



دانشگاه الزهرا (س)

دانشکده هنر

پایان نامه

جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

رشته ارتباط تصویری - گرایش گرافیک

عنوان:

امکانات عکاسی سوررئالیستی و تأثیر آن در محتوای طراحی گرافیک

استاد راهنما:

سرکار خانم دکتر عفت السادات افضل طوسی

دانشجو: مونا نادمیان

اسفندماه 1390

کلیه دستاوردهای این تحقیق متعلق به دانشگاه الزهرا (س) است.

بر بازآوری کودکیم

بر شگفتی شب

بر آسمان آبی.....

تقدیم به هرچه یار

در هرچه راه

.

.

.

به مادر و پدر عزیزم

.....پیش از آغاز سخن بر خود واجب می دانم که مراتب سپاس و قدردانی خویش را چنین بعمل آورم:

- نخست از خواهر و داماد عزیزم که با مهربانی و توجه در میان مشکلات بسیار،

خاطری آسوده برایم ایجاد کردند.

- برادر عزیزم که در تمام مراحل زندگی یار و پشتیبانم بوده

و سپاس و قدردانی خاص از

استاد گرانقدر سرکار خانم دکتر عفت السادات افضل طوسی که با صبوری و راهنمایی های خویشان به هر چه بهتر شدن این پایان نامه یاری رساندند.

چکیده

سوررئالیسم در میان جنبش های هنری قرن بیستم موقعیت ممتازی دارد: در دوره ای که جریان اصلی مدرنیسم تجسمی با تلاشی فزاینده بقایای مضمونی و ادبی خود را کنار می زد و حرکت بسوی خود ارجاعی و انتزاع مطلق را ادامه می داد. هدف سوررئالیسم، به عنوان جنبشی آوانگارد، افزودن تکنیک یا سبکی تازه به مجموعه جریان های هنری پیش از خود نبود؛ و به همین علت، در عین برخورداری از جدیت وحدت مدرنیستی می توانست از برخی یکسو نگری ها و جدا سازی های مدرنیسم ادبی- هنری فاصله بگیرد. تمایل سوررئالیست ها به تجربه و آزمایش، همکاری سوررئالیسم و عکاسی را در پی داشت. تاکید سوررئالیسم به خلق آثار حاصل از خودکاری ذهن و ضمیرناخودآگاه موجب شد عکاسان به هر چیزی که ظاهراً ماوراً الطبیعی بود اما علتی تصادفی در ذات و سرشت داشت علاقه نشان دهند .

هدف از این پژوهش، پرداختن به برخی از خصیصه های این جنبش هنری در قرن بیستم و گرایشهای آن در در رشته های مختلف هنری بویژه کاربرد عکاسی سوررئالیستی در طراحی گرافیک است. تا روش ها و راه حل هایی را که با استفاده از عکاسی سوررئالیسم توسط هنرمندان پیشرو در دوره ها و مکاتب مختلف گرافیک همچون مکتب فرانسه، باهوس و... مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد. بدین ترتیب تاثیر گذاری هر مکتب و هنرمندان آن در پیشرفت بیان سوررئال به طور جداگانه مشخص و بیان خواهد شد. پایان نامه در چهار فصل جمع آوری شده است فصل اول اشاره ای به تاریخچه و آرا و افکار فرروانشناسی در فصل دوم پیرامون جنبش سوررئال و اشخاص تاثیر گذار در آن در فصل سوم نیز فلسفه عکاسی، گرافیک و تبلیغات اشاره می شود. در فصل چهارم به جایگاه عکاسی فرواقع نمایی، مکاتب و هنرمندان پرداخته شده است که نشان دهنده ی اهمیت و کاربرد بیان سوررئال می باشد. در نهایت به نظر می رسد عکاسی سوررئال با تبلیغات تجاری از پیوند و همبستگی در خور توجه ایی برخوردار است .

