

Proposition de projet

DEMANDE DE FINANCEMENT DE PROJET DANS LE DOMAINE DE LA CONSOLIDATION DE LA SOCIETE

NOM DU PROJET : DU PASSE COMPOSE AU FUTUR SIMPLE, L'URGENCE DE DIALOGUER SUR NOTRE HISTOIRE

MONTANT DEMANDÉ : 666.757 €

DURÉE : 26 Mois

DATE D'INTRODUCTION : MARCH 2018

1. Organisation

- nom complet: Stichting Radio La Benevolencija / HTF
- abréviation: RLB
- statut juridique: Stichting (Association Sans But Lucratif)
- adresse officielle: Plantage Middellaan 27, 1018 DB Amsterdam, Pays Bas
- adresse pour la correspondance: Peace House, Bujumbura, Burundi
- représentant (nom et fonction): Georges Weiss, Director
- site Internet: www.labenevolencija.org
- personne de contact: Johan Deflander / Nestor Nkurunziza
- téléphone: + 257 - 79 548 075
- GSM: + 32 - 478 041 142
- E-mail: labenevolencija@gmail.com; info@labenevolencija.org

2. Données bancaires

- nom de la banque: ABN AMRO
- adresse de la banque: Leidseplein, Postbus 6382, 1005 EJ Amsterdam, The Netherlands
- numéro de compte : IBAN (UE): NL78ABNA0549301038
- titulaire: Stichting Radio La Benevolencija / Humanitarian Tools Foundation
- BIC / SWIFT: ABNANL2A
- référence lors des paiements: Projet Histoire Burundi

3. Motivation

Contexte : Ce projet part d'une analyse du contexte politico-historique au Burundi qui est une nouvelle fois en voie de transformation et dont les enjeux se déplacent et se complexifient. Après une dizaine d'années de paix relative, la jeunesse burundaise est confrontée à une crise qui reprend des éléments des crises récurrentes de l'histoire burundaise. Elle observe une histoire politico-ethnique du pays fortement instrumentalisé pour garder ou accéder au pouvoir, alors qu'une Commission Vérité-Réconciliation, pour le moment confronté au manque de financement, à sa légitimité au sein de l'opposition notamment, peine à faire la lumière sur ce passé tragique.

Au niveau médiatique, on constate des partenaires qui se multiplient mais qui affrontent rarement et difficilement la question (historique) des violences cycliques. Tout cela se présente dans une transformation du paysage médiatique d'une domination des médias classiques à une forte dynamique des nouveaux médias sociaux. Ces derniers complètent et concurrencent les premiers, assurent plus d'interaction avec leur public, mais posent également les challenges de la rumeur et de la désinformation. Nous observons que toute communication pour la paix (et souvent faisant référence aux anciens conflits) se heurte à la polarisation due au verrouillage politique, alors qu'une partie importante des acteurs de la société civile, ainsi que de l'opposition politique a quitté le pays et s'exprime peu dans les médias basés au Burundi.

Exposé du problème : Dans ce contexte, il faut urgemment donner la possibilité aux jeunes burundais de pouvoir s'informer et se former de leur propre histoire sociétale, personnelle et conflictuelle. Pour pouvoir avoir une meilleure compréhension du passé (conflictuel) auprès des nouvelles générations de Burundais, il faut d'abord et avant tout faire appel à la curiosité des jeunes. De pouvoir dépasser des stades de « mémoires personnalisées » qui hantent souvent des groupes sociaux, pour arriver à une réflexion commune de ce qu'on peut appeler, peut-être un jour, de l'histoire actualisée. Cette approche selon nous devrait se faire à travers un débat pluriel, avec et pour les jeunes citoyens, urbains et ruraux, pauvre et moins pauvres.

« La crise de 2015 n'est-elle pas une mutation des crises antérieures ? » Vu que l'histoire n'est pas enseignée dans les programmes scolaires. A ce titre l'affaire des graffitis sur les cahiers d'école et les punitions excessives qui en ont suivi s'avèrent profondément symptomatique sur le non-dit et l'embarras du corps enseignant autour de cette matière qu'est l'histoire pourtant fondamentale dans la constitution d'une cohésion nationale. Le peuple burundais a été l'objet de diverses manipulations et de mise sous silence du fait que les auteurs de violences de masses restaient au pouvoir (l'histoire de l'antilope mangée a toujours été dite par le lion). Ensuite, quand l'équipe au pouvoir était écartée, la vérité sur les faits violents a rarement été rétablie car elle était bientôt empêchée par de nouvelles violences. A ce jour le récit de l'Histoire officielle burundaise s'articule autour de commémorations de décès de Burundais héroïques (Rwagasore, Ndadaye) autour desquels un relatif consensus s'est établi au sein de la société. Un récit historique officiel autour duquel chacun pourrait se positionner peine à être établi.

