Adobe, The New York Times Company en Twitter starten Content Authenticity initiatief

07-11-2019 09:12

Adobe heeft tijdens Adobe MAX het Content Authenticity initiatief aangekondigd in samenwerking met The New York Times Company en Twitter. Het doel van dit initiatief is om een industriestandaard te ontwikkelen voor het toeschrijven van digitale content.

De mogelijkheid om content aan de juiste schrijvers en uitgevers toe te schrijven is van cruciaal belang om het vertrouwen en de transparantie online te waarborgen. Adobe, The New York Times Company en Twitter geloven dat het bieden van een langetermijnoplossing een gedeelde verantwoordelijkheid is van zowel makers, technologieleveranciers als mediabedrijven, en dat het bundelen van deze krachten dit proces versnelt.

“Met de enorme toename van digitale content willen mensen zeker zijn dat de content die zij lezen authentiek is”, aldus Dana Rao, executive vice president & General Counsel bij Adobe. “Het is van groot belang dat technologie- en mediabedrijven nu samenwerken om consumenten in staat te stellen om inhoud online beter te kunnen beoordelen en begrijpen."

Adobe ontwikkelt een opt-in systeem waarmee auteurs en uitgevers op een veilige manier toeschrijvingsgegevens kunnen koppelen aan content die ze willen delen. Het framework is ontworpen om auteurs hun content te laten verifiëren zodat ze de juiste toeschrijving krijgen voor hun content. Daarnaast biedt dit de consument meer vertrouwen in de authenticiteit van de content die zij zien. Adobe heeft een prototype van deze in Photoshop geïntegreerde technologie voor content-toeschrijving gedemonstreerd op Adobe MAX, de grootste creatieve conferentie ter wereld.

Lees verder bij *FonkOnline*

David Huijzer