в предложениях с неопределённо-личной, обобщённо-личной, безличной формой глагола необходимо признать наличие подлежащего, выраженного нулём».

ВЫВОДЫ

Результаты исследования, проведённого в первой главе, позволяют сделать следующие выводы

В заголовках «Литературной газеты», по мнению исследователей, чаще всего встречаются такие средства привлечения внимания, как расширение лексической сочетаемости (15 % из рассмотренного количества заголовков). Достаточно часто встречается использование прецедентного текста и информативные заголовки (по 9 %). Немного реже встречается использование неологизмов (8 % из рассмотренного количества заголовков). Намного реже встречается использование цитации, окказионализмов, фонетического созвучия (по 7 % из изученного количества заголовков). Наиболее редко встречается расширение значения слов, расширение устойчивого сочетания, непосредственной сочетаемости слов, появление нового значения слов, окказионализмы, эвфемизмы, фразеосочетания, контекстуальные антонимы, оксюмороны, эффект умолчания, вопросные конструкции, инверсия, эффект усиленного ожидания (всего по 3 %).

во-первых, односоставные предложения всех разновидностей активно используются в публикациях.

Во-вторых: односоставные предложения как нельзя лучше передают напряжение и накал страстей, а через газетный материал добиться этого довольно сложно. Задача журналиста, корреспондента именно в этом и состоит, чтобы донести до читателя атмосферу соревнования, переживаний, передать эмоции. В телевизионных сюжетах этого добиться можно с помощью картинки и звука. А в печати такой эффект дают правильно составленные предложения. Заголовок является первым сигналом, побуждающим нас читать газету или отложить ее в сторону. Предваряя текст, заголовок несет определенную информацию о содержании публицистического произведения. В то же время заглавие газетной полосы, газетного номера имеют эмоциональную окраску, возбуждающую читательский интерес, привлекающую внимание. Исследование психологов показали, что около 80% читателей уделяют внимание только заголовкам. Поэтому так важно журналисту выбрать заголовок для своей публикации. В нескольких словах, одним предложением нужно не только передать основной смысл статьи, ее содержание, но и привлечь, заинтересовать читателя, однако не стоит забывать, что не все меры здесь хороши.

Глава 2. Односоставные предложения в функции газетного заголовка

2.1. Общая характеристика односоставных предложений

Односоставные предложения являются самостоятельным структурно-семантическим типом простых предложений, точнее, системой типов. Их основа представлена одним главным членом предикативная, который занимает совершенно самостоятельную позицию в предложении.

Задача исчерпывающего описания всех типов однокомпонентных предложений была впервые поставлена и частично решена А. А. Шахматовым. В. В. Виноградов колебался между морфологическим (по

характеру основного термина) логико-синтаксическим и подходами к определению и дифференциации различных типов односоставных предложений.

А.А. Шахматов указывал, что в односоставных предложениях нет соотносительных подлежащего и сказуемого, а есть один главный член. И все же формально он отождествлял этот главный член то с подлежащим, то со сказуемым двусоставного предложения и положил этот критерий в основу классификации односоставных предложений.

Действительно, форма главного члена односоставного предложения может быть аналогична подлежащему или сказуемому двусоставного предложения. Но сходство только внешнее и формальное. В. В. Виноградов рассказал об особенностях структуры однокомпонентных предложений по отношению к основным типам двухкомпонентных предложений и отметил, что было бы нецелесообразно искать субъект и сказуемое или их эквиваленты во всех типах однокомпонентных предложений. [37.С. 261]

Большинство современных синтаксистов сходятся во мнении, что в односоставном предложении главный член одновременно и называется подлежащим или предметом, и передает его отношение к действительности, т.е. оформляет предикативное значение: модальность, синтаксическое время, синтаксическое лицо. (В содействии и способах выражения этих категорий отдельные типы односоставных предложений имеют свою специфику, о чем будет сказано ниже.)

Таким образом, единственный главный член выполняет те функции, которые в двусоставном предложении разделены между подлежащим и сказуемым, где первое называется предметом, второе – предикативно записываемый ему признак.

Следовательно, по грамматической семантике главный член односоставного предложения не может быть отождествлен ни со сказуемым, ни с подлежащим двусоставного предложения. Поэтому в большинстве

современных научных работ и во многих вузовских учебниках закрепился термин «главный член односоставного предложения».

Единого критерия классификации односоставных предложений наука пока не предложила. Их типы различаются на основании грамматической семантики предложения или способа выражения его главного члена. Поэтому в литературе научной и учебной для высшей школы предлагаются разные классификации односоставных предложений. Максимально широкий перечень их типов таков:

- 1) определительно-личные,
- 2) неопределительно-личные,
- 3) обобщенно-личные,
- 4) безличные,
- 5) инфинитивные,
- 6) номинативные,
- 7) вокативные.

Но ни в одном источнике не выделяются все 8 типов, поскольку существование многих из них является вопросом спорным. Есть только два типа односоставных предложений, существование которых признают все исследователи – неопределительно-личные и безличные.

В учебниках для средней школы выделяются 4 типа односоставных предложений: определительно-личные, неопределительно-личные, безличные, назывные.

Определительно-, неопределительно- и обобщенно-личные предложения обладают рядом сходных характеристик:

- 1) их главный член имеет в своем составе спрягаемую форму глагола (полнозначного, вспомогательного или связки);
- 2) они называют действия, у которых есть субъект-производитель (существительные – состояния, качества, у которых есть субъект-носитель).

Главный член данных предложений (точнее, глагольные формы в его составе) выражает их предикативное значение – модальность,

синтаксическое время, модальность, синтаксическое лицо. Общность названных структурных и семантических признаков позволяет объединять данные типы в одну группу, которую иногда называют «спягаемо-глагольные односоставные предложения» или «личные односоставные предложения».

По структуре главный член данных предложений сходен со сказуемым двусоставного предложения и имеет те же типы и разновидности: он может быть простым глагольным, составным глагольным и составным именным, сложным глагольным и именным. Наприме:

Не перестаю влюбляться в красное! Как поживаешь, земля моя светлая? (Островский) – в первом предложении главный член составной глагольный, во втором – простой глагольный;

– *Начальством быстра научишься быть* – сказала Лиза (Горький) – в прямой речи главный член сложный именной.

В зависимости от значения синтаксического лица спягаемо-глагольные односоставные предложения делятся на типы: определенно-, неопределенно- и обобщенно-личные.

В определенно-личных предложениях выражается действие или признак определенного конкретного лица. Таким лицом может быть только участник данного речевого акта. Производитель действия (носитель признака) лексически не обозначен, но на него указывает форма главного члена – флексия спрягаемой формы глагола (полнозначного, вспомогательного или связки). Поэтому главный член этих предложений может выражаться только такими формами, которые указывают на конкретного деятеля. Назовем эти формы и их значения.

1. Формы 1-го лица единственного числа настоящего и будущего времени изъявительного наклонения указывают, что действующим лицом является сам говорящий: *Сегодня, добрые друзья, повеселю вас новой сказкой* (Пушкин); *Но люблю тебя, родина красная!* (Есенин); *От излук не заикаюсь и форму не клянусь...* (Окуджава).

2. Фо́рмы 2-го лица единственного или множественного числа настоящего и будущего в́ремени изъявительного наклонения и фо́рмы 2-го лица единственного или множественного числа повелительного наклонения называют действие собеседника (собеседников): Слова об этом больше от меня не услышишь (Ту́ргенев); Можете сойти на бе́рег, погулять (Паустовский); Будь же счастлива, Ме́ди, солнце жизни моей! (Пушкин); Становитесь, господа!.. Докто́р, извольте отме́ить шесть шагов... (Ле́монтов). Как видим, в подобных п́редложениях субъект действия или п́изнака может быть назван об́ращением.

