

오피아트와 오피사이트를 둘러싼 정보는 늘 빠르게 흘러간다. 광고 문구와 후기, 사진이 뒤섞이며 정확한 사실을 가리는 안개를 만든다. 그 안개 속에서 길을 잃지 않으려면 사진과 정보의 진위를 가려낼 기본기부터 다져야 한다. 단순히 의심하라는 이야기로 끝나지 않는다. 어떤 증거를 [오피아트](#) 어디서 어떻게 확인해야 하는지, 실무에서 쓰는 절차와 판단 기준을 생활 수준으로 내릴 필요가 있다. 내가 현장에서 검증 루틴을 만들고 다듬으며 배운 지점들을 풀어보겠다.

## 왜 사진과 정보 검증이 핵심인가

검증을 소홀히 하면 손해가 바로 눈앞의 비용으로 나타난다. 교통비, 예약비, 시간 손실, 감정 소모까지 모두 실제 비용이다. 한 번의 실수가 다음 선택에도 영향을 준다. 신뢰가 무너진 상태에서 다시 판단하는 일은 더 많은 에너지와 시간이 들기 때문이다. 반대로, 검증 습관을 갖추면 의사결정이 빨라지고 확신이 선다. 어떤 사진을 보면 즉시 판별 포인트가 떠오르고, 어떤 정보는 한 문장만 읽어도 위험 신호가 감지된다. 이 차이가 누적되면 삶이 편해진다.

## 먼저 지도를 펼쳐라: 맥락부터 확인

사진과 글만으로 판단하려 들면 늘 부족하다. 지리, 시간, 플랫폼 구조라는 맥락이 필요하다. 오피사이트에 올라온 오피아트 정보가 특정 동네를 지칭한다면, 그 동네의 상권 구조와 건물 유형을 머릿속에 먼저 그린다. 역세권이면 건물 외관과 로비 스타일이 대략 정해진다. 준공 연도에 따라 창문 프레임 색, 엘리베이터 패널, 공용 복도 바닥재가 다르다. 이 건물의 평균 임대료 수준을 알고 있으면 서비스 가격과도 상호 검증이 가능하다. 임대료가 높은 지역에서 말도 안 되게 낮은 가격이 적혀 있다면, 사진이 다른 곳에서 가져온 것일 확률이 높다.

낮과 밤도 분명히 다르게 찍힌다. 창밖 빛의 각도, 형광등 색온도, 그림자의 방향이 시간대를 말해준다. 새벽에 촬영한 사진인데 창밖이 노을빛이라면, 그것만으로도 사진의 진정성은 흔들린다. 검증은 이런 기초적인 상식에서 출발한다.

## 사진의 진위를 가르는 장면 이해력

사진은 프레임 안쪽뿐 아니라 바깥의 세계까지 드러낸다. 좋은 판단은 눈에 띄는 대상보다 주변부에서 결정을 내린다. 반사, 왜곡, 연속성 같은 사진 언어를 읽는 눈이 필요하다.

첫째, 반복 무늬와 수평선. 바닥 타일이나 문틀, 샤프부스 프레임 같은 직선은 왜곡을 숨기지 않는다. 광각 앱으로 과하게 찍으면 모서리가 벌어지고 수평이 기울어진다. 특정 방의 사진에서만 유독 수평이 무너진다면 공간을 실제보다 넓어 보이게 하려는 의도가 개입됐을 가능성이 있다. 모든 사진이 약간씩 넓어 보이는 건 요즘 스마트폰 기본 보정이 있어서 그럴 수 있다. 문제는 일부 사진만 과도하게 왜곡되거나 같은 방인데 각 사진의 가구 비율이 달라지는 경우다. 그건 같은 장소가 아닐 확률을 시사한다.