واژگان کلیدی: سوررئالیسم، هنر مدرن، عکاسی، فرا روانشناسی، گرافیک، تبلیغات

مقدمه 1

فصل اول: تاریخچه

بخش اول - افکار و دیدگاه های تاثیر گذار در تفکر روانشناسانه

- الف- فروید بنیان گذار نقد روانکاوانه..... 7
- ب- سایر نظریه های تحلیلی موثر در فرا روانشناسی..... 11
- ب- 1 - یونگ..... 11
- ب- 2- آدلر..... 12
- ب- 1-2- احساس حقارت..... 13
- ب- 2-2- احساس برتری..... 13
- ب- 2-3- روش زندگی..... 13
- ب- 2-4- خود آگاهی..... 14
- ب- 2-5- علاقه اجتماعی..... 14
- ب- 2-6- غایت و هدف زندگی..... 14
- ب- 2-7- خود خلاق..... 14
- ب- 3- اتو رانک..... 15
- ب- 4- کارن هورنای..... 16
- ب- 5- اریک فروم..... 16
- ب- 6- ژاک لاکان..... 16
- ج- روانکاوی به منزله‌ی راه حلی برای درمان..... 17
- د- خودآگاه، نیمه خودآگاه و ضمیر ناخودآگاه..... 19
- ه- رابطه بین اجزای مختلف شخصیت..... 21
- و- ساختار شخصیت: نهاد، من (خود) و من برتر (فراخود)..... 21
- ز- مفاهیم لاکانی: سیطره خیال..... 23

بخش دوم: ظهور هنر مدرن و مکاتب موثر آن در شکل‌گیری سوررئالیسم

- 26..... الف - مدرنیسم در اروپا: ریشه‌ها
- 27..... ب - شکل‌گیری هنر مدرن
- 32..... ج - برخی دیگر از ویژگی‌های هنر مدرن

فصل دوم: مبانی فکری و فلسفی سوررئالیسم

بخش اول - سوررئالیسم

- 38..... الف - ظهور جنبش سوررئالیسم در هنر و ادبیات
- 44..... ب - سوررئالیسم و سینما

بخش دوم - مفاهیم روانکاوانه در سوررئالیسم

- 48..... الف - سوررئالیسم و روانکاوی
- 51..... ب - ضمیر ناخودآگاه از منظر سوررئالیسم
- 51..... ج - مبانی نظری تصویر سوررئالیستی
- 52..... ج-1 - واقعیت برتر (Superior Realty)
- 53..... ج-2 - نقطه‌علیا (Apogee Point)
- 53..... ج-3 - امر شگفت (marvelous)
- 54..... ج-4 - تصادف (le hasard)
- 55..... ج-5 - انقلاب دائم (Permanent Revolution)
- 56..... ج-6 - زیبایی تشنج‌آور (Convulsive Beautiful)
- 57..... د - رؤیای روز، خیال و اثر هنری
- 58..... ه - اشیای سوررئالیستی
- 62..... و - زیبایی‌شناسی سوررئالیسم

بخش سوم - گرایش‌های سوررئالیسم

- 64..... الف-1 - سوررئالیسم فیگوراتیو (پیکرنا)
- 65..... الف-2 - سوررئالیسم نشانه‌ای یا انتزاعی
- 65..... ب - افراد تاثیرگذار بر سوررئالیسم

- ب- 1- سالوادور دالی و عکس هایی از روپا..... 67
- ب- 2- رنه ماگريت و پارادوکس معنی..... 72
- ب- 3- ماکس ارنست و فروتاژ..... 76
- ب- 4- خوان میرو و سوررئالیسم نشانه ای..... 79
- ب- 5- من ری؛ همان خواب و همان رویاً..... 81
- ب- 6- آندره ماسن و تصویر سازی..... 82
- ج- تاریخ پیدایش سوررئالیسم در طراحی گرافیک..... 83

فصل سوم: گفتاری پیرامون عکاسی

بخش اول - فلسفه ی عکاسی

- الف- درآمد..... 89
- الف- 1- تصویر..... 90
- الف- 2- تصویر فنی..... 91
- الف- 3- دستگاه عکاسی..... 92
- الف- 4- عکس..... 94
- الف- 5- پخش عکس..... 94
- ب- فلسفه ی عکاسی..... 95

بخش دوم - خلق رویدادهای استثنایی

- الف- عکاسی ابزار جدید ارتباطات..... 97
- ب- مخترعان عکاسی..... 97
- ج- کاربرد عکاسی در چاپ..... 104