Par contre, autant d'histoires que de familles burundaises, des traumatismes et des non-dits sur les violences dont leurs parents, oncles ou grands-parents ont pu être soient les victimes soient les auteurs, ne sont pas connues. Ces mémoires, sont-elles dites ? Sont-elles préoccupantes pour la nouvelle génération des Burundais ? Sont-elles investies ? Peuvent-elles être débattues et si oui alors est ce de façon constructive ? L'Histoire, ce ne sont pas seulement des dates d'événements heureux ou funestes, c'est également le prolongement de traditions à travers les âges (nées avant la colonisation et l'indépendance), le dynamisme d'une culture et son adaptation ou non face aux mutations sociales nationales ou mondiales, les discussions

sur les traditions ... Ce projet visera donc aussi à faire la lumière sur des événements positifs et consensuels sur lesquels les jeunes burundais pourront construire.

Pertinence à la lumière des critères de l'appel à projets : Ce projet intervient parallèlement à une démarche officielle de recherche de la paix et de la réconciliation via la Commission Vérité et Réconciliation. Mise en place le 10 décembre 2014, cette commission devrait avoir fini sa mission dans 12 mois. Mais elle peine encore à investiguer, à rassurer, à rassembler et à induire une réflexion collective. Face à ce défi politico-historique, RLB et ses partenaires, se fondent sur une expérience thématique et méthodologique de plus de 10 ans au Burundi et dans la sous-région, de contribuer à la paix, à travers une meilleure compréhension et prévention des conflits, tenant compte de leur historique, dans un champ qui est le sien : celui des médias (classiques et nouveaux). RLB dispose d'une mission claire de faciliter une communication/information pour l'émergence d'une culture citoyenne et de la paix, dans laquelle les citoyens ne restent plus silencieux et qui se base sur une lecture plus factuelle, plurielle et participative du passé. RNW Media, à travers son projet au Burundi « Yaga », est devenu un acteur important dans le paysage médiatique du Burundi. En étant un collectif de jeunes blogueur et activistes, Yaga a amené un dialogue constant et critique entre les acteurs d'une jeunesse fortement polarisée, et ceci à travers de médias numériques, inclus des médias sociaux, des blogs modérés et inclusifs et des conversations et débats (online et offline). La Radio Isanganiro a été lancée à travers le slogan « le dialogue vaut mieux que la force » et était, pendant toute son histoire un canal radiophonique préféré pour exercer ce dialogue.

Cette complémentarité entre partenaires donnerait la valeur ajoutée et stratégique pour ce projet. D'abord et avant tout pour toucher un public large : selon le dernier sondage de RLB, 84.5% des Burundais écoutent la radio, 14,3% s'informent par via Internet (essentiellement via les réseaux sociaux) et 4 % lisent régulièrement le journal Iwacu. Il est également prévu d'inclure des slots sur la Télévision Rema, pour en compléter la palette médiatique avec la télévision. Deuxièmement, l'enjeu de l'interactivité des jeunes, facilitée par la présence des médias digitaux (spécialement médias sociaux) à travers RNW Media et Yaga, qui font faire interagir la jeunesse burundaise. Et trois, en respectant l'œil scientifique, à travers la collaboration avec un centre de recherche académique, qui développera des recherches dont les résultats publiés feront l'objet de débats publics et citoyens de manière tournante en provinces, synthétisés et relayés par divers médias. La visée ici étant l'appropriation du processus de recherche du passé par les citoyens, amené à un dialogue constant et critique entre les acteurs de la jeunesse.

4. Objectifs

Objectif général : Appuyer des plateformes de communication (médias privés, classiques et nouveaux), pour qu'elles puissent faciliter une meilleure compréhension du passé conflictuel auprès des nouvelles générations de Burundais, se basant sur une appropriation de la recherche factuelle. Cet objectif principal contient une mission claire de promouvoir une communication/information pour l'émergence d'une culture citoyenne et de la paix, dans laquelle les citoyens, plus participatifs, ne restent plus silencieux, rendent moins probable la récupération politique du passé conflictuel.

Objectifs spécifiques :

1/ Appuyer une recherche scientifique pour mieux comprendre des faits et témoignages thématiques alimentant des débats à propos du passé conflictuel spécialement orienté autour des intérêts du groupe cible des jeunes ;

2/ Susciter des réactions auprès des citoyens (jeunes) à travers des sondages et enquêtes, afin de (créer) renforcer des plateformes d'échange d'opinion diverses sur des thématiques historiques, les utiliser pour nourrir et illustrer des débats publics et des réflexions médiatiques ;

3/ Publier et diffuser par des médias partenaires l'essentiel des sondages et des débats citoyens pour un échange et des opinions plus « grand public » en appui au processus de recherche de la réconciliation, base sur une lecture factuelle de l'histoire en cours et ceci pour confronter les élites intellectuels ou institutionnels aux opinions de la base. Les résultats des enquêtes seront la matière brute pour des émissions radios, des dossiers de presse et de la trame fictive d'un feuilleton ;

Contribution aux objectifs de développement durables : Cette proposition s'inscrit dans la logique du but 16 (goal 16), notamment de promouvoir une société inclusive et de paix pour un développement durable. RLB souhaite faciliter un rôle dans le pouvoir des médias privés burundais de créer des plateformes, visant d'unir des peuples autour des sondages, des débats publics et de la transmission des faits (historiques)

