

























칸트에 따르면 우리는 하나의 인식이 불가능하다는 것을 인식하는 한 그것이 오류라는 것을 확신한다. 이 확실성의 정도는 그것을 객관적으로 파악하게 되면 진리의 필연성의 징표에 있어서 충족적인 것에 의해 좌우되지만, 그것이 주관적으로 고찰되는 한에서는 이 필연성의 인식이 보다 많은 직관을 포함하는 한에서 확실성은 좀더 크게 된다. 칸트는 확실성 개념을 언제나 수학과 철학을 대비시켜 고찰한다. 전비판기의 『판명성』 논문에서는 그 두 학문의 확실성의 차이가 정의의 차이로부터 파악되고 있다. 수학은 대상 개념을 정의에 의해 비로소 종합적으로 산출하기 때문에 정의가 정의된 사물에 대해 우리가 소유할 수 있는 최초의 사상으로 되는 데 반해, 철학은 분석에 의해 소여개념을 한정하기 때문에 정의가 거의 언제나 최후의 것으로 된다. 또한 수학은 일반적 인식을 기초 하에서 구체적으로 고찰하는 데 반해, 철학은 그것을 기초와 나란히 추상적으로 고찰한다. 그런 까닭에 "철학적 확실성은 일반적으로 수학적 확실성과 본성을 달리 한다." 이러한 사고방식은 제1비판에서도 답습된다. 철학적 정의는 주어진 개념의 분석적 설명이며, 수학적 정의는 창출된 개념의 종합적 구성이다. 그러므로 "철학적 인식은 개념으로부터의 이성인식이고, 수학적 인식은 개념의 구성으로부터의 이성인식이다." [A 713/B 741] 철학적 확실성은 논변적(diskursiv)이며, 수학적 확실성은 직관적(intuitiv)이다. 그런데 "주관적 충족성은 (나 자신에서의) 확신이라고 불리며, 객관적 충족성은 (만인에서의) 확실성이라고 말해진다." [A 822/B 850]라고 하고 있듯이 확신과 확실성은 구별된다. 완전한 확실성이란 "보편성과 필연성"의 것이다. 주관적으로도 객관적으로도 충분한 견해로서의 지식(Wissen) 내부에는 이성에 기초한 합리적 확실성으로 수학적 확실성과 철학적 확실성이 있으며, 또한 경험에 기초한 경험적 확실성으로 본인의 경험에 의한 경우의 원적 확실성과 타인의 경험을 개입시키는 경우의 파생적(역사적) 확실성이 있다. [X 70-71] 합리적 확실성은 필연성의 의식과 결합해 있다는 점에서 경험적 확실성과는 구별된다. 일반적으로는 지의 객관이 의심할 여지가 없다는 것을 보이는 특성임과 동시에 지의 주관적 활동이 그러하다는 것을 보이는 특성. 후설은 의식의 노에시스와 노에마에 대한 분석으로부터 이 특성들을 각각 <존재 확실성>과 <신념 확실성>이라고 명명했다. 존재 확실성은 그 변양으로서의 <가능성>, <개연성>, <의심스러움> 등과 함께 노에마의 존재 성격을 나타내며, 신념 확실성은 그 변양으로서의 <추찰>(Anmutung), <추측>(Vermutung), <회의> 등과 함께 노에시스의 신념 성격을 보여준다. 그러나 이들 두 확실성은 그것들의 변양으로서의 양상들에 대해 양상화되어 있지 않은 성격의 근원형식, 따라서 모든 지의 양상의 근원형식이다. 그런데 확실성은 지각 등의 전술어적 지에 대해서나 판단에서 표현되는 술어적 지에 대해서도 말해지는 것이지만, 의해야 할 것은 지의 대상 내지 사태에 대해 그것이 확실하다고 말해지는 것이 아니라 그 의미에 대해 확실하다고 말해진다는 점이다. 예를 들면 <기쁘다> 라는 술어는 '친구가 오는 것'이라는 사태에 대해 기쁘다고 말해지는 것이지만, '친구가 오는 것이 확실하다'라고 말할 때에는 친구가 온다는 사태가 아니라 그 의미에 대해 확실하다고 말해지는 것이다.		
		[네이버 지식백과] 확실성 (두산백과)
		[네이버 지식백과] 확실성 [Gewi 8 heit] (현상학사전, 2011.12.24, 도서출판 b)
		[네이버 지식백과] 확실성 (칸트사전, 2009.10.1, 도서출판 b)





whatever logo

1. 2개 이상 9개 이하로만 점을 찍는다. 점이 겹쳐도 된다.
2. 선을 긋는다. 마찬가지로 2개 이상 9개 이하로 한다. 마찬가지로 겹쳐지는 것은 상관 없다. 선은 1개 이상 꼭 보여야 한다. 또한 선분의 한쪽 끝만 1번에서 찍은 점에 연결 되어 있으면 된다. 모든 선분이 점에 연결되어 있을 필요는 없다.
3. 점은 선 위로 올라와야 한다.
4. 색상은 자유롭게 설정할 수 있다.
5. 브랜드 네임인 'whatever'를 로고 속 선의 경사도에 맞추어 배치한다. 이때 브랜드 네임은 로고보다 커질 수 없다. 영문으로 작성해야하며 서체는 "Agency FB"이다.



whatever©

이슬

2015. 9

윤고딕 320

7 pt