

SAMEN SCHRIJVEN AAN JOUW NIEUWS

Achter NewsMonkey schuilt een heldere, eenvoudige, maar spijkerharde basisfilosofie. De journalistiek zoals we ze tot nu toe kenden, moet heruitgevonden worden.

👉 DE LEZER STAAT CENTRAAL. IN ALLES.

NewsMonkey bouwt een échte band met de lezer. Open en meetbare feedback vervangt oubollig paternalisme.

In het oude, industriële tijdperk wisten journalisten nauwelijks iets over hun publiek, redacties werkten op buikgevoel, hoofdredacteurs beslisten maar wat. NewsMonkey wil een écht volwassen en interactieve band met de lezer: een dialoog tussen mensen, geen monoloog van uitgevers, oude krantenmakers en hun troepen. Gedaan met het 'nieuws-instinct', het giswerk naar 'wat de lezer wil' of de dwangbuis van botte verkoopcijfers: wij werken met uw mening, met meetbare en objectieve resultaten om te zien hoe goed of slecht onze journalistiek is, hoe ze gesmaakt wordt.

De lezer staat echt centraal bij NewsMonkey. Dat klinkt als een opgewarmde reclameslogan, maar wij vullen het heel concreet en vergaand in. Onze lezers worden leden van ons merk, deel van onze community, part of our family. Iedereen die wil, wordt gratis lid, reageert, corrigeert, adoreert of fulmineert. Die band met de lezers is de enige reden waarom we aan journalistiek doen bij NewsMonkey.



WE BOUWEN EEN REDACTIE VOOR DE 21STE EEUW

NewsMonkey wil boeiend én relevant zijn. Onze redactie van digital natives gaat daar keihard aan bouwen, met veel ambitie en zelfrelativering.

Journalistiek is een zaak van evenwichten. Boeiend, uitdagend en leesbaar om het verhaal te kunnen verteren. Relevant omdat we beseffen dat de lezer kostbare tijd opoffert om iets te weten te komen. Die balans tussen boeiend en relevant gaat NewsMonkey anders, scherper en eerlijker uittekenen op haar redactie. Met andere journalistiek in andere vorm en met andere aanpak dan wat je nu online gewoon bent. Soms kort en beeld-gedreven, soms breedvoerig en diepgaand, maar altijd afgestemd op een gretig en dynamisch online publiek.

We kiezen er bewust voor om een jonge, scherpe ploeg samen te stellen. Jong van mentaliteit in elk geval; digital natives, die vergroeid zijn met hun computer, ipad of smartphone. En weten hoe je daarmee aan goede journalistiek kan doen. Wereldburgers ook, die allemaal al in het buitenland woonden en werkten. Allemaal met een gevoel voor nieuws hier en nu, zonder dogma's of taboes maar wel met respect voor alle basisregels van ons vak.

TOTAAL ONAFHANKELIJK.

NewsMonkey is opgericht door journalisten en sympathisanten. Crowdfunding moet garanderen dat we totaal onafhankelijk zijn.

Bijna al de nieuwsmerken in dit land zijn eigendom van slechts een handvol rijke uitgeversfamilies of de overheid. En al te vaak hebben de overkoepelende mediabedrijven slechts één, klassiek antwoord op wat zij zien als 'de crisis' in de mediasector: besparen, besparen en besparen. Steeds kleinere redacties schrijven elkaar over, en nieuws op de sites verdwijnt steeds meer achter een betaalmuur.

NewsMonkey doorbreekt die logica: wij willen aantonen dat journalistiek in de 21ste eeuw compleet zelfbedruipend en rendabel kan zijn, zonder de wurgende besparingslogica. En dat willen de oprichters doen door zelf de boel in handen te nemen, zelf te investeren en zelf eigenaar te zijn. Samen met het publiek.



Onze onafhankelijkheid trekken we ook ‘politiek/ideologisch’ door: journalistiek is niet gemaakt om aan politiek te gaan doen. NewsMonkey gaat dus echt niet elke dag ‘een standpunt’ innemen of een bepaalde politieke lijn consequent verdedigen. Dat wil niet zeggen dat we nergens voor staan, dat we smaak- en geurloos zijn. We geloven in de journalistiek als 4de macht, als aanklager, als waakhond, als aangever ook van wat beter kan.

JIJ BENT ONZE DISTRIBUTIE.

We maken journalistiek die jij deelt via sociale media. Niet onze site, maar jij bent ons belangrijkste kanaal.

