말씀은 삼성보다 LG에 가깝다

(이사야 6:8~13)

8. 내가 또 주의 목소리를 들으니 주께서 이르시되 내가 누구를 보내며 누가 우리를 위하여 갈꼬 하시니 그 때에 내가 이르되 내가 여기 있나이다 나를 보내소서 하였더니
9. 여호와께서 이르시되 가서 이 백성에게 이르기를 너희가 듣기는 들어도 깨닫지 못할 것이요 보기는 보아도 알지 못하리라 하여
10. 이 백성의 마음을 둔하게 하며 그들의 귀가 막히고 그들의 눈이 감기게 하라 염려하건대 그들이 눈으로 보고 귀로 듣고 마음으로 깨닫고 다시 돌아와 고침을 받을까 하노라 하시기로
11. 내가 이르되 주여 어느 때까지니이까 하였더니 주께서 대답하시되 성읍들은 황폐하여 주민이 없으며 가옥들에는 사람이 없고 이 토지는 황폐하게 되며
12. 여호와께서 사람들을 멀리 옮기셔서 이 땅 가운데에 황폐한 곳이 많을 때까지니라
13. 그 중에 십분의 일이 아직 남아 있을지라도 이것도 황폐하게 될 것이나 밤나무와 상수리나무가 베임을 당하여도 그 그루터기는 남아 있는 것 같이 거룩한 씨가 이 땅의 그루터기니라 하시더라

오늘 말씀 중심으로 <말씀은 삼성보다 LG에 가깝다>라는 제목의 하나님 말씀 증거 합니다.

‘말씀은 삼성보다 LG에 가깝다’
제목의 ‘말씀’은 당연히 하나님의 말씀입니다. 그런데 이 말씀이 삼성보다 LG에 가깝다는 말이 대체 무슨 말일까요? 물론 삼성이나 LG에 대한 선전의도를 가지고 이러한 제목을 붙인 것은 아닙니다.
대한민국의 전자산업은 정말 놀랍습니다. 2000년대 초반만 해도 어디를 가든 소니나 도시바의 제품이 세상을 덮었습니다. 그런데 언제부터인가 세계 최고의 전자제품들은 모두 한국 제품들이 되었습니다. 그 일선에 삼성과 LG가 있습니다.
규모에서는 삼성이 더 유명한 것 같습니다만 제품별로는 그렇지도 않습니다. 미국이나 유럽에서 최고급으로 치는 것은 LG의 TV, 냉장고, 세탁기입니다. 가전뿐만이 아니라 스마트폰 시장에서도 삼성과 LG는 미국의 애플 등과 대결을 펼치고 있습니다.
그런데 이 분야의 전문가가 쓴 글을 보면 LG에게 안타까운 생각이 든다고 하였습니다. 흔히 동네에 있는 통신사를 방문해서 스마트폰을 구입하려면 많은 고객들이 삼성이나 애플을 선호

한다고 합니다. LG는 오랫동안 3등에 머물러 있습니다. 전문가에 의하면 최초이자 최고의 기술은 LG가 많다고 합니다. 스마트폰의 액정이나 재질 혹은 음악재생을 위한 기술 등에서 세계 최초이자 최고의 기술을 가지고 있답니다. 그런데 이상하게도 완성품의 경우에 항상 삼성에게 뒤진다는 것입니다.
그 이유를 살펴보면 간단하다고 합니다. LG는 기술혁신 자체를 지향하고 있다고 합니다. 그런데 삼성은 보다 소비자의 취향과 입장을 반영시키기 위해 애를 쓴다고 합니다. 물론 LG도 이러한 노력을 하고 있겠지만 삼성이 앞서고 있다는 뜻이리라 생각합니다. 그래서 결과적으로 삼성 제품이 소비자들에게 많이 판매된다고 합니다.

