فیلم کوتاه؛ تاریخچه و گونه‌ها

گردآوری: مهدی فلاح‌صابر

فیلم کوتاه در تحول سینمای نوین نقش مهمی ایفا کرد. از زمان «توماس ادیسون» تا دوران «جورج لوکاس» فیلمسازان برای به نمایش گذاشتن فن‌آوری جدید، پیشبرد ایده‌آل‌های هنری یا صرفاً جلب توجه مخاطبان که همواره حایز اهمیت‌اند، به قالب کوتاه متکی بوده‌اند. نخستین بار مخاطب بود که توماس ادیسون را واداشت تا دستیار خود «ویلیام کی ال دیکسن» را در سال ۱۸۸۹ به تحقیق روی وسیله‌یی بگمارد که بعدها به اولین اختراع وی، گرامافون، ارتقا یافت. از شروع عکاسی در دهه‌ی ۱۸۶۰، این اختراع به‌طور روزافزونی رواج یافته بود و با اختراع فیلم‌های سلولوییدی حلقه‌یی، به دست «جورج ایستمن»، زمان مناسب فرا رسید. در سال ۱۸۹۱، دیکسن اولین تصاویر متحرک را برای رییس خود به نمایش گذاشت. ادیسون در سال ۱۸۹۳ اختراع خود، «کینه‌توسکوپ» را به ثبت رساند. این دستگاه جعبه‌یی عجیب بود که سوراخی برای دیدن داشت و به این ترتیب سینما متولد شد. اولین فیلم‌های ادیسون به‌اجبار کوتاه بودند. طراحی موجز کینه‌توسکوپ طول نخستین فیلم‌ها را به ۵۰ فوت محدود می‌کرد. این محدودیت دلیل اقتصادی داشت. ادیسون می‌دانست برای ساخت فیلم‌های متحرکی که از نظر مالی قابل اجرا باشند ناچار است تماشاخانه‌های کوچکی را در میان مردم دایر کند. نخستین فیلم‌های ادیسون ساده بودند؛ یک شات از حرکتی ساده. تصور می‌شود که تصویر یک عطسه که عنوان بسیار خوب «عطسه‌ی فردآت» به آن داده شد، قدیمی‌ترین تصویر متحرکی است که باقی مانده است. دوربین ادیسون که «کینه‌توگراف» نام داشت، دستگاه عجیب و غریبی بود که صدایی شبیه تقه از آن بیرون می‌آمد و نمی‌شد آن را از پشت دیوارهای استودیوی تاریک، موسوم به «بلک ماریا» بیرون آورد. این برای ادیسون مشکلی نبود. فیلم‌های وی نگاهی بدیع و گذرا و کوتاه به یک فن‌آوری نوین بودند. محدودیت خلاقیت ادیسون به سبب مشکلات تولید و توزیع خیلی زود به دست دو برادر، که در آن‌سوی دریای آتلانتیک بودند، حل شد. «آگوست ال ان و لویی ژان لومیر» دوربین تصویر متحرکی ساختند که می‌توانست هم فیلم بسازد و هم آن را پخش کند. سینماتوگراف قابل حمل بود و برای نیرو به هندلی دستی وابسته بود، نه برق. در سال ۱۸۹۵ این دو برادر اولین فیلم خود یعنی «خروج کارگران از کارخانه‌ی لومیر» را تهیه کردند. این فیلم شات خارجی کوتاه و ثابتی بود از کارگرانی که کارخانه‌شان را ترک می‌کردند. برادران لومیر نخستین تماشاخانه‌ی عمومی خود را در ۲۸ دسامبر سال ۱۸۹۵ در زیرزمین گران کافه به وجود آوردند. هنگام نمایش فیلم «ورود قطار به ایستگاه»، وقتی ترن روی پرده به سوی تماشاگران حرکت کرد آنان فریادزنان از سالن گریختند.

