

01 · 주어진 시간

0.4초와 1.7초

1강에서 **게시물 하나에 주어지는 시간이 0.4초**라고 했다. 그런데 영상은 다르다. 사람은 영상 앞에서 조금 더 머문다.

정지 이미지

0.4초

피드를 넘기며 게시물 하나에 주는 시간. **읽을 시간이 없다.** 글자를 넣어도 읽히지 않는다.

영상 · 릴스

1.7초

머물지 넘길지 판단하는 시간. 정지 이미지의 **네 배**다. 이 차이가 릴스를 쓰는 이유다.

네 배가 길어졌다고 여유가 생긴 것은 아니다. 1.7초는 문장 하나를 읽기에도 짧다. 여전히 **읽는 것이 아니라 보는 것**으로 이겨야 한다.

절반은 4초를 넘기지 못한다



시작한 사람의 **절반이 4초 전에 나간다**. 그리고 4초를 넘긴 사람들은 훨씬 오래 본다. 그래프가 완만해진다.

영상을 잘 만드는 것과 첫 4초를 만드는 것은 다른 일이다. 뒤가 아무리 좋아도 절반은 그것을 보지 못한다. **공들일 곳은 뒤가 아니라 앞이다.**

그림은 이탈 경향을 나타낸 개념도이며 특정 계정의 실측값이 아니다.

3초를 넘긴 비율 60%

3초를 넘긴 시청자가 60% 이상이면
알고리즘은 더 많은 사람에게 보낸다

넘지 못하면 노출이 거기서 멈춘다

인스타그램은 **시청 시간**을 가장 중요한 신호로 본다. 그런데 전체 시청 시간을 처음부터 보는 것이 아니다. **먼저 3초 관문을 통과했는지**를 확인한다.

3초를 넘기면 그때부터 다른 것을 묻는다 — **다시 봤는가, 끝까지 봤는가, 화면 속 글자를 읽으려고 멈췄는가**. 관문을 못 넘으면 이 질문들은 시작조차 하지 않는다.

릴스와 이미지

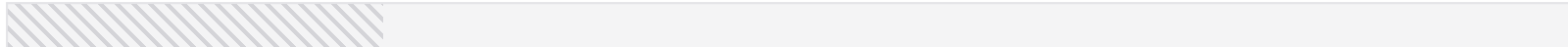
릴스 — 상호작용

이미지의 4배 이상



단일 이미지 게시물 — 상호작용

기준값



Metricool 2026 인스타그램 연구

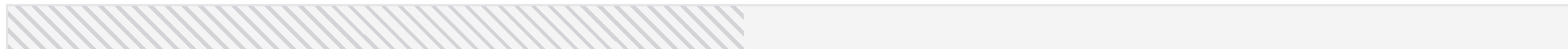
릴스 평균 시청 시간 — 2026

8.5초



릴스 평균 시청 시간 — 2025

약 절반



1년 사이 두 배 이상 늘었다

사람들이 릴스를 **더 오래** 본다. 그런데 **여는 것**은 여전히 1.7초 안에 정한다. 긴 시청은 관문을 통과한 뒤의 이야기다.

「멋」이란 무엇인가

흔한 오해

예쁘게 만드는 것

고급 카메라, 색 보정, 폰트, 화려한 전환.

모두 필요한 순간이 있지만 **이것으로는 멈추지 않는다**. 예쁜 화면은 이미 너무 많고, 예쁜 것은 넘겨도 아깝지 않다.

이 과정에서의 정의

넘기지 못하게 만드는 것

화질이 아니라 **화면에 무엇이 있느냐**다.

멋은 취향의 문제가 아니라 **측정되는 결과**다. 3초를 넘긴 비율로 확인된다.

그래서 이 강의는 **감각을 기르는 시간이 아니다**. 첫 프레임에 무엇을 두면 사람이 멈추는지, **이미 증명된 방식**을 가져오는 시간이다.

첫 프레임에 정지 화면을 두지 않는다

세계에서 가장 많이 보이는 여섯 계정을 열어 첫 프레임만 모아 보면 공통점이 하나 나온다. 어느 계정도 멈춰 있는 그림으로 시작하지 않는다.

원칙 01

이미 벌어지는 중

첫 프레임이 **사건의 한가운데**다. 준비 동작, 인사, 제목 화면이 없다.

원칙 02

읽지 않아도 안다

1.7초에 문장은 읽히지 않는다. **표정·색·물체**로 전달한다.