Nieuws kwam decennia lang uit industriële drukkerijen, elke dag opnieuw een gruwelijk verspillend en milieuonvriendelijk proces. Nieuws dat bovendien gelimiteerd is: qua formaat, in tijd en plaats. Die wereld bestaat niet meer. De technologie is achterhaald, papier sterft uit en dat is goed. Het nieuws valt letterlijk in je broekzak dankzij smartphones, tablets en phablets en je kijkt er over een jaar of twee naar door een google-bril.

Via sociale media deel je steeds vaker en meer nieuwsberichten en laat je je vrienden en je netwerk weten wat jij wilt verspreiden. Wat jij belangrijk, leuk, ontroerend of straf vindt. Journalistiek die je raakt, die je inspireert of helpt.

NewsMonkey mikt expliciet op deze distributiemethode: ons publiek deelt wat onze redactie maakt. Wij hebben geen drukpersen en zien onszelf niet als enkel een site; wij willen leden, die ons nieuws en onze artikels gaan delen. Want de sterkste goedkeuring van je journalistiek, is het moment dat iemand zegt: ‘Dit vind ik de moeite, dit wil ik delen met de wereld’.

NEWSMONKEY IS GRATIS.

Gratis nieuws is een basisrecht. Geen betaalmuren, maar openheid en toegang voor een groot publiek.

NewsMonkey wil nieuws maken voor de 21ste eeuw. Daarbij hoort een basisfilosofie van openheid en verbondenheid met het



publiek. we willen met onze journalistiek zoveel mogelijk mensen boeien, mensen raken, mensen betrekken. Dat kan alleen door die openheid in alles door te trekken. Door helder te zijn over wat we doen, hoe we geld verdienen en het publiek mee eigenaar te laten worden. Onze journalistiek is even op: alles is gratis en kan met iedereen verder gedeeld worden. Geen kosten, geen betaalmuren of kunstmatige exclusiviteit.

Het succes van onze journalistiek zal in de toekomst gemeten worden aan de betrokkenheid van het publiek: die moet zo groot mogelijk zijn. Wij geloven dat informatie een vrij recht is, geen monopolie van een groot mediabedrijf dat enkel uit is op winst.

ONZE KIJK OP NIEUWS IS ÉCHT ANDERS.

Sites van de 21ste eeuw hebben een andere toon, aanpak en onderwerpen. In plaats van het hokjesdenken komt de vrije keuze.

Mensen zijn 'nieuwsme' geworden, plat geslagen door het negatieve, het deprimerende, het soms gitzwarte, voyeuristische kantje van veel nieuws. NewsMonkey zal geen enkele grote nieuwsafpraak missen, maar we kiezen er wel bewust voor om ook inspirerend, verhelderend en humoristisch nieuws te brengen. We willen vooral mee zijn met wat vandaag, in een veranderende wereld relevant is en zal zijn. Gedaan met de klassieke opdeling van nieuws in 'binnenland', 'buitenland', 'politiek' en 'economie'. Wij gaan voor thema's, voor fenomenen die mensen écht raken: Global warming laten we nooit liggen, maar net zo goed de impact van de eurocrisis én de besprekingen van nieuwe video games. Alle drie zijn nu eenmaal integraal deel van het hier en nu, van de hedendaagse wereld.

Het publiek zelf is een leidraad. Het idee dat journalisten en hoofdredacteuren in een redactiekamertje ver van de realiteit helemaal alleen beslissen 'wat belangrijk is voor de lezer' is totaal achterhaald. NewsMonkey schat haar publiek hoger in: jullie weten best van al wat belangrijk is in jullie leven.



DE MONKEY VOOR STAAT VOOR IETS.

Onze naam en ons logo is bewust een aap. Jong, rebels, tegendraads, maar ook charmant en met humor.

In de Chinese astrologie staat de aap voor ‘meestal vrolijk, vol energie en creatief’. Charmant ook en met een gevoel voor humor. NewsMonkey wil niet alleen dat zijn, maar méér: scherpzinnig, gevat, helder, intelligent, knap, opmerkzaam, scherp, schrander, slim, spits, vernuftig, veeleisend, kieskeurig, lastig, streng ook. Kwestie van de lat alvast zeker niet te laag te leggen voor onszelf.

NewsMonkey schrijft voor de generatie met een brede kijk op de wereld. Diegenen die op zoek zijn naar goeie, kritische en leuk geschreven reportages en verhalen. We halen onze neus niet op voor infotainment en concept gedreven news roundups, als die het gevoel geven mee te zijn. maar even goed komt er diepgravende journalistiek. Ons aanbod moet even divers zijn als de rijkdom van het internet zelf.