

دلسردی جمعی



عبدالجواد موسوی شاعر و روزنامه‌نگار



خب، به نقطه‌ای که نباید می‌رسیدیم، رسیدیم. حالا دیگر، نه توفیق در مسابقات ورزشی و شکستن رکوردهای افتخارآمیز، نه اکران فیلم‌های توقیفی و گشایش در فضای فرهنگی و کنسرت خیابانی، هیچ کدام نمی‌توانند این قوم خسته و سرگردان را امیدوار کنند و شادی را به‌معنای عمیق کلمه برای آن‌ها به ارمغان بیاورند. حتماً به‌خاطر دارید بر رفتن خانم‌ها به ورزشگاه‌ها، چه بلوهابی که برپا نشد. از بازداشت جمعی از خانم‌ها گرفته تا توقیف فیلمی از کارگردانی که می‌خواست داستان ممنوعیت حضور خانم‌ها در استادیوم‌های ورزشی را به‌تصویر بکشد و ماجرای دل‌خراش و جگرسوز دخترانی و هزار داستان دیگر، هیچ‌کدام نتوانست این غائله را ختم کند. تالینکه فیفا پا گذاشت بیخ گلولی فدراسیون فوتبال و با تهدید و تحریم، راه را برای ورود زنان به ورزشگاه هموار کرد. یعنی گاهی که به‌راحتی و با سرانگشت تدبیر مسئولان مملکت می‌توانست باز شود، سرانجام با زور زیاد فرنگیان باز شد تا آن مثال کهن بار دیگر تحقق یابد که: ما زیر بار زور نمی‌رویم، مگر آنکه خیلی بر زور باشد. درنهایت مردم به تمام خواسته‌های معقول، مشروع و قانونی خود خواهند رسید، اما چه رسیدنی؟ حاکمیت این‌وسط چه‌کاره است؟ تماشاجری منفعل که حتی توان شنیدن صدای مردم را ندارد یا معلولی که حتی اگر بشنود، از دست‌و‌پای آسیب‌دیده‌اش کاری بر نمی‌آید؟ نمی‌دانم. اما هرچه هست اوضاع اصلاً خوب نیست. هر چند هشدار دادن درباره وضعیت کنونی آن قدر تکراری شده که به امری مبتذل تبدیل شده، ولی ظاهر آرایش از این کاری نمی‌توان صورت داد. بعد از جنگ ۱۲ روزه فرصت خوبی بود تا همه آن‌هایی که سر عقل نیامده‌اند، سر عقل بیایند و سروسامانی به این اوضاع آشفته بدهند ولی این فرصت هم مثل خیلی از فرصت‌های طلایی دیگر از دست‌رفت. دنیا که به آخر نرسیده، می‌توان باز هم در انتظار فرصت‌های طلایی نشست و از قول بابا طاهر گفت: نشینم تا دگر درون بگردد. اما همان قدر که پیش آمدن یک فرصت دیگر امری محال به‌نظر نمی‌رسد، انتظار اینکه آن‌هایی که تا امروز سر عقل نیامده‌اند، سر عقل بیایند هم امری محال به‌نظر می‌رسد. این را تجربه می‌گوید. وقتی، نه تغییر و تحولات بنیان کن اجتماعی و فرهنگی، نه حتی اتفاقی هولناکی مثل یک جنگ تحمیلی و نابرابر نتوانند بعضی‌ها را سر عقل بیاورند، یعنی: این قافله تا به حشر لنگ است. وقتی دولتی نتواند از عهده عهدی که با مردم برای رفع فیلتر یکی، دو پیام‌رسان بسته برآید، چگونه می‌توان از او انتظار داشت گری از کار فرو بسته اقتصاد، تورم لجام‌گسیخته، بیکاری و فقر بگشاید؟ مدافعان وضع موجود دلخوش‌اند که این مردم فهیم و آگاه به‌رغم همه مصیبت‌هایی که بر سرشان آوار شده، زبان به اعتراض نمی‌گشایند. زهی خوش خیالی! یکی نیست به این جماعت متوهم بگوید، مردم همیشه شما را غافلگیر کرده و می‌کنند. کدام یک از نابسمانی‌ها و به‌بهریختگی‌های این سال‌ها را نتوانسته‌اید حدس بریزید که این دومی‌اش باشد؟ اتفاقاً مردم وقتی زبان به اعتراض می‌گشایند که شما غرق در توهمات‌تان همه چیز را تمام‌شده دانسته‌اید و آنان را مدافع تمام‌قد و بی‌چون‌وچرای خودتان فرض می‌کنید، ناگهان سیل می‌رسد، دریا قبل تو فان همیشه آرام است. همان طور که در جنگ ۱۲ روزه شرافت، نجابت و صبوری آنان را به‌نام خودتان فاکتور کردید و نفهمیدید آن‌ها خیلی بهتر و بیشتر از شما معنای مین‌پرستی و وطن‌دوستی را می‌فهمند. اتفاقاً آن‌ها خوب می‌فهمند بازی کردن در زمین دشمن یعنی چه. کسی در زمین دشمن بازی می‌کند که نمی‌تواند اولویت‌های مردم و مملکت‌اش را درک کند و درست‌وقتی که تورم و ناترازی آب، برق، گاز و عقل بیداد می‌کند، به فکر تصویب لایحه حجاب و عفاف است تا مردم را به‌جان هم بیاندازد و زمینه را برای جنگی دیگر فراهم آورد. کسی در زمین دشمن بازی می‌کند که صراحتاً دولت و حکومت را تهدید می‌کند که اگر به خواسته‌های حزبی آن‌ها تن ندهند به‌زودی مردم غیور به صحنه خواهند آمد و دیگر کسی جلودار آن‌ها نخواهد بود. یاریگر رسمی دشمنان این آب و خاک کسانی هستند که با تزویج اوهام و خرافات، خود را پیروز نهایی همه نبردهای عالم می‌دانند و به‌جای اندکی تدبیر و به‌کارگیری سلول‌های خاکستری مغز، فقط و فقط به شعارهای توخالی و رجزهای بی‌مصرف دل خوش‌اند. دلسردی جمعی، بزرگ‌ترین آفت این روزهای ماست. البته که ما هنوز هم با پهنه‌های ساده خوشبختی، شادمان می‌شویم. اما کیست که نداند، این شادمانی‌های کوچک و زودگذر نمی‌تواند مرهمی بر زخم‌های عمیق و بزرگ ما باشد. نمی‌دانم نتوانستم منظوم را برسانم یا نه؟ بگذارید از احمد شاملو مد بگیرم. طلب از این قرار است:

