

온라인 베팅과 토사장 사이트의 급증은 피해자도 함께 늘린다. 단순한 경고글만으로는 막지 못하는 사고가 반복되면서, 누군가는 위험 신호를 모으고, 제보를 정리하고, 평판을 기록하는 일을 맡게 됐다. 그 결과물이 먹튀검증사이트다. 문제는 이 생태계가 광고 수익에 의존하고, 특히 제휴 광고가 핵심 수입원으로 자리 잡으면서 이해상충이 비일비재하다는 점이다. 소비자 보호를 표방하는 플랫폼이 언제나 광고주의 이해를 따르게 되는 구조, 그 안에서 투명성을 어떻게 담보할 것인가가 실전 쟁점이 된다.

검증의 본질은 신뢰의 위임이다. 개별 이용자는 모든 사이트를 직접 실사할 수 없다. 결국 누군가는 대신 발품을 팔고, 근거를 정리해 주길 기대한다. 여기서 신뢰는 절차와 데이터, 그리고 금전적 유인 구조의 투명성 위에만 쌓인다. 먹튀검증사이트가 제휴 광고를 병행할 수 있지만, 그때 필요한 기준과 공개 범위, 내부 통제 장치가 갖춰지지 않으면 검증은 곧 광고의 다른 이름이 된다. 이 글은 그 경계에서 무엇을 점검해야 하는지, 운영자와 이용자 각각이 현실적으로 할 수 있는 행동을 구체적으로 다룬다.

제휴 광고의 작동 방식, 어디서 이해상충이 생기는가

제휴 광고는 추천을 통해 유입된 사용자의 행동에 따라 수익이 발생하는 구조다. 흔한 모델은 두 가지, 가입 1건당 정액으로 받는 CPA, 매출의 일정 비율을 나눠 갖는 RevShare다. CPA는 단기 유입에 유리하고, RevShare는 장기 이용자 가치가 곧 수익이다. 전자는 과장된 유입 유도가 문제, 후자는 이용자의 손실이 커질수록 수익이 커지는 모순이 드러난다. 이 모순이 먹튀검증사이트의 검증 결과에 어떤 압력을 가하는지, 현장에서 반복되는 장면을 예로 들어 보자.

한 운영자는 신생 사이트 A를 경고 목록에 올리려 했다. 라이선스 정보가 빈약했고, TOS에 환불 조항이 모호했으며, 고객센터 응답 지연이 길었다. 그런데 광고팀은 이미 A와 RevShare 계약을 체결했고, 론칭 프로모션이 예정돼 있었다. 최종적으로 A는 경고 대신 보류 판정을 받고 한 달간 긍정 리뷰가 노출됐다. 한 달 뒤 실제로 환전 지연 민원이 쏟아졌고, 그때서야 등급이 강등됐다. 운영자는 뒤늦게 정정 공지를 올렸지만, 이용자 신뢰는 이미 빠져나간 뒤였다. 이 과정에 특별한 악의는 없었다. 계약이 평가의 중립성을 흔드는 순간은 늘 조용히, 내부에서 일어난다.

이해상충은 노출 순서 조작, 경고의 지연, 제휴 링크와 비제휴 링크의 차별, 그리고 가장 흔하게는 근거의 생략으로 나타난다. 리뷰의 핵심은 근거인데, 근거보다 체감 홍보 문구가 앞설수록 광고가 검증을 포식하고 있다는 신호다.

투명성의 첫걸음, 수익 구조의 공개

운영자가 현실적으로 취할 수 있는 첫 조치는 수익과 평가의 연결 고리를 드러내는 일이다. 모든 광고를 끊을 수 없다면, 최소한 광고와 평가가 만나는 지점을 상세히 기재해야 한다. 홈페이지의 고정 페이지에서 다음 항목을 항구적으로 공개하는 사례가 성장했다. 예를 들어, 어떤 모델의 제휴를 사용하는지 구체화하되, 추상적인 문장 대신 수치 범위를 제시한다. CPA면 가입당 3만 원 내외, RevShare면 10에서 30퍼센트 수준 범위, 지급 주기, 해지 조건 등을 각 항목별로 공개한다. 광고주가 리뷰에 개입할 수 있는지, 개입 요청을 어떻게 기록하고 거절하는지 절차를 서술한다. 광고 계약 유무와 무관하게 공통된 평가 체크리스트를 사용하며, 그 체크리스트를 공개하고, 점수 산출 방식까지 예시와 함께 설명한다. 예를 들어, 고객센터 응답 시간 24시간 초과 시 감점 2점, 라이선스 검증 실패 시 즉시 경고 플래그 부착처럼 구체적으로 명시한다. 제휴 링크가 붙은 콘텐츠와 아닌 콘텐츠를 시각적으로 구분하고, 모바일 화면에서도 한눈에 알아보이도록 표시한다.



