

ТОЛЬКО ОДИН ВОПРОС



Татьяне ЛИОЗНОВОЙ:

— С какой целью наш любимый Штирлиц в последнее время так активно внедряется в коммерческую рекламу?

— Насколько мне известно, центр ему такого задания не давал... А если серьезно, то большего унижения и досады еще не приходилось испытывать. И при этом чувствуешь себя абсолютно беззащитной перед этой торжествующей наглостью. Может, вы подскажете, куда обращаться, как бороться с этим вопиющим беззаконием? Такого же мнения придерживается и Вячеслав Васильевич Тихонов. Но боюсь, что перед таким беспределом и Штирлиц был бы бессилен...

Да что там Штирлиц! Судя по всему, и старику Мюллеру было бы нелегко. Справился бы, конечно, но стоит ли до этого доводить, господа рекламодатели и рекламозвзятатели!

Кучагура. - 1994. - Июнь. - с. 8