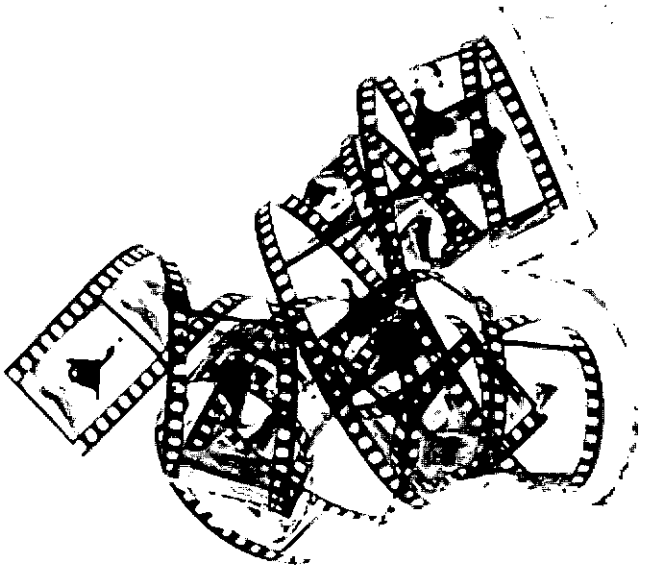
فیلمسازان اولیه

فیلمسازان اولیه به استفاده از قالب راحت و مقرون به صرفه‌ی فیلم کوتاه ادامه دادند. پیشرفت سینماتوگرافی و رو به رشد محتوا به روایت‌های چندشاتی منجر شد؛ نمونه‌ی عالی آن «سفر به ماه» ساخته‌ی «ژرژ مه‌لیس» در سال ۱۹۰۲ است که شامل چندین نمای ثابت در لوکیشن‌های متعدد بود که با هم تدوین شدند. در سال ۱۹۰۳ تدوین پیوسته ابداع شد تا روایت را به وجود آورد. در این زمان، تصویر متحرک حرفه‌یی بزرگ بود. شرکت ادیسون و سایرین، از جمله شرکت آمریکایی میوتسکوپ و بیوگراف، شروع به رقابت بر سر قطعه‌یی از این نوع فیلم کردند. تماشاخانه‌های فروشگاه بزرگ «نیکل اوئونز»، پس از گشایش نخستین شعبه‌ی آن در سال ۱۹۰۵ در پیترزبورگ، در کل کشور گسترش یافتند. نیکل اوئونز موجب افزایش تقاضا برای فیلم شد و فیلم کوتاه را زنده نگه داشت تا آن که کارگردانانی بزرگ همچون «دی. دبلیو. گریفیث» بر ساخت فیلم‌های بلند اصرار ورزیدند. در سال ۱۹۱۴ فیلم بلندی که شامل چهار قطعه یا بیش‌تر بود تبدیل به قالب رایج شد و استودیوها شروع به استفاده از فیلم‌های کوتاه در لابه‌لای برنامه‌های بلند کردند و تنها چند مورد معدود و استثنایی وجود داشت.

تقاضا برای تولید، عامل تسریع‌کننده‌ی خلق مجموعه‌های تلویزیونی بود. فیلم‌های کوتاه اپیزودیک بر چند شخصیت مهم متمرکز بودند و قسمت به قسمت به نمایش درمی‌آمدند. در سال ۱۹۱۲، شرکت ادیسون ساخت اولین مجموعه‌ی تلویزیونی با نام «چه اتفاقی برای مری افتاد» را آغاز کرد. این قالب با همراهی فعالیت تبلیغاتی منحصر به فردی موفقیت بسیاری را به دست آورد. این فعالیت چاپ نشریه‌ی خانوادگی بانوان بود که هر هفته داستانی تازه را منتشر می‌کرد. مدت کوتاهی پس از آن، فیلم‌های نفس‌گیر ظهور یافتند. استودیوهایی مثل شرکت سیلگ پلیسکوپ و بعدها مترو گلدن مایر روی این قالب سرمایه‌گذاری کردند تا به مدعیان اصلی این حرفه تبدیل شوند.

