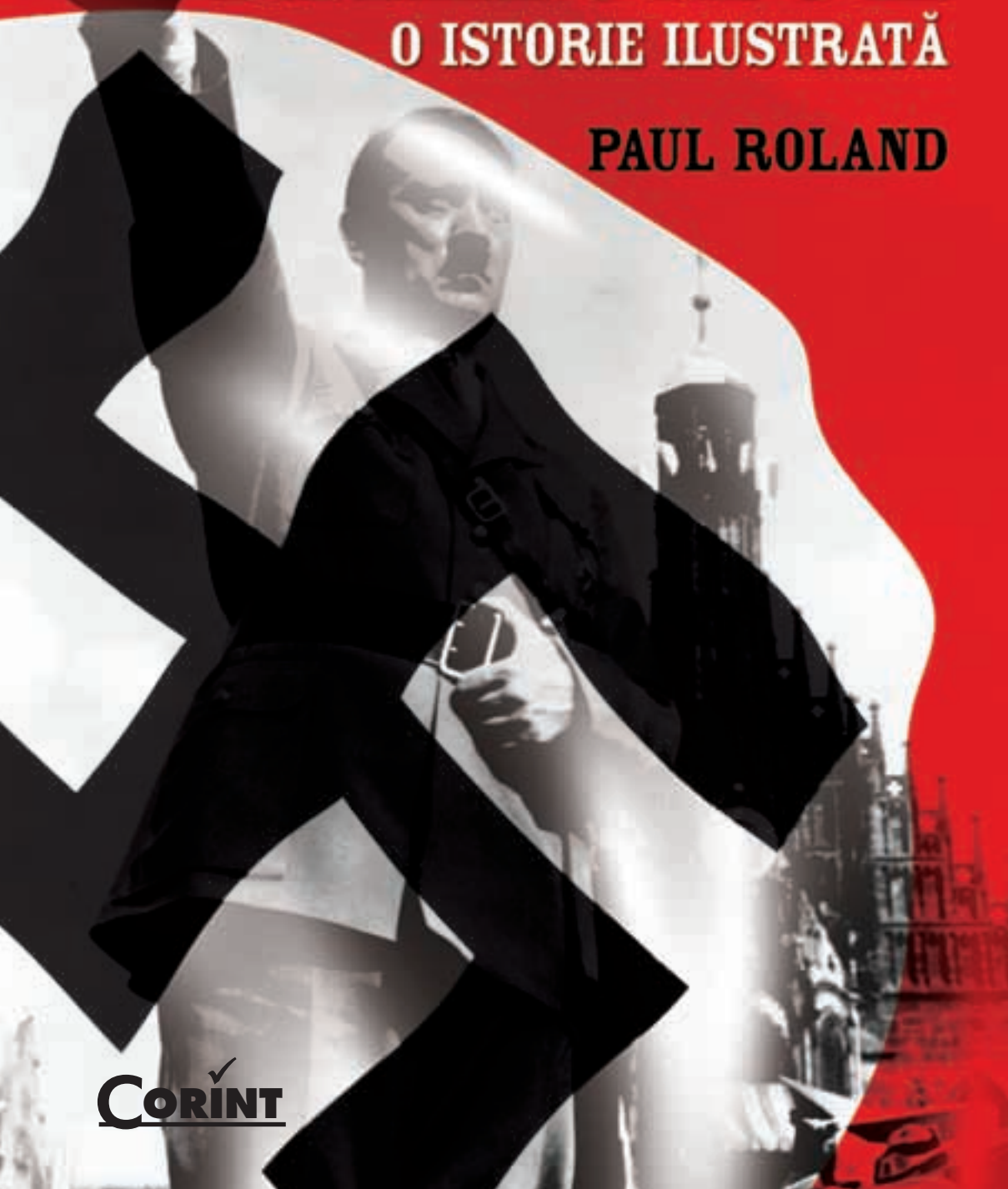


ASCENSIUNEA ȘI PRĂBUȘIREA LUI ADOLF HITLER

NAZISMUL

O ISTORIE ILUSTRATĂ

PAUL ROLAND



CORINT

CÂȘTIGAREA SIMPATIEI MASELOR

În perioada 1924-1928, naziștii au făcut o greșeală tactică gravă în încercarea de a atrage muncitorii, care rămăseseră loiali comuniștilor și social-democraților. Această strategie a avut de asemenea drept consecință îndepărtarea partidului de membrii burgheziei, care credeau că naziștii erau interesați doar de susținerea clasei muncitoare. Drept urmare, voturile acestora au scăzut. În alegerile naționale din 1924, au câștigat 32 de locuri în Reichstag, jumătate din câte deținea Partidul Comunist și aproximativ o treime din numărul de locuri obținute de naționaliști și social-democrați – 95, respectiv 100. La sfârșitul aceluiași an, au avut loc noi alegeri, în urma cărora cele două partide din frunte au obținut și mai multe mandate în defavoarea comuniștilor, care au ajuns de la 62 la 45, în vreme ce Partidul Nazist a pierdut 18 mandate. La patru ani după aceea, în mai 1928, numărul de mandate al acestora a scăzut la cea mai mică valoare, de numai 12.

31 de milioane de germani își exercitaseră dreptul de vot la urne, dar mai puțin de un milion acordaseră votul lor naziștilor. Comentatorii politici au considerat că își consumaseră toate resursele. Corespondentul american William L. Shirer observa: „Nu se mai auzea nimic de Hitler sau de naziști, cu excepția unor glume”. Însă marea criză a schimbat complet situația. În doar un an, numărul de șomeri s-a triplat, ajungând la aproape patru milioane și jumătate. Nenorocirea țării a fost norocul incredibil al naziștilor. Era *Schadenfreude* (bucurie provocată de necazul altuia), la scară mare.

