

목차

00	여는 글: 목적을 잃지 말자, 절대로	3
01	콘텐츠의 뼈대 — 지반부터 세운다 콘텐츠는 거래다 · 목적부터 정한다 · 누구에게 말할 것인가	5
02	후킹 — 3초 안에 붙잡는다 왜 후킹이 먼저인가 · 썸네일이 만든 약속 · 후킹 6공식	11
03	징검다리 — 후킹에서 목적까지 채운다 리드 · 문제 규정 · 본문 · 내 이야기 엮기 · 착지 · 완성된 뼈대	17
04	글맛·말맛, 그리고 액팅 인과·반전·질문 엔진 · 비유 · 숫자 · 호흡 · 구어체 · 연기 · 취약성	30
★	실전 해부 — 검증된 대본 두 편 뜯어보기 강의형(유입) · 서사형(결속) · 두 엔진을 함께 굴리기	39
◆	브랜드 전략 — ‘이 사람 누구지?’에 답하는 영상 한 편	47
◆	실전 · 대본 한 편이 만들어지는 과정 (10화 완성 대본 전문 수록)	49
◆	이제 당신 차례 서사형 vs 강의형 · 소재 고갈 없이 잇기 · 30분 작성 루틴	57
+	부록 · 대본 자가진단 체크리스트	60
+	맺음말 — 첫 대본을 응원하며	61

여는 글: 목적을 잃지 말자, 절대로

카메라 앞에서 말이 술술 나오는 재능. 나한테는 없다.

애드리브로 십 분을 채우는 사람들을 보면 아직도 신기하다. 나는 그게 안 된다. 그래서 전부 글로 썼다. 첫 문장부터 마지막 인사까지 미리 다 써 놓고, 그걸 말하듯 읽었다.

그렇게 시작한 채널이 27일째에 구독자 1,000명을 넘겼고, 40일째에 애드센스 수익이 열렸다. 그리고 79일째부터는 사업자 매출이 잡히기 시작했다. 콘텐츠로 나를 파는 비즈니스가 싹튼 것이다.

편집이 화려해서도 아니고, 얼굴이 잘나서도 아니다. 말재주가 없어서 어쩔 수 없이 붙잡은 게 글이었는데, 결국 그 글이 유일한 무기였다.

그런데 여기서 오해가 하나 생긴다. '아, 글을 잘 써야 하는구나.' 아니다. 정확히는 다른 글을 써야 한다.

우리가 아는 글쓰기는 여기서 통하지 않는다

글쓰기를 떠올리면 대개 둘 중 하나가 떠오른다.

하나는 학교에서 배운 이야기의 구조다. 기승전결. 발단, 전개, 위기, 절정, 결말. 잘 짜인 이야기는 이렇게 흘러간다고 배웠다.

다른 하나는 일기다. 오늘 있었던 일과 그때 느낀 감정을 솔직하게 털어놓으면 누군가 알아주리라고 생각한다.

둘 다 좋은 글이지만, 이것들은 지금 우리 목적에 맞는 글이 아니다.

기승전결은 끝까지 봐 줄 사람을 전제로 한다. 소설은 돈을 내고 샀으니 끝까지 읽고, 영화는 표를 끊었으니 두 시간을 앉아 있다. 그런데 우리 영상은 3초 만에 꺼진다. 위기와 절정이 오기 한참 전에 이미 아무도 없다.

일기는 더 단순하다. 남의 인생에는 아무도 관심이 없다. 냉정하지만 사실이다. 그래서 우리는 오직 '팔기 위한 이야기'를 해야 한다. 상품을 팔거나, 소식을 팔거나, 나 자신을 팔아야 한다.

콘텐츠는 가장 짧은 형태의 미디어 비즈니스다

지금 우리가 만드는 것의 정체를 정확히 부르면 이렇다. 뚜렷한 목적을 가진, 가장 짧은 형태의 미디어 비즈니스.

미디어 비즈니스는 신문사가 하고 방송국이 하던 일이다. 무언가를 만들어 사람을 모으고, 그 대가로 무언가를 얻는다. 우리 것은 그보다 훨씬 짧고, 혼자 만들고, 자본이 거의 안 들 뿐이다.

크기만 줄었지 원리는 하나도 안 줄었다. 신문사가 지면을 채우기 전에 '이 기사로 무엇을 얻을 것인가'를 정하듯, 우리도 카메라를 켜기 전에 그걸 정해야 한다.