Résultats attendus :

1/ Une recherche académique originale, faite par une jeune institution de recherche burundaise ;

2/ Des plateformes de communication renforcées dans la facilitation/gestion des débats citoyens sur le passé conflictuel ;

3/ Des citoyens (jeunes) qui participent désormais sur des plateformes appropriées dans le débat sociétal sur les enjeux historiques en vue d'une paix globale ;

4/ Des médias (journalistes) renforcés pour pouvoir aborder, sous un angle original, la question d'histoire récente du Burundi

5/ Au niveau de la société en général, plus de réflexion critique sur base des opinions diverses, des faits et de la fiction, qui devraient éduquer/sensibiliser plus des jeunes sur des questions de manipulation historique. Doter les jeunes citoyens d'un esprit critique face aux communications de manipulation d'histoire sur les réseaux sociaux et les médias classiques afin d'appréhender les informations véhiculées avec suffisamment de précaution et de pouvoir former leur propre opinion.

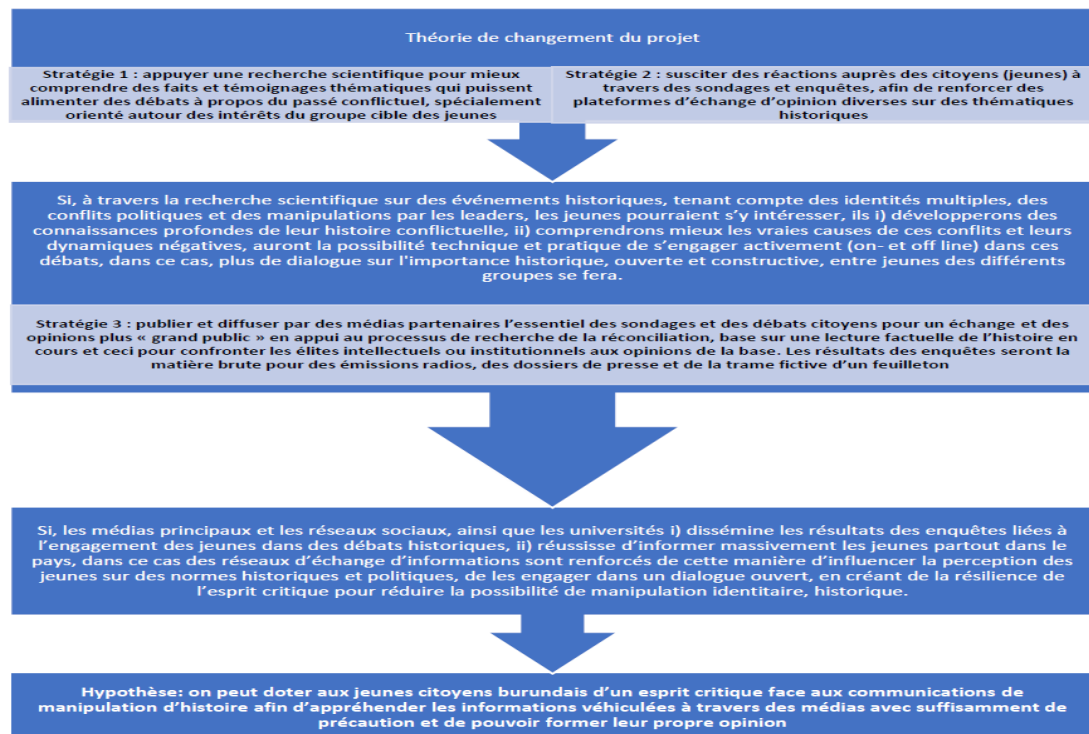
Groupes cibles : Jeunesse en particulier, connectée sur les réseaux sociaux, mais également en milieu plus rural via les programmes radios populaires auprès des jeunes, ainsi que dans le milieu éducatif avec l'organisation des débats les lycées et universités. Les jeunes de 15 à 35 ans, soit près de 3.9 million de burundais et ils resteront, malgré tout, le groupe le plus vulnérable à la manipulation politico-historique. Il est remarquable que la crise de 2015 ait essentiellement manœuvré, et le fait encore, à travers la jeunesse entre 15 et 35 ans (manifestants de tous les camps, embrigadement pour les groupes armés, mobilisation politique...). Mais ces jeunes disposent, plus qu'avant, des moyens pour être confrontés à des histoires plurielles du passé. Et le but du projet est donc de conscientiser cette jeune population, afin de générer une plus grande résilience face à la manipulation et la polarisation (de l'information historique). Ce projet s'inscrit dans la logique de rendre cette interactivité (technologique) au service d'une meilleure connaissance du passé. Vu que presque la moitié de la population possède un téléphone mobile¹. La pénétration d'internet

¹ Situation 2016. <https://www.statista.com/statistics/501965/mobile-cellular-subscriptions-per-100-inhabitants-in-burundi/>