Hitler le-a ordonat activiștilor să se concentreze asupra comunităților rurale, unde fermierii fuseseră grav afectați de scăderea prețurilor, iar meșteșugarii erau amenințați cu dispariția din cauza producției industriale. Naziștii au mai



Acești oameni participau la luptele de stradă: naziști care poartă cu mândrie un steag cu cap de mort la Braunschweig, în 1931.

încercat să câștige voturi și de la locuitorii micilor orașe. Aici, proprietarii de prăvălii se străduiau să supraviețuiască, amenințați de rețelele de magazine, iar muncitorii burghezi au văzut cum economiile lor s-au devalorizat.

Iată ce se putea citi în mai 1928 în ziarul partidului: „Rezultatele alegerilor din zona rurală au dovedit faptul că, utilizând mai puțină energie, bani și timp, se pot obține rezultate mai bune decât în marile orașe. În orașele mai mici, întrunirile în fața cărora vorbesc oratori buni sunt considerate evenimente deosebite și, adesea, se vorbește despre ele timp de săptămâni, în vreme ce în orașele mari efectele întrunirilor cu trei sau chiar patru mii de oameni dispar repede”.

Goebbels s-a dovedit a fi un maestru al manipulării și nu se dădea înapoi de la fapte

necinstite dacă mai putea obține câteva voturi în plus. Filosofia sa era simplă: dacă repeți o minciună de destul de multe ori, oamenii vor începe să o creadă. Hitler era și el de părere că, pentru a îndoctrina masele, era nevoie să insiste asupra aceluiași mesaj, până când orice opoziție va fi înlăturată și chiar și cei mai intransigenți cetățeni vor fi convertiți.

Într-o broșură nazistă din aprilie 1932 scria: „Cetățeni burghezi! Mici comercianți! Meșteșugari! Negustori!

În Hanovra se pregătește o nouă lovitură care vă va ruina!