앞에서 말한 27일과 40일과 79일이 정확히 그 과정이었다. 사람을 모으고, 그걸로 수익을 열고, 결국 내 것을 파는 단계로 넘어간다. 신문사가 백 년에 걸쳐 만든 구조를 혼자서 몇 달 만에 밟는 것뿐이지 순서는 똑같다.

여섯 가지 골격

다음 여섯 가지는 실제로 반복해서 통한 후킹의 골격이다. 외워 두고 소재마다 하나씩 대입해 보면 된다.

01 대담한 약속형

"이거 하나면 다 쉬워지는 치트키를 알려드릴게요."

02 통념 부정형

"열심히 하면 돈이 따라온다? 절대 아니었어요."

03 상상 유도형

"버튼이 하나도 없는 리모콘을 떠올려 보세요."

04 정면 질문형

"유튜버가 되면 인생이 바뀔까요?"

05 타겟 호명형

"AI 때문에 막막한 3040, 지금 우리 세대요."

06 결론 선제시형

"결론부터 말하면 딱 하나예요."

예시

(통념 부정형) "퍼스널 브랜딩? 솔직히 다 뜯구름 잡는 소리라고 생각했어요."

(각색·상상 유도형) "냉장고 문을 열었는데 안이 텅 비어 있다고 상상해 보세요. 오늘 콘텐츠 기획이 딱 그 상태예요."

소재에 맞는 것을 고른다

공식은 소재의 성격에 맞춰 고른다. 정보를 주는 영상이면 대담한 약속형이나 통념 부정형이 잘 붙고, 내 이야기를 담는 영상이면 정면 질문형이나 결론 선제시형이 강하다. 감정을 건드리는 소재라면 타겟 호명형으로 '이거 내 애긴데?'를 먼저 만들어 주는 게 낫다.

고른 뒤엔 소리 내어 읽어 보는 게 중요하다. 눈으로는 매끄러운데 입으로 읽으면 턱 막히는 문장이 후킹에는 치명적이다. 말로 자연스럽게 굴러가는 문장만 남긴다.

예시

정보형 소재 → 대담한 약속형 / 통념 부정형

경험·서사형 소재 → 정면 질문형 / 결론 선제시형

감정·공감형 소재 → 타겟 호명형

예시

(안 맞음) 담담한 회고 영상에 → "충격! 이것만 알면 인생 역전!" — 톤이 깨져 오히려 신뢰가 날아감

(맞음) 담담한 회고 영상에 → "당신이 보기에 내 삶은, 낭만일까 나락일까." — 소재의 온도와 후킹의 온도가 같음

흔한 함정

여섯 가지를 한 후킹에 다 욕여넣으려 하면 안 된다. 후킹은 하나로 강하게 가야 한다. 여러 공식을 섞으면 초점이 흐려져서 오히려 아무것도 안 남는다.

흔한 함정

소재와 온도가 안 맞는 후킹은 그냥 낚시가 된다. 잔잔한 이야기에 자극적인 약속형을 붙이면 들어온 사람도 '어? 이거 아닌데' 하고 바로 나간다. 후킹의 세기보다 소재와의 결이 먼저다. 그리고 지치지도 못할 약속을 던지면 클릭은 얻어도 신뢰를 잃는다. 본문에서 지킬 수 있는 약속만 걸어야 한다.

실제 대본에서

“우리가 가장 먼저 해야 될 게 뭘까요? 바로 이 리모콘을 무슨 목적으로 쓸 건지를 정하는 거죠.”

🔍 질문을 던지고 0.5초 만에 스스로 답한다. 시청자는 ‘어, 뭐지?’ 하고 궁금해진 순간 바로 답을 받으니, 흐름이 끊기지 않고 계속 붙는다.

예시 | “그럼 여기서 가장 먼저 뭘 해야 할까요? 바로 이 영상의 목적을 정하는 거예요.”
(각색) “그렇다면 소재가 없을 땐 어디서 찾아야 할까요? 밖이 아니라, 어제의 나한테서요.”

흔한 함정 | 질문만 계속 던지고 답을 안 주면 답답해서 떠난다. 또 답이 뻔한 질문은 무시당한다. 진짜로 궁금해질 질문과 곧바로 이어지는 즉답, 이 짝이 맞아야 작동한다.