둘째, 재질과 색온도. 침대 시트의 조직감, 소파의 가죽 주름, 욕실 타일의 반사광, 조명 색온도를 꼼꼼히 본다. 상업 사진은 종종 색을 정리해서 깨끗해 보이게 만든다. 하지만 과한 정리는 재질을 납작하게 만든다. 눈으로 느껴지는 질감의 정보가 사라지면, 광고용 이미지뱅크에서 가져온 사진일 가능성이 올라간다. 실제 촬영은 물때나 먼지가 어떤 형태로든 흔적을 남긴다. 지나치게 완벽한 욕실은 의심부터 해본다.

셋째, 반사와 그림자. 거울이나 유리문에 촬영자의 실루엣, 삼각대 그림자, 스마트폰 모서리가 비칠 때가 많다. 반사 체계가 일관되면 같은 공간에서 연속 촬영한 것이다. 사진마다 반사 위치와 강도가 전혀 다르다면 출처가 섞였을 가능성이 있다. 또한 창문 방향과 커튼 주름의 그림자를 보자. 커튼 트랙의 방향과 그림자 길이가 각 사진에서 자연스럽게 이어져야 한다.

넷째, 전자제품 모델과 소품. TV 베젤의 두께, 리모컨 배열, 에어컨 실내기 라인, 손 세정제 펌프 디자인 같은 산업 디자인 디테일은 시간을 말한다. 2018년형 TV와 2023년형 TV는 베젤 비율이 다르고, 국내 유통 모델은 로고 위치가 특정하다. 같은 방이라면 세트가 일정해야 한다. 소품은 계절감을 드러내기도 한다. 겨울 담요가 사진 한 장에만 보이고 나머지는 여름 차렵이라면 촬영 시기가 다르거나 다른 방일 수 있다.

다섯째, EXIF 메타데이터. 다운로드한 원본 사진이 있다면 EXIF 정보로 촬영 기기, 날짜, 위치 데이터를 확인할 수 있다. 물론 오피사이트에 올라온 사진은 대개 메타가 지워져 있다. 그래도 간혹 기기명이나 촬영 날짜가 남아 있는 파일을 만난다. 여러 장이 같은 날짜, 같은 기기로 찍었다면 신뢰도가 올라간다. 날짜가 제각각이면 출처 혼입 가능성에 체크 표시.

## 리버스 이미지 서치, 제대로 쓰면 절반은 끝난다

리버스 이미지 검색은 사진 검증에서 가장 효율 좋은 도구다. 크롬의 이미지 검색, 구글 렌즈, Bing 비주얼 서치, 토니아이(Tineye) 같은 서비스를 익숙하게 써야 한다. 같은 사진이 다른 오피사이트나 해외 이미지뱅크에 이미 존재하는지, 혹은 워터마크만 지워 재활용한 것은 아닌지 확인한다. 특히 패턴이 강한 침구, 독특한 조명 갖, 벽걸이 액자 같은 요소가 검색 성공률을 높인다.

이미지 크롬으로 초점을 좁히는 방법이 유용하다. 방 전체가 아니라 액자만, 침대 헤드보드만 잘라서 검색하면 원본 출처를 더 빨리 찾을 수 있다. 검색 결과가 외국 인테리어 카탈로그나 호텔 예약 플랫폼으로 나온다면, 해당 이미지는 로컬 촬영이 아니라고 봐야 한다. 그 지점에서 게시물 신뢰도는 대폭 하락한다.

## 텍스트 검증: 말투, 수치, 빈틈

문장은 사진보다 거짓말을 하기 쉽다. 하지만 문장도 흔적을 남긴다. 과장 수식과 반복 패턴, 숫자의 모순은 좋은 단서다. “100% 리얼”, “완전 동일”, “국내 최상급” 같은 표현은 정보 대신 감탄사로 공간을 채운다. 광고 문장이 많은 게시물일수록 구체적 정보는 적다. 반대로, 호실 방향(동향, 서향), 층간 흡음재 수준, 보일러 브랜드 같은 픽스된 명사와 고유명이 들어가 있으면 검증 여지가 늘어난다.