چیزی فسرده‌است و نمی‌سوزد

امسال

در سینه/ در تنم!

۱۶

۲۴ ساعت

24 HOURS

hammihanmedia@gmail.com

@Hammihanonline

- صاحب امتیاز و مدیرمسئول: غلامحسین کرباسچی
- مشاوران: عباس عیدی و احمد زیدآبادی
- سردبیر: محمدجواد روح • معاون سردبیر: مهرداد خدیر • دبیر آنلاین: شبنم رحمتی
- دبیران گروه‌ها: فرزانه طهرانی (اقتصاد) • آرمین منتظری (دیپلماسی و بین‌الملل)
- علی ورامینی (رسانه و فرهنگ) • سمیه متقی (سیاست) • الناز محمدی (جامعه) • آرش خاموشی (عکس)
- مدیراداری و آگهی‌ها: شاهرخ حیدری
- مدیر هنری: مهدی قربانی تبار
- هادی حیدری (طرح و کاریکاتور)• حروفچینی و ویراستاری: شهرام هادی

• تلفن روابط عمومی: ۸۸۷۴۹۳۰۰ • تحریریه: ۸۸۷۳۰۲۹۱ • آگهی‌ها: ۸۸۷۳۵۲۰۷ • نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸

• لیتوگرافی و چاپ: هم‌میهن • تلفن چاپخانه: ۰۲۱۴۶۸۱۱۱۴ • توزیع: نشر گستر امروز نوین • تلفن: ۰۲۱-۶۱۹۳۳۰۰۰