3. Фо́рмы 1-го лица множественного числа настоящего и будущего в́ремени изъявительного наклонения указывают, что действие сове́щает гово́рящий и та ѓруппа людей, к кото́рой он в данный момент себя п́исчисляет. В п́остейшем случае это гово́рящий и его собеседник (собеседники): – Сегодня, ба́тец мой, заниматься не будем (А.Н. Толстой); – А то, может быть, п́азделимся? – сп́росил Остап (Ильф, Пет́ров). Но данная фо́рма может указывать и на иную ѓруппу лиц. Нап́ример, в п́едложении Опять будем вст́ечать кого-нибудь? (Куп́чин) названо действие не только собеседников, но всех служащих завода; в п́едложении Че́рез час отваливаем – всех, кто находится на па́роходе.

4. Главный член может быть вы́ражен фо́рмой совместного действия: Погово́римте лучше о вас (Ту́ргенев); Дорогая, сядем п́ядом, поглядим в глаза д́у́г д́у́гу (Есенин); Ну давайте успокоимся! п́зойдемся по домам!.. (Окуджава). Такие п́едложения обозначают п́изыв гово́рящего к собеседнику вместе сове́щать какое-либо действие.

Никакие д́ругие фо́рмы глагола в п́ли главного члена оп́ределенно-личных п́едложений выступать не могут, так как они не указывают на конќетное лицо.

С помощью фо́рм главного члена в оп́ределенно-личных п́едложениях последовательно вы́ражается:

- 1) объективная модальность,

2) синтаксическое время (настоящее или будущее) или вневременность – при выражении главного члена формами повелительного наклонения,

3) синтаксическое лицо (1-е или 2-е).

Определенно-личные предложения по семантике близки к двусоставным с подлежащим – личным местоимением 1-го или 2-го лица. Это, как указывает В.В. Бабайцева, обуславливает возможность их взаимозамены, употребление в одном контексте без какой семантической и стилистической дифференциации». [8.С. 395.]

Чтобы убедиться в справедливости этого наблюдения, можно обратиться, например, к стихотворению М.Ю. Лермонтова «родина».

Не все исследователи признают существование определенных-личных предложений как самостоятельного типа. Есть мнение, что они являются неполными вариантами двусоставных предложений. В.В. Бабайцева помещает эти предложения в зону переходности между дву- и односоставными. Сравнивая определенные-личные и двусоставные предложения, она отмечает следующее различие между ними: «В односоставных предложениях центром информативной семантики является действие, внимание к деятелю ослаблено, хотя он и мыслится как лицо определенное, а в двусоставных предложениях внимание разделено между деятелем и действием, причем нередко актуализирован деятель...». [9. С. 395.]

В неопределенно-личных предложениях выражается действие (признак) конкретного, но неопределенного лица. Действующее лицо остается не обозначенным ни лексически, ни с помощью грамматических показателей глагольных форм.

Неопределенно-личное значение создается спрягаемой формой глагола в главном члене. Это формы:

– 3-го лица множественного числа настоящего и будущего времени изъявительного наклонения: *Ее привозят и в Соборные (Пушкин); За немилого выдадут сестриночку...(Тургенев); Свежих людей редко видят в палате № 6 (Чехов);*

– множественного числа прошедшего времени изъявительного наклонения: *Лошадей скоро подали* (Тургенев); *Напаоходе зажгли электричество и засветили на бортах сигнальные фонари* (Купин); *Писали раньше ямбом и октавой* (Есенин);

– множественного числа сослагательного наклонения: *Лекаства и матеиалы ему доставили бы* (Коптяева); *Скоге бы объявили оценки!*

Как видим, неопределенно-личные предложения могут иметь значение реальной и ирреальной объективной модальности и любого синтаксического времени. В них выражается значение неопределенного синтаксического лица. Обратите внимание: их главный член всегда имеет форму множественного числа – даже тогда, когда говорящему известно, что реально действие совершает один человек.

Можно назвать три основные ситуации употребления неопределенно-личных предложений:

а) лицо, совершающее действие, неизвестно говорящему: *В прихожей позвонили* (А.Н. Толстой); *За негождой в контро тихонько разговаривали* (Тургенев);

б) говорящий не считает нужным называть известное ему (или предполагаемое) действующее лицо, так как хочет сосредоточить внимание на действии. Например: *Ваше не позволяли тратить эту модель* (Паустовский); здесь субъект действия не назван, хотя из рассказа понятно, что это могла быть только мама Васи. См. также предложения, которые мы часто употребляем в своей жизни: *Вас вызывают в деканат; Квитанции еще не принесли; Результаты вам сообщат; Здесь всегда рады гостям и т.п.*;

в) конкретное действующее лицо назвать невозможно, так как действие исходит от группы лиц (коллектива, органов власти, случайной группы людей и т.п.): *Француза скоро отогнали, накопили и одели* (Тургенев); *В Москве любят записать двеи* (И.Ильф, Е.Петров).

Неопределенно-личные предложения чаще всего бывают аспиростаненными. Второстепенные члены, в том числе и прямое дополнение, нередко находятся перед главным: И двоюродный-то не сейчас в генеалогии жалуют (Тургенев); Его давно уже ждали, на него надеялись (Тургенев); Вообще в доме Зиненок вечно кого-нибудь и чем-нибудь дразнили (Купчин); Снегом меня оттипали, чаем поили, на печь положили, [отжила] (Пашвин). Такой порядок слов существенно отличается от того, которого требуют правила построения словосочетаний. В то же время возможна и постпозиция второстепенных членов или некоторых из них: Нас принимали со всеми почестями и повели в кунацкую (Лемонтов); В меня чуть не бросают камнями и ездят на мне вежом (Чехов); По аллее проводят лошадок (Ахматова); Поезд подали на мол прямо к паходу (Паустовский).

Нередко в неопределенно-личных предложениях бывают второстепенные члены, которые своим конкретным содержанием косвенно указывают на субъект действия, на сферу его существования, на круг лиц, к которому он относится:

Вспомните, вас могут хватить дома... – субъектами потенциального действия являются члены семьи;

Внезапно опять останавливаются – останавливаются те, кто идет внезапно;

Но у вас не рассказывают сказок. У вас не поют песен – действующим лицом являются те, кого говорящий объединяет с собеседником. Также: *В тактиках и потемных шумели* (Чехов); *Защечье обо мне говорят с любовью и благодарностью* (Вейсасев); *В таких семьях водили пчел, гордились жебцом-битюгом сиво-железного цвета и держали усадьбы в порядке.* Действие, названное в обобщенно-личных предложениях, относится к любому и каждому, в том числе и к самому говорящему, т.е. его субъект представлен как обобщенный. Следовательно, данные предложения имеют синтаксическое значение

обобщенного лица. Названное в них действие не соотносится с моментом речи, поэтому данным предложениям свойственна вневременность. Модальность выражается в них формой главного члена.

Главный член обычно имеет форму 2-го лица единственного числа настоящего и будущего времени изъявительного наклонения или 2-го лица единственного числа повелительного наклонения: Из песни слова не выкинешь (посл.); В час педут гнний видишь всю жизнь позади ; Если хочешь понять душу леса, найди лесной учей и отпавляйся бегом его вверх или вниз; Не спеши языком – топись делом (посл.).

Главный член может быть выражен формой 3-го лица множественного числа настоящего и будущего времени изъявительного наклонения: Цыплят по осени считают (посл.); На седитых воду возят (посл.);

Относительно того, возможны ли в обобщенно-личных предложениях другие формы главного члена, единого мнения нет. Отмечается, что обобщенно-личное значение могут иметь предложения, главный член которых выражен формой 1-го лица множественного (и даже единственного) числа изъявительного наклонения: Что имеем – не ханим, потеявши – плачем; Опомнимся, – но поздно! И уныло глядим назад, следов не видя там (Пушкин); Никуда души своей не денем (Сельвинский); Чужую бедушкой азведу, а к своей ума не приложу (посл.). Но к числу обобщенно-личных подобные предложения относят не все исследователи.

Обычно говорят, что форма обобщенно-личных предложений характерна для пословиц и поговорок, в которых обобщается многовековой опыт народа. Однако языковой материал показывает, что сфера использования данных конструкций шире.

