

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Теоретические основы медиатекста.....	5
Рекламный текст как разновидность современного медиатекста.....	13
PR-текст как разновидность современного медиатекста	30
Жанровые и лексико-стилистические особенности медиатекста.....	42
Приложение. Схемы анализа PR-текстов.....	78
Библиографический список.....	88

**Диана Анатольевна Клинкова
Вера Павловна Потамская**

Стилистика и создание медиатекста

Учебное пособие

Редактор Ю.Ф. Воробьева
Корректор Е.В. Фомкин

Подписано в печать 17.03.2021

Формат 60 × 84/16

Физ. печ. л. 5,75

Тираж 100 экз.

Усл. печ. л. 5,348

Заказ № 19

Бумага писчая

Уч.-изд. л. 5,003

С – 18

Редакционно-издательский центр
Тверского государственного технического университета
170026, г. Тверь, наб. Афанасия Никитина, д. 22