숫자도 단단한 척하지만 자체 검증이 가능하다. 평형과 가구 배치가 맞는지, 사진에 보이는 매트리스 규격과 방의 폭이 모순되지 않는지. 매트리스 퀸 사이즈는 너비가 약 150 cm다. 침대 옆 협탁 두 개가 들어가고도 벽과 30 cm 이상 여유가 보인다면, 방 폭은 최소 240 cm 이상일 것이다. 그런데 게시물에 3평(약 9.9 m<sup>2</sup>)이라고 적혀 있다면 전체 가로세로 합이 어색해진다. 작은 숫자를 붙여 아늑함을 강조하거나, 큰 숫자를 붙여 가성비를 내세우는 글은 종종 실제와 어긋난다. 숫자와 사진, 지도에서 본 건물 구조를 교차 검증해보면 허점이 드러난다.

언어 습관도 중요하다. 같은 운영자가 여러 아이디로 글을 올리면 띄어쓰기 버릇, 조사 선택, 문장부호 사용이 비슷하다. “~드려요” 같은 친절체, 말끝에 붙이는 이모지, 가격 표기 방식(슬래시 vs 틸트) 등이 반복된다. 서로 다른 곳이라고 주장하지만 문체 DNA가 같다면, 사진도 묶어 검토해야 한다.

## 플랫폼 생태계의 신호 읽기

오피사이트의 구조는 각각 다르고, 운영 규칙과 광고 정책이 다르다. 어떤 곳은 게시물 노출을 돈으로 사고, 어떤 곳은 신고 시스템을 강하게 돌린다. 동일 사진이 여러 오피사이트에 동시에 올라오면, 그중 어디가 원출처인지 맥락으로 가늠해야 한다. 최초 업로드 시점과 수정 이력을 추적하면 단서가 나온다. 대부분의 플랫폼은 글 수정 시간을 표시한다. 업로드 시점이 오래됐는데 최근 사진이라고 주장한다면, 사진의 계절감과 모순이 생길 수 있다. 또 이용자 댓글의 타임라인도 보자. “어제 방문” 같은 후기 날짜와 사진의 상태가 어긋나면, 최소한 검증 대상이다.

유료 상단 배너에 실린 정보라고 해서 더 정확하다는 보장은 없다. 다만 정기적으로 운영되는 계정은 흔히 커뮤니케이션 응답 속도가 일정하고, 이전 문의 기록을 떠올린다. 이런 계정은 사진 업데이트 주기를 스스로 말해준다. “지난주 교체했어요” 같은 답이 오면 촬영 타임스탬프를 재차 요청해 확인 가능하다. 간단한 질문에 과도하게 회피하거나 템플릿 답변으로 일관한다면, 정보 신뢰도는 낮아진다.

## 지역 지식과 발품이 주는 힘

지리는 거짓말을 싫어한다. 특정 동네의 건물 로비에 깔린 카펫 패턴, 엘리베이터 내부 조명 색온도, 복도에 달린 CCTV 하우징의 모델명은 해당 건물마다 다르다. 한 번만 가서 본다면 기억이 흐릿하지만, 2차 방문에서 디테일은 선명해진다. 내가 자주 다니는 몇몇 건물은 엘리베이터 버튼이 둥근 형태고 야간에 살짝 노란빛으로 바뀐다.

그런데 어떤 게시물 사진은 같은 주소를 달고 있으면서 직사각형 버튼과 차가운 흰빛이다. 거기서 이미 방향이 정해진다.

발품을 판다는 건 꼭 현장 방문만을 의미하지 않는다. 스트리트뷰의 시간축을 활용하자. 도로명 주소를 기반으로 과거 사진을 몇 년치 넘겨보면, 건물 외벽 색이 바뀐 시기, 입면 개선 공사가 있었는지, 주차장 자동문 타입이 언제 바뀌었는지 알 수 있다. 내부 사진과 외부의 시간대를 맞추면 일관성이 나온다. 외벽이 석재에서 세라믹 패널로 교체된 시점 이후의 사진인데, 창밖에 예전 석재가 보인다면 구버전 사진이다.

