



Interview with 홍은지, 대표 at T2Sound



이로다 (E:RODA) -
Cafe Terrace
구해줘 홈즈



메이(MAE) - 어떨 것
같아
인생에 한 번쯤 킬리만자로



영주 - Love in
Summer inst
하이엔드 소금쟁이



홍은지

대표

T2Sound

출처: <https://www.t2sound.com/bgm/>

이번 인터뷰는 창작 음악의 유통과 활용 영역에서 새로운 비즈니스 모델을 구축하고 있는 T2Sound 대표와 함께했다.

| Summary

인공지능 기술이 음악 제작 영역에 깊숙이 침투하면서, 빠르고 저렴하게 배경음악(BGM)을 생성하는 시대가 열렸다. 이러한 변화 속에서, 인간의 고유한 창의성과 예술적 감성을 기반으로 한 음악이 방송 및 콘텐츠 시장에서 어떻게 경쟁력을 확보하고 IP 가치를 극대화할 것인지에 대한 고민이 깊어지고 있다. 이번 인터뷰는 'AI 생성 음악 시대, 인간의 창의성 기반 BGM 제작의 경쟁력 확보 전략'을 주제로, AI 생성 음악 시대의 기회요인, 글로벌 BGM/오디오 콘텐츠 트렌드, 뉴미디어 맞춤형 전략 등에 대해 깊이 있는 이야기를 나누어보았다.

해당 원고에 대해 사전 동의 없이 상업 상 또는 다른 목적으로 무단 전재·변경·제3자 배포 등을 금합니다. 또한 본 원고를 인용하시거나 활용하실 경우 *출처 표기* 원본 변경 불가 등의 이용 규칙을 지켜셔야 합니다. 해당 원고의 내용은 집필자 개인의 의견으로 한국콘텐츠진흥원의 공식견해가 아님을 밝힙니다.

Q. 티투스사운드는 정보통신업 기반의 오디오 콘텐츠 제작을 전문으로 하고 있습니다. 최근 몇 년간 AI 생성 음악 기술이 급부상하며 제작 환경에 큰 변화가 일어났는데요, 이러한 환경 속에서 티투스사운드가 궁극적으로 추구하는 핵심 가치와 비전은 무엇인가요?

A. 티투스사운드가 가장 중요하게 생각하는 핵심 가치는 '음원의 본질적 퀄리티'입니다. 기술이 빠르게 발전하고, AI가 음악을 대량으로 생산하는 시대가 되었지만, 결국 청취자에게 다가가는 것은 음악이 전달하는 감정과 진정성이라고 믿고 있습니다. 저희가 추구하는 비전은 단순히 "인간이 만든 음악" 또는 "AI가 만든 음악"이라는 구분을 넘어서 있습니다. 연주자가 직접 연주했든, AI가 생성했든, 사람의 마음을 움직일 수 있는 음악이라면 충분히 가치 있다고 생각합니다. 티투스사운드는 이러한 음악이 더 많은 사람들에게 닿을 수 있도록 위로와 희망을 주는 사운드를 널리 전파하는 플랫폼이 되고자 합니다. 궁극적으로는 창작자가 어떤 방식으로 작업하든, 그 결과물이 대중에게 감정적 울림을 줄 수 있도록 지원하는 것이 저희의 비전입니다.

