

PR-текст — выраженное в письменной форме упорядоченное и завершённое словесное целое, которое

- ▶ — содержит PR-информацию,
- ▶ — инициируется базисным субъектом PR,
- ▶ — адресован определённому сегменту общественности,
- ▶ — функционирует в пространстве публичных коммуникаций,
- ▶ — служит целям формирования, приращения или поддержания публичного капитала конкретного базисного PR-субъекта,
- ▶ — обладает скрытым (мнимым или значительно реже прямым) авторством,
- ▶ — распространяется путем прямой рассылки, посредством личной доставки или опосредованный через СМИ.
- ▶ особенности PR-текста по Почепцову : «текст PR
 - ▶ - «мимикрирует» под новостийный текст, но фоном его являются просчитанные последствия введения этой информации».