بخش سوم - شناخت ضمیر ناخودآگاه در عکاسی سوررئالیستی

الف -

- رویکردها..... 108
- ب- عکاسی و سوررئالیسم..... 109

ج- اولین تلاشهای عکاسی سوررئالیسم.....119

بخش چهارم: رشد سوررئالیسم در گرافیک

الف- تعاریف: گرافیک و تبلیغات.....129

ب- انواع رسانه با قابلیت بیان فراواقعی.....130

ب- 1- تبلیغات چاپی130

ب- 2- تبلیغات نمایشی.....130

ب- 3- پاسخ مستقیم (Direct - Response Ads)131

ب- 4- تبلیغات چاپی جانبی131

ب- 5- پخش آگهی تجاری (آگهی های رادیویی - تلویزیونی)132

ب- 6- تبلیغات پستی مستقیم و بازاریابی تلفنی.....132

ب- 7- تبلیغات محیطی.....132

ب- 8- تبلیغات از طریق کالاهای خاص.....132

ب- 9- روابط عمومی و تبلیغات.....133

ج- انواع تبلیغ.....134

د- دلالت‌های ضمنی و بیان فرا واقعی در تبلیغ غیرمستقیم.....135

فصل چهارم: رویکرد سوررئالیستی عکاسی در تبلیغات (مکاتب)

بخش اول - جایگاه عکاسی فرا واقعی در شکل دهی مکاتب مشهور گرافیک

الف- مدرسه باهوس.....140

ب- مکتب سوئیس.....141

ج- فرانسه.....142

ج- 1- گروه گراپوس و پوسترهای اعتراضی.....143

ج- 2- گروه دکتر پچ و مل رز در نمایش‌های CDN.....145

د- طراحی گرافیک در انگلستان.....146

ه- مکتب آلمان.....147

ه- 1- کارگاه رمبولین میرون دساند، اوج فرا واقعیت در تبلیغ.....148

و- مکتب پوستر لهستان.....151

- ز- چکسلواکی سابق و مجارستان.....153
- ح- مکتب ژاپن.....154
- ط- مکتب آمریکا (نیویورک).....156
- ی- پوستر کوبا.....157
- ک- مکزیک.....159

بخش دوم - هنرمندان (با تاکید بر استفاده از عکاسی سوررئالیستی در طراحی آثار)

- الف- هربرت ماتر.....160
- ب- هانس ارنی.....161
- ج- ای. ام. کاساندره.....162
- د- میشل بووه.....163
- ه- اف.اچ.ک. هنریون.....166
- و- استورم تورگرسون.....166
- ز- هانس هیلمان.....169
- ح- گانتر کایسر.....170
- ط- هولگر ماتیس.....172
- ی- فریدر گریندلر.....173
- ک- یان لنیکا.....174
- ل- رومن سیسلویش.....176
- م- میشل باتوری.....178
- ن- شیگئو فوکودا.....181
- س- الکسی برودویچ.....181
- ع- هربرت بایر.....182
- ف- گئورکی کپس.....184
- ص- لستر بیل.....184
- ق- آلوین لاستیگ.....186
- ر- هنری ولف.....187
- ش- ایوان چرمایف و تام گیسمار.....189

190.....	ت- ادوارد مونز باخز.....
191.....	ث- رنه آزکوی.....
192.....	خ- ماگایانس.....
194.....	نتیجه گیری.....
199.....	پروژه عملی
210.....	منابع و ماخذ.....

فهرست تصاویر

- تصویر 1-1- زیگموند فروید، ص 9
- تصویر 1-2- تابلوی "تابستان"، ص 36
- تصویر 1-3- "روپایی از میان جنایت و مکافات"، ص 36
- تصویر 1-2- طرح جلد نشریه ی انقلاب سوررنالیستی، ص 42
- تصویر 2-2- طرح جلد کتاب «نادیا»، ص 44
- تصویر 2-3- سکانسی از فیلم «سگ آندلسی»، ص 45
- تصویر 2-4- سکانسی از فیلم «طلسم شده»، ص 47
- تصویر 2-5- «روز آرام»، ص 49
- تصویر 2-6- «زایش جهان»، ص 50
- تصویر 2-7- «شی، شعر»، ص 59
- تصویر 2-8- «گوی معلق»، ص 60
- تصویر 2-9- فنجان، نعلبکی و قاشق پوشیده در خز، ص 60
- تصویر 2-10- تغییر شکل گوشی تلفن به شکل یک خرچنگ، ص 61
- تصویر 2-11- «تاکی بارانی»، ص 61
- تصویر 2-12- «استخر در کنار تخت دو نفره»، ص 62
- تصویر 2-13- «زایش مایعات»، ص 64
- تصویر 2-14- «نقش اشیاء با کفش کهنه»، ص 65