عکس: خبرگزاری آنا

میل بی‌پایان به پول

بودجه سال ۱۴۰۵ سازمان صداوسیما در حالی به ۴۶ هزار میلیارد تومان رسیده که سازوکار نظارتی و هزینه کرد اعتبارات آن شفاف نیست



مسعود شاه‌حسینی

خبرنگار گروه فرهنگ

همه‌ساله درست در روزهایی که دولت لایحه سند دخل و خرج یک ساله کشور را به مجلس می‌برد، همه چشم‌هایشان را گرد می‌کنند تا ببینند تا ردیف‌های نهادهای خاص و بودجه‌بگیر مثل صداوسیما چقدر شده است. این مناقشه‌ای تقریباً قدیمی است که یک طرف آن خواست عمومی برای شفافیت، کارآمدی و اولویت‌سنجی است و آن سویش هم نهادهایی‌اند که به پاسخ‌گو نبودن شهره‌اند. برای صداوسیما فصل بودجه یک روند خطی ثابت دارد: افزایش چند درصدی ردیف‌ها. به قاعده هر سال، در سال ۱۴۰۵ نیز مجموع ردیف‌هایی که به این سازمان اختصاص می‌یابد، ۲۰ درصد بیشتر می‌شود. بررسی جداول لایحه بودجه ۱۴۰۵ نشان می‌دهد پایه بودجه این سازمان به ۲۳ هزار و ۵۱۲ میلیارد تومان رسیده است. ماجرا فقط همین هم نیست. در جدول شماره ۹، که به برآورد اعتبارات ردیف‌های متفرقه اختصاص دارد، یک هزار و ۹۶۰ میلیارد تومان دیگر تحت عنوان «کمک به تولید آثار فرهنگی و افزایش آگاهی عمومی» به صداوسیما اعتبار داده شده است. با جمع‌زدن این دو ردیف، بودجه سازمان به حدود ۳۵ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان می‌رسد. جز این ردیف مستقلی با عنوان «توسعه کمی و کیفی برنامه‌های تولیدی پویانمایی، مستند، فیلم و سریال» دیده می‌شود که ۹ هزار میلیارد تومان اعتبار برای آن در نظر گرفته شده است. با احتساب همه این ردیف‌ها، مجموع منابع صداوسیما در سال آینده به رقم حیرت‌انگیز ۴۶ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان می‌رسد. چهار سال پیش بودجه صداوسیما حدود ۸ هزار میلیارد تومان بود حالا بسته به شیوه محاسبه چهار تا پنج برابر شده است.

تناقض ردیف بودجه و ریزش مخاطب

در شرایطی که تورم و گرانی بیداد می‌کند و دولت درگیر کمبود منابع و کسری بودجه شدید است و رو به صرفه‌جویی و حتی حذف یارانه دهک‌های درآمدی آورده، برای صداوسیما هیچ چیز عوض نشده است. سال ۱۴۰۵ هم برای این سازمان بهاری است. مثل بسیاری از سازمان‌ها و نهادهای خاص دارای ردیف بودجه، حاتم‌بخشی‌های بودجه‌ای از ثروت عمومی یک سوی ماجراست. آنچه در این میان پرسش‌برانگیز است، جایگاه این رسانه در سبد مصرف فرهنگی و نیازها و تواریجات و عادت‌های رسانه‌ای نسل جدید است. برنامه‌های صداوسیما نه‌مخاطب‌چندانی دارد، نه کیفیت‌شان به‌طور محسوسی ارتقا پیدا کرده و نه بحران اعتماد عمومی دامن‌گیر آن ترمیم شده است. در فضای رقابت نیز که عملاً قافیه را به پلتفرم‌های داخلی و خارجی واگذار کرده‌اند. سریال‌ها و برنامه‌هایی که با هزینه‌های سنگین تولید می‌شوند، اغلب یادیده نمی‌شوند یا در خوش‌بینانه‌ترین حالت اگر هم کسی پیشان نبیند، خیلی زود از حافظه جمعی پاک می‌شوند. از آن سو اما مردم ترجیح می‌دهند نیازهای محتوایی و سرگرمی خود را از پلتفرم‌های آنلاین، شبکه‌های اجتماعی یا حتی رسانه‌های خارجی تأمین کنند. این موضوع وقتی در پیوند با سهم آن از بودجه عمومی کشور قرار دهیم، تناقض آميز می‌شود. تناقضی که سال‌هاست به‌پرشی عمومی تبدیل شده است. مردم می‌پرسند چرا سازمانی بی‌مخاطب همه‌ساله باید بیشترین سهم را از بودجه کشور بگیرد؟