이러한 상황을 말씀에 접목해봅니다.
말씀을 듣는 자를 소비자에 비유해본다면 말씀의 생산자는 하나님이십니다. 말씀은 생산자인 하나님을 통해서 직접 전달될 때도 있지만, 많은 경우에 복음을 중심으로 형성된 교회를 통해서 사람이 전달합니다. 그런데 하나님의 말씀이 사람을 거치면서 삼성적인 말씀과 LG적인 말씀으로 나뉘게 됩니다. 쉽게 말하면 삼성적인 말씀은 대중지향적인 변형된 말씀을 의미합니다. 반대로 LG적인 말씀은 하나님의 뜻에 대한 보존지향적인 말씀이라고 할 수 있습니다.
문제는 신앙과 비즈니스 현장에서 좋음의 기준이 다르다는 것입니다. 비즈니스 현장에서는 소비자의 취향과 입장이 많이 반영될수록 장사가 잘 되기 마련입니다. 그러나 신앙의 현장에서 하나님의 말씀은 비즈니스가 아닙니다. 하나님의 말씀이 전달되는 장면에서는 소비자의 취향이 아니라 생산자이신 하나님의 취향이 고려되어야만 되기 때문에, 심지어 말씀을 듣는 소비자의 취향과 입장이 무시되는 정도를 넘어서 파괴되기까지도 합니다.
그런데 많은 성도들은 소비자로서 자신의 입장과 취향이 파괴되는 것을 꺼려합니다. 그래서 중간에서 하나님의 말씀을 전달하는 자들은 생산자인 하나님의 말씀을 소비자인 성도들의 취향에 맞추려는 시도를 하게 됩니다. 삼성적인 말씀으로 변형시켜서 전달하면 좀 더 많은 사람들이 모이고 호응이 커질 수도 있기 때문입니다. 그러나 이렇게 될 때에 하나님의 말씀이 전해지는 현장은 신앙이 아닌 비즈니스의 현장이 되어버립니다.
목사님들이 가장 신경 쓰는 것은 설교를 듣는 성도들의 반응입니다. 이것에 목숨을 걸고 목회를 합니다. 그러나 이것은 비즈니스의 마인드입니다. 목회를 비즈니스의 현장으로 인식하기 때문입니다. 그러나 본래 하나님의 말씀에서 가장 중요시 되는 것은 듣는 성도들의 입장이나 취향이 아니라 말씀을 생산해내시는 하나님의 입장과 취향입니다. 하나님께 옳다, 좋다는 평가를 받도록 전달되어야만 하는데 부흥, 성장, 숫자 등을 기준으로 두게 되자 말씀을 전하는 현장은 비즈니스의 현장으로 바뀌게 되었습니다.
많은 목사님들은 성도들이 교회에 몰려오기만을 바라면서 목회를 합니다. 그러나 결과는 어떻습니까? 1200만까지 성장했던 한국 교회는 현재 600만까지 줄어버렸습니다. 그런데도 여전히

소비자 입장의 취향에 맞춘 말씀을 만들어내기 위해 온 세계 대부분의 목사님들이 애를 쓰고 있습니다. 그러나 중요한 것은 이것이 진정으로 소비자인 성도를 위하는 길이 아니라는 것입니다.
오직 하나님만이 말씀의 소비자로써의 성도를 사랑하십니다. 문제는 성도를 참으로 사랑하시는 하나님께서는 말씀을 듣고자 하는 소비자들의 취향과 입장을 근원적으로 무시하는 것 같은 모습을 보이신다는 것입니다. 심지어 소비자의 취향을 파괴하려고까지 하십니다. 실제로 선민의 역사를 보면 소비자의 취향은 반복해서 파괴되어 왔습니다.
LG는 비즈니스를 하는 기업이기에 소비자의 취향을 파괴하는 짓은 하지 않습니다. 소비자 지향적이라는 것은 LG나 삼성이나 마찬가지이지만 삼성이 보다 그렇다는 것일 뿐입니다. 다만 신앙적 측면에서 비유한다면 LG의 태도가 신앙적 요소가 있다는 것입니다.

