



어도비 파이어플라이, 구글 바드에 크리에이터 중심의 상업적 활용 가능한 생성형

AI 제공

- 어도비 파이어플라이, 상업적 사용 및 전문가 수준 콘텐츠 생성을 지원하는 차별화된 생성형 AI 서비스...발표 후 한 달 간 7 천만 개 이상 이미지 생성, 어도비 역대 가장 성공적인 베타 중 하나로 평가
- 어도비와 구글, 구글 바드(Bard)에 파이어플라이 및 콘텐츠 진위 이니셔티브(CAI)의 콘텐츠 자격 증명(Content Credentials) 제공
- CAI의 오픈소스 기술, 파이어플라이-바드 통합으로 생성된 이미지에 투명성 부여; 유니버설 뮤직 그룹, 스태빌리티 AI 등 합류하며 CAI 회원 1,000 곳 돌파

2023년 5월 11일, 서울 - 어도비가 새로운 구글 바드(Bard)와의 통합 및 콘텐츠 진위 이니셔티브(Content Authenticity Initiative, CAI) 확장 등 크리에이티브 생성형 AI 모델군인 어도비 파이어플라이(Adobe Firefly)의 주요 모멘텀을 발표했다. 파이어플라이 베타 론치 후 첫 달 동안, 크리에이터들은 텍스트로 이미지 (text-to-image), 벡터 색상 변경, 텍스트 효과를 통해 7 천만 개 이상의 이미지를 생성하며 어도비 역사상 가장 성공적인 베타 중 하나로 만들었다. 어도비는 책임, 의무, 투명성이라는 AI 윤리 원칙을 바탕으로 파이어플라이를 개발하고, 크리에이터 친화적이면서 상업적으로 안전한 사용을 지원한다.

어도비와 구글은 파이어플라이를 구글이 실험 중인 대화형 AI 서비스인 바드에 도입하기 위해 협력하고 있으며, 수개월 내 파이어플라이는 텍스트로 이미지를 생성하는 기능을 바탕으로 바드의 대표적인 생성형 AI 파트너가 될 것이다.

어도비와 구글의 파트너십은 크리에이터 중심에 초점을 두고 있다. 어도비는 이번 통합을 통해 생성된 이미지에 투명성을 부여하도록 콘텐츠 진위 이니셔티브의 오픈소스 기반 콘텐츠 자격 증명(Content Credentials) 기술을 사용할 예정이다. 이번 파트너십으로 수백만 명의 사용자에게 크리에이터를 중심에 둔 생성형 AI를 제공할 것으로 기대된다.

일라이 그린필드(Ely Greenfield) 어도비 디지털 미디어 부문 최고기술책임자는 “어도비 파이어플라이 베타에 대한 폭발적인 관심은 사용자의 창작 활동에 영감을 주는 생성형 AI의 저력과 잠재력 뿐 아니라, 크리에이터 중심의 상업적 활용을 지원하는

접근 방식에 대한 높은 요구를 보여준다”며 “구글 바드와의 통합으로 수백만 명의 사용자가 파이어플라이를 사용해 창의적인 아이디어와 디자인을 구현하고 우수한 콘텐츠를 공유하도록 지원하겠다”고 말했다.

시시 샤오(Sissie Hsiao) 구글 어시스턴트 및 바드 부사장 겸 총괄은 “생성형 AI 는 전 세계의 이목을 집중시키며 협업과 생산성에 대한 기존의 인식을 변화시켰다”며 “어도비 파이어플라이와의 파트너십을 통해 바드에서 사용자들이 빠르고 쉽게 창의적인 아이디어를 구현할 수 있는 기능을 제공하게 돼 기쁘다”고 전했다.

파이어플라이는 상업적 사용이 가능한 전문가 수준의 콘텐츠를 생성하는 차별화된 생성형 AI 서비스로, 어도비 애플리케이션 및 구글 바드를 사용하는 크리에이터의 작업 과정에 바로 적용되도록 설계됐다. 파이어플라이의 첫 번째 모델은 어도비 스톡(Adobe Stock) 이미지, 개방형 라이선스 콘텐츠 및 저작권이 만료된 퍼블릭 도메인 콘텐츠를 기반으로 학습한다. 엔터프라이즈 기업은 자체 크리에이티브 자료로 파이어플라이를 학습시켜 자사 브랜드 언어로 콘텐츠를 생성할 수 있으며, [어도비 익스피리언스 클라우드\(Adobe Experience Cloud\)](#) 애플리케이션 전반에 걸친 파이어플라이 통합으로 마케팅 조직은 콘텐츠 공급망 제작을 가속화할 수 있다.