한국에서도 표시 광고의 공정화와 추천 보증 표시에 관한 가이드라인이 누차 강조돼 왔다. 협찬, 제휴, 광고성 콘텐츠는 명확하고 쉽게 인지되도록 표기해야 하고, 소비자가 광고 여부를 오인할 여지가 없도록 배치와 문구를 선택해야 한다. 글 하단에 작게 박아 놓는 문구가 아니라, 콘텐츠 시작 지점에서 바로 보이는 위치에 들어가야 한다. 독자 관점에서 눈동자가 멈추는 지점에 태그가 있어야 표시에 기능이 생긴다.

검증의 내용, 데이터로 말을 하게 만들기

먹튀검증사이트의 리뷰가 신뢰를 얻는 방식은 세 가지 축으로 정리된다. 공개 데이터, 모니터링 데이터, 사용자 신고 데이터. 각 축은 취약점이 다르다. 공개 데이터는 위조가 쉽고, 모니터링 데이터는 표본 오류와 비용이 문제, 사용자 신고는 악의적 조작과 소수 과대 대표 위험이 있다. 그러니 세 축을 교차 검증해야 한다.

라이선스 문서 스크린샷은 가치를 만들지 못한다. 검색 가능한 라이선스 레지스트리 링크를 제공해야 한다. 지원 채널 응답 시간은 체감이 아니라 로그 데이터로 제시해야 한다. 평일 기준 평균 8분 응답, 주말 45분 응답처럼 구체적으로. 환전 지연은 단건 사례가 아닌 분포로 제시할 때 힘이 생긴다. 최근 90일간 신고된 환전 지연 124건, 평균 지연 14시간, 최장 4일 같은 식이다. 실제 수치가 부담스럽다면 최소한 관찰 기간과 표본 크기, 산출 기준을 밝히는 것이 기본이다.

점수는 꼼꼼할수록 믿을 만하지만, 과도한 정밀함은 오히려 포장지가 된다. 세부 지표가 많아질수록 가중치와 상호 의존성이 복잡해지고, 광고주에 유리한 항목을 부풀릴 여지도 늘어난다. 실전에서는 높은 가독성을 가진 핵심 지표 5개 안팎을 고정하고, 나머지는 보조 자료로 연결하는 편이 낫다. 보편적으로 작동하는 축은 환전 신뢰도, 고객상담 응답성, 약관 명료성, 자금세탁 방지와 본인인증 절차의 투명성, 분쟁 처리 이력이다. 항목 간 상관관계를 주기적으로 점검해, 사실상 동일한 현상을 중복 가중하고 있지 않은지도 확인해야 한다.

가려진 손실, 제휴 광고가 왜곡하는 사용자 여정

RevShare 계약이 큰 비중을 차지하는 사이트는 장기 체류를 유도하는 콘텐츠 설계를 택한다. 초보자 가이드, 초보자에게 유리한 보너스 비교, 안전한 입출금 안내 같은 글은 유용해 보이지만, 가이드 끝에 자리한 제휴 링크가 판단을 서두르게 만든다. 특히 보너스의 제한 조건과 베팅 기여도, 롤오버 같은 핵심 조건을 애매하게 적어 두면, 사용자 체감은 혜택인데 실제로는 묶인 자금이 커진다. 먹튀검증사이트가 스스로 가이드를 제공할 때 유리한 장면과 위험한 장면을 구분해야 한다. 보너스 표의 좋은 예는 제한 조건의 초간결 명시, 예를 들면 롤오버 15배, 게임별 기여도 슬롯 100퍼센트, 테이블 10퍼센트, 최대 출금 100만 원. 설명이 약관 문구를 되풀이하는 수준이라면 그 표는 광고로 분류하는 편이 정확하다.