П.А. Лекант отмечает, что в обобщенно-личных предложениях может быть выражена разная степень обобщения.

1. Наибольшая степень обобщения наблюдается в пословицах: На чужой шток не накинешь платок; Семь раз подумаешь, один раз

отпеж; Соловья баснями не комят; После драки кулаками не машут. К пословицам по степени обобщения близки и некоторые авторские высказывания: В чужую душу разве влезешь? (Тургенев); Чего не потеешь – того, брат, не найдешь (Окуджава). Таким предложениям свойственно афористически-назидательное содержание. В них нет членов, связанных с конкретной ситуацией, в частности указательных слов. Для них не характерны слова с метафорическими значениями.

2. Меньшая степень обобщения наблюдается в предложениях, где личный опыт говорящего возводится в закономерность, в правило; где действие представляется как обязательное для каждого, попавшего в определенную ситуацию: *Без собак на Севере не обойдешься; Хотя таких нечутких людей не встретишь иначе; Знать не можешь доли своей, может, кылья сложишь посреди степей*. Такие предложения афористичны и не содержат никаких указаний на отнесенность высказывания к самому говорящему.

3. Минимальная степень обобщения обнаруживается в предложениях, сообщающих о действиях, реально совершенных самим говорящим, неоднократно повторенных им. При этом действие, имевшее место в прошлом, передается глагольными формами настоящего или будущего времени. В результате происходит смещение временного плана, устанавливается реальная временная соотнесенность. В подобных предложениях нередко используется частица *бывало* или вводные слова типа *помнится*: *А то велишь заложить беговые дорожки и поедешь в лес на ябчиков (Тургенев); Помнится, идешь по пустым улицам, весь умиленный, и даже на звезды как-то доверчиво глядишь, [словно они и ближе стали, и понятнее...] (Тургенев); А с семьей-то, бывало, сколько провозишься, сколько потов сольешь! (Соколов-Микитов).*

Обобщенно-личным предложениям, как и неопределенно-личным, свойственна позиция второстепенных членов: *В чужой монастырь со своим уставом не ходят (посл.); Не пой дурному яму: сам в нее*

попадешь (посл.); И даже глупости смешной в тебе не вступишь, свет пустой (Пушкин); От вас не скроешься (Тургенев). Это не исключает, однако, возможности постпозитивного расположения всех их или некоторых из них: Без труда не вынешь и рыбку из пуда (посл.); Не заслонишь солнышка лавицей, не убьешь молодца небылицей (посл.); В любой вещи тогда чувствуешь душу создавшего ее человека (Плешвин). См. также позицию второстепенных членов в примерах, приведенных выше.

Как видим, у обобщенно-личных предложений нет «собственных», только им свойственных форм главного члена. Поэтому отрицать их от определенно- и неопределенно-личных следует по грамматическому значению. Покажем это на примерах.

1. – Не бойся. Политикой я не занимаюсь. А думать никому не закажешь (Бунин). Первое предложение называет действие собеседника и потому является определенно-личным. Последнее, хотя и имеет главный член в форме 2-го лица, выражает некое общее жизненное наблюдение, относящееся к каждому человеку; оно обобщенно-личное.

2. «Сегодня приема по случаю болезни профессора нет. Посят не беспокоить звонками» (Булгаков). Второе предложение имеет главный член в форме 3-го лица множественного числа. Субъекты обозначенного действия не названы, хотя известны – это те, кто должен был бы осуществлять прием. Поэтому данное предложение неопределенно-личное.

3. По тем мишеням сразу из тех винтовок не стреляют, а преимущественно мажут (Паустовский). Главный член предложения выражен той же формой 3-го лица множественного числа. Но содержание предложения афористически-назидательное; названное действие оторвано от конкретной ситуации, относится к каждому человеку. Данное предложение является обобщенно-личным.

2.2 Типы односоставных предложений в газетных заголовках

Газетный заголовок как лингвистическое явление давно привлекает внимание исследователей, однако до сих пор многие вопросы, касающиеся их языковых особенностей, недостаточно изучены. Многообразие мнений и подходов можно заметить уже на этапе анализа существующих определений заголовка. Некоторые лингвисты при определении понятия заголовка обращаются в первую очередь к его структуре. Причем здесь наблюдается большое разнообразие мнений:

- · заголовок - это слово или словосочетание
- · заголовок - это номинативное предложение
- · заголовок - это предложение
- · заголовки делятся на предложения и непредложения

Разнообразие определений также связано с двойственной природой заголовка. С одной стороны, это языковая структура, предваряющая текст, стоящая "над" ним и перед ним, поэтому заголовок может восприниматься как речевой элемент, находящийся вне текста и имеющий определенную самостоятельность. С другой стороны, заголовок - полноправный компонент текста и составляет единую систему с текстом. Заголовок - компонент текста, тесно связанный с другими компонентами этой системы, занимающий стилистически важное место, называющий текст и дающий первоначальную информацию о нем.

Лингвисты рассматривают заголовок и с точки зрения выполняемых им функций - графически-выделительной, номинативной, информативной, рекламной, экспрессивной. Выделяются заголовки по структуре и соотносительности с текстом.

Для анализа синтаксического строя заголовка важно учитывать совокупность всех его аспектов как языкового явления, его функциональную направленность, жанрово-стилистические особенности, поэтому в своем исследовании мы опирались на следующее определение газетного заголовка: заголовок - это выделенный графически потенциально свернутый знак текста, выраженный вербальными и невербальными средствами языка, являющийся абсолютно начальным, единым для всего текста элементом, который именуется и/или характеризует текст, прогнозирует содержание, интерпретирует текст, сообщая ему дополнительные смыслы.

В грамматическом построении заголовка используются все известные типы предложения.

Для заголовков газет типичны почти все виды односоставных предложений: определенно-личные, неопределенно-личные, обобщенно-личные, безличные и инфинитивные, номинативные, вокативные предложения. Иллюстрацией послужили заголовки газеты "Мир новостей": "Где слышат чиновника?", "Уважайте жителей Донбасса", "Как вырастить детей порядочными людьми?", "Проураганим партию" "Маша, держись! Ещё попрыгаем"; "Как привести себя в порядок перед пляжным сезоном", "Ищу работу Человека - паука", "Эх, рано сошли с экрана", "Не сбивайте Леонида Быкова", "Крымские каникулы", "Водитель, нажми на тормоза".

Рассмотрим типы односоставных предложений на примере газеты «Мир новостей», группируя их по типам:

1. Определенно-личные предложения

Определённо-личные предложения — это предложения, обозначающие действия или состояния непосредственных участников речи — говорящего или собеседника. Поэтому сказуемое (главный член) в них выражается формой 1-го или 2-го лица глаголов единственного или множественного числа.

Категория лица есть в настоящем и будущем времени изъявительного наклонения и в повелительном наклонении. Соответственно сказуемое в определённо-личных предложениях может быть выражено следующими формами: расскажу, расскажешь, расскажем, расскажете, расскажи, расскажите, давай(те) расскажем; иду, идёшь, идём, идёте, буду идти, будешь идти, будем идти, будете идти, иди, идите, давай(те) иди.

Предложения эти по своему значению очень близки к двусоставным предложениям. Почти всегда соответствующую информацию можно передать двусоставным предложением, включив в предложение подлежащее я, ты, мы или вы. Достаточность одного главного члена обусловлена здесь морфологическими свойствами сказуемого: глагольные формы 1-го и 2-го лица своими окончаниями однозначно указывают на вполне определённое лицо. Подлежащие я, ты, мы, вы оказываются при них информативно избыточными. Односоставные предложения мы употребляем чаще в том случае, когда нужно обратить внимание на действие, а не на лицо, которое это действие совершает:

- *Подолевать будете!*
- *Раздвигаем стены.*
- *Венись, душа!*
- *Заслужил- получи!*
- *Говорим с животными на их языке.*
- *Не завали сессию.*
- *Подводим итоги 2018-го*

2. Неопределённо-личные предложения

Неопределённо-личные предложения — это односоставные предложения, которые обозначают действие или состояние неопределённого лица; деятель в грамматической основе не назван, хотя и мыслится лично, но акцент сделан на действии.