원칙 03

화면에 하나만

볼 것이 여럿이면 눈이 헤맨다. **가장 중요**한 것 하나를 크게 둔다.

원칙 04

예상과 어긋난다

익숙한 화면은 넘겨진다. **한 군데가 이상**해야 손이 멈춘다.

여섯 계정의 첫 프레임

카비 라메

인스타그램 · @khaby00

표정

말을 하지 않는다. 자막도 없다. 첫 프레임에 이미 표정이 있어서 언어와 상관없이 읽힌다.

계정 열기 ↗

잭 킹

인스타그램 · @zachking

말이 안 되는 장면

첫 프레임부터 물리 법칙이 어긋나 있다. 멈추는 이유가 감탄이 아니라 “어?”다.

계정 열기 ↗

딜런 르메이

인스타그램 · @dilemay2

색과 손

얼굴이 없다. 손과 강한 색만으로 멈춘다. 인물 없이도 가능하다는 증거다.

계정 열기 ↗

다니엘 맥

인스타그램 · @itsdanielmac

대상 먼저

말이 시작되기 전에 차가 이미 화면에 있다. 보고 싶은 것을 앞에 둔다.

계정 열기 ↗

ISSEI / いっせい

유튜브 · 약 7,600만

움직임

일본인이지만 말을 하지 않는다. 그래서 전 세계가 본다. 「소리」 없이 「멋」만으로 성립한 계정.

채널 열기 ↗

앨런 치킨 초우

유튜브 · 약 1억

인물과 갈등

숏폼만으로 1억 명. 첫 프레임에 인물이 있고 이미 무슨 일이 벌어진 표정을 짓고 있다.

채널 열기 ↗

카드를 누르면 실제 계정이 열린다. 구독자 수는 2026년 공개 자료 기준이므로 직접 확인하기를 권한다.

첫 프레임에 있는 것

계정	첫 프레임에 있는 것	없는 것
카비 라메	표정	자막 · 제목 · 인사
잭 킹	어긋난 장면	설명 · 준비 동작
딜런 르메이	색과 손	얼굴 · 자막
다니엘 맥	대상(차)	진행자 소개
ISSEI	움직임	말 · 자막
앨런 치킨 초우	인물과 상황	도입부

오른쪽 칸을 보라. 여섯 계정이 하나같이 도입부를 버렸다. 인사도, 제목도, 채널 소개도 없다.

우리가 영상을 만들 때 가장 먼저 넣는 것들이 **가장 먼저 버려야 할 것들**이다.

사람이 아닌 계정들

앞의 여섯 명은 실제 사람이다. 그런데 **사람이 아닌 계정**도 같은 규칙으로 이긴다. 2025년 스탠퍼드 연구에서 **10대의 68%가 AI 인플루언서를 사람과 구분하지 못했다.**

루 두 마갈루

브라질 · 약 840만

기업의 얼굴

가전 유통사 마가지니 루이자의 캐릭터. 1년에 약 **254만 달러**를 벌며 2위의 **34배**다.

계정 열기 ↗

릴 미켈라

@lilmiquela · 약 250만

가상 인물

2016년부터 활동한 가장 오래된 사례. 광고 한 건에 **6,000~9,000달러**로 알려져 있다.

계정 열기 ↗

아이타나 로페스

@fit_aitana · 약 34만

에이전시 제작

스페인의 한 에이전시가 2023년에 만들었다. 월 **3,000~10,000유로**. 34만으로도 수익이 난다.

계정 열기 ↗

누누리

@noonoouri · 약 48만

양식화

사람처럼 보이려 하지 않는다. **일부러 인형처럼** 만들어 첫 프레임에서 바로 구분된다.

계정 열기 ↗

팔로워와 수익은 2024~2026년 공개 보도 기준이며 시점에 따라 달라진다.

1위가 개인이 아니라 기업 캐릭터였다

루 두 마갈루 — 기업이 만든 캐릭터

약 254만 달러 / 년

릴 미켈라 — 가상 인물 그 자체

2위 · 34분의 1



2024년 5월 ~ 2025년 5월 추정 수익 비교

가장 많이 번 AI 계정은 유명해지려고 만든 캐릭터가 아니었다. 가전을 파는 회사가 자기 물건을 팔기 위해 만든 얼굴이
었다.

흔한 시도

AI로 유명해지기

예쁜 가상 인물을 만들어 팔로워를 모은다.