## 실무형 체크 절차: 내가 쓰는 7단 루틴

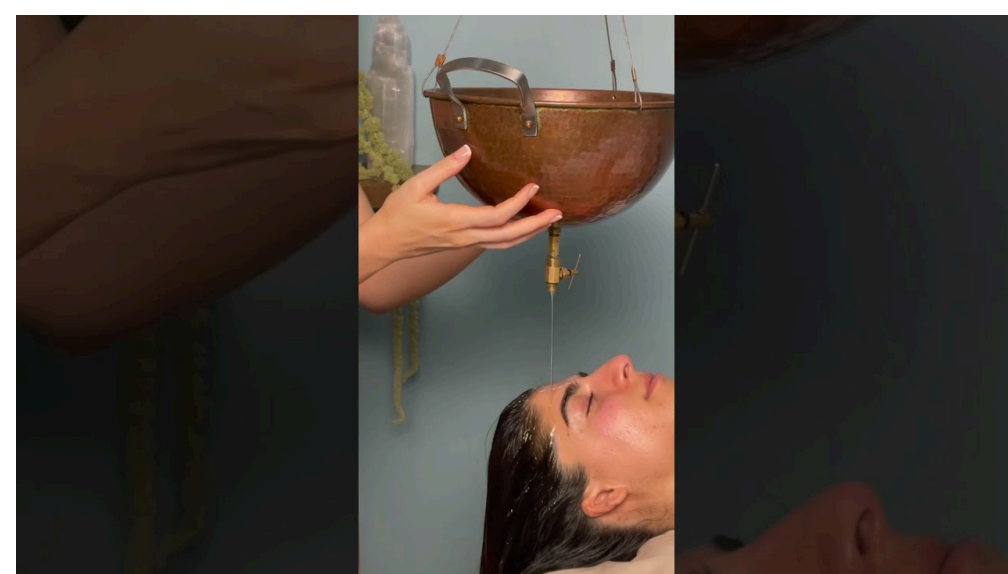
검증은 습관이고 루틴이 있어야 흔들리지 않는다. 아래 절차는 시간을 과하게 쓰지 않으면서도 실패 확률을 낮춘다.

- 위치 확정과 건물 스펙 파악: 지도에서 주소와 동선을 확인하고 준공 연도, 층수, 인근 상권을 체크한다.
- 사진 메타와 시각 단서 읽기: EXIF 확인 가능하면 확인, 불가하면 반사, 색온도, 재질, 소품 모델로 내부 일관성 점검.
- 리버스 이미지 서치: 전체, 크롭 두 방식으로 비슷한 이미지 출처 추적.
- 수치 교차 검증: 평형, 가구 규격, 창문 사이즈와 사진 속 배치가 맞는지 산술 점검.
- 텍스트 분석: 문체, 숫자, 고유명사, 업데이트 주기 언급 여부 확인.
- 플랫폼 히스토리: 업로드 시점, 수정 이력, 댓글 타임라인 비교.
- 직접 문의: 날짜가 찍힌 추가 사진 요청, 간단한 디테일 질문으로 응답 태도 확인.

이 루틴은 10분 내외로 끝낼 수 있다. 숙련되면 더 빨라진다. 중요한 건 한 단계를 건너뛰지 않는 일관성이다.

## 운영자와의 대화에서 얻을 수 있는 것

전화나 메신저로 문의하면 사진보다 더 많은 정보가 나온다. 질문은 단순하고 구체적으로 던진다. “창문이 서향인가요?”처럼 예, 아니오로 답할 수 있는 질문이 좋다. 한두 가지 구체 질문을 했을 때 명확한 답이 바로 돌아오면, 내부 정보가 정리돼 있다는 뜻이다. 반대로 “비슷해요”, “사진 보신 그대로예요”라고만 답하면, 사진 중심의 영업일 가능성이 높다.



추가 사진 요청은 부담스럽지 않게, 그리고 검증 효과가 큰 포인트로 한다. 같은 각도에서 찍은 사진이 아니라, 다른 각도의 일부 디테일을 요구한다. 예를 들어 샤워부스 하단 실리콘 마감, 침대 하부 프레임, 커튼 트랙 끝의 마감 캡. 이런 디테일은 즉흥적으로는 꾸미기 어렵고, 현장성이 강하다. 운영자가 실제로 현장에 접근 가능한지, 혹은 중간 재유통인지도 여기서 갈린다.