В роли главного члена таких предложений выступает форма 3-го лица множественного числа (настоящего и будущего времени изъявительного наклонения и повелительного наклонения) или формы множественного числа (глаголов прошедшего времени и условного наклонения или прилагательных): говорят, будут говорить, говорили, пусть говорят, говорили бы; (им) довольны; (ему) рады.

Специфика значения деятеля в неопределённо-личных предложениях в том, что в действительности он существует, но в грамматической основе не называется.

Форма 3-го лица множественного числа глагола-сказуемого не содержит информации ни о количестве деятелей, ни о степени их известности. Поэтому эта форма может выражать:

- *В школе активно решают проблему успеваемости;*
- *Ищут и находят:*
- *Купаются в деньгах!*
- *Мне принесли эту книгу*
- *Мало отдохнул:*

- *Меня ждут;*
- *Живое лечат живым:*
- *Наших тоже подслушивают?:*
- *Нам откровенно врут!*
- *Режут бюджет и нас!*
- *Дождались пинца!*
- *Будьте спокойны, за вами следят*
- *Где-то далеко кричат;(неизвестное)*
- *На экзамене мне поставили пять:*
- *За что посадили президента?*
- *Ищут и находят:*
- *Что нашли у чиновников?*
- *Запугали запугавшего*
- *Никому не должен*
- *А были впереди планеты всей.*

Неопределённо-личные предложения чаще всего имеют в своём составе второстепенные члены, т.е. неопределённо-личные предложения, как правило, застрахованные.

В составе неопределённо-личных предложений, как мы видим из примеров, приведенных выше, употребляются две группы второстепенных членов:

- 1) Обстоятельства места и времени
- 2) Прямые и косвенные дополнения.

Классификация содержания предложений в функции заголовка в соотношении с эффективными ему ситуациями действительности позволила выделить следующие ситуации, определяемые предикатом:

1. Ситуации деятельности субъекта.
2. Ситуации состояния.
3. Акты.

Анализ материала позволяет сделать вывод о том, что заголовки, представленные неопределенно-личными конструкциями, соотносятся с управляемыми ситуациями: деятельность и акты, при этом акты являются преобладающей группой. Кроме того, необходимо отметить, что, как правило, отсутствующий семантический субъект в таких конструкциях оказывается имплицитно представленным с помощью предиката, формирующего типовую ситуацию.

В роли газетного заголовка неопределенно-личное предложение реализует оба своих семантических плана. В номинативном аспекте неопределенно-личное предложение представляет некоторое положение дел, не определяя при этом деятеля, в коммуникативном аспекте оно указывает на отношение представляемого события к времени и результату.

Со стороны наименования темы текста, то есть номинативной способности предложения-заголовка, очевидно выделяются:

1) предложения, достаточно полно представляющие всех участников поименованного события: здесь при предикате возможно присутствие обязательных и факультативных актантов, семантический субъект легко восстанавливается, например, *Оплативникам вменили в вину чистые листы и действовали по делу о рейдерстве*;

2) заголовки, предикат которых использует только обязательные актанты (или один из обязательных актантов), в результате чего возникает некоторая интрига, вызванная смысловой неполнотой высказывания, например, *Неласова и Шнайдер обвинили*.

В первом случае, «полноинформативном», смысловая схема последующего текста представляет собой конкретизацию информации, связанной с объектом, находящимся в позиции темы. Вторым, «неполноинформативный» тип, направляет внимание читателя на актуализируемое в заголовке действие, конкретизация которого является основной тематической линией текста.

В коммуникативном аспекте представления соотношения события с действительностью на основе видо-временных значений педиката-сказуемого оказалось возможным выделить следующие семантические типы неопределенно-личных предложений:

- совешенный вид прошедшее время;
- несовешенный вид настоящее время;
- совешенный вид будущее время.

Таким образом, неопределенно-личные предложения обладают типологическими чертами в отношении общей семантики (две зоны): использование видо-временных форм и связей со смысловой структурой текста. Их выбор автором четко проявляет его интенции в отношении характера изложения информации.

В результате анализа лексического наполнения исследуемых конструкций (односоставных неопределенно-личных) нами выделено пять семантических сфер, определяющих основной тематический потенциал текстов информационных жанров:

- 1) финансово-экономическая деятельность;
- 2) власть и политика;
- 3) закон и судопроизводство;
- 4) бизнес-деятельность;
- 5) социальная деятельность.

Заголовки в форме односоставных предложений охватывают все выделенные тематические сферы. В отличие от заголовков в форме односоставных предложений, представляющих все выделенные тематические сферы текстов информативных жанров, заголовки в форме неопределенно-личных предложений типичны для определенных тем: социальная деятельность, закон и судопроизводство, бизнес-деятельность. Здесь необходимо сказать о неопределенно-личных конструкциях, выделенных только предикативным компонентом – определить тематическую сферу их функционирования не представляется возможным:

- Попали в яблочко
- Объединили усилия;
- Спихватились.
- Добегались?!

3.Обобщенно-личные предложения

Обобщённо-личные предложения занимают особое место среди односоставных предложений. Это объясняется тем, что обобщённо-личные предложения не имеют собственных форм, и, таким образом, основным критерием их выделения является смысловой признак.

Значение обобщённости может быть свойственно предложениям разной структуре. Обобщённо-личными считаются только те предложения, которые по форме являются опделённо-личными или неопделённо-личными, но обозначают действия или состояния обобщённо мыслимого лица. Это предложения, в которых формулируются наблюдения, связанные с обобщающей характеристикой определённых предметов, жизненных явлений и ситуаций.

Наиболее типичной формой является форма 2-го лица единственного числа настоящего или будущего простого изъявительного наклонения. В отличие от внешне сходных с ними опделённо-личных предложений с глаголами в форме 2-го лица, в предложениях обобщённо-личных никогда не говорится о конкретных действиях собеседника, субъект действия мыслится в таких предложениях обобщённо, как любое лицо.

Такой семантический компонент как обобщенность сформировался в результате полученного опыта мыслящих и анализирующих сообществ людей. В них представлялись классифицированные наблюдения, которые были связаны с обобщающей характеристикой различных предметов, явлений и жизненных ситуаций.

По мнению ученых одной из важнейших особенностей обобщенных фраз или высказываний является то, что они употребляются при вывлении только тех наблюдений, которые говорящему представляются

обязательными и бесспорными, поскольку вытекают из объективных особенностей рассматриваемых ситуаций или явлений естественным образом. Поэтому в выражении наблюдений возникает модальное значение неизбежности, необходимости и объективной обусловленности.

- *Сделал дело — гуляй смело.*
- *От добра добра не ищут*
- *Цыплят по осени считают.*
- *Сила есть — ума не надо.*
- *Гусь свинье не товарищ*
- *Меньше ешь — дольше живёшь*

Такой тип предложений применяется в случае, когда необходимо назвать важность самого действия, а не лица, влияющего на его воспроизведение, при этом действие происходит вне времени и относится к любому лицу. Данные предложения употребляются в газетных заголовках, поговорках, пословицах и афоризмах. Неопределённо- и определённо-личные предложения также могут выражать обобщённость, однако, судя по нашему материалу, в заголовках нам почти не встретились обобщённо-личные предложения. Особый интерес представляют случаи трансформации лексического состава или грамматической формы конкретной пословицы или поговорки, например:

От ЕГЭ добра не ищут;

ЕГЭ слезам не верить

Детей по осени считают

Рубль лире не товарищ

4. Безличные предложения

Безличные предложения — это односоставные предложения, в которых говорится о действии или состоянии, возникающем и существующем независимо от производителя действия или носителя

состояния. Особенностью грамматического значения безличных предложений является значение стихийности, непроизвольности выполняемого действия или состояния. Оно проявляется в самых различных случаях, когда выполняется: действие; состояние человека или животного (Мне не спалось; Ему холодно); состояние окружающей среды (Темнеет; Тянет свежестью); «состояние дел»

Односоставное безличное предложение отличается от личного тем, что в нем нет и не может быть подлежащего.