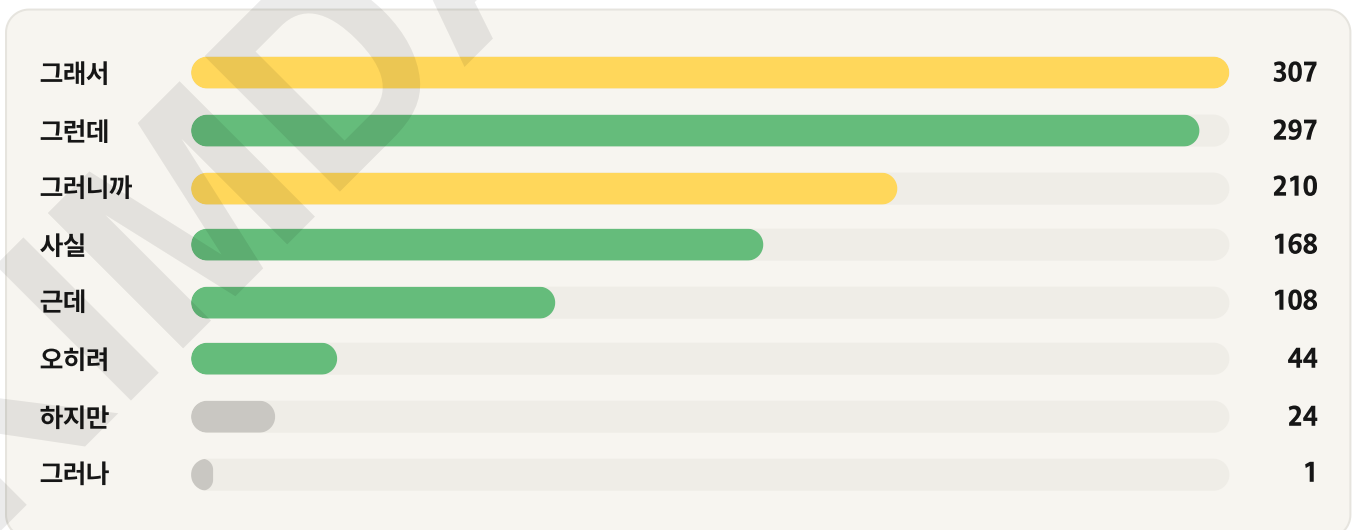
지금 해보기 | 본론에 ‘질문 → 즉답’ 쌍을 최소 두 개 심어 보자. 지루해질 만한 자리마다 하나씩.

18장 접속부사 사용 원칙 — 왜 ‘그러나’를 버리고 ‘그런데’를 쓰는가

같은 반전이라도 ‘그러나’와 ‘그런데’는 느낌이 완전히 다르다. ‘그러나’는 글로 쓴 문어체라 딱딱하고 강연대에서 내려다보는 톤이 난다. 반면 ‘그런데·근데·그래도’는 옆자리에서 말 거는 구어체다. 유튜브는 글이 아니라 말이니까 후자가 훨씬 잘 붙는다.

친근한 문체는 단순한 취향이 아니라 전략이다. 말투가 편할수록 시청자는 나를 가까운 사람으로 느끼고, 가까운 사람의 말은 더 오래 더 자주 듣는다. 그래서 대본을 다 쓰고 나면 ‘그러나·하지만’을 찾아 ‘그런데·근데’로 바꾸는 퇴고를 한 번 한다. 그것만으로 대본이 확 부드러워진다.

실제 대본 35편에 쓰인 접속·전환어 (횟수)



인과(그래서·그러니까)와 반전(그런데·근데·오히려·사실)이 압도적. 문어체 ‘하지만·그러나’는 거의 안 씀 — 이게 친근한 말맛의 정체다.

실전 해부 — 대본 두 편, 통째로 뜯어보기

지금까지 세운 여섯 칸이 실제 대본 안에서 어떻게 맞물려 돌아가는지, 성과가 확인된 대본을 통째로 해부해 본다. 두 편 모두 시작에 뼈대 대조를 붙였으니, 우리가 만든 칸과 나란히 놓고 읽으면 된다. 두 편을 볼 것이다. 하나는 낯선 시청자를 붙잡는 데 성공한 강의형, 다른 하나는 새 유입엔 약했지만 팬과의 유대를 깊게 만든 서사형 브이로그다. 둘의 성과가 왜 정반대였는지까지 보면 ‘어떤 목적엔 어떤 대본’인지가 손에 잡힌다.