## 후기와 평판, 숫자보다 패턴

후기는 많이 모일수록 소음이 커진다. 별점 평균에만 의존하면 엇박자가 난다. 리뷰에서 중요한 건 빈도와 패턴이다. 같은 단점이 일정 간격으로 반복되면 구조적 문제다. 예를 들어 소음 문제 언급이 월말마다 늘어난다면, 특정 날짜에 주변 점포가 야간 작업을 하는 패턴일 수 있다. 반면 상반된 의견이 비슷한 비율로 섞여 있다면, 객관적 상황보다는 기대치의 문제일 가능성이 높다.

서술 길이도 참고한다. 아주 짧은 칭찬이나 원색적 비난은 신뢰도가 낮다. 구체적 숫자와 체감이 들어간 중간 길이 후기들이 유용하다. “체크인 10분 지연, 세면대 수압 2단에서 3단으로 올려야 쓸만함” 같은 문장은 본인이 실제로 사용했음을 드러낸다. 날짜가 잦은 간격으로 몰려 있다면 인위적 집계일 수 있으니 누적 기간을 본다.

## 조명, 색상, 렌즈: 사진 기술의 함정

요즘 스마트폰은 사진을 자동으로 보정한다. HDR로 밝은 영역과 어두운 영역을 섞어 내고, 화이트 밸런스를 중립으로 맞춘다. 이 자동화가 공간 감각을 왜곡할 때가 있다. 실내 조명이 노란빛인데 사진에서는 중립으로 보인다면, 실제 방문 시 느낌이 다를 수밖에 없다. 색온도 3000K의 조명은 따뜻한 분위기를 만들지만, 사진에서 4000K처럼 보정하면 깔끔한 호텔 톤으로 보인다. 이런 보정은 거짓말은 아니지만 기대를 틀어지게 한다. 사진에서 벽지의 미세한 점무늬가 사라지고 매끈하게 보이면 노이즈 감소가 강하게 적용된 것이다. 질감이 사라질수록 현실감도 떨어진다.

광각 렌즈는 공간을 넓게 보이게 한다. 침대가 더 멀고 작아 보이면 주변이 여유 있어 보인다. 광각의 흔한 부작용은 모서리 늘어짐이다. 방 모서리 기둥이 바깥으로 당겨진 것처럼 보이면 13 mm 내외 초광각을 쓴 것일 가능성이 높다. 현실 공간을 체감하려면 침대 길이(대략 200 cm)를 기준 막대로 삼아 프레임 내 비율을 짐작한다. 침대 길이가 화면의 3분의 2를 차지한다면, 카메라와 침대 끝의 거리는 보통 1.5 m 안팎이다. 이런 계산 습관이 있으면 넓게 보이는 착시를 상쇄할 수 있다.

## 거울과 내부 반사의 디테일

거울은 정직하다. 거울에 비친 콘센트 위치, 벽면 몰딩, 액자 프레임 두께는 정방향 사진과 일치해야 한다. 좌우가 뒤집힌 편집 흔적이 있으면 로고, 숫자, 영문이 뒤집혀 보인다. 또 거울에 잡히는 천장 조명 배치로 방 도면을 유추할 수 있다. 천장등이 두 줄로 배치된 사진과 한 줄인 사진이 섞여 있으면 동일 공간일 리 없다. 유리문은 반사를 약하게 하지만 빛 번짐 패턴이 있다. 유리 가장자리에 보이는 얇은 녹색 라인은 두께 8 mm 이상의 강화유리에 흔한 색감이다. 사진마다 그 색감이 달라진다면 유리 규격이 다른 곳에서 찍은 가능성이 있다.