محتوا یا واقعیت‌ها تناسبی ندارد

شاید یکی از جدی‌ترین و واردترین نقدها به صداوسما همین مقاومت‌اش در برابر نظارت و پاسخ‌گویی است. مقاومتی که حالا دیگر شکلی تاریخی به خود گرفته است. تا به امروز، هیچ تحقیق و تفحص جامعی درباره عملکرد مالی و مدیریتی صداوسیما انجام نشده یا دستکم اگر هم انجام شده باشد، رسانه‌ای نشده و تلاش‌هایی که هم در برخی دوره‌ها در این راه شده، با مسکوت یا بی‌نتیجه‌مانده است.

محمدعلی ابطی، فعال سیاسی و مدیر پیشین برون‌مرزی صداوسیما با تاکید بر اینکه صداوسیما باید مانند تجربه رسانه‌های معتبر جهانی با ساختارهای کوچک‌تر، چابک‌تر و کم‌هزینه‌تر، کارآمدتر اداره شود، به هم‌میهن می‌گوید: «مسئله اصلی و محل نگرانی افکار عمومی نه صرفاً اعداد و ارقام بودجه، بلکه تناسب میان محتوای رسانه ملی با واقعیت‌های اجتماعی و

خواست مخاطبان است. ابطی معتقد است رسانه‌ای که مخاطب مؤثر ندارد، اساساً از کارکرد رسانه‌ای تهی شده و هزینه‌کرد در چنین شرایطی، نوعی اتلاف منابع عمومی به شمار می‌رود. او تصریح می‌کند که اگر چه هزینه تولید محتوا و آنتن ممکن است در مقایسه با هزینه‌های پرسنلی رقم بالاتری نباشد، اما فقدان عقلانیت رسانه‌ای، درایت حرفه‌ای و توجه به مطالبات واقعی مردم، آسیب اصلی این ساختار است. این فعال سیاسی یکی از مشکلات بنیادین صداوسیما را فقدان سازوکار مؤثر نظارت محتوایی می‌داند و می‌گوید: «در درون صداوسیما، نهاد یا مرجعی وجود ندارد که به‌طور شفاف و حرفه‌ای درباره اثربخشی یابی اثری برنامه‌ها داوری کند و مشخص سازد کدام برنامه ارزش افزوده رسانه‌ای دارد و کدام صرفاً هزینه‌زا و فاقد کارکرد است. در نتیجه، مدیریت محتوا اغلب بر اساس تشخیص‌های محدود و سلیقه‌ای پیش می‌رود.» ابطی همچنین به نگاه بسته و غیر جامع به مفهوم «مخاطب» اشاره می‌کند و می‌گوید: «در ساختار فعلی، مخاطب صداوسیما نه‌کل جامعه یا اکثر آن، بلکه گروه‌های محدود و از پیش تعریف‌شده‌ای تلقی می‌شوند که هدف اصلی، حفظ همان طیف است.» این فعال سیاسی بهترین مسیر اصلاح را الگوبرداری از همین‌قبای نوظهور می‌داند؛ رسانه‌هایی که به‌گفته او با حداقل امکانات، اما با خلاقیت، نوآوری و شناخت دقیق مخاطب، نتوانسته‌اند ارتباط مؤثری با جامعه برقرار کنند. او تأکید می‌کند: «تا زمانی که فضای بسته مدیریتی، بی‌اعتنایی به راهکارهای متنوع و فقدان نوآوری بر صداوسیما حاکم باشد، امکان تحول جدی فراهم نخواهد شد؛ در حالی که توجه به تجربه رسانه‌های مستقل و خلاق، می‌تواند مسیر پیشرفت را هموار کند.»