다나 라오(Dana Rao) 어도비 법률 고문 겸 최고신뢰책임자(Chief Trust Officer)는 “생성형 AI 의 영향력이 그 어느 때보다 커지고 확산되는 이 중요한 시기에 사람들은 자신이 소비하는 콘텐츠의 진위를 파악할 방법을 필요로 하고 있다”며 “콘텐츠 자격 증명을 통해 크리에이터는 자신의 이야기를 진정성 있게 전달하는 동시에 콘텐츠 제작 및 수정 과정을 확인하는데 용이한 툴을 활용할 수 있다”고 덧붙였다.

어도비가 설립한 CAI 는 새롭게 합류한 유니버설 뮤직 그룹(Universal Music Group), 스태빌리티 AI(Stability AI), 스포닝.ai(Spawning.ai) 등을 포함, 1,000 곳의 회원을 돌파하며 중요한 이정표를 세웠다. CAI 에는 기술 및 미디어 기업, 카메라 제조사, 크리에이티브 전문가, 연구기관, NGO 등 다양한 조직이 참여하고 있다. 생성형 AI 의 부상에 따라 콘텐츠 자격 증명은 콘텐츠를 인간이 제작한 것인지 또는 AI 가 편집하거나 생성한 것인지를 파악하는 데 중추적인 역할을 하고 있다.

다나 라오 CTO 는 “이번 새로운 이정표는 온라인 신뢰 회복의 중요성과 모든 업종과 산업에 걸쳐 나타나는 콘텐츠 자격 증명 솔루션의 모멘텀을 보여준다”고 말했다.

콘텐츠 자격 증명

파이어플라이에 기본 내장된 CAI 의 콘텐츠 자격 증명으로 바드에서 파이어플라이를 사용해 생성된 모든 이미지는 투명성을 갖게 된다. CAI 의 콘텐츠 자격 증명에는 이름, 날짜, 이미지 제작에 사용된 툴 및 편집 내역 등 콘텐츠에 관한 여러가지 정보를

디지털로 확인할 수 있는 무료 오픈 소스 툴이다. 해당 정보는 콘텐츠가 사용, 게재 및 저장되는 모든 곳에서 콘텐츠와 연결돼 속성(attribution)을 명확히 표시함으로써, 소비자가 디지털 콘텐츠에 대한 정보에 입각한 판단을 내릴 수 있도록 돕는다.

콘텐츠 진위 이니셔티브에 대해

어도비는 잘못된 정보로 인한 위협을 물리치고 제작자에게 콘텐츠가 제대로 귀속될 수 있도록 돕기 위해 콘텐츠 진위 이니셔티브(CAI)를 출범했다. CAI 는 새롭게 합류한 생성형 AI 개발사 외에도 AFP, AP 통신(Associated Press), BBC, 게티 이미지(Getty Images), 라이카(Leica), 마이크로소프트(Microsoft), 니콘(Nikon), 로이터(Reuters), 월스트리트 저널(The Wall Street Journal) 등을 회원으로 두고 있다. CAI 는 AI 로 생성된 콘텐츠가 가져올 기회와 도전과제를 인지하고 있으며, 소비자가 자신이 소비하는 콘텐츠에 대해 정보에 근거한 결정을 내릴 수 있도록 지원하는 연합의 고유한 역할을 인식하고 있다. 신규 회원 유입이라는 강력한 모멘텀과 여러 산업 분야 리더들의 콘텐츠 자격 증명 채택 증가 속에서 CAI 는 윤리적인 기술 혁신 구현을 위해 노력하고 있다.

어도비에 대해

어도비는 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 [어도비 홈페이지](#)에서 찾을 수 있다. 어도비코리아에 대한 정보 및 뉴스는 어도비코리아의 [공식 페이스북](#)과 [뉴스룸](#)에서 확인 가능하다.

###