오늘 본문에는 이사야의 소명에 대한 이야기가 나옵니다.
앞서 보았던 환상에서는 이사야가 전하고자 하는 예언들의 주제가 나타나 있었습니다. 또 예언자는 하나님과 선민들의 거리를 측정하는 자라고 말씀드렸습니다. 이 거리를 측정하기 위해서 하나님을 버리지 않고 하나님을 가까이 하는 자들에게서 나타나는 증거를 환상을 통해 제시하였습니다. 이런 일들이 일어나지 않는다면 하나님과의 거리가 엄청나게 멀어진 것임을 깨달으라는 것입니다.
이사야서가 66장까지 있으니 앞으로 우리가 60장은 더 다루게 될 것입니다. 그런데 오늘 살펴볼 6장만으로도 이사야서의 본전을 찾았다고 할 수 있을 정도로 중요합니다. 앞부분의 환상 부분도 귀중하지만 오늘 부분도 무척 중요합니다.
하나님께서는 이사야에게 환상을 보이시고 소명을 주시면서 선민들의 마음이 얼마나 하나님을 떠나가 있는지 깨닫게 하시고자 하셨습니다. 그런데 9절을 보면 도저히 납득이 가지 않는 말씀을 하십니다. '너희가 듣기는 들어도 깨닫지 못할 것이요 보기는 보아도 알지 못하리라'고 하십니다. 하나님께서는 선민들이 어차피 깨닫지 못할 것을 아십니다. 따라서 이사야의 사명도 의미가 없는 행동이 됩니다. 그런데도 하나님은 왜 이사야에게 사명을 위탁하시려 하시는 것일까요?
또 10절을 보면 말씀을 듣는 사람들이 들어도 깨닫지 못하고 보아도 알지 못하는 차원에서 한 걸음 더 나아갑니다. '이 백성의 마음을 둔하게 하며 그들의 귀가 막히고 그들의 눈이 감기게 하라'고 하였습니다.
이사야가 생산자인 하나님의 말씀의 취향과 입장을 보존지향적으로 전하면, 결과적으로 선민들의 마음은 둔해지고 귀가 막히고 눈이 감기는 것처럼 오히려 더 멀어지리라는 것입니다. 그들이 깨닫지 못하는 것이 아니라 오히려 말씀이 그들을 깨닫지 못하도록 한다니, 이럴 바에야 말씀을 전하지 않아야 하지 않겠습니까? 그런데 하나님께서는 왜 굳이 선민들에게 이러한 일

을 행하시는 것일까요?
이어지는 10절 하반부를 보면 '그들이 눈으로 보고 귀로 듣고 마음으로 깨닫고 다시 돌아와 고침을 받을까 하노라'고 하였습니다.
이 말을 쉽게 풀어보자면 행여나 선민들이 고침을 받을까 염려되기에 이사야에게 가서 그들의 눈과 귀를 닫히게 하고 마음을 둔하게 하라는 것입니다. 예수님께서도 비유로 말씀하실 때에 이러한 말씀을 하신 적이 있으셨습니다.

그렇다면 이러한 말씀을 도대체 어떻게 이해해야 할까요?
먼저 하나님이 이런 말씀을 이사야에게 주신 이유를 알기 위해 선민들의 마음의 구조 상태를 살펴봅니다. 하나님께서 선민들의 마음상태를 염두에 두고 그에 맞는 말씀을 전하면 당연히 그들은 할렐루야로 받아들일 것입니다. 그러나 기준이 되어야 하는 것은 선민의 마음상태가 아니라 하나님의 말씀입니다. 하나님의 입장에 맞추어진 말씀을 듣기 위해서는 선민들의 마음이 변화되어야만 한다는 것입니다. 그렇지 못하면 듣기는 들어도 깨닫지 못하고 보기는 보아도 알지 못합니다. 오히려 마음은 둔하게 되고 귀가 막히고 눈을 감기리라는 것입니다.
하나님의 말씀을 받아서 전한다는 이사야야 말을 선민들이 볼 때에는 그동안 알고 있던 진리를 혼돈에 빠뜨리고 있고, 하나님으로부터 축복받고 은혜 받고 구원받아서 행복하게 사는 것을 방해하는 사람으로 여길 것입니다. 이 말씀만 보면 하나님께서는 선민들이 구원받는 것을 싫어하시는 것 같습니다. 그런데도 말씀을 전하라는 사명을 주셨으니 모순되게 느껴집니다. 그런데 이러한 모순이 느껴지는 이유는 선민들의 마음구조가 하나님을 향해있지 않도록 형성되어 있었기 때문입니다.
이 말씀은 하나님께서 선민들이 구원받는 것을 싫어하신다는 것이 아닙니다. 하나님의 입장과 취향을 반영하는 LG적 말씀을 전하면 선민들은 결코 그것을 인정하고 받아들이지 않으리라는 것입니다. 즉 하나님이 주시려는 구원은 선민들이 바라고 있는 부류의 구원이 아니었다는 것입니다.
선민들의 마음을 표현해보면 이럴 것입니다. '이사야! 당신에게 이런 말씀을 준 이가 하나님이라면, 그 하나님은 내가 행복하길 바라고 구원받기를 바라는 하나님이 아니다. 내가 기쁘고 만족하는 꼴을 못 보는 하나님이 무슨 하나님이냐?'라고 말하는 셈입니다.