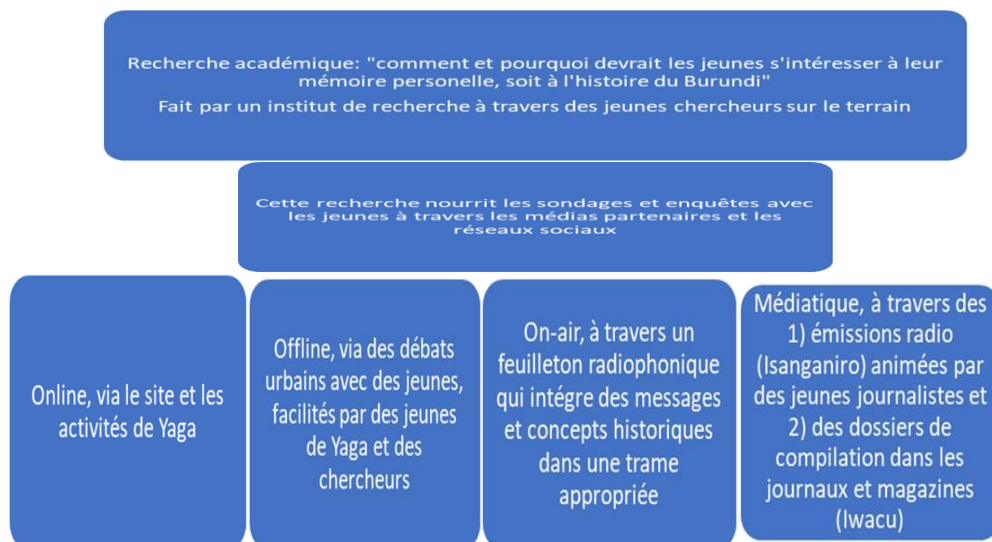
est 4,4 %, donc au tour de 500.000 personnes, et la part de la population qui utilise Facebook est estimée 3,8 % ; 450.000². Les utilisateurs d'internet et Facebook son majoritairement des jeunes.

5. Activités et stratégies

Stratégies développées (théorie of change) :



Activités prévues :



² Situation mars 2017 (internet) et 2016 (Facebook). <http://www.internetworldstats.com/af/bi.htm>

1/ Recherche scientifique identifiant les événements, le lieu et les histoires chargés de mémoire, intéressant pour un public jeune burundais

Alors que l'avenir paraît bouché pour beaucoup, il n'est pas certain que les jeunes veuillent se retourner vers une histoire vue comme passé à problème qui ne pourrait que contribuer à raviver des blessures. Au Burundi, une majorité de jeunes a du mal à comprendre comment les anciennes « histoires » influencent encore, leur présent et leur futur. Pour une bonne partie, les jeunes se laissent manipulés par « leur mémoire » sans avoir la capacité de résister aux ressorts sous-jacents de rancœur, de colère et de culpabilité qui peuvent l'animer par manque de connaissance formelle. Pour le reste, une méconnaissance de l'histoire amène à un rejet de l'histoire d'autrui, désintérêt de la mémoire des autres étant jugée comme trop personnelle. Dans les deux cas, cette nouvelle génération semble manquer une opportunité de construire sur cette histoire. La recherche académique proposée consistera à développer une liste des questions préférentielles, que se posent tous les jeunes en ce moment, pour pouvoir les réorienter dans une réflexion stratégique autour l'importance de l'histoire. Cette recherche ne cherchera donc pas seulement des exemples liés à la mémoire traumatisante, mais visera aussi à rassembler des témoignages positifs, de solidarité, d'initiative d'« active bystander³ ».

La recherche sera pilotée par l'Institut de Recherche Scientifique pour le Développement (IRSD) de l'Université Espoir d'Afrique. IRSD vient de mener avec succès deux recherches sur le passé douloureux. Ces deux recherches menées par des jeunes sur terrain ont montré d'abord que les jeunes chercheurs avaient, eux-mêmes, soif de connaître certaines séquences historiques qui restent jusqu'ici floues. Puis ces recherches permettront de faire taire les spéculations liées à la concurrence des victimes sur le nombre des morts. Celui-ci est souvent utilisé par les politiques pour montrer qu'ils ont plus souffert que les autres. Cet institut a un comité scientifique qui élabore et valide une méthodologie, ainsi que les questionnaires. Pour réaliser les recherches, l'IRSD dispose de 12 jeunes chercheurs associés, dont l'âge maximum est 33 ans. Ils se rendent sur le terrain à la collecte des données avec une nouvelle technique (ODK). L'IRSD a également un accord de recherche avec l'Université de Lausanne en Suisse et peut donc faire recours aux compétences externes (chercheurs, professeurs) associées, nationales ou étrangères. Comme toute recherche, celle-ci ne laissera pas de côté la recherche documentaire qui est une tare dans la recherche au Burundi du fait que les documents les plus précieux et déjà déclassifiés se trouvent hors du Burundi.