Sistemul actual îi permite concurenței uriaș WOOLWORTH (SUA) să își înființeze o nouă întreprindere vampir în centrul orașului. Puneți capăt acestui sistem. Apără-te, cetățean burghez! Alătură-te organizației mărețe, singura în măsură să îți înfrângă cei mai mari dușmani. Luptă alături de noi în Divizia meșteșugarilor și a micilor comercianți din cadrul măreței mișcări pentru libertate a lui Adolf Hitler”.

Din exemplul de mai sus, este clar că naziștii obțineau sprijinul maselor aducând în discuție interesele personale ale alegătorilor (deși susțineau contrariul) și că exploatau temerile și prejudecățile burghezilor în legătură cu marile companii și corporațiile deținute de evrei. În general, se omite faptul că majoritatea susținătorilor lui Hitler din anii 1920 și începutul anilor 1930 nu erau motivați politic, ci erau simpli cetățeni care doreau cu disperare să creadă în promisiunea sa că avea să se îngrijească de nevoile lor de bază – un loc de muncă și pâinea de zi cu zi. Cei care

erau la curent cu activitățile SA își spuneau că, odată ajuns la putere, Hitler avea să îi aducă pe extremiști pe calea cea dreaptă. Nu își dădeau seama că Partidul Nazist era prin definiție extremist.

Hitler a profitat de ocazia de a-și difuza mesajul prin radio, care garanta o audiență de milioane de persoane, și a făcut călătorii obositoare prin țară, în speranța că prezența sa avea să lase o impresie mai durabilă. La alegerile prezidențiale din 1932, a străbătut țara cu avionul, ceea ce i-a permis să țină discursuri în mai multe orașe în fiecare zi. Au fost realizate afișe adresate anumitor grupuri de alegători, precum mame, muncitori, fermieri și proprietari de prăvălii. Chiar și perioada campaniei cu afișe a fost calculată pentru a avea o influență cât mai mare.

„CEL CARE CUCEREȘTE
STRĂZILE, CUCEREȘTE
MASELE, IAR CEL CARE
CUCEREȘTE MASELE,
CUCEREȘTE STATUL.”

Maximă nazistă



1 februarie 1933: Hitler vorbește pentru prima dată la radio, adresându-se poporului german.

*Chemarea NSDAP adresată alegătorilor, alegerile prezidențiale 1932*¹⁶

CONDUCEȚI GERMANIA CĂTRE LIBERTATE

Hitler este simbolul tuturor celor care cred în renașterea Germaniei.

Hitler este ultima speranță a celor care au pierdut totul: ferma și casa, economiile, locul de muncă, speranța de supraviețuire, și a celor care mai au un singur lucru de valoare: credința lor într-o Germanie dreaptă, care le va oferi din nou cetățenilor săi onoarea, libertatea și pâinea.

Hitler este cuvântul izbăvitor pentru milioane de oameni, deoarece sunt cuprinși de disperare și văd doar în acest nume calea spre o nouă viață și o nouă creativitate.

Lui Hitler i-a fost lăsată moștenire amintirea a 2 milioane de camarazi morți în Războiul Mondial, care și-au dat viața nu pentru sistemul actual al distrugerii treptate a națiunii noastre, ci pentru viitorul Germaniei.

Hitler este omul poporului, urât de dușman, fiindcă el înțelege poporul și luptă pentru acesta.

Hitler este voința aprigă a tineretului german, care, în mijlocul unei generații oboșite, luptă pentru noile forme de guvernământ și nici nu poate, nici nu dorește să își abandoneze credința într-un viitor mai bun pentru Germania. Astfel, Hitler este simbolul și călăuzitorul tuturor care își doresc un viitor mai luminos pentru Germania.

În ziua de 13 martie, cu toții vor striga către cei care conduc vechiul sistem, care le-au promis libertate și demnitate și le-au oferit în schimb pietre și vorbe: Am auzit destule despre voi, de acum, voi veți auzi de noi!

Hitler va câștiga, fiindcă poporul vrea ca el să izbândească.

