

Sommaire

Introduction.....	9
I. Les mythes fondateurs du Groupe Hugenberg	31
1.1. Le groupe vu par le trou de la serrure	37
La « naissance » du groupe	40
Le principe de l'amitié	45
Le « point de cristallisation »	57
1.2. La reprise des éditions Scherl	65
Lorsque politique et économie s'entremêlent.....	71
2. Durcissement ou liquéfaction ?	85
2.1. Les médias s'autonomisent.	89
Qui détermine le contenu de la presse ?	90
Formation ou « pré-formation » des journalistes ?	100
2.2. Entre « bloc » et « bouillie. »	107
Qu'est-ce que le « Bürgertum » ?	109
« Collectivisme » ou « individualisme » ?	115
2.3. Comment trouver une consistance ?	121
Quelles métaphores contre l'effondrement ?	123
Métaphores et fonctions	127
Code et medium	131
2.4. Vers une « neutralisation des positions politiques » ?	133
La hantise du pacifisme	135
L'anticipation de la défaite	137
Après « 10 années de paix »	144
Face à la « non-littérature »	152
La hantise du parlementarisme	165
Un bilan du régime parlementaire (1928)	170
Une nécrologie du parlementarisme (1933)	176
2.5. Vers une culture de masse ?	183
La hantise de l'éphémère	185
Le paradoxe de « l'éternité » journalistique	187
Une promotion de la culture : le Livre	197
La hantise de la dissémination	207
La menace du féminisme	208
La « Technique » à la rescousse du ménage	213
Comment faire survivre la famille ?	217
Le Zeppelin, l'impossible synthèse ?	225

3. Tentatives de fusion	235
3.1. Quel État ?	237
Le jardin dans la ville	238
La forêt consolatrice	245
Le gratte-ciel comme cathédrale	254
3.2. Quel Führer ?	263
Vers une « marque déposée »	265
« Harzburg » ou la lutte acharnée	268
Le poète ou le Sauveur in extremis ?	283
Le « zentrum » ou « l'esprit d'escalier »	286
Épilogue	289
3.3. Quel public ?	291
Comment éviter les malentendus ?	292
Comment domestiquer le public ?	298
La communication dans le « vide »	308
La gestion du doute	312
Conclusion	315
Propaganda im Zeitalter der Massenmedien	335
Annexes	357
Abréviations	357
Bibliographie	359
Index	371