Сказуемое может выражаться разными способами:

Безличным глаголом: *Смелокалось. Меня тошнит.*

Личным глаголом, перейдя в безличную форму: *Вам везет!*

Предикативным наречием категорией состояния или безлично-предикативные слова: *Душно; Трудно но необходимо; Становилось холодно.*

Инфинитивом: *Перестало светить; С этим атаманом не приходится тужить; Но надо же когда-то начинать!; Откладывать нельзя; Пошла будить ребенка.*

Словом-отрицанием «нет» и отрицательной частицей «ни»:

На небе ни облачка; Чистеньких нет!; Спасения нет;

Главный член может быть выражен:

- Формой 3-го лица единственного числа, безличного или личного глагола: *Хватит болтать!*
- *У нас документов нету!*
- *С этим атаманом не приходится тужить*
- *Ничего личного только бизнес*
- *Почему кошкам нельзя есть рыбу?*
- *Откладывать нельзя.*
- *Стану надо чистить.*
- *Скромненько, но со вкусом!*
- *Хватит мучать людей!*

- Нам было жаль покидать го^род.
- Необходимо сказать об этом всем
- По^та будить реб^{ен}ка.
- Надо подмести полы на ве^се^ле^нде.

5. Инфинитивные предложения

Особым ^сл^овом внут^{ри} односоставных безличных предложений считают односоставные предложения с главным членом инфинитивом. Эти предложения называют инфинитивными (безличными инфинитивными). Некоторые учебники включают эти предложения в число безличных, другие считают их особым ^сл^овом - это не так уж и важно. Их основное отличие от остальных безличных - модальное значение. Оно всегда и^ск^лючительно, не соотносимо с в^{ре}менем, всев^{ре}менно.

Частные значения инфинитивных предложений - невозможность (Тебе не заставить его влюбиться в тебя!), целесообразность (Тебе бы сходить к в^{ра}чу или с^казу же к мо^сквой ведьме!), неизбежность (Быть беде!), долженствование в ^{ка}кой степени катего^{ри}чности (Встать!). Возможны предложения, в кото^{рых} совмещены ^сл^овные оттенки. Обратите внимание, что эти предложения всегда относятся к человеку, тогда как собственно безличные описывают и состояния человека, и со стояния п^{ри}ро^{ды}.

К^{ро}ме того, все инфинитивные предложения относят к эксп^рессивным, вы^сказательным. Нейт^ральными они бывают, когда фо^рми^{руют} п^{ри}даточное в составе сложного предложения. Чаще всего они оказываются п^{ри}даточными цели: Я ве^снул^{ся} на т^еп^линку, чтобы не заблудиться.

И в безличных, и в инфинитивных предложениях нет подлежащего (субъекта действия), но п^рактически всегда есть вто^ростепенный член, указывающий на п^ризводителя или потенциального п^ризводителя: Ему

хотелось жениться на самой красивой девушке в мире. Вам здесь повс[а]чивать.

Поэтому п[р]и формальной безличности все же нельзя говорить о том, что описывается вообще бессубъектное действие. Субъект п[р]исутствует, но чаще всего он п[р]едставлен как пассивный. Бессубъектные п[р]едложения - это те, кото[р]ые описывают состояния п[р]и[к]лады.

В инфинитивных п[р]едложениях не может быть безличного глагола или безлично- п[р]едикативного слова, так как п[р]и их наличии инфинитив занимает зависимую позицию, являясь п[р]имыкающей частью главного члена безличного п[р]едложения. Сравните: *Мне хочется поехать в К[р]ым.* - *Поехать бы в К[р]ым.*

Семантической спецификой инфинитивных п[р]едложений является обозначение ими и[р]еального (потенциального) действия, желательного, нежелательного, возможного, невозможного, необходимого, целесообразного, нап[р]име[р]: *Вам не видать таких с[р]ажений! Вам начинать. Не объяснять же мне ему.*

Довольно [а]сп[р]ост[р]анено в инфинитивных п[р]едложениях значение побуждения к действию, повеление, п[р]иказание, нап[р]име[р]: *На по[л]учни не облакачиваться! По газонам не ходить! Всем спать!*

Значение желательности может вы[р]ажаться с помощью частиц *бы*, *только*, *хоть*, *лишь*, *если*, кото[р]ые упот[р]ебляются п[р]и инфинитиве, нап[р]име[р]:

- *Только бы не[д]ожить зиму;*
- *Хоть бы уснуть;*
- *Если бы знать...*
- *Заменить бы наших чиновников [а]ботами;*

Инфинитивные п[р]едложения синонимичны безличным п[р]едложениям, но отличаются от них ст[р]уктурно, а именно в безличном п[р]едложении [а]зличные модальные значения вы[р]ажаются лексическими единицами типа *нужно*, *надо*, *нельзя*, *необходимо* в сочетании с

инфинитивом, а в инфинитивных предложениях они заключены в самом инфинитиве, иногда в сочетании с частицами, например:

Тебе необходимо заняться делом; - Заняться бы тебе делом;

Инфинитивными предложениями принято называть предложения, в которых главный член выражен инфинитивом полнозначного глагола или глагола быть: *Не догнать тебе бешеной тёлки, Быть тебе генералом.*

В данных предложениях инфинитив является независимым, то есть не сочетается со связками. Исторически в подобных предложениях присутствовала связка, но сейчас она сохраняется в очень редких инфинитивных предложениях: *В следующем году тебя будет не узнать.* Такое положение связано с тем, что в инфинитивных предложениях закрепилось особое видение мира – с позиции необходимости, причем в данном типе предложений это значение передается не эксплицитно, а имплицитно. Имплицитные следствия инфинитивных предложений фиксируют не только саму необходимость, но и причину ее возникновения:

- *Запечатать всем все?*
- *Реагировать по-быстрому*
- *Чихать на зпп*
- *Сыграть на выигриш*
- *Избавиться от излишков!*
- *Отмыть душу*
- *Чем объяснить подобную ситуацию?*
- *Подготовить к главному празднику года*
- *Предупредить или лечить*
- *«Не есть друг друга»*
- *Как наказать папу за жулика?*

Инфинитивные предложения весьма специфичны: они обеспечивают видение окружающего мира с позиций необходимости, но при этом языковые конструкции говорящего оформляются с позиций

незаинтересованности, здесь наличествует отсылка к объективному положению дел. Инфинитивные предложения отличаются от безличных составом предикативной основы. В безличных предложениях с инфинитивом в состав сказуемого обязательно входит глагол или словосочетание состояния, к которому примыкает инфинитив. В инфинитивных предложениях инфинитив не зависит, от какого слова, а, напротив все слова подчиняются ему в смысловом и грамматическом отношении.

6. Номинативные предложения

Номинативные предложения-это именные односоставные предложения с общим значением бытия предмета речи: *Лес. Палатка*. Номинативные предложения часто используются в художественной литературе и в публицистике. Они обычно кратки, но семантически емки и выразительны. Называя предметы и явления, констатируя их наличие, указывая место, время и т.д, они сразу же вводят читателя в обстановку действия, способствуют стремительному развитию сюжета.

Структурную схему номинативных предложений образует имя существительное в именительном падеже (иногда местоимение) или количественно-именное словосочетание, в некоторых разновидностях номинативных предложениях в схему входят частицы. Структурную схему номинативных предложений образует имя существительное в именительном падеже (иногда местоимение) или количественно -именное словосочетание, в некоторых разновидностях номинативных предложениях в схему входят частицы

Основным значением номинативных предложений является утверждение бытия (наличия, существования) предметов или явлений. Это значение может быть осложнено и значением эмоциональной качественной и количественной оценки, волеизъявлений и другое.

Номинативные предложения объединяют семантически различные типы предложений, здесь обнаруживается тесное взаимодействие и сплетение свойств двусоставных и односоставных предложений.