Goebbels, organizatorul alegerilor din 1932, le-a scris activiștilor locali:

„Afișul [cu Hitler] conține o fascinantă imagine a capului lui Hitler pe un fundal complet negru. Conform dorinței Führerului, acest afiș va fi făcut public doar în ultimele zile [ale campaniei]. Deoarece experiența ne-a învățat că în timpul ultimelor zile se folosesc numeroase afișe colorate, acesta, cu fundalul său complet negru, va contrasta cu toate celelalte și va avea un efect imens asupra mulțimii”.

Un an mai târziu, naștii s-au unit cu Partidul Național, lucru care a dus la creșterea considerabilă a numărului de membri și a fondurilor destinate luptei și, de asemenea, i-a oferit o aură de respectabilitate. Conducătorul Partidului Național, Alfred Hugenberg, era un proprietar de ziar înstărit și influent, care cumpărase studiourile de film și rețeaua de cinematografe UFA. I-a pus imediat la dispoziție lui Hitler ziarele și jurnalele sale de actualități. Nimeni nu îi mai râdea acum.

CANCELARUL HITLER

Contrar legendei populare, naziștii nu au preluat puterea cu forța, dar nici nu au fost aleși prin vot. La ultimele alegeri naționale înainte ca Hitler să devină cancelar al Germaniei, voturile lor scăzuseră de fapt de la 37% la 33%, ceea ce însemna mai puțin de 200 de locuri în Reichstag, doar o treime din total. Au câștigat influență după ce Hitler a fost numit cancelar de către Hindenburg, în speranța că în felul acesta avea să pună capăt luptelor politice interne care aduseseră guvernul de la Weimar la capătul puterilor.

Pentru Germania, consecințele crahului de pe Wall Street din octombrie 1929 nu au fost numai

de natură financiară. Fisurile din coaliția deja precară din Germania au fost accentuate până când aceasta s-a prăbușit într-un sfârșit, când naziștii și comuniștii au refuzat să sprijine structura care se clătina. Președintele Hindenburg a fost nevoit atunci să preia personal conducerea.

Începând din 1930, Germania a fost condusă de bătrânul soldat aproape senil, care primea sfaturi de la un ofițer ambițios, Kurt von Schleicher. Von Schleicher l-a determinat pe Hindenburg să numească în postul de cancelar persoane care să aprobe măsuri în folosul armatei. Primul a fost Heinrich Brüning, iar al doilea Franz von Papen, care i-a succedat lui Brüning în mai 1932. În



1933: Hitler îl întâmpină pe Hindenburg cu mâna întinsă și o plecăciune respectuoasă, dar aristocratul cel semeț a fost păcălit de „caporalul austriac parvenit” când i-a înmănat acestuia frâiele puterii.

ASCENSIUNEA ȘI PRĂBUȘIREA LUI ADOLF HITLER

NAZISMUL

O ISTORIE ILUSTRATĂ

Această carte se deosebește de majoritatea lucrărilor convenționale despre al Treilea Reich deoarece susține, cu argumente, că nazismul a fost mai mult decât un fenomen sociopolitic.

A fost manifestarea personalității malefice a Führerului. Adolf Hitler a exercitat o fascinație morbidă asupra câtorva generații și probabil va continua să captiveze multe altele,

în primul rând pentru că ascensiunea și prăbușirea sa – și ale țării pe care a condus-o – țin de domeniul incredibilului.

Nu era un om foarte educat, nu promitea mari „realizări”, iar în artă s-a dovedit a fi un talent mediocru. Și totuși, el a ajuns să conducă un popor cult, care a dat mulți oameni de geniu.

Folosind o mare varietate de surse, dar mai ales fotografii de epocă, unele inedite, Paul Roland aduce lucruri noi despre personalitatea acestui om care a influențat atât de nefast istoria secolului al XX-lea.

www.grupulcorint.ro

ISBN: 978-973-135-652-5