2/ La question du mois en ligne en ayant pour but d'interroger une partie de la jeunesse burundaise sur leurs opinions sur l'histoire

Le projet lancera, mensuellement, un sondage en ligne. A travers cette questions à choix multiple », on souhaite mieux connaître les jeunes, quels sont leurs besoins, pensent-ils que le passé les empêche d'être aujourd'hui des citoyens à part entière ou si ce passé affecte leur comportement vis-à-vis de leurs compatriotes. Ces enquêtes seront accessibles à travers plusieurs médias et réseaux sociaux, pour faire participer un maximum des citoyens. La dissémination des résultats se fera à travers les différents médias partenaires. Ce sondage sous forme de question en ligne a pour ambition :

- a) De mieux connaître les connaissances historiques des jeunes burundais ;
- b) De comprendre les besoins de connaissances, les curiosités à l'endroit de certains événements ;
- c) D'accorder une attention particulière sur des éléments (dates, lieux, comportements individuels) positifs de l'histoire ;
- d) De rattacher des éléments culturels toujours prégnants dans la société burundaise à des faits et des événements passés

³ <https://www.mtholyoke.edu/diversity/active-bystander>

3/ Création des espaces inclusives et participatives pour faciliter des dialogues critiques ainsi que des réflexions des jeunes (on- et offline)

Cette étape consiste à générer des débats entre jeunes sur des faits historiques (en relation avec les éléments des sondages) et invite ces jeunes à s'engager à faire part de leur part de vérité, à témoigner et à constater.

Nous utiliserons des sites web (Iwacu) et des plateformes de réseaux sociaux (Yaga) déjà existants afin de toucher un public le plus large possible. La radio Isanganiro et la télévision Rema lancent également des spots d'annonce. Nous faciliterons des débats entre jeunes, on- et off-line, accompagné des historiens. Plusieurs de ces interventions se déroulent sur des réseaux sociaux via live tweets⁴ ou live facebook, dont le travail important et nécessaire de modération réalisé par Yaga et Iwacu. Notamment celui de vérification des témoignages rapportés proposé par le groupe de chercheurs et d'investigation réalisé par l'équipe d'histoire nous permet d'envisager sereinement le déroulement de ces activités. Le projet veillera d'inviter des personnes clivantes.

Des activités offline seront également organisées sous formes de conversations et d'échanges. Ces réunions seront enregistrées et pourront être transformées en contenus pour les réseaux sociaux. Nous essaierons de les organiser en dehors de Bujumbura mais il se pourrait qu'alors soit pour des questions de sécurité soit pour des questions de contrôle des autorités, cette parole soit difficilement libérée.

Pour les deux options, on- et offline, le projet vise à exploiter une forme de journalisme, quasiment inutilisée au Burundi, le datajournalisme ou journalisme des données. Un des partenaires, Iwacu, a déjà fait ses premiers pas sur <http://iwacu-burundi.org/opendata/>. Il s'agit d'exploiter des données, en amont ou en aval d'un débat, et d'utiliser des bases de données comme source en les donnant à lire via de nouvelles formes de visualisation. Bien qu'il s'appuie sur du factuel, le journalisme de données, en mettant ces faits en lien et en perspective, peut aider à compréhension. Cette approche nous semble particulièrement appropriée dans le contexte historique, où des textes scientifiques expliquent différentes parties de l'histoire, ajouter des documents d'archives consultables et aussi bien recherchables. Ce serait également une manière de vulgariser des questions historiques sans altérer l'authenticité et la vérité historique.

4/ Coproduction/Diffusion des produits médiatiques : i) « Quelle histoire », une série des débats et magazines (radio/en ligne) sur la confrontation historique des enjeux qui blessent pour les jeunes. ii) « Murikira Ukuri », une série hebdomadaire de production fictive, à travers l'insertion d'une trame historique dans un feuilleton radio existante

Après la facilitation de la recherche, de la dissémination et de l'implication d'une plus large groupe cible des jeunes à travers des sondages, il est prévu d'en faire un traitement médiatique large à travers les trois médias partenaires sous le format « Quelle histoire » :

- a) Des blogs résumant chaque fois la question fondamentale historique du mois sur Yaga, en faisant référence aux autres sites où on trouvera des informations complémentaires. Ces produits amènent à interroger des éléments d'histoire et de cultures à travers des spots multimédias⁵, des visuels online afin de susciter l'empathie et la curiosité et de faciliter la connaissance ;
- b) Une émission qui résume l'essentiel des discussions et débats enregistrées, diffusée dans le programme des jeunes de la radio Isanganiro. Cette émission a le devoir de « vulgariser » et disséminer les principaux résultats dans le public : elle simplifie les terminologies, les rend plus

⁴ Faire de l'histoire sur Twitter ? Entretien avec @LarrereMathilde <https://devhist.hypotheses.org/3336>

⁵ <https://www.1jour1actu.com/info-animee/cest-quoi-larmistice-de-1918/> A titre d'exemple pour illustrer

compréhensibles pour le citoyen jeune lambda. Ses journalistes, en coproduction avec RLB, modèrent le débat des jeunes sur des aspects plus significatifs des résultats de la recherche ; cette coproduction touchera notamment les aspects de réflexion thématique, des formats, d'identification de personnes ressources, de réalisation, de validation des contenus à diffuser ainsi que les suivis et évaluations périodiques.