한 번은 사용자가 항의 메일을 보내왔다. 리뷰에서 A 사이트의 회원 보호 정책이 우수하다고 했는데, 실제로는 계정 잠금 해제가 며칠씩 지연됐다는 내용이었다. 확인해 보니 운영팀 내부 체크리스트에 계정 잠금 해제 평균 시간

이 항목으로 없었다. 계정 보안 절차의 엄격함을 미덕으로만 평가했기 때문이다. 이런 결함은 현장에서 자주 발생한다. 특정 지표가 평가 항목에서 빠져 있으면, 광고주의 강점이 상대적으로 과대 평가된다. 리뷰는 늘 반사광을 만들기 쉬운 매체다. 항목을 설계할 때, 광고주가 보고 싶어하는 문구를 한 차례 지워 보고도 여전히 필요한 항목만 남겨야 한다.

법적 기준과 내부 규정, 어느 쪽이 더 엄격해야 하는가

표시 광고와 추천 보증 표시에 관한 국내 가이드라인은, 이해상충 공지와 광고 표기를 최소한의 수준에서 요구한다. 하지만 실제 현장에서 신뢰를 만들려면 더 높은 기준이 필요하다. 광고 표기 위치를 강화하고, 링크 자체에 마커를 다는 방식, 예를 들어 [제휴] 꼬리표를 앵커 텍스트에 포함시키는 정도가 작업의 기본이 된다. 리뷰 상단, 스크롤 접힘선 위, 그리고 CTA 버튼 주변에 중복 표기를 하는 것도 오해를 줄이는 데 유효하다.

해외 규정과 비교해 보자. 미국의 규정은 추천과 보증이 소비자 의사 결정에 미치는 영향에 대해 강하게 문제를 제기한다. 광고와 편집의 구분을 흐리게 하는 네이티브 광고는 특히 엄격한 투명성을 요구한다. 한국도 방향성은 같지만, 집행의 곧바름은 플랫폼 스스로가 만들 수밖에 없는 부분이 크다. 먹튀검증사이트가 스스로 표준을 만들어 공개하고 타 사이트와 공동선언을 하는 것은 실제로 신뢰를 끌어올리는 데 힘을 발휘한다. 업계의 약속은 법적 기준을 밑바닥으로 삼고, 운영 윤리를 상층으로 세우는 형태가 바람직하다.

이용자 시각, 무엇을 보고 판단할 것인가

이용자에게 검증 품질의 우열은 종종 체감되지 않는다. 리뷰 문장이 매끄럽고 표가 화려하면 설득력이 생긴다. 그러나 신뢰 지표는 다른 곳에 숨어 있다. 댓글과 포럼 글의 온도 차이, 리뷰 개정 빈도, 근거 링크의 작동 여부 같은 디테일이 가치를 가른다. 리뷰가 최근 3개월 내 업데이트됐는지 확인하고, 업데이트 로그가 존재하는지 보는 습관이 필요하다. 특히 악화 사건 이후의 대응은 플랫폼의 품질을 말해 준다. 등급 강등 사유를 항목별로 제시하는지, 광고 관계의 해지 여부를 밝혔는지, 환불이나 보상 프로그램을 운영하는지, 신고 접수 채널과 처리 결과 요약을 공개하는지 같은 항목이 기준이 된다.

이용자가 시간을 아낄 수 있도록, 최소 체크 포인트를 짧게 묶어 보자.

- 광고 표기가 콘텐츠 시작 부분과 링크에 모두 존재하는가
- 리뷰마다 근거 링크, 스크린샷이 아닌 공식 레지스트리와 로그 자료가 있는가
- 최근 90일 내 업데이트 사실과 변경 사유가 기록돼 있는가
- 신고 접수 채널과 처리 통계가 공개돼 있는가
- 광고 유무와 무관하게 동일한 평가 항목이 적용됐음을 설명했다

이 다섯 가지 중 둘 이상이 빠져 있으면, 다른 창을 열어야 한다. 표면의 정성적 묘사보다, 결의의 흔적을 묻는 질문이 안전을 확보한다.

내부 통제의 골격, 편집과 영업의 분리

운영자의 고민은 단순하지 않다. 제보를 검증하고 자료를 정리하는 데는 돈과 시간이 든다. 소송 리스크를 통제할 법률 비용도 필요하다. 수익 모델을 접을 수 없다면, 편집권을 보호하는 구조를 채택해야 한다. 가장 실효적인 방식은 두 가지다. 첫째, 편집팀과 영업팀의 KPI를 분리한다. 영업팀은 수익과 직접 연동되지만, 편집팀은 정확성과 업데이트 속도로 평가한다. 내부 도구에서 리뷰 점수 수정은 편집팀만 가능하게 하고, 로그를 전사 공개한다. 둘째, 광고 계약에 편집권 간섭 금지 조항을 넣는다. 계약서에 리뷰 결과와 노출 순서, 등급 변경은 완전한 편집 재량임을 명기하고, 정정 요청 가능 범위를 오탈자와 사실 관계 오류로 한정한다. 정정이 이뤄질 경우 그 흔적을 공개 로그에 남기도록 한다.