이런 끔찍한 일이 대체 어떻게 일어나게 되었을까요?
이사야서의 주제는 선민들이 하나님을 버리고 업신여겼음을 밝히고 경고하는 것입니다.
바로 선민들의 마음의 구조로부터 일어났습니다. 우리가 마음의 구조를 생각할 때에 염두에 두어야 할 것은 '최고는 최초로 통한다.'라는 말입니다.
우리는 마음 채움을 위하여 살아갑니다. 예술을 하든지 사업을 하든지 공부를 하든지 어떤 일

을 하든지 마음 채움을 위해 살아갑니다. 이때 마음에는 믿음이 작용합니다. 마음 채움 거리를 채택하는 과정이 바로 믿음이기 때문입니다. '이것이 일어나면 기쁠 것이다, 이것이 생기면 만족할 것이다'라는 마음의 상태가 바로 믿음입니다. 이 믿음이 작동하는 중에 최고로 믿어지는 대상을 최초로 붙잡게 됩니다.

이렇게 최고로 믿어지는 대상을 최초로 붙잡게 되면 마음 채움을 위한 기본 구조를 형성하게 되고 삶을 시작하게 됩니다. 앞서 말씀드렸듯이 웃시야 왕 때의 남 왕국 유다는 국력이 최전성기를 맞이하고 있었습니다. 백성들이 태평성대를 누리는 가운데 남자들의 관심은 부동산과 금은보화이고, 여자들은 몸을 치장하는 장신구들에 마음이 쏠리고 있었습니다. 또한 기쁨과 향락을 줄 수 있는 취미와 오락에 집중하는 것이 이들의 관심사였습니다. 이때에 선민들의 마음의 구조에서 최고로 여겨지는 첫 번째 대상이 바로 이러한 것들이었던 것입니다.

지난 시간에 보았던 6장 3절을 보면 "서로 불러 이르되 거룩하다 거룩하다 거룩하다 만군의 여호와여 그의 영광이 온 땅에 충만하도다 하더라"라는 환상 속에 스랍들의 노래가 나옵니다. '거룩하다'라는 것은 곧 '하나님이 최고'라는 것입니다. 마음의 기쁨과 만족을 위해서 하나님이 최고이시며 최초이시라는 것입니다.

마가복음 9장 3절을 보면 변화산에서 예수님의 모습을 본 제자들이 "그 옷이 광채가 나며 세상에서 빨래하는 자가 그렇게 희게 할 수 없을 만큼 매우 희어졌더라"라고 했습니다.

예수님의 모습이 이 세상과 구분되도록 거룩해지셨다는 것입니다. '거룩하다'의 뜻은 '칼로 잘라 분리시키다'라는 의미입니다. 이러한 거룩함을 접한 제자들은 "…우리가 여기 있는 것이 좋사오니 우리가 초막 셋을 짓되 하나는 주를 위하여, 하나는 모세를 위하여, 하나는 엘리야를 위하여 하사이다…"라고 했습니다. 그 동안 좋아하여 간절히 원하던 산 아래의 가치와 꿈과 비전을 잊어버린 것입니다.