## 가격과 조건, 논리 검증

가격 정보는 유혹의 중심이다. 합리적 범위를 벗어나는 가격은 대부분 무언가를 숨긴다. 주당 할인, 특정 요일 예외, 시간대 제한 같은 조건이 붙어 있지 않은지 찾는다. 가령 주변 평균이 10만 원대 중반인데 9만 원 초반이라면, 평일 낮 전용이라든지, 룸 등급이 낮거나 옵션이 제외됐을 가능성을 먼저 계산한다. 가격은 언제나 조건으로 귀결된다. 조건을 명확히 묻고, 메시지로 남겨두는 습관이 필요하다. 나중에 분쟁이 발생하면 말로 한 약속은 증거가 되기 어렵다.

이상징후를 계산할 때는 가시 비용만 보지 않는다. 교통비, 대기 시간, 서비스 편차, 환불 규정의 유연성까지 모두 비용이다. 가격표 하나만 보고 결정하면 전체 비용을 과소평가한다. 한 번의 환불 실패가 모든 절감을 무의미하게 만들기도 한다. 이런 경험은 대부분 한 번씩은 하게 된다. 중요한 것은 다음 선택에 반영하는 일이다.

## 사소한 센서가 큰 실수를 막는다

사람은 미묘한 어긋남에서 불안을 느낀다. 이 감각을 억누르지 말자. 사진에서 커튼이 창틀보다 길게 내려오는데, 다른 컷에선 딱 맞게 맞춰져 있다면, 소품이 바뀌었거나 장소가 다르다. 욕실 세면대 배수구 캡의 색이 사진마다 다르다면, 최근에 교체했거나 다른 곳이다. 콘센트 규격도 힌트다. 국내 표준 220V 콘센트는 타원형 이중 플레이트가 흔한데, 사각형 복미 규격이 보이면 해외 이미지일 가능성이 크다. 이런 사소한 센서는 연습으로 예민해진다.

# 위험 신호와 결정 보류의 기술

의사결정에서 중요한 건 때로 멈추는 용기다. 검증에 시간이 더 필요하다고 느껴지면, 결정을 하루 미룬다. 급행 결제 유도나 “마감 임박” 메시지는 심리를 겨냥한다. 보류는 비용이 아니라 보험이다. 같은 사진이 며칠 후 다른 오피사이트에 다른 이름으로 등장하는 걸 목격한 적이 있다. 하루 미뤘기에 손해를 피했다. 시간을 거래하는 법을 익히면, 충동은 줄고 정확도는 올라간다.

## 합법과 안전, 필수 질문

어떤 플랫폼을 이용하든, 준법과 안전은 전제다. 위법 요소가 의심되면 접근하지 않는 것이 원칙이다. 개인정보 처리에 대한 안내가 부실한 곳은 예약 과정에서 불필요한 정보 요구가 잦고, 이후 스팸으로 이어질 가능성이 있다. 결제는 가급적 안전장치가 있는 수단을 선택한다. 계좌이체를 요구하면서 사업자 정보 제공을 거부한다면, 그 자체로 리스크 신호다. 사진과 정보 검증은 결과적으로 안전을 위한 행위다. 안전이 흔들리는 곳에서 사진의 진위는 부차적인 문제가 된다.

## 초보자에게 권하는 최소 장비와 도구

스마트폰 하나면 충분하다. 다만 몇 가지 앱과 설정이 효율을 높인다. 리버스 이미지 검색용으로 구글 렌즈와 빙을 함께 쓰면 검색 폭이 넓어진다. EXIF 뷰어 앱을 깔아두면 파일 메타를 빠르게 확인할 수 있다. 노트 앱에는 체크루틴을 템플릿으로 만들어둔다. 문의할 질문을 미리 적어두면 순간 망설임이 줄고, 대화 품질이 올라간다. 지도 앱의 즐겨찾기는 동네별 건물 스펙을 축적하는 용도로 사용한다. 별표가 쌓일수록 다음 판단이 빨라진다.