사소해 보이는 절차가 신뢰를 만든다. 신규 광고주 온보딩 시 과거 분쟁 이력을 자기신고하게 하고, 허위 신고가 적발되면 즉시 계약 해지를 명기한다. 광고 해지 시점과 사유를 사이트에 간단히 공개하는 데 동의하도록 하는 것도 좋다. 이런 장치는 당장 몇 건의 계약을 놓치게 하지만, 장기적으로는 리스크를 줄인다.

신고 시스템, 문턱을 낮추고, 기록을 살려야 하는 이유

먹튀 신고는 감정이 실리기 쉽다. 분노가 지나치면 사실 확인이 흐려지고, 허위 제보가 섞인다. 문턱을 낮추되, 증빙을 체계화해야 한다. 이메일 스레드, 채팅 기록, 거래 내역 캡처, 개인 정보 일부 마스킹 규칙, 신고 이후 처리 예상 기간을 안내하는 자동 회신 템플릿까지 준비하면 초기 혼선을 크게 줄일 수 있다. 반대로 신고를 과도하게 까다롭게 만들면, 정작 필요한 제보가 빠져나가고, 플랫폼은 외부 평판의 후행 지표만 쫓게 된다.

신고 처리의 품질은 속도보다 일관성이 좌우한다. 평균 처리 72시간이라는 목표를 세우되, 사건의 복잡도를 등급화하고, 등급별 예상 처리 기간을 별도로 고지하면 불만을 관리하기 쉬워진다. 처리 결과는 요약본이라도 공개해야 데이터가 축적된다. 분류 체계는 간단할수록 오래 간다. 예컨대 입금 누락, 배당 취소, 환전 지연, 계정 잠금, 보너스 조건 분쟁처럼 5에서 7개 범주로 시작해서, 필요할 때만 추가한다. 분류 체계가 축 늘어지면 통계가 읽히지 않는다.

정량 지표, 무엇을 언제 공개할 것인가

지표는 신뢰의 뼈대다. 다만 플레이어 보호에 관해 지나친 세부 지표를 일괄 공개하면 악용될 수도 있다. 예컨대 내부 모니터링 빈도와 방식이 너무 자세히 알려지면, 나쁜 주체가 그 틈을 피해 움직일 수 있다. 공개 지표와 비공개 지표를 분리해 관리하자. 공개 지표는 플랫폼 평가의 타당성을 뒷받침하는 데 초점을 둔다. 업데이트 주기, 신고 건수와 처리율, 등급 변동 횟수, 리뷰 정정 로그, 광고주 온보딩 수와 해지 수 같은 지표가 대표적이다. 비공개 지표는 모니터링 작업의 구체적 스케줄, 내부 리스크 점수의 세부 요소, 어뷰징 패턴 탐지 규칙을 포함한다. 대신, 비공개 지표에 근거해 결정된 처분은 외부 감사에 접근 가능하도록 원본 기록을 보관한다.

데이터의 시간 축도 중요하다. 월별 변동만 보면 계절성에 갇힌다. 분기별, 반기별 요약과 함께 제공하면 추세가 읽힌다. 예를 들어, 최근 6개월 처리율이 평균 87에서 93퍼센트로 개선됐다는 서술과 함께, 어떤 제도 개선이 기여했는지 간단히 연결해 주면 신뢰가 생긴다. 숫자는 스스로 말하지 않는다. 변화의 촉발 요인을 짧게라도 덧붙여야 맥락이 완성된다.

표기 문구, 구체적인 예가 필요하다

표기의 핵심은 간명함과 반복 노출이다. 눈에 띄기 위해 과장된 경고 색이나 형광 배경을 쓰면 접근성과 호환성이 떨어진다. 대신 위치와 문구의 명료성을 확보하자. 예시 문구를 제시해 본다.

제휴 고지: 이 콘텐츠에는 제휴 링크가 포함돼 있으며, 링크를 통해 가입하거나 거래가 발생할 경우 사이트는 일정 수수료를 받을 수 있습니다. 평가와 노출 순서는 편집팀의 독립적 기준에 따라 결정됩니다.

광고 개입 제한 고지: 광고 계약이 리뷰 내용과 점수, 노출 순서에 영향을 미치지 않도록 편집권 보호 정책을 운영합니다. 개입 요청은 오탈자 및 사실 오류 정정에 한해 검토됩니다.