경쟁이 심하고, 팔로워가 모여도 팔 것이 없으면 광고 외에 수익이 없다.

돈이 되는 쪽

내 서비스의 얼굴 만들기

이미 파는 것이 있고, 그것을 설명할 얼굴을 AI로 만든다.

팔로워가 적어도 팔 것이 있으니 바로 수익이 된다. 아이타나는 34만으로도 수익을 낸다.

여러분에게는 **이미 만들고 있는 서비스가 있다.** 없는 것은 그것을 매일 설명해 줄 얼굴이다. **그 얼굴은 이제 만들 수 있다.**

직접 해보기 · 1.7초

1.7초가 얼마인지 직접 보십시오

아래 버튼을 누르면 막대가 **1.7초 동안** 잡니다. 그 사이에 화면에서 무엇을 읽을 수 있는지 보십시오.

1.7초 재보기

막대가 끝까지 차기 전에 사람은 이미 넘겼습니다.

이 시간에 못 하는 것

안녕하세요
오늘은 제가
준비한 내용을...

이 시간에 할 수 있는 것

27.3만

숫자 하나 · 얼굴 하나
움직임 하나



문장을 읽게 하는 것.

인사, 제목, 설명은 이 시간 안에 전달되지 않는다.



한눈에 보이게 하는 것.

숫자·얼굴·색·움직임은 읽지 않아도 들어온다.

직접 해보기 · 커버

엄지손톱 크기로 줄여보기

커버는 프로필 격자에서 **아주 작게** 보입니다. 아래 막대를 왼쪽으로 밀어 실제 크기로 줄여보십시오.

첫 프레임

이 설명 문장은 작아지면 사라집니다

엄지손톱

원본

원본 크기입니다. 막대를 왼쪽으로 밀어보십시오.

작은 글씨가 먼저 사라집니다. 격자에서 살아남는 것은 큰 글자 두세 단어, 또는 글자 없이 강한 한 장면뿐입니다.

몇 초로 만들 것인가

길이	특징	언제 쓰는가
15~45초	완주율과 저장이 높다	기본값. 대부분 여기서 시작한다
45~60초	참여율과 조회수 중앙값이 가장 높다 중앙값 약 10,374회	내용이 실제로 있을 때
30초 미만	중앙값이 45~60초 구간의 절반 수준	한 장면으로 끝나는 것
3분 초과	역시 절반 수준	권하지 않는다

짧을수록 좋다는 말은 사실이 아니다. 45~60초 구간이 가장 좋은 성적을 냈다. 다만 그것은 **그만큼 볼 것이 있을 때**의 이야기다.

길이를 먼저 정하고 내용을 채우면 늘어난다. **내용을 만들고 남는 것을 잘라내면** 대개 그 구간에 들어온다.

좋아요보다 공유

예전 기준

좋아요

누르기 쉽다. 그래서 **가볍다**. 누른 사람은 대개 이미 나를 아는 사람이다.

2026년 가장 큰 변화

공유

메시지로 보내는 행동. **새로운 사람에게 닿는 힘**이 좋아요보다 커졌다. 도달 대비 공유 수가 핵심 지표가 되었다.

공유는 **“이거 너 봐야 해”**라고 말하는 행동이다. 좋아요는 혼자 하는 일이고, 공유는 **남에게 설명하는 일**이다.

그래서 만들 때 질문이 하나 늘어난다. **“이걸 누가 누구에게 보낼까.”** 보낼 이유가 없으면 아무리 잘 만들어도 퍼지지 않는다.

커버와 첫 프레임

릴스에는 화면이 두 번 필요하다. **피드에서 보이는 커버와 재생이 시작되는 첫 프레임**이다. 많은 사람이 이 둘을 다르게 만들고, 그래서 어긋난다.

1

커버는 프로필에 남는다

릴스는 흘러가지만 커버는 **내 프로필 격자에 계속 남는다**. 방문한 사람이 보는 것은 영상이 아니라 **커버 아홉 개**다.

2

커버와 첫 프레임을 같게 만든다

둘이 다르면 누른 사람이 **“내가 본 게 아닌데”**라고 느낀다. 그 순간 나간다. 같게 두면 이어진다.

3

커버에 글자를 넣는다면 세 단어까지

격자에서는 작게 보인다. **휴대폰에서 엄지손톱만 한 크기**로 확인하고, 그때 안 읽히면 지운다.