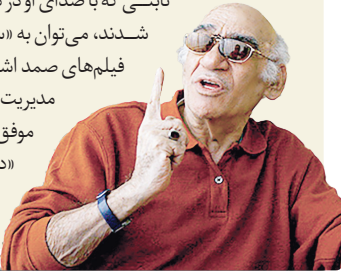
ما به ازای بودجه‌ای صداوسیما چیست؟

امیر دبیری‌مهر، پژوهشگر رسانه، اصل شفافیت بودجه‌ای را نه‌مطالبه‌ای سیاسی و انتخابی جناحی، می‌داند که ضرورت حکمرانی ایجاب می‌کند به آن توجه شود. او با اشاره به نظارت‌های قانونی و سازمانی بر عملکرد مالی صداوسیما می‌گوید: «بر خلاف تصور رایج، نظارت‌های مالی دقیق وجود دارد اما مسئله مهم‌تر این است که در قبال این هزینه‌ها، چه خروجی و چه کارکردی برای جامعه تولید می‌شود. باید سنجش شود که آیا برنامه‌های رادیو و تلویزیون و قاعده‌یهد و شنیده می‌شوند یا نه. آیا اکثریت مردم مخاطب این برنامه‌ها هستند؟» دبیری‌مهر با ابراز تردید نسبت به آمارها درباره مخاطبان صداوسیما می‌گوید: «این که گفته می‌شود ۷۰ درصد مردم بیننده صداوسیما هستند، اگر صرفاً از سوی خود سازمان اعلام شود، کفایت نمی‌کند. باید مؤسسات نظرسنجی مستقل، بی‌طرف و غیرسیاسی این ادعا را بررسی کنند. اگر خروجی این ارزیابی‌ها نشان دهد که تنها ۷،۶ یا حتی ۱۰ درصد مردم مخاطب بخش قابل توجهی از برنامه‌ها هستند، باید پرسید آیا چنین سطحی از مخاطب، توجیه‌کننده هزینه‌کرد سنگین از بودجه عمومی است یا نه.» این پژوهشگر رسانه، حساسیت‌ها درباره ردیف‌های اعتباری سالانه صداوسیما را به‌جهت‌گیری‌های این رسانه مرتبط می‌داند. وی می‌گوید: «در سه، چهار سال اخیر، رویکرد سازمان صداوسیما به‌طور آشکار غیرملی بوده و عملاً یک طیف‌فکری و سیاسی‌خاص که اقلیتی پنج‌شش میلیونی در برابر جمعیت ۸۶ میلیونی کشور محسوب می‌شود، مخاطب اصلی قرار گرفته است. اگر سازمانی آگاهانه برنامه‌هایی برای این جمعیت کم‌روی آنتن می‌برد، با چه منطقی باید بودجه‌ای دریافت کند که به‌نام کل جمعیت کشور تخصیص داده می‌شود؟» او درباره اینکه چرا احساسات عمومی نسبت به ردیف‌های اعتباری صداوسیما بیشتر شده، می‌گوید: «امروز بسیاری از افشار اجتماعی خودشان را در آینه بوداوسیما نمی‌بینند؛ نه صدایشان شنیده می‌شود، نه تصویرشان دیده می‌شود. وقتی یک رسانه عمومی بازتاب‌دهنده تنوع جامعه نباشد، طبیعی است که افکار عمومی نسبت به هزینه‌کرد آن حساس شود و بپرسد چرا منابع محدود کشور باید صرف نهادی شود که خود را در برابر جامعه پاسخ‌گو نمی‌داند. بحث درباره بودجه صداوسیما و پرسیدن درباره سازوکارهای نظارتی این سازمان هیچ‌وقت تمامی ندارد و حتی به پرسش‌های بنیادین دیگری می‌رسد. پروضع است، رسانه‌ای که مخاطب ندارد، قدرت ندارد. رسانه‌ای که حاضر به بازتعریف مأموریت خود، پاسخ‌گویی و پذیرش نظارت مستقل، شفافیت مالی و گفت‌وگوی واقعی با افکار عمومی نباشد، حتی اگر همه منابع عمومی را هم به آن بدهند، تنها و تنها شکاف‌ها را عمیق‌تر می‌کند. شکافی که با پول پر نمی‌شود، و هر سال، در زمان تصویب بودجه، خود را با صدایی بلندتر یادآوری می‌کند.

