

La revue *Extrême-Orient, Extrême-Occident* lance un appel à contributions pour son numéro 43 sur « Histoire à vendre » à paraître à l'automne 2019

Les articles doivent être envoyés à Matthias Hayek, Pierre-Emmanuel Roux, et Isabelle Charleux ([matthias.hayek@univ-paris-diderot.fr](mailto:matthias.hayek@univ-paris-diderot.fr), [pierre-emmanuel.roux@univ-paris-diderot.fr](mailto:pierre-emmanuel.roux@univ-paris-diderot.fr), [isacharleux@orange.fr](mailto:isacharleux@orange.fr) ).

Un document séparé contenant les coordonnées de l'auteur, un résumé et des mots-clés en français et en anglais, doit accompagner l'envoi du texte. Les consignes de format sont attachées en fichier joint.

Les articles sélectionnés par le comité de rédaction seront soumis à deux experts (anonymement). La rédaction se réserve le droit de demander des corrections et des modifications.

Les textes doivent être envoyés jusqu'au 15 novembre 2018.

Appel à contribution  
pour le numéro 43 d'*Extrême-Orient, Extrême-Occident*

### Histoire à vendre

La question de la définition de l'identité des groupes sociaux, qu'il s'agisse d'une identité nationale, locale ou régionale, se pose régulièrement dans différentes régions du monde, et plus particulièrement en Asie de l'Est, où, du Japon à la Chine en passant par les deux Corée, la Mongolie ou le Viêt-Nam, le "nationalisme culturel" semble être entré dans une nouvelle phase de renforcement. En témoigne notamment l'utilisation commerciale de l'histoire et du patrimoine historique des pays en question.

Au-delà du simple constat de l'intérêt politique évident qu'il y a à mettre en avant une histoire nationale présentée le plus positivement possible, on peut légitimement s'interroger sur les enjeux actuels de ces utilisations toutes diverses dans leurs formes (expositions, commémorations, fictions, documentaires, jeux vidéos, blogs ou sites internet, reconstitutions historiques à but touristique etc.) que dans leurs objets (figures exemplaires, minorités, victimes et héros).

Plusieurs questions pourraient dès lors être posées : qui sont les utilisateurs, et quelles sont les sources des représentations historiques ? Pourquoi certaines périodes sont-elles privilégiées ? Quels sont les rôles respectifs des savants et des pouvoirs publics, des médias et des groupes d'intérêts ?

Enfin, il semble évident que ce phénomène n'est pas sans précédents historiques eux-mêmes, et il serait intéressant de se pencher sur ces cas passés d'utilisation commerciale de l'histoire, afin de les confronter aux avatars modernes de cette pratique.

Ce sont là quelques-unes des interrogations auxquelles le numéro se propose de répondre.