Q. AI는 제작 속도를 높여주는 도구인 동시에, 저가 시장을 잠식하는 경쟁자이기도 합니다. 대표님께서 AI 생성 음악의 등장을 위협으로 보십니까, 아니면 새로운 기회로 보고 계시나요?

A. AI의 등장을 저는 위협보다는 새로운 기회로 보고 있습니다. 사실 음악 제작의 역사 자체가 끊임없는 기술 변화의 연속이었습니다. AI가 아니더라도 다양한 편의성 도구들이 등장해 왔고, 그 결과 음악 제작 과정은 전통적인 '연주 기반 기술'에서 점차 창의성과 편집 능력 중심의 작업 방식으로 바뀌어 왔습니다. 현재 우리가 겪는 변화도 이 흐름의 연장선에 있다고 생각합니다. 과거에도 실제 연주 중심 세대에서 MIDI 기반 제작으로 넘어갈 때 비슷한 불안이 존재했지만, 결국 새로운 도구를 가장 창의적으로 활용한 사람들이 시장을 이끌었습니다. AI 역시 마찬가지입니다. 실제로 AI를 사용해 음악을 만들어보면, 전곡을 대체하기보다는 부분적인 조정이나 디테일을 원하는 방향으로 수정하는 과정이 결코 단순하지 않다는 것을 알 수 있습니다. 결국 중요한 것은 도구 자체가 아니라 그것을 어떻게 다루느냐입니다. AI든 MIDI든, 새로운 기술을 깊이 이해하고 능숙하게 활용하는 창작자가 이 시장을 주도하지 않을까요?

Q. AI가 커버할 수 없는, '인간의 창의성'이 오디오 콘텐츠 제작에서 발휘하는 결정적인 역할은 무엇이라고 보십니까? 티투스사운드가 제작하는 BGM/오디오물에서 인간적인 감성이나 독창성을 확보하는 구체적인 노하우는 무엇인가요?

A. AI가 빠르게 발전하고 있지만, 여전히 대체하기 어려운 영역이 있습니다. 그중 하나가 '사람의 감정을 어떻게 움직이는가'에 대한 깊이 있는 이해라고 생각합니다. 음악이든 그림이든 창작물의 궁극적인 목적은 결국 청자·시청자의 감정을 얼마나 진정성 있게 흔들 수 있는가에 달려 있습니다. 이 지점에서 인간의 창의성은 여전히 결정적인 역할을 합니다. 티투스사운드가 BGM이나 오디오물을 만들 때 중요하게 여기는 것은 장면이나 메시지가 전달하려는 감정을 정확히 읽어내는 과정입니다. 가사, 멜로디, 박자 같은 요소들이 기술적으로 완성된 것처럼 보여도, 그 안에 창작자의 감정이나 의도가 담겨 있을 때 청자에게 감성적으로 도달할 수 있습니다. 이 부분이 AI가 쉽게 모방할 수 없는, 인간 창작의 독창성이라고 생각합니다.

Q. 티투스사운드는 자체 제작과 외부 창작자와의 협업 중 어느 쪽에 더 중점을 두고 계십니까? 특히 '인간의 창의성'을 극대화하기 위해 내부 제작 시스템을 어떻게 운영하고 계신지 궁금합니다.

A. 티투스사운드는 자체 제작보다 외부 창작자와의 협업을 더욱 중요하게 생각합니다. 음악 제작은 한 사람이 모든 과정을 완벽하게 수행하는 시대에서 벗어나, 각자 전문 분야를 가진 창작자들이 서로의 아이디어를 보완하며 완성도를 높이는 방식으로 진화하고 있습니다. 여러 전문가가 함께 깊이 고민해 만든 결과물은 자연스럽게 더 뛰어난 감정선과 디테일을 가지게 됩니다. 티투스사운드의 내부 제작에서 창의성을 극대화하기 위한 시스템이라면, 믹싱과 마스터링 단계에서는 작곡가나 프로듀서가 가진 의도와 감정선을 먼저 정확히 해석하는 것을 가장 중요한 출발점으로 삼습니다. 엔지니어링은 그 의도를 기술적으로 완성하는 것이 아니라, 그 감정을 더 강하게 전달되도록 뒷받침하는 역할을 합니다. 예를 들어, 노이즈가 있는 음원이라도 그 노이즈가 옛 추억을 되살린다면, 호흡이 거칠더라도 그 호흡이 감정을 나타내는 것이라면 의도를 먼저 살려야겠죠.

