

• 시편 145:1

요즘 사람들이 가장 선호하는 신이 있다고 합니다. 바로 ‘자신’입니다. 미국의 대통령이었던 토머스 제퍼슨이 성경 두 권을 주문했습니다. 복음서를 펴서 예수님에 관한 구절 가운데 마음에 들지 않는 구절을 면도칼로 일일이 도려냈습니다. 그랬더니 원문의 10% 정도가 남았습니다. 제퍼슨은 자신의 민주주의 철학에 부합하는 예수님을 재탄생시켰습니다. 이렇게 재탄생된 예수님은 묘하게도 제퍼슨을 닮아 있었습니다(스카이 제서니, 《종교에 죽고 예수와 살다》).

시편은 하나님을 ‘나의 왕’으로 고백합니다. 다윗은 왕이신 하나님을 높이며 송축했습니다. 나의 예배는 하나님의 이름을 높이고 있습니까, 하나님의 이름을 송축하고 있습니까? 간혹 성경 구절을 인용하며 예수님에 관해 말하고 있지만, 말하는 이와 닮은 예수님을 듣게 되는 경우가 있습니다. 주객전도를 경계해야 합니다. 내 주장과 삶을 대변하기 위해 성경과 예수를 이용하는 것은 예배가 아니라 ‘소비’입니다.

‘소비자가 왕이다!’ 우리가 자주 듣는 말입니다. 소비자는 원하는 것을 얻을 권리가 있고, 이를 위해 돈을 지불합니다. 그런데 예배도 소비 행위로 보는 시각이 있습니다. 마치 ‘쇼핑’하듯 만족하는 교회, 만족하는 설교를 찾아 이곳저곳을 다닙니다. 시간과 물질을 투입구에 넣고 원하는 것을 눌러 얻는 자판기처럼 생각합니다. 이는 예배가 아니라 선택적 소비입니다. 예배자의 자세가 아니라 소비자 마인드입니다.

예배는 주의 이름을 ‘높이는’(exalt) 것입니다. exalt는 lift라는 단어보다는 훨씬 극적인 의미에서의 높임입니다. ‘깃발을 든다’는 말처럼 모든 사람이 볼 수 있도록 높이 든다는 뜻입니다. 예배란 그 중심에 하나님의 이름이 드러나는 것입니다. 하나님께서 잘 드러나기 위해 나의 모든 것을 내리고, 가리고, 감추어야 합니다. 나의 의도와 욕망을 비우고, 온전히 하나님의 뜻이 드러나야 합니다.

나는 예배드리고 있습니까,
소비하고 있습니까?

- ① 원하는 설교/예배/교회를 찾아 ‘쇼핑’하고 있지는 않습니까?
- ② 자판기 앞의 소비자입니까, 하나님 앞에 선 예배자입니까?