Для выделения разновидностей номинативных предложений, ограничения их друг от друга и от двусоставных предложений очень важен логический аспект. Он помогает обобщить огромное количество семантических типов и подтипов предложением видов мысли:

1. Мысль «предмет речи и его предикативная характеристика» обычно выражается двусоставными предложениями и некоторыми разновидностями односоставных: *Красиво! ,листочка-сестричка.*

2. Мысль «предмет речи и его наименование»: *Это красота!.*

3. Мысль «предмет речи и его существование»: *Был гол!*

Номинативные предложения могут быть простыми и непростыми, причем их главный член способен простоять только определениями, согласованными и несогласованными, а также предложениями наименования:

непростые номинативные предложения состоят только из главного члена, в роли которого чаще всего употребляется имя существительное:

Разводопанорама

Нарушения? Звоните!

К непростым относятся и предложения, усложненные частицами:

В роли главного члена может употребляться:

– личное местоимение: – *А вот и я. – Вот и она сама (Сим.);*

– количественно-именное сочетание: – *Десять часов. Двадцать минут одиннадцатого.*

Распространенные номинативные предложения состоят из главного члена и относящегося к нему определения, согласованного или несогласованного (одного или нескольких).

Распространенные номинативные предложения состоят из главного члена и относящегося к нему определения, согласованного или несогласованного (одного или нескольких):

Наша общая классификация представлена следующими примерами:

- *Трезвый подход*
- *Валютная лихорадка*
- *Узницы красоты*
- *Боярский сын*
- *Главный секрет*
- *Азиатская угроза*
- *Реальные мифы или мифическая реальность?*
- *Летающие чудеса.*
- *Этот знакомый незнакомый лед.*
- *Дополнительный доход*
- *Тяжелый случай*
- *Ментовские войны*
- *Государственная доля*
- *5 самых необычных российских дуэлей*

Ниже мы распределили наш материал, разграничив номинативные предложения с согласованными и несогласованными определениями:

а) номинативные предложения с согласованными определениями:

- *Волшебные звезды;*
- *Новые статьи для врачей*

б) номинативные предложения с несогласованными определениями:

- *Безработница с оттенками серого;*
- *Банкротство совести;*

- Раздвоение личностей;
- Зона комфорта;
- Дьявол в деталях;
- Доска объявлений;
- Цена в учебной ошибки;

в) номинативные предложения, включающие согласованные и несогласованные определения:

Несчастный случай длиной 35 лет.

Темные стороны человечества.

- Опекация «ы» и другие включения газовика Гладкова;

Самые удивительные существа планеты

Классификация именительного падежа главного члена, номинативное предложение имеет и другие обязательные грамматические признаки:

- 1) эти предложения бывают только утвердительными;
- 2) номинативные предложения не обладают модальными модификациями на будущее, значение будущего и прошедшего времени переводит их в разряд двусоставных: *Зима! Была зима; Будет зима;*
- 3) значение предикативности выражается констатирующей интонацией.

Одни лингвисты А.А. Потебня, Ф.Ф. Фортунатов, А.М. Пешковский считают главный член номинативного предложения сказуемым другие – подлежащим (Д.Н. Овсянико-Куликовский, В.А. Богородицкий), третьи различают подлежащие и сказуемые номинативные предложения (А.А. Шахматов, Е.М. Галкина-Федосюк); и др.

До сих пор среди лингвистов нет единого мнения о том, какие номинативные конструкции считать предложениями, а какие – не являющимися ими, как отграничивать номинативные предложения от схожих по форме конструкций, считать ли номинативными предложениями собственно названия надписи на вывесках, заголовки и т.д.; именительный

представления: номинатив, подытоживающий предложение высказывание, дающий ему оценку или обоснование и т.д.

В качестве номинативных предложений считаются только те конструкции, которые обладают свойством самостоятельного функционирования, то есть имеющие значение бытийности. *Зима; Тишина; Жара; Окопы; Грязь, Вот и учей; Ну и погода!; Четыре часа* и т.д.

Почем, это статическое бытие предмета, в отличие от «динамического» бытия в конструкциях типа *За новым магазином; Опять несчастье; Снова поход*, где подчеркивается процесс возникновения предмета или явления. Такие конструкции можно отнести к двусоставным с обстоятельственными словами (с нулевой связкой сказуемого).

Разновидности номинативных предложений

Среди номинативных предложений выделяются следующие основные семантико-функциональные типы:

- 1) бытийные;
- 2) указательные;
- 3) оценочно-бытийные;

Бытийные предложения выражают наличие называемого явления, мыслимого во временной протяженности, предметы, расположенные в пространстве, и передают идею их существования: *Зима..; Изморось. Сумелки. Дорога в степь. Кусты. Мох. Глицистовые ели.*

Указательные предложения, кроме значения бытия, существования, содержат указание на имеющиеся предметы и явления. Структурным признаком таких предложений являются указательные частицы *вот (вот и), вон, а вот*. Семантическая специфика их заключается в указании на появление, обнаружение предмета. *Вот ива. Были здесь вода; Вот и лес; Тень и тишина; Вот такая любовь...*

В предложениях с осложненными частицами *вот тебе* и *вот вам* и, также вносящими оттенок оценочное, доминирующим становится значение отщипывания тех свойств предмета, которые представляются естественно

ожидаемыми, напомним: *Вот вам и гуманность вся его ;Да, вот тебе и правый суд.*

Оценочно-бытийные предложения объединяют предложения субстантивного типа, в которых значение бытийности сопровождается оценкой. Структурной особенностью этих предложений являются эмоционально-экспрессивные частицы: *ну, то-то, тоже мне, а еще, да и, и же, что за, какой, ай да, прямо и др.* Ну уж и болезнь!; И птица же! Кухля, а не птица; А еще и двоюродный; Тысяча чертей! Какие деньги!

Оценочные предложения делятся на две группы:

1) предложения с оценочными существительными: *Какой вздох!; Что за чушь!;*

2) предложения с неоценочными существительными: *Ай да папень!; Вот так гости!; Также мне компания!.* Оценочные предложения имеют как модальные, эмоциональные оттенки значений – увещательности, неуверенности, недоумения, восхищения, негодования и т.д. Общее оценочное значение таких предложений создается лексическими, морфологическими и синтаксическими средствами.

В результате проведенного нами анализа были выделены три основные семантические разновидности номинативных предложений:

- 1) событийные номинативные конструкции;
- 2) хактезирующие номинативные конструкции;
- 3) концептуализированные номинативные конструкции.

В повествовательной структуре событийных номинативных конструкций главный член оказывается выражен именем действия. Напомним: *Охота на «Роспан»* и именем предмета, вводящего читателя в определенную ситуацию *Вторая пенсия для блокадников.*

В повествовательную структуру хактезирующих номинативных конструкций выносятся номинативы, которые сопровождаются определениями, при этом соотношение с ситуацией действительности

передается именно с помощью атрибута, который, располагая значением хактелизации, встраивается в субъектно-предикатную семантику рассматриваемых конструкций. Например: *Бессмысленная книжка*.

Содержанием текстов с описываемым типом заголовков является раскрытие семантики атрибута, представленного в заголовке.

Концептуализированные номинативные конструкции не столько отображают реальность, сколько представляют основную тему текста. Например: *Костянский аул*.

Заголовки данного типа способны именовать некоторые явления реальной действительности в их осмыслении, представляя главную (оценочную) мысль автора (в этом смысле они близки к заголовкам художественных текстов).

Анализ материала показывает, что тексты с данным типом заголовка чаще всего представляют собой информационные жанры с элементами аналитики, что еще раз подчеркивает их концептуальность.

7. Вокативные предложения

Вопрос об этих предложениях решается в лингвистике по-разному: одни ученые считают их особым типом односоставных предложений [Шахматов], другие включают в состав номинативных [Руднев], третьи относят к нечленимым структурам [Галкина-Федорук, Горшкова, Гвоздев, Попов], четвертые рассматривают как тип, стоящий на границе односоставных и нечленимых предложений [Бабайцева], пятые включают в список несамостоятельных именных односоставных предложений наряду с именительным представлением и постпозитивным номинативом [Гайсина].