변경 로그 고지: 본 리뷰는 2026년 3월 8일에 업데이트됐습니다. 변경 사항, 약관 12조 환전 제한 문구 추가 확인, 신고 처리 통계 반영.

이 정도 문구가 리뷰 상단, CTA 버튼 상단, 그리고 링크 주변에 반복되면 오해의 여지는 많이 줄어든다. 특히 모바일 화면에서는 한 스크롤 안에 한 번은 반드시 노출되게 배치하는 편이 낫다.

외부 감사와 동료 검토, 스스로 점수를 매기지 말 것

검증이 신뢰를 얻는 여정에서 내부 통제만으로는 부족하다. 외부 감사가 필요하다. 변호사나 준법감시 전문가가 아닌, 데이터 품질을 검토할 수 있는 제3자가 감사의 축을 맡으면 좋다. 샘플 기반으로 리뷰의 근거 자료, 점수 산정 로그, 광고 개입 요청 이력, 신고 처리 기록을 점검하고, 결과 요약을 공개한다. 연 1회 정기감사, 분기별 샘플 점검 같은 리듬이 적절하다. 비용이 부담되면, 규모가 비슷한 다른 검증 사이트와 상호 리뷰 제도를 도입할 수 있다. 경쟁자와의 협업은 쉽지 않지만, 최소한 익명화된 데이터로 절차 검토를 교차 수행하면 자가당착을 피하는 데 도움이 된다.

가끔은 기자나 리서처가 비밀스럽게 테스트를 진행한다. 문의에 어떻게 응답하는지, 리뷰 정정을 얼마나 빠르게 하는지, 광고 문의에 편집팀이 어떤 식으로 반응하는지 등을 본다. 이런 눈을 의식한다고 해서 본질이 바뀌지는 않는다. 평소 절차가 갖춰져 있으면 깜짝 테스트는 관성대로 지나간다. 반대로 절차가 종이에만 적혀 있으면, 작은 질문 하나에도 운영이 흔들린다.

경고와 블랙리스트, 남발이 신뢰를 갉아먹는다

먹튀라는 딱지는 강력한 낙인이다. 경고는 빠를수록 좋지만, 오경보는 치명적이다. 경고를 띄우기 전에 필요한 최소 증거의 기준을 정하고, 그 기준을 공개하자. 예를 들어, 동일 유형의 신고 3건 이상, 고객센터의 공식 답변 부재 7일 이상, 약관 위반 정황의 문서 증빙 확보 같은 최소 단위를 정한다. 급박한 위험이 감지돼 임시 경고를 띄울 때는, 임시 조치임을 분명히 표기하고, 72시간 안에 추가 근거와 함께 최종 조치를 예고한다. 블랙리스트에서 빠져나오는 기준도 함께 제시해야 한다. 환불이나 배상, 약관 수정, 일정 기간 무사고 운영 같은 조건이 충족되면 재평가를 [카지노 먹튀검증사이트](#) 하겠다는 절차가 있어야 공정성이 생긴다.

경고의 말투 또한 중요하다. 감정적 단정은 법적 리스크를 키우고, 정확한 사실 전달을 흐린다. 특정 행위와 그에 대한 근거, 기간과 범위를 서술하고, 판단의 여지를 명확히 밝히는 식으로 정제하면 좋다. 예를 들어, 3월 2일부터 3월 6일까지 환전 지연 신고가 41건 접수됐고, 평균 지연 시간이 36시간으로 증가, 고객센터에서 사전 공지 없이 출금 제한을 적용한 정황이 확인됐습니다. 임시 경고 상태에서 추가 확인을 진행 중입니다. 같은 문장 구조는 감정 표현 대신 사실을 세운다.

운영자를 위한 최소 구현 로드맵

내부 규정과 공개 정책은 하루아침에 완성되지 않는다. 다만 필수 뼈대는 빠르게 세울 수 있다. 비용 대비 효과가 큰 순서대로 단계를 제안한다.

- 공개 문서 3종부터, 수익 구조 공개, 편집권 보호 정책, 신고 처리 정책
- 리뷰 템플릿 최소 개편, 핵심 지표 5개 고정, 근거 링크 의무
- 표기 일원화, 콘텐츠 상단과 링크에 제휴 꼬리표, 변경 로그 상시 노출
- 로그 시스템 구축, 점수 변경, 광고 개입 요청, 신고 처리 과정을 자동 기록
- 분기별 요약 리포트 발행, 통계와 주요 결정, 실패 사례와 정정 이력 포함

여기까지가 갖춰지면, 외부 감사나 상호 리뷰, 데이터 대시보드는 다음 단계로 넘겨도 된다. 시작을 지연시키는 것은 완벽주의다. 최소 기준부터 빠르게 적용하고, 시행착오를 기록해 공개하는 편이 장기 신뢰에 유리하다.