ظهور مک سنت

کارگردان جوانی به نام «مک سنت» که قادر نبود در شرکت ادیسون یا بیوگراف فیلم کمدی بسازد، شرکت فیلمسازی مستقل کی‌استون پیکچرز را تأسیس کرد. ویژگی اصلی فیلم‌های کوتاه سنت، لطیفه‌های بصری و شوخی‌های اسلپ‌استیک بود. در سال ۱۹۱۳، بازیگر انگلیسی «چارلی چاپلین» به سنت پیوست. چاپلین بعدها فیلم‌های کوتاه عظیمی ساخت که تعدادی از



عرصه‌ی فیلم کوتاه می‌تواند بستری برای درخشش این ایده‌های خوب باشد ساخت فیلم کوتاه در حال حاضر تبدیل به فرصتی شده که فیلمسازان جوان پیش از ورود به سینمای حرفه‌یی، آزمون و خطای خود را بکنند و با آمادگی بیش‌تری وارد عرصه‌ی ساخت فیلم بلند شوند

از آن‌ها به درستی استفاده نمی‌شود. فیلم کوتاه نیز از این امر مستثنی نیست و حتی مهجورترین این ابزار است. نکته‌ی دیگر این‌جاست که این گونه‌ی هنری معمولاً به عنوان سکوی پرش یا پله‌یی برای رسیدن به تولید فیلم بلند محسوب می‌شود و این در حالی است که فیلم کوتاه، سینمایی مستقل است که حتی هنرمندان، بازیگران و مخاطبان خاص خودش را دارد.

جشنواره‌های تأثیرگذار

در تمام دنیا جشنوارههای متعددی که بطور خاص به فیلم کوتاه می‌پردازند، برگزار می‌شوند. این جشنوارهها بستری را برای تشویق هنرمندان این عرصه فراهم می‌آورند و می‌توان با تبادل تجربه و دیدگاه و نگاههای تازه در متن همین جشنوارهها افراد مستعد را شناسایی کرد. در اغلب جشنوارههای معتبر فیلم کوتاه، پذیرش فیلمها و داوری آن‌ها در راستای سیاست‌ها و برنامه‌های جشنواره است تا تصویر درستی از جشنواره‌ی فیلم کوتاه در هنرمندان جوان و مستعد نقش ببندد. البته در کنار این‌گونه جشنوارهها، پاره‌یی از جشنوارهها هم هستند که با تعیین یک موضوع خاص به بررسی آثار کوتاه می‌پردازند. جشنوارههای فیلم کوتاه در سال‌های اخیر همواره از رونق خاصی برخوردار بودهاند و توانستهاند نقش مؤثری در پربارتر شدن عرصه‌ی فیلم کوتاه داشته باشند.

ریسک بالای سرمایه‌گذاری

فیلم کوتاه مقوله‌یی نیست که در کوتاهمدت اثر مثبت خود را نشان دهد، بلکه از آن مقولاتی است که برای باروری نیاز به زمان کافی دارد. در جهان، فیلم کوتاه جدی‌تر دیده می‌شود و بیش‌تر مورد تقدیر قرار می‌گیرد، در حالی که در کشور ما به گونه‌یی دیگر است؛ ما کسی که فیلم بلند می‌سازد را از یک سازنده‌ی فیلم کوتاه جلوتر می‌دانیم. در مقایسه‌یی بین برخی از فیلمهای بلند با فیلمهای کوتاه، متوجه می‌شویم که برخی فیلمهای کوتاه به مراتب قوی‌تر از آثار بلند هستند. در فیلم کوتاه کارگردان دغدغه‌ی گیشه ندارد و راحت‌تر مفاهیم مد نظر خود را به تصویر می‌کشد. فیلمسازان بنام هم می‌توانند در عرصه‌ی فیلم کوتاه فعال باشند، شبیه به آن چه در مورد فیلمسازانی نظیر «آلن رنه» و «کن لوچ» می‌بینیم، اما این مسئله منوط به آن است که فیلمسازان حرفه‌یی، فیلم کوتاه ساختن را کسر شأن خود ندانند. شاید از نظر آن‌ها ساخت فیلم کوتاه، مختص فیلمسازان غیرحرفه‌یی باشد؛ در حالی که در سینمای حرفه‌یی جهان چنین نیست و چه‌بسا فیلمسازان پرآوازه‌یی که در کنار فیلمهای بلندشان از ساخت فیلم کوتاه هم غافل نیستند. مسئله‌ی دیگری که شاید باعث می‌شود فیلمسازان حرفه‌یی کم‌تر به ساخت فیلم کوتاه راغب باشند آن است که جایگاه فیلم کوتاه در مناسبات اقتصادی سینما روشن نیست. سرمایه‌گذاری روی فیلم کوتاه به هیچ وجه به‌صرفه نیست آن هم وقتی که معلوم نیست این سرمایه اصولاً قابل برگشت است یا نه!