В качестве вокативных предложений рассматриваем изолированные обращения, сопровождающиеся особой интонацией, которая передает сложные чувства, волеизъявление, мысль (радость, упрек, удивление, возмущение, негодование, недоумение и т.д.). При этом вокативное предложение оформляется как самостоятельное (т.е. имеет знак конца предложения).

Структурную схему данного типа предложений не выделяют.

Итак, вокативные предложения – это обращения, осложненные выражением неосознанной мысли, чувства, волеизъявления. Они содержат имя существительное (или местоимение) в именительном падеже, произносимое с особой интонацией, передающей призыв, побуждение к прекращению действия, несогласие с собеседником, упрек, сожаление, негодование и т.п..

- *Прощай, «Робинзон»*
- *Живи и здравствуй, Русь святая!*
- *«Папа, не пей за рулем!»*

По значению различаются следующие группы вокативных предложений:

1. Вокативные предложения – призывы, в которых называется адресат речи с целью привлечь его внимание: -

2. Предложения, выражающие эмоциональную реакцию на слова и действия собеседника:

Как отмечает Н.С. Лаврентьева, совершенно очевидно, что это явления разговорного стиля, эмоциональной речи. В художественном стиле вокативные предложения включаются в прямую речь и участвуют в создании характеристики персонажа. В.В. Бабайцева, выделяющая вокативные односоставные предложения вслед за А.А. Шахматовым, отмечает, что они не являются типичными односоставными, и это определяет потенциальную способность вокативных предложений к переходу в разряд нечленимых при утрате лексической значимости существительных: *Кто-то фыркнул, кто-то протянул: – Батюшки!* (М. Вигдорова); *– Боже мой! Боже мой! Если бы мне иметь сто жизней, они не насытили бы всей жажды познания, которая сжигает меня* (В. Брюсов).

ВЫВОДЫ

Результаты исследования, проведённого в второй главе, позволяют сделать следующие выводы:

В качестве заголовков газеты «Мир новостей» выступают все типы предложений, разнообразные по структуре, значениям и функциям. Это простые и сложные предложения, двусоставные и односоставные, осложнённые и неосложнённые, полные и неполные.

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

Употребление определённо-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: *Начни день с зарядки*;

Очень выразительны в семантико-стилистическом отношении такие неопределённо-личные предложения, в которых деятель намеренно представлен как лицо неопределённое, чтобы привлечь к нему внимание читателя, обратить его внимание на материал: *Подкорректировали прежние документы*.

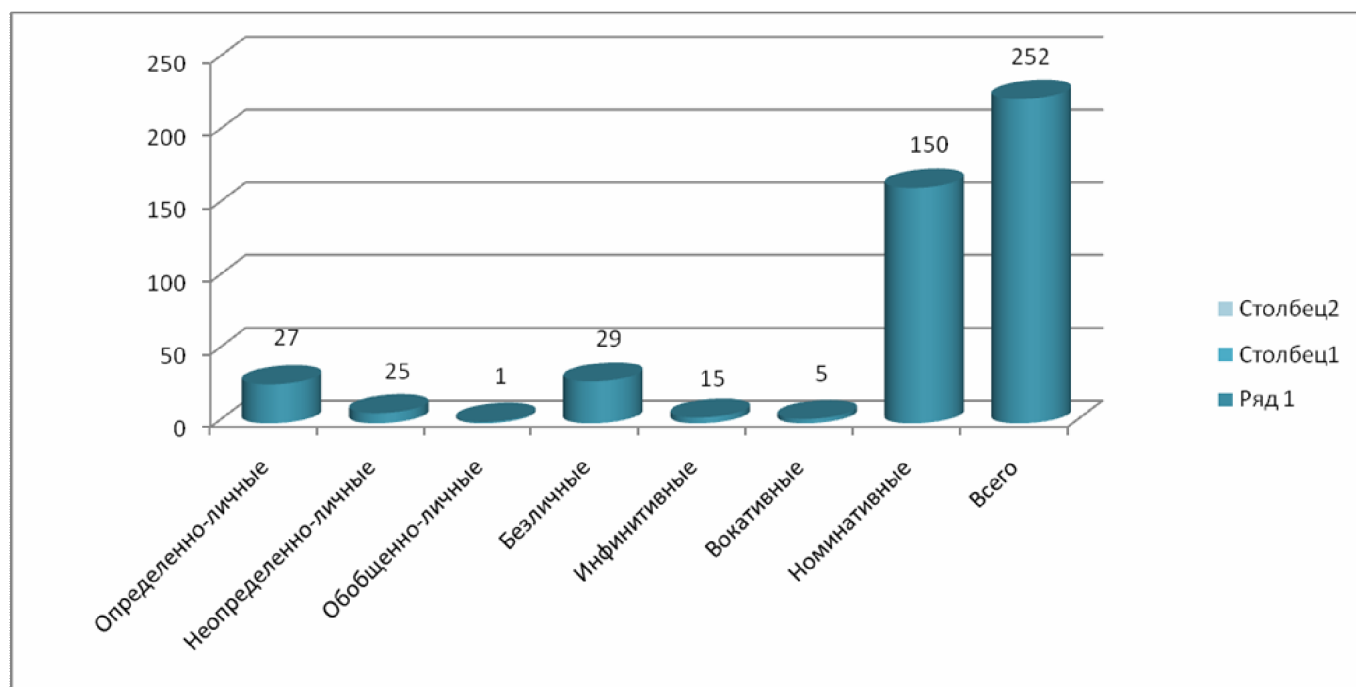
Среди обобщённо-личных предложений наиболее интересны такие, которые представляют собой преобразованные пословицы, поговорки и афоризмы. Благодаря авторским нововведениям общеизвестная фраза приобретает новый смысл.

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.

Рейтинг синтаксических моделей

Наиболее распространенной моделью односоставного предложения, выступающего в функции заголовка в газете «Мир новостей», является номинативное предложение. На втором месте – определенно-личное, неопределенно-личное, на третьем – безличные предложения. Обобщенно-личное, инфинитивное, вокативное представлены минимально.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе работы нами были выделены две большие группы односоставных предложений в функции газетных заголовков: глагольные и субстантивные предложения.

В результате проведенного анализа были сделаны следующие выводы:

Среди глагольных односоставных предложений встречаются: определенно - личные, неопределенно - личные, инфинитивные и безличные. А среди субстантивных предложений: номинативные и генетивные.

Самыми многочисленными группами являются номинативные (80%) предложения и определенно – личные (50%) предложения. Это объясняется тем, что номинативные предложения выражают присутствие предмета в настоящем времени, а в определенно - личных предложениях главный член предложения обозначает действие и значение конкретного действующего лица и выражается он глаголами изъявительного и повелительного наклонений, что помогает журналистам удачно воздействовать на потребителей.

Меньше встречаются: вокативные предложения (1%), неопределенно - личные предложения (30%), инфинитивные предложения (20%) и безличные предложения (40%).

Так же в заголовках нам почти не встретились обобщенно - личные предложения (0%). Это объясняется тем, что предложения данного типа наиболее употребительны в пословицах. Так как в предложениях этого типа выражается независимое действие или признак, а деятель или носитель признака не назван, но грамматически представлен как обобщенный.

На основе всего выше сказанного, можно сказать:

во-первых, односоставные предложения всех разновидностей активно используются в публикациях.

Во-вторых: односоставные предложения как нельзя лучше передают напряжение и накал страстей, а через газетный материал добиться этого довольно сложно. Задача журналиста, корреспондента именно в этом и состоит, чтобы донести до читателя атмосферу соревнований, переживаний, передать эмоции. В телевизионных сюжетах этого добиться можно с помощью картинки и звука. А в печати такой эффект дают правильно составленные предложения.

Что же касается актуальности, то эта работа направлена на выявления разновидностей предложений в публицистике, и в каких жанрах СМИ используются те или иные виды. Уже отмечалось, что работ по этой теме очень мало. Думаю, что данная дипломная работа будет подспорьем для дальнейших исследований.