- تصویر 2-15- پوستر «روکسل و دابویس»، ص 66
- تصویر 2-16 پوستر «دوچرخه ها و ماشین ها»، ص 66
- تصویر 2-17- پوستر شرکت «شل»، ص 67
- تصویر 2-18- طرح جلد مجله «وگ»، ص 70
- تصویر 2-19- طرح جلد مجله «وگ»، ص 70
- تصویر 2-20- آگهی مجله ی وگ «جوراب برایان»، ص 70
- تصویر 2-21- تبلیغ «کادیلاک»، ص 71
- تصویر 2-22- تبلیغ «داتسون»، ص 71
- تصویر 2-23- «خانه ی طراحی مدِ نَرین»، ص 73
- تصویر 2-24- کاتالوگ تبلیغی «ساموئل»، ص 73
- تصویر 2-25- طرح جلد مجله ی «مینیتور»، ص 74
- تصویر 2-26- طرح جلد مجله ی «مینیتور»، ص 74
- تصویر 2-27- تبلیغات عطر «mem»، ص 75
- تصویر 2-28- تبلیغ شرکت «سابنا»، ص 75
- تصویر 2-29- تصویرسازی کتاب «تاریخ طبیعی»، ص 77
- تصویر 2-30- تصویرسازی کتاب «Let There Be Fashion, Down with Art»
ص 77
- تصویر 2-31- تصویرسازی کتاب «ماکسیمیلیان»، ص 78

- تصویر 2-32- تصویر سازی کتاب «سخن به تنهایی»، ص 80
- تصویر 2-33- تصویر سازی کتاب «پادزهر»، ص 81
- تصویر 2-34- تصویر سازی کتاب «روزی روزگاری یک زاغ کوچک»، ص 81
- تصویر 2-35- «سیاه و سفید»، ص 82
- تصویر 2-36- پوستر معابر زیرزمینی لندن، ص 82
- تصویر 2-37- طرح جلد مجله ی «مینیتور»، ص 83
- تصویر 2-38- پوستر ضد حزب نازی «آدولف ابر مرد طلا می بلعد»، ص 84
- تصویر 2-39- پوستر برای «پاپی رکوردز»، ص 85
- تصویر 2-40- (پوستر راه آهن) قطار شبانه ی «ستاره شمال»، ص 85
- تصویر 2-41- پوستر فیلم ، ص 86
- تصویر - پوستر 2-42- «هفته ملی کتابخانه»، ص 86
- تصویر 2-43- نمونه ای از تبلیغات سوررئالیستی شرکت «بنسون و هجس»، ص 87
- تصویر 3-1- اولین عکس از طبیعت، ص 98
- تصویر 3-2- عکس سایه نمای گل ها (بدون دوربین)، ص 100
- تصویر 3-3- آگهی دوربین کداک، ص 103
- تصویر 3-4- «دختر جوان»، ص 116
- تصویر 3-5- «جشن هالوین»، ص 116
- تصویر 3-6- «کولاژ مرتس»، ص 120

تصویر 3-7 - « Avenue de l'Observatoire. Avenue »، ص 121

تصویر 3-8 - «انعکاس»، ص 122

تصویر 3-9 - «Tic - Tac Men»، ص 122

تصویر 3-10 - عکاسی سوررئالیستی «معمای ایزادور دوکاس»، ص 123

تصویر 3-11 - فتومنتاژ، اثر رجاندر، ص 125

تصویر 3-12 - «زن و شوهر در توری»، ص 126

تصویر 3-13 - «دست قانون»، ص 127

تصویر 3-14 - «ساکن شهر متروک»، ص 127

تصویر 3-15 - «The Tearjerker»، ص 128

تصویر 3-16 - فتو مونتاز برای کتاب مایا کوفسکی، ص 128

تصویر 3-17 - جلد مجله بازار هارپر، ص 131

تصویر 3-18 - جلد مجله «وگ»، ص 131

تصویر 3-19 - پوستر فرهنگی «سیب زمینی و موسیقی جاز»، ص 133

تصویر 3-20 - نمونه ای از تبلیغات جاده ای، ص 133

تصویر 3-21 - تبلیغ ماکارونی «پانزانی»، ص 135

تصویر 4-1 - پوستر، ص 141

تصویر 4-2 - از مجموعه ی پوستر گراپوس، ص 144

تصویر 4-3 - پوستر تفاتر «Gevrey - chambertin»، ص 144

تصویر 4-4 - پوستر نمایشگاه آثار گراپوس، ص 145

تصویر 4-5 - پوستر تئاتر، ص 146

تصویر 4-6 - پوستر «روز زمین»، ص 146

تصویر 4-7 - پوستر « صبر کنید ، تا 15 بشمارید و سپس در تاریکی قدم بگذارید»، ص 147

تصویر 4-8 - پوستر ضد حزب نازی «آدولف ابر مرد طلا می بلعد، اما حرف تایش چون قلع بی ارزش است»، ص 148