فیلم‌هایی که دیده نمی‌شوند

به جز بحث سرمایه‌گذاری، یکی از دغدغه‌های اصلی پیش روی فیلمسازان عرصه‌ی فیلم کوتاه، معضل نمایش و پخش آن است. هرچند در اغلب کشورهای جهان شبکه‌های تلویزیونی‌یی وجود داشته که به خرید این آثار و پخش آن‌ها مبادرت می‌ورزند و هم‌چنین در بسیاری از کشورها نظیر فرانسه که عنوان بزرگ‌ترین کشور تولیدکننده‌ی فیلم کوتاه را داراست سینماهایی برای نمایش این آثار وجود دارند، اما متأسفانه در کشورهایی نظیر ایران، سینما و تلویزیون محل نمایش فیلم‌های بلند است حال آن که در کشور ما گستره‌یی عظیم برای نمایش این فیلمها وجود دارد ولی حتی شبکه‌های تلویزیونی نیز در این زمینه تلاشی قابل ملاحظه نمی‌کنند. از نکات دیگر، عدم هماهنگی میان تولید آثار سینمای کوتاه و حمایت از آن‌هاست؛ به این ترتیب که طی سال‌های اخیر به دلیل گسترش امکانات دیجیتالی نوین و ارزان‌قیمت بودن آن، تولید فیلم کوتاه افزایش یافته اما در مقابل میزان حمایت‌ها از تولید این‌گونه فیلمها همچون گذشته و در برخی موارد حتی کم‌تر از گذشته است. در واقع ما هر ساله شاهد بالا رفتن آمار تولید فیلم کوتاه هستیم، اما امکان عرضه‌ی آن‌ها کم‌تر از گذشته است.

رونق سفارشی‌سازی

از دیگر مسایل مربوط به تولید فیلم کوتاه، گسترش آثار سفارشی است. سفارشی‌سازی موضوعی بوده که در تمام کشورهای دنیا در حال انجام است؛ به عنوان مثال کمپانی مایکروسافت غالباً با ساختن فیلم‌های کوتاه به معرفی محصولات نرم‌افزاری جدید خود می‌پردازد. کمپانی جنرال موتورز از دیگر کمپانی‌هایی است که به همین شیوه رفتار می‌کند. هرچند فیلمسازي بدین طریق می‌تواند نوعی حمایت از فیلم کوتاه به شمار آید، اما از زاویه‌ی دیگر نهاد سفارش‌دهنده به عنوان تهیه‌کننده، سیاست و شاخص‌های تجاری خودش را در فیلم لحاظ می‌کند و همین مسئله موجب آن می‌شود که فیلمساز به عنوان عضوی از کمپانی سفارش‌دهنده شناخته شود، در صورتی که فیلم کوتاه یک اثر هنری مستقل است و برای تولید آن، تفکر فیلمساز باید با آن عجین شود نه تفکر صاحبان سرمایه! از همین روست که اگرچه تهیه‌کنندگان با درصد بالایی سفارش به خلق آثار با موضوع مشخص پرداخته‌اند اما نتیجه‌ی هنری خاصی از این روش حاصل نشده است، زیرا فیلمساز در حالی به تولید اثر می‌پردازد که اعتقاد چندانی به آن ندارد. البته این یک سوی قضیه است، سوی دیگر این داستان آن‌جاست که یک هنرمند سعی می‌کند خلاقیت‌های خود را در کار به‌اصطلاح سفارشی دخیل نموده و تا حد امکان با ترکیبی از هنر و تجارت به ارایه‌ی کار بپردازد! ■

