

PLAKATOWA WOJNA

Jednym z najbardziej nośnych narzędzi propagandy plebiscytowej był plakat. Rozlepiany na słupach ogłoszeniowych, publikowany w prasie oraz powielany na mniejszych drukach ulotnych przemawiał do odbiorców nie tylko symboliczną treścią, ale także wyrazistą kolorystyką oraz ciekawą formą graficzną.

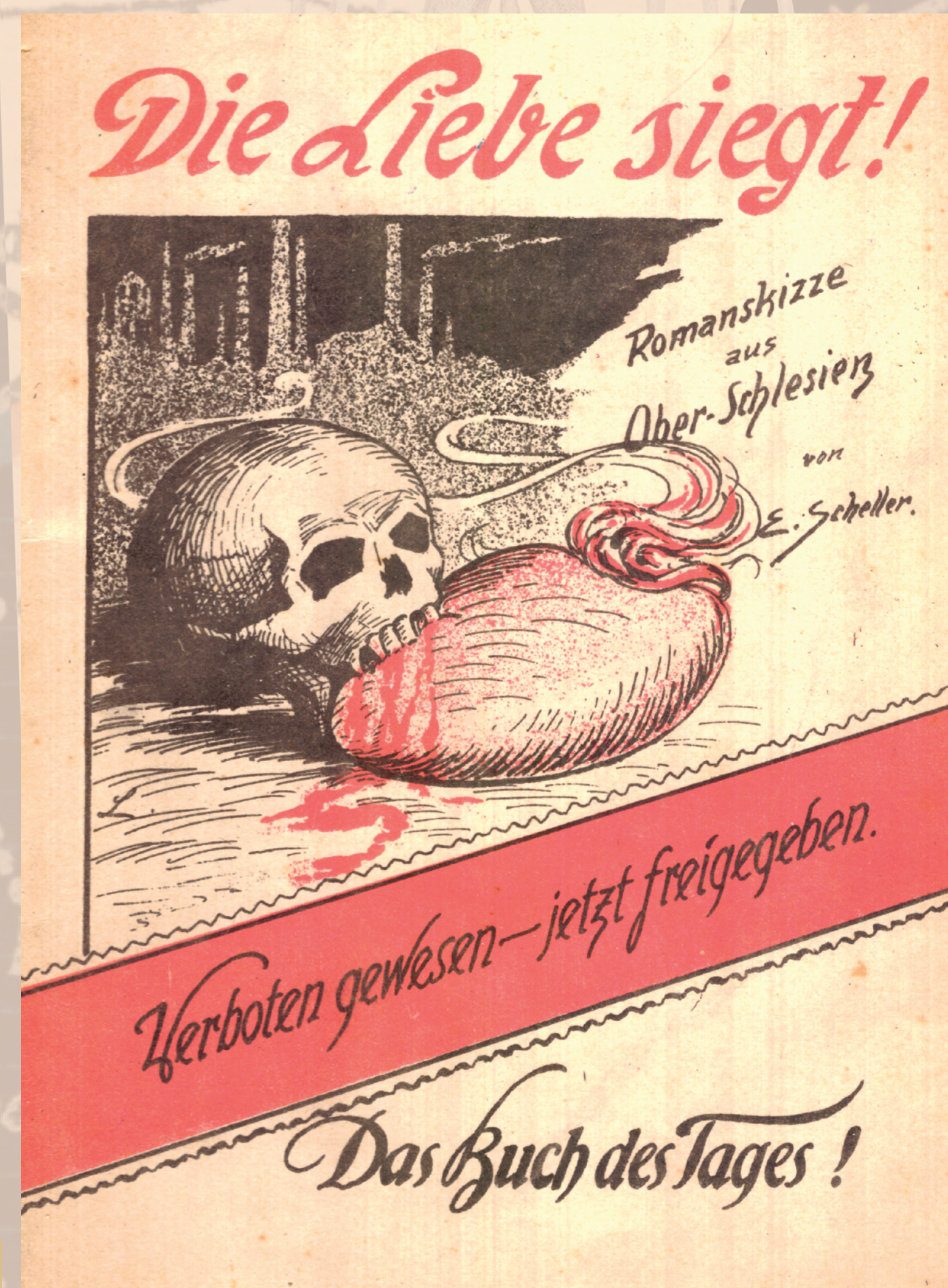
Polskie i niemieckie plakaty plebiscytowe odwoływały się do podobnych motywów. Wykorzystywano postać robotnika, który na tle przemysłowego krajobrazu Górnego Śląska prezentował swoją siłę i wzywał do głosowania. Graficy posługiwali się często atrybutami śmierci (czaszka, kościotrup), obie strony wykorzystywały też symbole narodowe (np. polski orzeł w koronie).



Najbardziej znany plakat plebiscytowy autorstwa Stanisława Ligonia (wydrukowany w Księgarni św. Wojciecha w Poznaniu).



Plakat wydany w Monachium (rys. Paul Stollreither) z napisem „Górnoślązacy ojczyzna wzywa!!!” oraz adresem w Monachium, pod który mają zgłaszać się uprawnieni do głosowania w plebiscycie górnośląskim.



Rysunek Stanisława Ligonia (z motywem czaszki) umieszczony na okładce propolskiego romansu plebiscytowego, wydanego w języku niemieckim.



Czaszka opleciona węzłem przestrzega przed „pozostaniem przy Niemcach!!!” (rys. Stanisława Ligonia).



Kościotrup, trzymający w ręku sztandar z polskim orłem, przestrzega Górnoślązaków przed biedą w razie polskiej wygranej w plebiscycie (plakat wydany w Berlinie).