تصویر 4-9 - پوستر انتشارات « اس. فیشر »، ص 150

تصویر 4-10 - پوستر انتشارات « اس. فیشر »، ص 150

تصویر 4-11 - پوستر تئاتر آفریقای جنوبی، ص 151

تصویر 4-12 - پوستر اجتماعی «به مواد مخدر نه بگو»، ص 152

تصویر 4-13 - پوستر تئاتر «درام ورشو»، ص 153

تصویر 4-14 - پوسترهای تئاتر ، ص 154

تصویر 4-15 - پوستر « فرهنگ ژاپن ؛ پنجاه سال پس از جنگ »، ص 155

تصویر 4-16 - پوستر محیط زیست «همه ی گوشت ها از گیاهان به دست می آیند»
ص 155

تصویر 4-17 - پوستر «سلاح هسته ای ، هیچ آینده ای برای این وعده ندارد» ، ص 155

تصویر 4-18 - پوستر، ص 157

تصویر 4-19 - پوستر فیلم « مرد بازو طلایی »، ص 158

تصویر 4-20 - هربرت ماتر، ص 160

- تصویر 4- 21- پوستر « همه ی راه ها به سوئیس ختم می شود »، ص 161
- تصویر 4- 22- پوستر « خلع سلاح هسته ای »، ص 162
- تصویر 4- 23- دو آگهی مجله برای تبلیغ تلفن و تخته، ص 162
- تصویر 4- 24 - پوستر نمایشگاه، ص 163
- تصویر 4 - 25- پوستر تئاتر «بوریس کودونف» ، ص 164
- تصویر 4 - 26 - پوستر تئاتر «کدبانوی خوب»، ص 165
- تصویر 4- 27- پوستر تئاتر «عروسی فیگارو»، ص 166
- تصویر 4- 28- پوستر «خود کشی اتمی را متوقف کنید»، ص 166
- تصویر 4- 29- طرح جلد آلبوم «کاش اینجا بودی» و «زنگ اختلاف»، ص 167
- تصویر 4- 30- طرح جلد آلبوم «مادر قلب اتم» پینگ فلوید، ص 168
- تصویر 4 - 31- طرح جلد آلبوم « تیر را دفن کن »، ص 168
- تصویر 4- 32 - پوستر فیلم ، ص 169
- تصویر 4 - 33 - پوستر فیلم « زندگی خیانت بار آرچیبالدو دولو کروز »، ص 170
- تصویر 4- 34 - پوستر جشنواره ی موسیقی جاز، ص 171
- تصویر 4- 35- پوستر موسیقی « نمایشگاه موسیقی در باغ » ، ص 171
- تصویر 4 - 36- پوستر، گانتر کایسر، ص 172
- تصویر 4- 37 - نمونه پوستر، ص 172
- تصویر 4- 38- پوستر جشنواره موسیقی و فیلم ، ف 173
- تصویر 4- 39- پوستر فیلم « Seid nett zu Mr. Sloane »، ص 173

- تصویر 4-40- پوستر فیلم « بشر دوست » ، ص 174
- تصویر 4-41- پوستر نمایشنامه « بازدید »، ص 175
- تصویر - پوستر 4-42 « فراموشی گذشته تهدیدی است به تکرار مجدد » ، 175
- تصویر 4-43- پوستر « *Friar Marek* »، ص 176
- تصویر 4-44 - پوستر عفو بین الملل، ص 177
- تصویر 4-45- پوستر فیلم « سرگیجه »، ص 178
- تصویر 4-46- پوسترهای تئاتر، ص 179
- تصویر 4-47- پوستر تئاتر « *noc helvera* »، ص 180
- تصویر 4-48- نمونه ی پوستر ، ص 180
- تصویر 4-49 - پوستر «دفاع شخصی »، ص 181
- تصویر 4-50- طرح جلد مجل هارپرز بازار ، ص 182
- تصویر 4-51- پوستر شرکت جعبه سازی «سی سی ای»، ص 183
- تصویر 4-52- «ساکن شهر متروک»، ص 183
- تصویر 4-53- تبلیغ شرکت سی سی ای «مسئولیت»، ص 184
- تصویر 4-54 - تبلیغ شرکت سی سی ای «مسئولیت»، ص 184
- تصویر 4-55 - طرح جلد « *photo engraving* »، ص 185
- تصویر 4-56 - طرح جلد «ما می دانیم آنها کجايند»، ص 185
- تصویر 4-57 - طرح جلد کتاب «سه تراژدی»، ص 186
- تصویر 4-58- طرح جلد کتاب « فصلی در دوزخ»، ص 187