آن‌ها عبارت‌اند از: «خانه به دوش» (۱۹۱۵)، «یک نیمه‌شب» (۱۹۱۶)، «خیابان آرام» (۱۹۱۷) و «زندگی سگی» (۱۹۱۸). کمدی‌های کوتاه چاپلین از این نظر منحصر به فرد بودند که نظرات اجتماعی را در لفافه‌ی حماقت عرضه می‌کردند. بعدها فیلم کوتاه تبدیل به وسیله‌یی برای کمدین‌های بزرگ دیگری همچون «باستر کیتون» و «استن لورل و الیور هاردی» شد، اما در سال‌های نخستین قرن بیستم تمام فیلم‌ها کمدی نبودند. جنبش‌های هنری‌یی که بر اثر جنگ جهانی اول آغاز شدند و نیز انقلاب روسیه، بر تمام رسانه‌ها از جمله سینما تأثیر گذاشت. کارگردان‌ها طرفدار اکسپرسیونیسم آلمانی یا تدوین به سبک شوروی شده و فیلم کوتاه تبدیل به قالبی تجربی

برای اجرای این ایده‌آل‌های تازه‌ی سینمایی شد.

فیلم مستند، که به فیلم‌های ارزان و گزارش سفر تنزل یافته بود، با ساخت «نانوک شمالی» به کارگردانی «فلاهرتی» در سال ۱۹۲۲، در مقام یک گونه قدرت مجدد یافت. این اثر فلاهرتی به قالب مستند مشروعیت بخشید و سنت هنری مهمی را آغاز کرد.

صدا دیگر مانع مهم فنی بود. در نخستین سال‌های ظهور تصویر متحرک، تلاش‌های متعددی برای سینک کردن صدا و فیلم صورت گرفت. تا سال ۱۹۱۹، نظام عملی‌یی ابداع شده بود. «لی دوفاست» ابداع‌کننده‌ی لوله‌ی خلاء که برای تقویت صوتی به کار می‌رود، نخستین فیلم‌های ناطق را به نمایش گذاشت که خود نام آن‌ها را «فونو فیلم» گذاشته بود. این فیلم‌ها نمایش‌های کوتاهی بودند که در آن‌ها شخصیت‌های معروف به سخن گفتن یا آواز خواندن می‌پرداختند. ویتافن، اولین شرکت فعال در زمینه‌ی فیلم‌های ناطق تجاری و بعدها شرکت مووی تن متعلق به «ویلیام فاکس» توزیع فیلم‌های کوتاه را آغاز کردند. نمونه‌یی از فیلم‌های ناطق اولیه «صحبت‌های شاد برای مووی تن» است. در سال ۱۹۲۷، فاکس - مووی تن اولین فیلم خبری را به نمایش گذاشت. در پایان دهه‌ی ۱۹۲۰، دیزنی نخستین فیلم از مجموعه‌ی «سمفونی احمقانه»ی خود موسوم به «رقص اسکلت» را عرضه کرد. این مجموعه فیلم‌های کوتاه پویانمایی (انیمیشنی) با پیشرفت‌های نوین در صدای فیلم‌ها و دیدگاه هنری منحصر به فرد دیزنی همراه شد تا برنامه‌های موزیکال فوق‌العاده‌یی خلق شود.