- c) Une courte émission télévisée résumera également ces résultats et les vulgarisent médiatiquement envers des jeunes spectateurs sur la télévision Rema.
- d) Un dossier presse-écrite, mettant en perspective la pluralité des opinions des jeunes sur Iwacu. A partir des résultats du sondage, vérifier avec des statistiques froides (voir le journalisme des données plus haut) à arrive à des explications de certains phénomènes sensibles à dire autrement par des chiffres. Dans ce projet, le data journalisme peut nous aider à raconter des faits difficiles, historiques, sensibles.

Puis, en complément avec les productions factuelles, une insertion thématique est prévue dans le feuilleton « Murikira Ukuri » produit par La Benevolencija et diffusé par la RTNB, Isanganiro et Rema FM. Ce feuilleton aura comme titre « Murikira Ukuri » (soit, montrer la lumière sur la vérité, en langue française). Il existe depuis plusieurs années et a une popularité d'écoute de plus de 65% de la population burundaise. Sur base des sondages trimestriels, une trame thématique traitant des questions des jeunes dans le feuilleton amènera les audiences à mieux comprendre les vrais enjeux des questions historiques et la nécessité d'en dialoguer ouvertement entre différents partis prenants.

Risques : Le projet et sa coordination en tant que « canalisateur » d'une réflexion historique, devrait recevoir certaines conditions : des garanties d'indépendance et de sécurité pour tous les partenaires bien évidemment. Mais les plateformes de communication, y compris des médias classiques, doivent offrir certaines garanties (le respect d'une certaine éthique, la production d'une information pluraliste, socialement pertinente et de qualité) pour que des « citoyens ayant-droit » puissent s'exprimer librement à travers ces canaux (publics/privés/sociaux). Nous sommes bien conscients des enjeux susceptibles de se présenter à travers ces thématiques médiatiquement. Plusieurs ateliers seront organisés pour harmoniser les approches, ainsi que développer des méthodologies communes et d'appliquer un principe de ligne éditoriale commune. Chaque production respectera cette déontologie. Comment juguler la force des témoignages personnels souvent poignants qui excluent la possibilité d'une autre vérité et qui contribuent à alimenter des ressentiments, de la violence, nous formerons les journalistes de différents médias.

Calendrier :

	Recherche scientifique	Sondages	Online - Offline	Magazines radio et presse écrite	Feuilleton
Année 1					
Mois 1-6	Atelier et recherches sur le terrain		Contrats Sessions de préparation	Contrats Sessions de préparation	Storyline workshop + écriture trame
Mois 7-12	Accompagnement médiatique	6 polls	6 débats on- et Off line	6 dossiers de presse publiés et 24 magazines radio diffusés et télévisés	26 scènes produites et diffusées
Année 2					
Mois 1-12	Accompagnement médiatique	12 polls	12 débats on- et off line	12 dossiers de presse publiés et	52 scènes produites et diffusées

				52 magazines radio diffusés	
Année 3					
Mois 1-12	Accompagnement médiatique	12 polls	12 débats on- et off line	12 dossiers de presse publiés et 52 magazines radio diffusés, ainsi que des capsules télévisées	52 scènes produites et diffusées

Capacité organisationnelle : RLB dispose d'une mission claire de faciliter une communication/information pour l'émergence d'une culture citoyenne et de la paix, dans laquelle les citoyens ne restent plus silencieux et qui se base sur une lecture plus factuelle, plurielle et participative du passé. Elle en a fait plusieurs séries médiatiques, notamment un film documentaire sur « Rwagasore » (2012 financement Suisse) et une série d'histoire « Si ma mémoire est bonne » (2014-2015 financement UE). Elle dispose d'un bureau de 8 staff permanent, dont des historiens. Elle en a réalisé depuis 2007, environ une dizaine des projets médiatiques en co-productions, notamment : Murikira Ukuri (Financement Néerlandais), Sangwamahoro (financement CARE), Mbariza Ntore (Financement DFID), Akahise Kadasorongoye (financement Suisse), Media Support (Financement Néerlandais). RNW Media est une organisation spécialisée dans le changement social à travers l'émergence de communautés digitales qui contribuent à renforcer la cohésion sociale dans des contextes de polarisation marquée que ce soit en ligne et dans la vie réelle.

6. Partenaires

Partenaires et leur valeur ajoutée : Pour plus de logique, nous avons établi le choix des partenaires pour ce projet en faisant le lien avec cette consommation médiatique, plus particulièrement pour une audience des jeunes, entre 18 et 29 ans (selon les critères du sondage). Le choix d'impliquer une station de radio, connue et populaire, disponible à l'intérieur du pays, et en disposant des émissions spécifiques pour des jeunes, nous orientait vers la radio Isanganiro. Pour plus d'ampleur et d'impact dans un public jeune (et moderne) le canal internet a été privilégié, raison pour laquelle on propose une collaboration avec les bloggeurs de Yaga, ainsi que la presse écrite (en ligne) Iwacu. Le choix d'internet et des réseaux sociaux se justifie et se répond aussi à la nécessité d'impliquer dans l'interaction les milliers de jeunes exilés par la crise de 2015.