정리해봅니다. '하나님이 거룩하다'라는 말은 곧 '하나님이 최고입니다.'라는 의미입니다. 즉 마음을 채우는데 최고입니다. 이렇게 거룩하신 하나님으로 마음을 채우고 나면 이 세상에서 그토록 좋아하던 것들을 기억조차 하지 못할 정도가 되어버립니다. 그런데 웃시야 왕 때에 태평성대를 누리던 선민들은 최고이자 최초의 자리에 부동산과 금은보화를 들여놓았습니다. 또한 오락과 취미와 향락을 들여놓았습니다.

이러한 마음의 구조를 유지하는 가운데 이사야가 등장합니다. 이사야는 하나님을 최고이자 최초로 모신 자들만이 이해할 수 있는 말씀을 전하게 된 것입니다. 세상의 가치를 최고로 삼는 마음구조로는 당연히 이 말씀을 알아들을 수가 없습니다. 오히려 혼돈만 가중시키게 됩니다.

스랍들의 노래에서 '거룩하다 거룩하다 거룩하다'라는 말이 세 번 반복되었습니다.

이것을 하나의 설교라고 생각해봅니다. 서론과 본론과 결론으로 나눈다면 서론이 '하나님이 최고다'라는 내용이고, 본론도 '하나님이 최고다'라는 내용이고, 결론도 '하나님이 최고다'라는

내용이 될 것입니다. 이것이 참 설교의 모습입니다.
사람의 마음은 채워져야만 합니다. 이 마음 채움에 대한 욕구는 인간의 모든 행위의 근본이 됩니다. 밥 먹을 때에도, 공부 할 때에도, 사업 할 때에도, 정치할 때에도 나타납니다. 이러한 마음 채움의 대상으로써 하나님을 제시하는 것이 설교입니다. 설교는 '거룩하다'를 세 번이나 외치는 스랍들의 찬송과 같아야만 합니다. 하나님이 최고가 되시면 기존에 마음에 담았던 세상의 가치들은 배설물처럼 여겨집니다. 변화산의 제자들처럼 망각의 주머니 속으로 빠져 들어가고 말 것입니다.
예를 들어 돈을 최고의 가치로 삼아 마음에서 붙잡고 있는 사람이 있습니다. 그동안 돈이 최고라는 마음구조를 유지하면서 하나님이 최고라는 말씀을 듣게 되면 하나님은 최고의 돈을 벌기 위한 수단으로 받아들입니다. 자녀를 기르는 기준도 돈입니다. 무조건 돈을 많이 버는 사람으로 키우려 합니다. 배우자를 선택하는 기준도 돈입니다. 돈을 버는데 도움이 되는 배우자를 찾기 바랍니다. 목사들은 이런 소비자 취향에 설교를 맞춰주기 시작합니다. 그렇다면 설교는 삼성적인 설교로 탈바꿈하게 됩니다.
꼭 돈이 아니더라도 이 세상의 가치들로 기쁘고 만족할 수 있다고 믿고 있는 마음구조라면 모두 마찬가지입니다. 그런데 많은 설교자들이 이러한 마음구조를 인정하고, 그 취향을 반영한 삼성적 설교를 하고 있습니다. 오늘날의 교회 상황이 이러합니다. 소비자들의 취향과 입장을 반영한 하나님의 말씀을 전하고 있습니다.
선민들에게는 성전이 있었고 예배와 제사 또한 이루어지고 있었습니다. 그런데 마음구조에서 최고이자 최초로 붙잡은 가치는 하나님이 아닌 세상이었습니다. 최고이자 최초이셔야만 하는 하나님을 밀어냈기에 하나님을 버렸고 업신여겼다고 했던 것입니다.
오늘 본문의 이사야는 이와 반대되는 일을 하려합니다. 세상의 가치를 최고로 여기는 사람들에게 하나님이야 말로 최고의 가치라고 외치려고 합니다. 이러한 말씀을 듣는 사람들은 혼란에 빠집니다. 맞는 말을 하는 것 같은데 이미 돈을 최고의 가치로 품은 마음에는 와 닿지 않습니다. 돈을 최고의 가치로 여기며 살았는데 그게 아니라고 외쳐대니 오히려 불행의 사자처럼 여겨집니다.
마태복음 6장 24절에서 예수님께서도 "…너희가 하나님과 재물을 겸하여 섬기지 못하느니라"고 말씀하셨으나, 바리새인들은 이를 좋아하지 않았습니다. 바리새인들은 돈을 최고의 가치로 여기고, 그 돈을 가장 잘 버는 방법이 하나님의 율법을 지키는 것으로 믿었습니다. 이것이 율법주의입니다. 하나님이 아닌 다른 목적을 위하여 율법을 지키는 자들이었던 것입니다.