تلویزیون وارد شد

تلویزیون به‌طور کلی باعث تغییر سینما شد، اما این اتفاق بالاخص در فیلم‌های کوتاه رخ داد. با آغاز کار تلویزیون، قالب‌های ۳۰ و ۶۰ دقیقه‌یی رایج شدند. در سال ۱۹۵۱، شرکت کلمبیا وایلد اسکرین جمز را تأسیس کرد تا محصولاتی را برای تلویزیون بسازد که این حوزه‌ی سلطه‌ی تازه‌یی برای استودیوها بود.

در دهه‌ی ۱۹۵۰، انیماتورهای مستقل متعددی تکنیک‌هایی همچون پیکسلی کردن و طراحی روی فیلم را تجربه کردند. کارگردان کانادایی «نورمن مک لارن» با فیلم‌های کوتاه تجربی خود، با نام‌های «داستان صندلی» و «همسایه‌ها» معروف‌ترین فرد این گروه است. تکنیک‌های پویانمایی بر فیلمسازانی چون «آلبرت لاموریس» سازنده‌ی فیلم «بادکنک قرمز» در سال ۱۹۵۶ تأثیر بیش‌تری داشت.

در پی جنگ جهانی دوم، موج جدیدی از فیلمسازان در فرانسه ظهور یافتند. سنت قدرتمند مستندسازی، این فیلمسازان جدید را به سوی بیان هنری نوین در فیلم‌های کوتاه مستند هدایت کرد. ترفندهای سبک‌شناختی فیلم‌های مستند مانند فیلمبرداری در لوکیشن، صدای سر صحنه و فیلمبرداری با دوربین روی دست، بر کارکرد روایی آن‌ها بیش از پیش تأثیر گذاشت. رهبران این جنبش شامل «آلن رنه، کریس مارکر، ژان لوک گدار و فرانسوا تروفو» بودند.

دهه‌ی ۱۹۶۰ - زمان تحول اجتماعی و فرهنگی - شاهد رشد شخصی سازندگان مستقل فیلم کوتاه بود. بسیاری از فیلم‌های کوتاه کلاسیک در این دوران ساخته شدند که فیلم‌های «چاق و لاغر» ساخته‌ی «رومن پولانسکی» و « ژان پیر رنو» و «ماجرای پل اول کریک» ساخته‌ی «روبرت انریکو» از آن جمله‌اند.

معرفی قالب‌های ۸ و ۱۶ میلیمتری باعث شد که سینما برای تعداد بیش‌تری از مردم قابل دسترس شود و استطاعت بیش‌تری داشته باشند. «اندی وارهول» هنرمند معروف پاپ، یکی از کسانی بود که فیلم را به مثابه رسانه‌یی جایگزین برگزید. دسترسی عموم مردم به سینما باعث شد که روز به روز افراد جوان‌تری به‌طور تفننی به فیلمسازی بپردازند. مدارس فیلمسازی در تمام آمریکا و جهان شروع به ظهور کردند. فیلم دانشجویی «جورج لوکاس» موسوم به «تی اچ ایکس» الهام‌بخش فیلم علمی - تخیلی بلندی شد که وی بعدها با همراهی «رابرت دووال» ساخت. «فرانسیس فورد کاپولا، استیون اسپیلبرگ، الیور استون» و سایرین در اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ و اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰ کار خود را با ساخت فیلم‌های کوتاه دانشجویی آغاز کردند.

فیلم مستند و کوتاه امروزی

امروزه فیلم مستند و داستانی کوتاه در تمام مدارس فیلمسازی و جشنواره‌های آمریکا و اجتماعات سینمایی پررونق اروپا هم‌چنان باقی‌اند. سایر قالب‌ها، از جمله ویدیوهای موسیقی و تبلیغات تجاری / سینمایی، شیوه‌های تازه‌یی را برای اجرای ایده‌های سینمایی در اختیار فیلمسازان جدید قرار داده است. با رشد مداوم مدارس سینمایی و گسترش فن‌آوری ویدیو، احتمالاً قالب کوتاه در آینده نیز تداوم خواهد یافت.

