

« Il n'y a pas de web-reporter ; juste des reporters. »

Olivier Galzi, parrain de la 8^e promotion de l'École Française de Journalisme est un modèle pour tout journaliste pluri-média. Il débute sa carrière au Canada, où il travaille pour la télévision, la radio et la presse écrite. Une fois de retour en France, il est rapidement embauché par France Télévision, après avoir présenté pendant près d'un an Ma souris bien aimée, une émission dédiée aux nouvelles technologies. 12 an après avoir rejoint France 2, Olivier Galzi se tourne vers i>Télé, en 2010. Lui qui dit ne pas avoir voulu passer à côté d'un monde en marche nous explique sa vision du journalisme.

I – Pourquoi vous êtes vous dirigé vers le journalisme ?

Par curiosité. D'après mes parents, c'est quelque chose d'ancien, bien que je n'en aie pas nécessairement souvenir. En fait, je n'ai jamais imaginé faire autre chose. C'est véritablement par curiosité : c'est une volonté de ne pas subir un monde qui s'impose à nous, plutôt d'essayer de le comprendre. A partir du moment où ce monde est compris, il ne s'impose plus, et journaliste, c'est le seul métier où tu es payé pour comprendre comment marche le monde.

II – Vous avez travaillé pour différents médias étrangers, notamment au Québec. En quoi le journalisme est-il différent à l'étranger ?

Où que tu sois dans le monde, le journaliste a toujours la même mission à remplir, le même job à réaliser : on te demande d'aller chercher l'information et de la ramener. Que ça soit aux Etats-Unis, en France, au Canada ou ailleurs. C'est le même métier où que tu sois.

La véritable différence relève du domaine du culturel : ce qui nous intéresse nous en France ne passionnera pas nécessairement nos voisins européens, alors pour ce qui est de régions encore plus éloignées, le gouffre se creuse. A chaque culture ses centres d'intérêts. Cependant, il y a des informations relativement universelles. Et sur ce genre d'informations, la principale différence vient du traitement. Comment la fait-on vivre ? Comment la met-on en image ? Le journaliste est un peu comme un bijoutier, un joaillier et l'information devient son diamant. Partout où tu iras le diamant sera le même, mais chaque culture aura des standards différents dans la façon de le travailler. Le nombre de facettes, par exemple, la manière de le faire briller... Et chaque journaliste aura sa propre touche, comme chaque bijoutier n'aurait pas monté le diamant sur la même bague ou le même collier.

III – Votre parcours vous a porté tant vers la presse écrite que l'audiovisuel et les émissions que vous avez présentées ont souvent traduit votre intérêt pour les nouvelles technologies et l'aspect pluri-média de la profession. Pour autant, estimez vous qu'il n'y a que du bon dans le journalisme web ?

Il n'y a pas de journalisme web, comme il n'y a a mon sens pas de web-reporter. Un reporter saura faire son travail que ça soit pour un canard, pour une radio, une chaîne télévisée ou internet. Là encore, ça reste la même information, quelle que soit la plateforme sur laquelle est traitée. Le web n'a donc rien d'une nouvelle info, d'un nouveau métier, c'est juste un nouveau canal. Somme toute, il ne faut pas confondre tuyau et contenu.

La toile c'est le tuyau, l'information c'est ce qu'il contient. Internet est un tuyau génial qui offre énormément de possibilités, que ça soit en matière d'interactivité sur la page, avec les internautes, ou en terme de multiplication des supports d'information. Le journal papier ne peut pas incorporer de son ou de vidéo, un site le peut. Mais il est idiot de transférer l'information sur un autre canal

pour la transférer : tout l'intérêt de le faire, c'est pour exploiter au mieux le potentiel du nouveau tuyau.

IV – Pourtant, aussi génial que puisse être ce tuyau, le journalisme français a du mal à monétiser son passage sur le web, contrairement à d'autres pays européens comme la Suisse. Comment l'expliquer, et comment y remédier ?

Cela relève notamment du grand mensonge fondateur du mythe Internet ! « *C'est gratuit.* » Non. Définitivement, non. Rien n'est gratuit. L'information peut paraître gratuite à l'internaute, elle ne l'est pas pour autant. Elle n'est pas gratuite pour le journaliste, et à partir de là il devient urgent de se poser une question existentielle, soulevée par cette apparente gratuité : où est la limite entre la communication et l'information ? Peut-on encore parler de presse indépendante ?

Il n'y a pas d'autre moyen de résoudre ce problème qu'en s'attaquant à la source du problème : la responsabilité échoit tant aux éditeurs de presse qui ont promis la gratuité qu'aux internautes qu'il faut éduquer. Mais ce qui est gratuit est louche. La gratuité n'est pas la normalité.

V – En tant que journaliste, quel est votre avis sur la politique de certains médias qui consiste à sortir de l'ombre des scandales et des affaires en tout genre ? Est-ce qu'il est bon de toujours tout révéler ?

L'information est un bien public auquel chacun d'entre nous à droit. Pour autant, elle n'appartient à personne, comme c'est le cas pour n'importe quel bien public. Je crois qu'il est bon de révéler ce qui sert ce bien public, ce qui lui est utile ; sans tomber nécessairement dans la recherche du scandale. Je pense qu'il est toujours bon de lever le voile sur une affaire d'Etat, mais qu'il faut savoir faire le tri et se tenir éloigné d'un certain populisme.

Et pour cause, les médias font office de filtre quant à l'information. Est-il véritablement intéressant d'écrire un article sur un Mélenchon qu'on aurait croisé au restaurant accompagné d'un grand patron ? Je ne suis pas sûr. Qu'est-ce que cela voudrait dire, après tout ? Peut-on se permettre de laisser entendre qu'un homme fait ami-ami avec ceux qu'il présente comme ses ennemis, sans savoir quelle était la raison de ce déjeuner ? Car c'est évidemment ce qui arriverait. Un journaliste est responsable tant de l'information qu'il divulgue (n'oubliez pas, pas d'information qui n'ait été vérifiée et recoupée au moins deux fois !) que de la façon dont elle est perçue. Il faut être très vigilant.

Propos recueillis par Vincent Nahan