해부 1 · 강의형 — 질문과 반전으로 낯선 시청자 붙잡기

‘좋아하는 걸 찾기 전에, 나부터 정의하라’를 주제로, 스크롤하다 들어온 낯선 시청자를 겨냥한 정보성 대본이다. 이 책엔 전체 대본이 없으니 아래 성과 요약과 리텐션 그래프를 함께 놓고 해부를 따라와 보자. 특히 30초 지점에서 63%가 남았다는 게 이 대본의 핵심이다.



영상 주소

<https://youtu.be/5MhO5MbwBVY>

평균 시청 지속시간

4:47

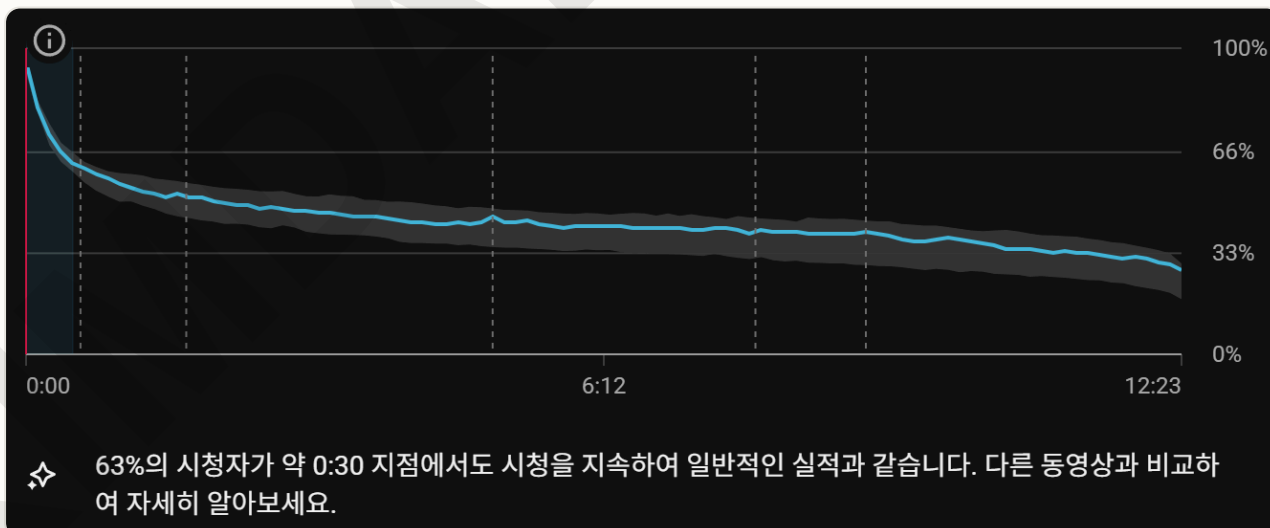
평균 조회율

38.7%

구독 전환율

2.5%

시청 지속률(리텐션) 그래프



① 이 대본의 설계 노트

유형은 자기 고백이 섞인 강의형이고, 목적은 이렇게 잡혀 있다. ‘유튜브를 하고 싶은데 주제를 못 잡는 사람이, 자기 내면을 들여다보게 만든다.’ 흐름의 큰 전략은 한마디로 ‘네 탓이 아니라 순서 탓’이라고 안심시킨 뒤 가장

30분 대본 작성 워크시트

1 목적 한 줄

이 영상으로 받고 싶은 것 — “그러니까 ○○해 줘”

2 대상 한 줄

그 사람이 지금 처한 상황

3 후킹

6공식 중 하나 — 아는 것 위에 모르는 것 하나

4 리드

문제 규정 + ‘네 탓 아니다’ + 진짜 원인 예고

5 본문

근거로 문제 굳히기 + 나도 겪었다는 고백

6 해결·증거

답을 놓고, 그 답이 통했다는 내 사례를 붙이기

7 착지

‘나는 앞으로 이렇게 한다’ + 다음 편 예고

8 퇴고

‘그러나’→‘그런데’, 긴 문장 끊기, 소리 내어 읽기

지금 해보기 | 이 템플릿으로 지금 당장 한 편을 처음부터 끝까지 써 보자. 그게 당신의 첫 완성 대본이다.