پویانمایی (انیمیشن)

پویانمایی از ابتدای قرن بیستم، اغلب به صورت کارتون، بخشی از فرهنگ بصری و رایج ما بوده است. «هانا باربرا، دیزنی، فلیشر و چاک جونز» نام‌هایی هستند که نمایانگر بدنه‌ی خلاق و غنی و محکم این نوع آثارند.

اغلب پروژه‌های پویانمایی، کوتاه‌اند. اصول ساخت آن‌ها شبیه اصول ساخت فیلم‌ها و ویدیوهای زنده - اکشن است با این تفاوت که انیماتور به جای بازیگر از شخصیت‌هایی استفاده می‌کند که روی کاغذ یا سلولویید استات طراحی

می‌شوند. خلق فیلم انیمیشن مستلزم خلق تمام جهان با خراشیدن فیلم است. هر چیزی که در فضا قابل دستکاری باشد می‌تواند به صورت انیمیشن درآید. شخصیت‌های انیمیشنی، از شخصیت‌های چوبی و بریده‌ی روزنامه تا شخصیت‌های گِلی سه‌بعدی و انیمیشن پیچیده‌ی سلولوییدی به سبک دیزنی را در بر می‌گیرند. کار خلق فیلم انیمیشنی وقت‌گیر است و نیاز به صبر فراوان دارد.

تنوع سبک‌های هنرمندان به اندازه‌ی تنوع تخیلات آن‌هاست. «نورمن مک لارن، جان و فیث هابلی و فرانک و کارولین موریس» از انیماتورهایی هستند که سبک‌های منحصر به فرد دیگری جز سبک دیزنی را با موفقیت بسیار به کار بسته‌اند.

درگیر کردن مخاطب بودند. این فیلمسازان با پرداختن به تخیلات سوررئالیستی در سینما، دست به اجرای ترفندهای بصری زدند. آن‌ها بعدها بسیاری از ایده‌های سینمایی خود را که در این فیلم‌های تجربی کوتاه کشف کرده بودند، در فیلم‌های بلند گنجاندند.

جنبش مستقل آوانگارد یا زیرزمینی در آمریکا برای اعتراض به سنت‌ها و انتظارات روایی استاندارد هالیوود آغاز شد. بسیاری از فیلم‌های کوتاه اولیه در قرن بیستم بر تصاویر خاص متمرکز بودند و قالب یا محتوای چندانی نداشتند. در اوایل دهه‌ی ۱۹۴۰ این «ملیا درن» بود که دریافت فیلم‌های کوتاه شخصی و غیرتجاری خیلی بیش‌تر از عکس گرفتن از مجموعه‌یی از شکل‌ها و قالب‌ها کارایی دارند. او مجموعه‌یی از فیلم‌های سوررئال ساخت که در آن‌ها

تجربی یا متفاوت

فیلم یا ویدیوی کوتاه همواره قالبی ایده‌آل برای تجربه بوده است. فیلمسازان از زمان ژرژ مه‌لیس با استفاده از امکانات فیلم دست به تجربه زدند. بسیاری از فیلمسازان بزرگ اروپایی که در دهه‌های ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ مشهور شدند، کار خود را در دهه‌ی ۱۹۲۰ با فیلم‌های کوتاه آغاز کردند. «ژان رنوار، رنه کلر، لوییس بونوئل و ژولین دو ویوید» از جمله این فیلمسازان هستند. هنرمندانی همچون «من ری و مارسل دوشان» هر دو امکانات قالب بصری ناب فیلم را کشف کردند. بسیاری از قطعه‌های آثار اولیه، بر تصاویر ظاهراً بدون ترکیب اتکا داشتند و فاقد داستان و انتظارات روایی برای با مفهوم فضا و زمان و نیز مرز بین خیال و واقعیت بازی شده بود. فیلم‌های او تأثیر عمیقی بر جنبش زیرزمینی دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ آمریکا برجای گذاشت. فیلمسازان جدید همچون «استن برکیج، رابرت بریر، شرلی کلارک، بروس کانر، کنت انگر» و ... در زمینه‌ی «فیلمسازی شخصی» همچون کاشفانی ظهور یافتند.