Synergies et complémentarités avec d'autres interventions : Le Journal Iwacu, la radio Isanganiro et la radio-télévision Rema participent depuis juin 2014 à un vaste projet de soutien et de professionnalisation pluraliste des médias privés du Burundi sous le « lead » de RLB et sous financement de l'ambassade des Pays Bas. Depuis Juillet 2015, ces deux médias et 2 autres ont focalisé leurs productions en synergie sur 3 axes clés dans la gestion de la crise et de la prévention des violences de masse. Ce travail aura été le substrat professionnel pour le projet présent. Les deux médias pourraient continuer à traiter donc parallèlement d'autres axes de sujet, sans aucun lien avec la thématique de la vérité et de la réconciliation, à travers un autre projet présenté pour accompagnement à l'ambassade des Pays Bas. Sous peu, Yaga participera également au travail de synergie médiatique.

7. Impact et durabilité

Le projet proposé aura une durée totale de 36 mois, dont une période de lancement et recherche qui se concentre sur 6 mois. La durée effective de la période réflexive historique se limite à 30 mois, concentrée autour des trente grandes questions historiques. Cela nous semble une période suffisamment longue, pour pouvoir rappeler et faire intervenir, mois après mois, des jeunes en réfléchissant et en discutant sur le rôle de (leur) ou (l') histoire). L'impact envisagé se traduit premièrement à travers le nombre des jeunes qui, activement, s'impliquent dans le projet participatif. Nous estimons recevoir pour chaque sondage un

nombre total de participants à la hauteur de 500 interventions/réponses. Pour ce qui est le partage sur les réseaux sociaux, on estime que 100 000 internautes consultent et partagent les informations proposées.

- Les médias partenaires et coproducteurs sont bien connus par le grand public burundais. Selon notre (RLB) dernier sondage du décembre 2016, la Radio Isanganiro est la radio privée la plus écoutée dans le pays avec un taux de suivi de 42,2% de toute la population burundaise. C'est la première radio après la radio nationale, qui a un avantage certain du fait de sa couverture au niveau national. Le taux de consultation du journal Iwacu varie, selon les chiffres du sondage, du tirage et surtout des internautes. Plus que 4% de la population consulte régulièrement les publications de Iwacu, mais autour de 30.000 personnes consultent quotidiennement les sites/emails de cette structure. Pour Yaga, plus de 12% de la population burundaise consulte leurs blogs. La communauté YAGA sur Facebook atteint près de 200 000 personnes et constitue la première communauté du pays. En combinant ces trois médias dans un plan de dissémination pour des jeunes, nous estimons toucher plus d'un million des jeunes burundais mensuellement.
- En ce qui concerne la durabilité, ce projet vise à rassembler les fils d'histoires passées sous silence sous formes d'articles et de blogs pour coudre un ensemble qui autrement resterait épars et serait oublié. Ces histoires écrites et publiées sur les différents médias participants seront rassemblées de façon à être retrouvées facilement en ligne. Nous encouragerons les étudiants des universités à s'y référer. Au niveau des médias : ces partenaires formés maintiendront les espaces de débat sur les questions controversées dans le pays ; avec ou sans l'appui de bailleurs de fonds. Pour Isanganiro, c'est son axe prioritaire. Pour Iwacu, il intégrera dans ses analyses (c'est probablement le seul média spécialisé ici dans l'analyse et le décryptage) à travers son axe sur l'éducation aux valeurs citoyennes. Yaga finalement, aura développé ses capacités de gestion des débats de jeunes en ligne et en salle, notamment sur ces perspectives après CVR. En plus, les bases de données issues des recherches sont destinées à alimenter des recherches universitaires, soit par des professeurs, soit par des étudiants, sur l'histoire du pays. Elles pourraient aussi alimenter la « réécriture » de l'histoire du pays qui est prévue par Arusha et dans le prolongement du travail de la CVR.
- Avec le feuillet Murikira Ukuri, suivi par 66% des auditeurs radios de 18-35 ans, les études d'impact précédentes ont montrées la capacité d'induire des discussions en familles et entre amis : d'après les chiffres de notre sondage, fin 2016, 2/3 de ses auditeurs le suivent « parce qu'il traite la problématique de notre passé » ; tandis que 80% discutent de son contenu avec les parents ou avec des amis.

8. Visibilité du donateur

Proposition à formuler par l'organisation qui introduit la demande : Sur les réseaux sociaux et sur internet tous les contenus associés et produits dans le cadre de ce projet seront associés à un hashtag (par exemple #notre histoire) prédéfini afin de comptabiliser l'ensemble des contenus. Sur chaque site (Isanganiro, Iwacu et Yaga) une présentation de ce projet, son objectif et du bailleur seront définis. Des logos et/ou références peuvent être insérés dans toutes les productions médiatiques réalisées. Ceci dit, l'organisation propose une réflexion commune sur cette visibilité dans le contexte politique actuel du Burundi. On se demande quelle sera la valeur ajoutée, et pour les relations entre les ONG et le Gouvernement, ainsi au niveau de l'opinion de la population générale qui consulte ces informations produites.