비교 광고와 순위, 알고리즘을 설명하는 법

순위는 클릭을 만든다. 그래서 순위에 대한 의심도 크다. 운영자는 순위 산출 방식의 축을 설명해야 한다. 알고리즘의 세부 공식을 공개할 필요는 없지만, 어떤 지표에 얼마의 가중치 있는지 범위와 예시를 제시하면 충분하다. 예컨대 환전 신뢰도 40에서 60퍼센트 사이, 고객센터 응답성 20에서 30퍼센트, 나머지는 약관 명료성과 분쟁 이력이 나눠 갖는 구조처럼 범위를 열어 두면, 특정 사건 발생 시 가중치를 조정해도 소급 이해를 구할 수 있다. 순위의 변동

사유를 타임라인과 함께 보여 주면 더 좋다. 지난달 14일 신고 급증으로 임시 가중 조정, [토토 먹튀검증사이트](#) 약관 수정 확인 후 가중 복원 같은 간단한 기록이면 충분하다.

중요한 것은 순위에 제휴 여부가 영향을 미치지 않는다는 사실을 체감하게 만드는 장치다. 제휴 중인 사이트가 순위에서 밀려났을 때도 광고는 계속 노출되고, 제휴 링크 옆에 최근 등급 강등 사실을 병기하면 말보다 강한 증거가 된다. 반대로 비제휴 사이트가 상위에 오르는 사례를 주기적으로 보여 주는 것도 설득력이 있다. 공정함은 결과로 보여 줄 수밖에 없다.



확률과 책임, 무오류 신화를 버리기

먹튀검증사이트가 아무리 철저해도, 실수와 누락은 생긴다. 개인이 경험한 피해는 언제나 통계보다 크다. 그래서 플랫폼은 무오류 신화를 버리고, 실수 가능성을 체계에 녹여야 한다. 리뷰의 한계와 불확실성을 서술하고, 이용자 스스로 추가 확인할 수 있는 경로를 함께 제공한다. 예를 들어, 라이선스 레지스트리의 직접 조회 가이드를 링크하고, 약관의 핵심 조항을 스스로 찾아볼 수 있는 키워드와 위치를 적어 준다. 플랫폼이 최종 판단을 대신하지 않는다는 사실을 분명히 할수록, 플랫폼의 조언 가치는 오히려 올라간다. 과감하게 모르는 것은 모른다고 말하는 습관이 신뢰를 만든다.

그 과정에서 언어도 중요하다. 확정적 표현 대신 확률과 범위를 사용하는 문장 습관이 필요하다. 최근 90일 자료로 볼 때 환전 지연 위험이 중간 수준으로 판단됩니다, 일시적 이슈일 가능성을 배제할 수 없습니다 같은 문장이 길을 막지 않는다. 흑백 논리로 단정하는 리뷰는 읽을 때는 시원하지만, 실제 위험 관리에는 도움이 되지 않는다.

먹튀검증사이트, 이름값을 하려면

먹튀검증사이트라는 이름은 책임을 부른다. 제휴 광고와 공존하려면, 그 책임을 절차와 공개로 지탱해야 한다. 광고가 나쁜 것이 아니라, 보이지 않는 광고가 나쁘다. 이해상충이 사라지지 않는다면, 이해상충을 드러내고 관리해야 한다. 운영자는 자신이 알고 있는 유혹을 사용자보다 반 박자 먼저 적어야 한다. 이용자는 자신이 보고 싶은 말을 검증하는 근거를 찾아야 한다.

결국 신뢰는 반복되는 작은 선택에서 나온다. 표기를 앞세우고, 로그를 남기고, 변경을 설명하고, 틀렸을 때 빠르게 고치는 선택. 숫자와 문장을 한 칸씩 밀고 당기며 장치를 다듬는 선택. 광고 수익이 상황을 흔드는 날에도, 평가의 손잡이를 놓지 않는 선택. 이 선택들이 쌓일 때, 검증은 광고를 이긴다. 그리고 그때 비로소, 검증 사이트의 한 문장이 사용자의 지갑을 지키는 울타리가 된다.