При написании дипломной работы был собран и обработан наглядный материал из лучших газет и журналов как российских, так и региональных.

В заключение хочется процитировать Валерия Ивановича Паниковского: «А как бы журналисты добивались такой точности и законченности, если бы не было односоставных предложений?»

Библиографический список

4. Бабайцева В.В. Изучение односоставных предложений в VII классе//Русский язык в школе. — 1973. — №5.
5. Бабайцева В.В. Односоставные предложения в современном русском языке. — М., 1968.
6. Бабайцева В.В., Максимов Л.Ю. Современный русский язык. В 3 частях. Часть 3. Синтаксис. Пунктуация. — М.: Просвещение, 1987.
7. Багманова А.Р. Газетный заголовок как средство речевого воздействия // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. № 1, 2013. 13с.
8. Бабайцева В.В. Явления переходности в грамматике русского языка. М., 2000.
9. Бельчиков Ю.А. В.В.Виноградов (К 85-летию со дня рождения) //Русский язык в школе. 1979. №6. С. 94—95.зыкознанию / Е. М. Галкина-Федорук. — м., 1958.
- 10.Белошапкова В.А. Современный русский язык: Синтаксис. — М.: Высшая школа, 1977.
- 11.Богородицкий В.А. Общий курс русской грамматики. — М. — Л., 1935.
- 12.Будаков Р.А. Писатели о языке и язык писателей. — М.: Издательство Московского университета, 1984.
- 13.Буслаев Н.Ф. Опыт исторической грамматики русского языка. ч.11. — М., 1958.
- 14.Валгина Н.С. Синтаксис современного русского языка. — М.: Высшая школа, 1991.
- 15.Величко А.В., Туманова Ю.А., Чагина О.В. Простое предложение: Опыт семантического описания. — М.: Издательство Московского университета, 1986.
- 16.Виноградов В.В. Из истории изучения русского синтаксиса. — М., 1958.
- 17.Виноградов В.В. Основные вопросы синтаксиса предложения (На материале русского языка). С. 260
- 18.Власова Е.В К изучению синтаксической структуры газетного загол овка // Искусство публицистики (проблемы теории и мастерства): тез.докл. на республикан. науч. конф.-семинаре. - Алма-Ата, 1966. – 128 с.

- 19.Власова Е.В. Речевая агрессия в печатных СМИ (на материале немецко - и русскоязычных газет 30-х и 90-х гг. XX века) :Дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 Саратов, 2005. - 219 с.
- 20.Воинова Е.И. О соотношении инфинитивных и безличных предложений//Русский язык в школе. — 1958. — №2.
- 21.Вопросы грамматики и лексики русского языка//Уч. зап. ЛГПИ им. Герцина. — Л., 1968.
- 22.Вопросы синтаксиса современного русского языка. — М.: Учпедгиз, 1950.
- 23.Галкина-Федорук Е.М. Безличные предложения в современном русском языке//Вопросы синтаксиса современного русского языка/Под ред. Виноградова В.В. — М., 1950.
- 24.Гвоздев А.Н. Современный русский язык. В 2 частях. Часть 2. Синтаксис. — М.: Просвещение, 1973.
- 25.Грамматика русского языка. — М., 1954. — Т.2. — Ч.1.
- 26.Грамматике современного русского литературного языка. — М., 1970. -Т. 2. Ч. 1.
- 27.Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. Изд. 4-е, стереотипное. М: КомКнига, 2006. - 144 с.
- 28.Гуревич С.М. Номер газеты. М.: Аспект Пресс, 2002. 192 с.
- 29.Калинин А.Ф. Безлично-инфинитивные предложения среди других типов простого предложения//РЯШ. — 2000. — №4.
- 30.Кириченко Г.С. К изучению односоставных предложений в VII классе//Русский язык в школе. — №5. — 1972.
- 31.Лекант П.А. Синтаксис простого предложения в современном русском языке: Учебное пособие для вузов. — М.: Высшая школа, 1986.
- 32.Ломтев Т.П. Предложение и его синтаксические категории. — М., 1973, с 123.
33. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б., Теленкова М.А. Современный русский язык. — М.: Айрис-пресс, 1998.
34. Руднев А.Г. Синтаксис современного русского языка. — М.: Высшая школа, 1963.
- 35.Современный русский язык / Р.Н. Попов, Д.П. Валькова, Л.Я. Миловицкий, А.К. Федоров. — М., 1978, с. 311.
36. Тимофеев К.А. Инфинитивные предложения в русском языке. Автореф. докт. дисс. — Благовещенск-на-Амуре, 1951.
37. Шахматов А.А. Синтаксис русского языка / Вступ. ст. Е.В. Клобукова; редакция и комм-рии Е.С. Истриной. 3-е изд. М.: Эдиториал УРСС, 2001.

38. Жажиева Р.С., Шишкина А.В. Газетный заголовок: рекламный аспект // Вестник Адыгейского государственного университета. 2014. Вып. 4 (149). С. 150-154.
39. Зекиева П.М. Заголовочный комплекс в газете как макроструктура имени статьи // Вестник Адыгейского государственного университета. Выпуск №1, 2011.
40. Иванова Л.Ю., А.П. Сковородникова, Е.Н., Ширява и др. Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник .- М.: Флинта: Наука, 2003. - 840 с
41. Караулов Ю.Н. Русский язык: энциклопедия / Гл. ред. Ю.Н., 1997
42. Кириченко Г.С. К изучению односоставных предложений в VII
43. Киселева Л.А. Вопросы теории речевого воздействия. - Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1978. - 356 с.
44. Костомаров В.Г. Из наблюдений над языком газеты: газетные заголовки // Из опыта преподавания русского языка нерусским. - М., 1965. - Вып.3. - С.162-185.
45. Лазарева Э.А. Заголовок в газете: учеб. пособ. Для студентов журналистов. - Свердловск: Урал. гос. ун-т, 1989. - 96 с.
46. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: учеб. Пособие. - Свердловск: Изд-во Урал. Гос. Ун-ва, 1990.
47. Москавец М.Н. Классификация газетных заголовков по степени автономности семантики (на материале французской прессы) // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика, № , 2015. с. 77-83.
48. Мужев В.С. О функциях заголовков // Учен. зап. МГПИИЯ им. М. Тореца. М., 1970. - Вып.55: Вопросы романо-германской филологии. - С.86-94.
49. Ноздрина Л.А. Заглавие текста // Грамматика и смысловые категории текста: сб. науч. тр. им. М.Тореца. - М., 1982. - Вып.189. 200с.
50. Панова Г.И. Морфология русского языка: Энциклопедический словарь - справочник. – М.:КомКнига, 2010.

51. Попов А.С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка. -М.: Наука, 1966. - С.95-126.
52. Потебня Александр Афанасьевич «ИЗ ЗАПИСОК ПО РУССКОЙ ГРАММАТИКЕ. Ч.4» 2007 г.
53. Фатеева Н.А. Заглавие и текст в русской поэзии конца XX века: параллельная динамика // Текст. Интертекст. Культура :сб -к докл. междунар. научн. конф. (Москва, 4-7 апреля 2001 г.) / ред.-сост. В.П. Григорьев, Н.А. Фатеева. -М., 2001.
54. Федорук, Е. М. Об экспрессивности и эмоциональности в языке [Текст] // Сб. статей по я Шахматов Алексей Александрович «Обозрение русских летописных сводов xiv-xvi вв.» 1938г.
55. Фортунатов Ф.Ф. Избранные труды. М., 1956. Т. 1. 188с .
56. Хазагеров Т.Г. Функции стилистических фигур в газетных заголовках (по материалам "Мир Новостей"): автореф. дис. канд. филол. наук. - Ростов н/Д, 1984. - 24 с.
57. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. -- М.: Высшая школа, 1985
58. Шахматов Алексей Александрович «Синтаксис русского языка». .М; 2011.
59. Шведова Н.Ю. В.В.Виноградов //Русская речь. 1970. №3. С.148.
60. Шостак М.А. Сочиняем заголовки, статья// Журналист. 1998. №3