## 실전 예시로 보는 판별의 흐름

상황을 하나 가정해보자. 오피사이트 A에 올라온 게시물에 밝은 톤의 방 사진 6장이 있고, 가격은 주변 평균보다 10% 낮다. 사진 중 하나에서 창밖으로 보이는 건물 외벽이 붉은 벽돌이다. 지도에서 해당 주소 주변을 스트리트 뷰로 훑었더니 붉은 벽돌 건물이 모서리에 하나 있다. 각도상 그 건물이 창밖에 보이려면 해당 방은 남동향이어야 한다. 사진의 커튼 그림자 방향을 보니 오전 빛이 맞다. 여기까진 일관성.

하지만 욕실 사진에서 세면대 배수구 캡이 무광 블랙이고, 다른 사진에서는 유광 크롬이다. 두 욕실이 같은 타입인지 의문이 든다. 리버스 이미지 검색을 했다. 세면대 사진이 해외 욕실 인테리어 블로그에서 발견됐다. 그 블로그 사진과 프레임 구성이 90% 일치한다. 여기서 신뢰도는 급락한다. 운영자에게 샤프부스 하단 실리콘 마감의 근접 사진을 요청했다. 답변은 “현장에 없어 지금은 어려워요”였다. 이 정도면 결제는 보류다. 같은 주소를 달고 있는 다른 게시물과 비교해보니, 가격은 5% 높지만 모든 사진이 한 기기로 같은 날짜에 촬영됐고, 반사와 소품이 일관됐다. 나는 후자를 택했다. 결국 비용은 약간 올랐지만, 결과적으로 시간과 감정 비용을 절약했다.

## 오피아트 맥락에서 자주 하는 실수와 예방

처음에는 사진의 분위기에 끌리기 쉽다. 조명과 색감이 주는 인상에 마음이 먼저 반응한다. 예방책은 명확하다. 눈을 잠깐 쉬게 하고, 다시 봤을 때도 좋으면 그때 디테일을 체크한다. 또 하나, 후기의 극단적 평가에 휘둘리는 일이다. 별점 1과 5는 감정의 기록일 때가 많다. 3과 4 사이의 후기에서 반복되는 단어를 모으면 현실에 가깝다. 마지막으로, 비교 대상이 하나뿐일 때 판단이 흔들린다. 후보를 최소 두 개 이상으로 두고 병렬 비교하면, 단점이 선명해진다. 비교는 현미경이 아니라 확대경이다. 모양이 아니라 구조를 보게 한다.

## 변하는 시장, 변하지 않는 원칙

플랫폼이 바뀌고 사진 기술이 나아져도, 사실을 가리는 원칙은 그대로다. 맥락을 먼저 보고, 사진의 주변부를 읽고, 글의 빈틈을 찾고, 다른 출처와 대조하고, 필요한 질문을 던지고, 위험 신호가 보이면 멈춘다. 오피사이트에서 오피아트 정보를 고를 때 이 원칙은 흔들리지 않는다. 스스로 만든 검증 루틴이 단단해질수록, 남의 확신에 기대지 않고도 안정적인 선택을 반복할 수 있다.

한 가지 덧붙이자. 완벽한 검증은 없다. 다만 실패 확률을 체계적으로 낮추는 일은 가능하다. 오늘의 선택이 내일의 검증력을 키운다. 작은 의심과 짧은 보류, 한 장의 추가 사진 요청이 결국 큰 손실을 막아준다. 그 꾸준함이 쌓이면, 노이즈 많은 정보 속에서 신뢰의 결을 손끝으로 구분할 수 있게 된다.

## 간단 점검표: 결정 직전 마지막 확인

- 리버스 이미지 검색에서 중복 출처가 발견되지 않았는가
- 사진 내 반사, 소품, 색온도가 컷마다 일관적인가
- 수치(평형, 가구 규격)와 사진 비율이 맞는가
- 업로드 시점, 수정 이력, 후기 타임라인에 모순이 없는가
- 추가 질문에 명확하고 일관된 답변을 받았는가

이 다섯 가지에 모두 체크가 되면, 실패 확률은 크게 줄어든다. 하나라도 흔들리면, 한 번 더 보류하자. 그 한 번의 망설임이 의외로 많은 것을 지켜준다.