- تصویر 4-59- طرح جلد مجله «اسکوائر»، ص 188
- تصویر 4-60- طرح جلد مجله «اسکوائر»، ص 188
- تصویر 4-61- طرح جلد مجله «شو»، ص 188
- تصویر 4-62- طرح جلد کتاب «خرد عقل»، ص 190
- تصویر 4-63- طرح جلد کتاب «عقل سلیم و جنگ هسته ای»، ص 190
- تصویر 4-64- پوستر فیلم ، ادوارد باخز، ص 191
- تصویر 4-65- پوستر فیلم مرکز سینمایی ICAIC ، ص 191
- تصویر 4-66 - پوستر هفتاد سالگی رنه آزوکوی، ص 192
- تصویر 4-67- پوستر سیاسی، ص 192
- تصویر 4-68- پوستر موسیقی هنرمندان محلی، ص 193
- تصویر 4-69- پوستر سینمای چین، ص 193

مقدمه

به یک معنا می‌توان گفت انسان از زمانی «دارای» ناخود آگاه شد که برخی فرایندهای تاریخی منجر به افزایش فاصله‌ی میان دنیای درون و بیرون انسان شدند، و تفاوت یا مازاد بر آمده از تعادل تازه‌ی این دو حوزه به قلمرو تاریکی رانده شد، برخی از علوم که بتدریج شکل می‌گرفتند و موضوع خود را انسان قرار داده بودند آن را ناخودآگاه یا از منظری انتقادی، ایدئولوژی نامیدند. در این شکی نیست که در جوامع پیشامدرن ناخودآگاهی جمعی یا به هر حال محتوای میل جوامع و قبائل مختلف، دست کم در مرزهای بسته و تفکیک شده‌ی خود، از برجستگی و عمومیت بیشتری برخوردار بود، و به عکس، ناخودآگاهی شخصی هنوز شکل نگرفته بود یا محتوا و کارکردی کاملاً محدود داشت. در مورد جوامع مدرن نیز بر عکس این صادق است. اما قطع نظر از این حرکت دوگانه، نباید فراموش کرد که ابداع مفهوم ناخودآگاهی و بازشناسی آن، در مقایسه با تاریخ بشر ابداعی نسبتاً جدید است و بنابراین نباید انتظار داشت که روی آوری و توجه هنر مدرن به این مفهوم و علاقه به بهره‌گیری از آن، به آثار هنری از الگوها و اندیشه‌های جوامع در این مورد جدا باشد. (علی رغم، و شاید به علت، تمامی تلاش‌هایی که در جهت خود انگیخته و حقیقتاً ناخودآگاه بودن چنین پیوندی صورت می‌گیرد.) زبان نیز نوعی نظام ارتباطی است که با جهان واقع سازگار شده است. این نظام ویژگی طبیعی و ایستای جهان محسوب نمی‌شود، اما طیف گسترده‌ای از نقش‌های مختلف آن را پوشش می‌دهد. به علاوه، اگر قطعات زبانی را از بافت کارکرد حقیقی آن جدا نماییم، آن‌گاه کاملاً بی‌خاصیت به نظر خواهند رسید. قراردادهای زبانی بطور آشکاری با مسائل و موضوعات فلسفی در ارتباط است، تا جایی که فلسفه تحلیل کلی توانمندی‌ها و محدودیت‌های تفکر بشری قلمداد شود. اگر قرار باشد فیلسوف مفاهیم را تشریح کند بنابراین باید ساختار مفاهیم را درک کند و از شبکه‌ی پیچیده‌ی قواعد موجود در بطن شیوه و کاربرد واژه‌ها نیز آگاه باشد.

اشیاء (بژه) در روابط انسانی ممکن است به دو طریق متفاوت مورد اشاره قرار گیرند: یکی استفاده از نام آنها و دیگری نشان دادن تصویری که دارای شباهت یا عدم شباهت به آن شی