9. Méthodes de suivi

RESULTS FRAMEWORK FOR THE PROJECT: DU PASSE COMPOSE AU FUTUR SIMPLE, L'URGENCE DE DIALOGUER SUR NOTRE HISTOIRE			
	OUTPUTS	INDICATEURS	SOURCES ET MOYENS DE VÉRIFICATION
Activité 1 : Recherche scientifique identifiant les événements, le lieu et les histoires chargés de mémoire, intéressant pour un public jeune burundais			
Output 1.1.	Recherche scientifique faite par IRSD, coordonné par un chercheur universitaire PhD et effectué par 11 chercheurs burundais	Réunion de travail entre la coordination et les chercheurs de IRSD, Validation de la méthodologie et questionnaires de la recherche, Rapport de recherche faite, avec des recommandations pour stratégie de contenu	Contrat signé, Rapports des réunions, Rapport final de recherche précisant les 30 questions principales historiques
	OUTPUTS	INDICATEURS	SOURCES ET MOYENS DE VÉRIFICATION
Activité 2 : Sondage (la question du mois) en ligne en ayant pour but d'interroger une partie de la jeunesse burundaise sur leurs opinions sur l'histoire			
Output 2.1.	La question du mois en ligne via Yaga, Iwacu, Isanganiro et des réseaux sociaux	# de utilisateurs sur plateforme par an	Google/ Social media analytics
Output 2.2.	Des jeunes répondent, soit en ligne, soit via SMS	# des réponses reçues par mois/médias	Rapport statistique
Output 2.3	Un # (hashtag) créé pour notre projet	# d'utilisation du hashtag par an	Google/ Social media analytics
Output 2.4	Un rapport compilé mensuel	Un rapport éditorial resumant les résultat	Rapport disponible et disséminé vers les médias
Output 2.4	IRL evenements organisés	# d'événements IRL par an	Rapport interne
	OUTPUTS	INDICATEURS	SOURCES ET MOYENS DE VÉRIFICATION
Activité 3 : Création des espaces inclusives et participatives pour faciliter des dialogues critiques ainsi que des réflexions des jeunes (on- et offline)			
Output 3.1.	Animation on-line via les sites médias (Iwacu, Yaga et Isanganiro) ainsi que via les autres plateformes	# des followers, likes, ...	En ligne : taguer
Output 3.2.	Animation des débats off-line, à un rythme d'un grand débat thématique organisé dans une université à Bujumbura et (si possible) à l'intérieur	# des débats organisés, # des participants, # des débats publiés en ligne	En ligne: taguer + Off line: rapport interne
Output 3.3.	Présentation et partage des documents/articles historiques, thématiquement liés au sujet de discussion (via Iwacu open data)	# des documents/articles présentés, partagés et consultés	Rapport interne + analyse critique du contenu échangé sur les sites on- et off line
	OUTPUTS	INDICATEURS	SOURCES ET MOYENS DE VÉRIFICATION
Activité 4 : Coproduction/Diffusion des produits médiatiques : I) « Quelle histoire », une série des débats et magazines (radio/en ligne) sur la confrontation historique des enjeux qui blessent pour les jeunes. II) « Murikira Ukuri », une série hebdomadaire de production fictive, à travers l'insertion d'une trame historique dans un feuilleton radio existante			
Output 4.1	Atelier mensuel de coordination entre journalistes et historiens sur le développement du contenu médiatique	# des réunions, journalistes-historiens participants, des scripts préparés	Rapport internes
Output 4.2.	Des blogs mensuels resumant le contenu de la recherche, sondage (poll) et discussions/débats sur la thématique sur Yaga	# des blogs produits et publiés	Suivi en ligne
Output 4.3.	Une émission hebdomadaire dans le cadre des séries des jeunes de Isanganiro, traitant la thématique (recherche, sondage, débats et discussions)	# des émissions produites et diffusées	Suivi de diffusion via CNC et OMAC, Rapport interne
Output 4.4	Un dossier de presse complet publié (imprimé) dans le journal et/ou magazine de Iwacu et publié on-line sur le site web	# des dossiers de presse publiés (off- et on-line)	Versions papiers imprimées + suivi en ligne
Output 4.5	Un épisode du feuilleton radiophonique Murikira Ukuri produite et diffusé sur les radios RTNB, Rema FM et Isanganiro	# des épisodes produites et diffusés	Suivi de diffusion via CNC et OMAC, Rapport interne
	OUTPUTS	INDICATEURS	SOURCES ET MOYENS DE VÉRIFICATION
Activité 5 : Evaluation et suivie interne			
Output 5.1	Evaluation internes sur le fonctionnement et l'harmonisation des équipes plurielles	# des réunions, incidents/conflits, médiations, rapports internes	Inclure les animateurs des débats radio/télé, des débats offline, et les modérateurs du plateforme
Output 5.2	Collection des témoignages recueillis sur les thématiques (pour illustrer la capacité des jeunes de résister à la manipulation historique	# évaluation/compilation chaque année	En ligne: taguer tous les articles qui incluent des témoignages concernant l'histoire du Burundi

10. Budget détaillé axé sur les résultats (Efficience)

Voir le budget annexé