Q. 현재 해외바이어나 제작자들이 주목하는 BGM/오디오 콘텐츠의 최신 트렌드는 무엇이며, 성공적으로 해외에 진출하고 있는 국내 BGM의 특징은 무엇이라고 보시나요?

A. 최근 몇 년 사이 음악 공급자와 제작자가 크게 늘면서, 글로벌 BGM 시장의 전반적인 퀄리티가 꾸준히 높아지고 있습니다. 특히 서정적인 멜로디나 감성적인 분위기의 음악은 이미 시장에 매우 풍부하게 공급되고 있어, 단순한 '예쁜 음악'만으로는 차별화되기 어려운 시대가 되었습니다. 이 때문에 해외 바이어와 음악감독들이 주목하는 핵심 트렌드는 장르보다 '독창적인 색깔을 가진 사운드'에 대한 수요입니다. 단순히 분위기를 맞추는 정도가 아니라, 특정 창작자만이 만들어낼 수 있는 개성·감정선·음색의 무드를 가진 음악에 가치를 두는 흐름이 강해지고 있습니다.

Q. 숏폼 콘텐츠 시장이 글로벌 유행을 주도하면서 BGM이 브랜딩과 마케팅의 핵심 도구로 변모했습니다. 뉴미디어 맞춤형 오디오를 기획할 때 중점을 두어야 하는 요소가 있는지 궁금합니다.

A. 숏폼 콘텐츠는 매우 짧은 시간 안에 사용자의 시선을 사로잡아야 하기 때문에, 음악 역시 첫 몇 초 안에 강렬한 인상을 남기는 '훅(Hook)'을 만드는 것이 핵심이라고 생각합니다. 디지털 환경에서는 스크롤 속도가 빠르고 이탈이 쉽기 때문에, 음악의 초기 임팩트가 곧 브랜드 인식이나 콘텐츠 몰입도로 이어집니다. 즉, 뉴미디어용 오디오를 기획할 때는 전체적인 완성도보다 짧은 순간에 기억되는 포인트, 그리고 브랜드나 메시지와 직결되는 즉각적 전달력을 가장 중요하게 고려해야 합니다.

Q. 2026년 음악 산업의 흐름을 전망하신다면, 어떤 트렌드나 키워드가 가장 주목받을 것으로 보시나요? 그러한 변화가 일어날 것으로 보시는 이유나, 그 흐름이 산업 전반에 어떤 의미를 가질지 설명 부탁드립니다.

A. 2026년에도 음악 산업은 수익성이 높은 장르 중심으로 시장이 재편되는 흐름이 이어질 것으로 보입니다. 국내에서는 이미 힙합과 트로트가 강한 시장성을 보여왔고, 음악 공급이 많아진 환경에서 제작자들이 생존하기 위해 수익이 검증된 장르로 이동하는 현상은 당분간 계속될 가능성이 높습니다. 이 때문에 다양한 장르의 아티스트들이 트로트나 대중성이 확실한 장르로 진입하고 있으며, 이는 산업 구조가 점점 경제적 지속 가능성 중심으로 움직이고 있음을 보여줍니다.

Q. 마지막으로, 앞선 인터뷰에서 전하지 못한 메시지가 있으시다면 한 말씀 부탁드립니다.

A. T2Sound는 창작자가 전달하고자 하는 메시지가 최상의 품질로 구현되어 널리 전달될 수 있도록 지원하는 것을 핵심 목표로 하고 있습니다. 믹싱과 마스터링 과정을 통해 음악의 퀄리티를 높이고, 창작자의 의도가 담긴 음악이 방송과 스트리밍, 글로벌 유통을 통해 더 많은 사람들에게 닿고 작품이 빛을 발할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

해당 원고에 대해 사전 동의 없이 상업 상 또는 다른 목적으로 무단 전재·변경·제3자 배포 등을 금합니다. 또한 본 원고를 인용하시거나 활용하실 경우 *출처 표기* 원본 변경 불가 등의 이용 규칙을 지켜셔야 합니다. 해당 원고의 내용은 집필자 개인의 의견으로 한국콘텐츠진흥원의 공식견해가 아님을 밝힙니다.