

Особенность

- ▶ PR-текст как одна из разновидностей текстов массовой коммуникации, как инструмент публичных коммуникаций функционирует вместе с текстовыми феноменами смежных коммуникационных форм — журналистики и рекламы, находясь с последними в отношениях дополнительной дистрибуции