در دسترس قرار گرفتن ویدیوی قابل حمل در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ به نسل جدیدی از هنرمندان امکان ظهور داد. این فیلمسازان با استفاده از سهولت حاصل از فن‌آوری که می‌شد با آن تصویر خلق کرد و امکانات بی‌پایانی که برای دستکاری‌های الکترونیکی تصاویر موجود بود، کار خود را آغاز کردند. دیگر تصاویر تنها به یک صفحه‌ی نمایش منتقل نمی‌شدند؛ تأسیسات نمایشی تبدیل به بخش پیچیده‌یی از نمایش آثار تجربی شد و به شکل چیزی درآمد که آن را «دیوارهای ویدیویی» می‌نامیم.

مشارکت

مشاغل و انواع سازمان‌ها - از جمله مؤسسات غیرانتفاعی و دولتی - از فیلم و ویدیوی کوتاه با اهداف مختلفی بهره‌برداری می‌کنند: معرفی محصولات یا خدمات جدید، بیان ایده‌ها و راهبردهای تازه‌ی آموزش و تعلیم کارکنان. امروزه چنین کارهایی عموماً «مشارکت» نامیده می‌شوند، نه اقدامی صنعتی. هدف اغلب رسانه‌های مشارکتی، انتقال اطلاعات سازمانی و پیام‌ها، به روشی منسجم، روشن و به‌یادماندنی، به مخاطبانی خاص است. اغلب آثار مشارکتی به جای قالب فیلم، در قالب ویدیو تهیه می‌شوند و در آن‌ها از رویکردهای خلاقانه‌ی مختلفی، از جمله گرافیک رایانه‌یی، پویانمایی، مستند و روایت دراماتیک استفاده می‌شود. آثار مشارکتی عالی می‌توانند از حد اهداف خاص حرفه‌یی فراتر روند و به مقام اثر هنری برسند.

تبلیغات

اثر تبلیغی یک اثر کوتاه و دارای آغاز، بدنه و پایان است؛ درگیری را در آغاز مطرح کرده و تلاش می‌کند تا ما را متقاعد سازد که تنها راه حل درگیری مذکور خرید محصولی خاص است و این کار را در عرض ۱۵ ثانیه به انجام می‌رساند. تبلیغات، داستان‌هایی کوتاه و موجزند که بار فراوانی را در خود حمل می‌کنند. از نظر بسیاری از جوانان، تبلیغات تلویزیونی تنها فرصت برای ارایه‌ی ایده‌یی در کم‌تر از نیم ساعت است. نکته‌یی که می‌توان درباره‌ی هر تبلیغی گفت این است که چه خوب و چه بد، تبلیغ قدرتی عظیم دارد. تبلیغات روال معمول تماشای ما را به هم می‌ریزند و ارتباطی خصمانه برقرار می‌کنند، اما بعد از آن قادرند به لحاظ احساسی در ما نفوذ کنند و چیزی را به ما بفروشند. قدرت یک تبلیغ تلویزیونی در دستکاری رسانه برای رسیدن به یک هدف است.

ویدیوهای موسیقی

ویدیوهای موسیقی هم فیلم کوتاه‌اند اما کنش در آن‌ها با موسیقی پیش می‌رود، نه داستان. موسیقی و ترانه نیروی پیش‌برنده‌ی روایی را فراهم می‌کنند و تصاویر اغلب در حکم زینت آن روایت هستند. بسیاری از سازندگان فیلم و ویدیو کار خود را با ساخت ویدیوهای موسیقی آغاز می‌کنند. این قالب، زمینه‌ی آموزشی موفقی برای بسیاری از کارگردانان بوده است ■