4

아홉 개를 함께 본다

커버 하나를 잘 만드는 것보다 **아홉 개가 한 덩어리로 보이는 것**이 낫다. 프로필에 들어온 사람은 하나가 아니라 전체를 본다.

거꾸로 만든다

대부분 **처음부터 끝까지 순서대로** 만든다. 그러면 도입부가 길어지고, 정작 첫 프레임은 남은 것으로 때우게 된다.

1

첫 프레임을 먼저 정한다

영상을 찍기 전에 **멈추게 할 한 장면**을 먼저 그린다. 이것이 안 나오면 촬영하지 않는다.

2

그 장면부터 촬영을 시작한다

준비 동작을 찍고 나중에 자르는 것이 아니라, **사건부터 찍는다**. 자를 것이 없으면 도입부가 생기지 않는다.

3

내용을 채우고 남는 것을 잘라낸다

길이를 먼저 정하지 않는다. **필요한 것만 남기면** 대개 15~60초에 들어온다.

4

보낼 이유를 하나 넣는다

“이걸 누가 누구에게 보낼까.” 답이 없으면 한 장면을 더 넣거나, 만들지 않는다.

5

커버를 첫 프레임과 맞춘다

마지막에 엄지손톱 크기로 확인한다. 안 읽히는 글자는 지운다.

첫 3초를 버리는 방법들

01 인사로 시작한다 “안녕하세요, 오늘은...” 이 문장이 끝나기 전에 절반이 나간다.	02 제목 화면을 넣는다 글자만 있는 첫 화면은 정지 화면 이다. 영상 상을 사진으로 만드는 셈이다.	03 긴 문장을 띄운다 1.7초에 읽을 수 있는 것은 서너 단어 뿐이다.	04 배경음악부터 깎는다 소리로 시작하면 무음으로 보는 사람 에게는 아무 일도 일어나지 않는다.
05 결론을 끝에 둔다 끝까지 보는 사람은 소수다. 가장 좋은 것을 앞에 둔다.	06 커버를 나중에 고른다 업로드 직전에 아무 장면이나 고르면 프로필이 무너진다 .		

여섯 가지 모두 **정성이 부족해서 생기는 실수가 아니다**. 오히려 예의를 갖추려다, 친절하려다 생긴다. **이 형식에서는 친절이 이탈이 된다**.

첫 프레임 열 개

1

여섯 계정을 연다

카비 라메 · 잭 킹 · 딜런 르메이 · 다니엘 맥 · ISSEI · 앨런 치킨 초우. **영상은 보지 말고 첫 화면만** 캡처한다.

2

무엇이 있는지 한 단어로 적는다

표정 · 색 · 물체 · 움직임 · 어긋남. **열 개를 모으면 규칙이 보인다.**

3

내 것 하나를 만든다

영상 전체가 아니라 **첫 프레임 한 장**이면 된다. 사진이어도 되고 그림이어도 된다.

4

엄지손톱 크기로 확인한다

휴대폰에서 작게 줄여 본다. 그 크기에서 안 보이면 아직 아니다.

오늘 만들 것은 영상이 아니다. **한 장면이다.** 그 한 장면이 되면 나머지는 따라온다.

2강 요약

01

1.7초

머물지 넘길지 정하는 시간. 절반은 4초를 못 넘긴다.

02

3초 관문

3초를 넘긴 비율이 **60% 이상**이면 더 퍼진다. 못 넘으면 거기서 끝난다.

03

도입부를 버린다

세계에서 가장 큰 여섯 계정 **모두 인사도 제목도 없다.**

04

얼굴은 만들 수 있다

가장 많이 번 AI 계정은 **기업이 자기 물건을 팔려고** 만든 얼굴이었다.

멋은 예쁜 것이 아니라 넘기지 못하는 것이다. 그리고 그것은 취향이 아니라 **3초를 넘긴 비율로 측정된다.**

1차 · 연구

Metricool 2026 인스타그램 연구

게시물 2,430만 개 · 계정 375,000개 분석

지표

릴스 유지율과 이탈률

4초 이전 이탈 50%, 3초 60% 기준

알고리즘

2026년 인스타그램 알고리즘 정리

시청 시간 · 공유 신호의 변화

함께 보기

1강 · AI 시대의 경제학

0.4초, 그리고 인스타는 멋 · 유튜브는 소리 · 텍스트는 횡수