정리해봅니다.
첫 번째는 하나님의 말씀을 받아들이기 위해서는 마음의 구조가 변해야 합니다. 하나님을 최고이자 최초의 가치로 받아들이지 못하는 상태라면, 오히려 하나님의 말씀을 들으면 혼돈에

빠지게 될 것입니다. 또는 아예 말씀이 들리지도 않으며 깨달을 수도 없을 것입니다.
언제부터인가 저도 말씀을 선포할 때에 '하나님이 최고'라는 말 밖에는 할 수 없게 되었습니다. 아무리 본문이 바뀌고 소재가 바뀌어도 여러분께 전하는 말씀은 항상 '하나님이 최고이시니 하나님을 첫 번째 자리에 모시라'는 말씀입니다.
두 번째는 마음에 하나님을 최고이자 최초의 자리에 모시기 위해서는, 이 세상 것을 최고로 믿어서 첫 번째 자리에 붙잡고 있는 기존의 마음의 구조는 십자가에서 파괴되어야만 합니다. 이것이 하나님의 입장과 취향을 보존하는 유일한 설교입니다. 사도 바울은 갈라디아서 1장 8절에서 "…우리가 너희에게 전한 복음 외에 다른 복음을 전하면 저주를 받을지어다"라고 하였습니다.
우리가 전한 복음이 무엇입니까? 바로 하나님만이 마음 채움의 최고의 가치가 되신다는 것입니다. 마음은 채워질 때에 기쁨이 생겨납니다. 이 기쁨은 에덴에서부터 시작되었습니다. 그리고 요한복음 17장에 창세전부터 아버지와 함께 누리던 기쁨을 전달하는 것이 구원이라고 하셨습니다. 그러므로 마음 채움을 위해서 '하나님이 최고'라는 설교 이외의 다른 설교를 하면 안 됩니다.
예를 들어 '예수 믿으면 사업이 잘 된다, 예수 믿으면 건강해진다'라는 말을 어렵지 않게 들을 수 있습니다. 그러나 이러한 말들은 삼성처럼 소비자지향으로 변형된 말씀입니다. 이러한 설교야 말로 사도 바울이 경계한 것입니다. 설교는 결코 소비자의 마음구조를 따라서는 안 됩니다. 그 취향과 입장을 반영하며 변형된 말씀을 전하는 자들의 삶은 그 자체로 이미 저주입니다. 이들의 마음도 십자가에서 깨어져야만 합니다.
다만 십자가를 받아들여서 이러한 마음을 파괴시킬 수 있느냐 없느냐는 우리가 결정하거나 유도할 수 있는 문제가 아닙니다. 삼성과 LG를 비유로 삼는다면 말씀은 결코 삼성처럼 소비자지향적이 되어서는 안 됩니다. 하나님의 말씀은 LG처럼 보존지향적이 되어야 합니다. 이 점을 유의하시면 말씀을 들을 때에 들음의 기준과, 말씀을 전할 때에 전함의 기준을 알 수 있을 것입니다. 내일은 오늘에 이어서 6장의 나머지 부분을 다루도록 하겠습니다.

기도하시겠습니다.

하나님아버지!
하나님의 말씀이 고속도로를 달리는 것처럼 내 안으로 들어오게 하여 주시옵소서. 그렇게 되기 위하여 오늘도 십자가를 붙잡습니다. 세상의 가치를 최고이자 최초의 가치로 믿었던 내 마음의 구조를 끊임없이 파괴해 나갈 수 있게 하여 주시옵소서.
예수님의 이름으로 기도드리옵나이다.

아멘!