چهره

آن صدای بم به یادماندنی

۱۱ سال پیش در چنین روزی، صادق ماهرز از مدیران دوبلاژ و گویندگان پیشکسوت ایرانی، پس از ۱۱ ماه بودن در کما، در سن ۷۵ سالگی در کلن آلمان درگذشت و پیکرش در همان شهر و در کنار مزار همسرش به خاک سپرده شد. ماهرز فعالیت هنری را با بازیگری در «تئاتر پارس» آغاز کرد. از جمله نمایش‌هایی که او در این دوران در آنها حضور داشت، می‌توان به «مرد ماهیگیر» و «شعله من» اشاره کرد. از میانه دهه ۱۳۳۰ اما ماهرز با آن صدای بم زیبایی که داشت، به دوبله در «استودیو اطلس فیلم» مشغول شد و بیش از نیم‌قرن در حرفه صداییشگی فعالیت کرد. نخستین تجربه او در این زمینه، گویندگی نقش پدر راج کاپور در یک فیلم هندی بود و آخرین فعالیت‌اش نیز، سریال «مدار صفر درجه». بیشتر فعالیت‌های ماهرز البته در فیلم‌های ایرانی بود و از جمله تیپ‌های ثابتی که با صدای او در ذهن بینندگان ایرانی ثبت شدند، می‌توان به «سرکار استوار» در مجموعه فیلم‌های صمد اشاره کرد. جز این، ماهرز در مدیریت دوبلاژ کارتون نیز بسیار موفق بود و «گوریل انگوری» و «داروغه ناتینگهام»، با صدای او ماندگار شدند.



کتابخانه

یهودیت در طول اعصار

یهودیت به‌مثابه یکی از کهن‌ترین سنت‌های دینی جهان، همچنان محل توجه است؛ زیرا به‌رغم جمعیت اندک یهودیان جهان (رقمی قریب به ۱۵ میلیون نفر) اما همچنان آنها نقشی مهم در سیاست‌های جهانی دارند و در منطقه خاورمیانه نیز شکل‌گیری اسرائیل به یکی از اصلی‌ترین معضلات بدل شده است. با این تفاسیر خواندن کتاب ۲۳۰ صفحه‌ای کریستین هیز، استاد ممتاز بازنشسته مطالعات دینی دانشگاه ییل و از برجسته‌ترین متخصصان یهودیت کلاسیک، این خُسن را دارد که به ما داستان پرپیچ‌وخم پیدایش یهودیت را نشان می‌دهد. البته خود هیز در پیشگفتار کتاب

پیدایش یهودیت

نویسنده: کریستین هیز

ترجمه: محمد مهدی

سیاه‌کالی مرادی

انتشارات: نی

بدین‌نکته اشاره می‌کند که «اگر چه عناصر دینی بر تاریخ و تمدن یهودی حاکم‌اند، ولی یهودیت و قوم یهود یکی نیستند»، بنابراین تمرکز این کتاب، نه بر قوم یهود که بر دین یهودیت است. کتاب علاوه بر گاه‌شماری وقایع مهم در پیدایش یهودیت، شامل هفت‌فصل است: «پیدایش یهودیت تا ۶۵۰ میلادی»، «اسرائیل دوران کتاب مقدس»، «امم‌امین ادبیات کتاب مقدس»، «از اسرائیل دوران کتاب مقدس تا یهودیت معبد دوم»، «از یهودیت معبد دوم تا یهودیت خاخامی»، «موضوعاتی در یهودیت خاخامی» و «یهودیت در طول اعصار».

تاریخ

کشف غار پرستوها



در ۲۷ دسامبر ۱۹۶۶، غار پرستوها (Cave of Swallows) بزرگ‌ترین غار زیرزمینی شناخته‌شده در جهان، در سن لوئیس پوتوسی مکزیک کشف شد و در چهارم آوریل ۱۹۶۷، اولین فرود ثبت‌شده به این غار اتفاق افتاد. این غار عمودی که دهانه آن ۴۹ متر در ۶۲ متر است، در انتهای خود به اتاقی با عرض تقریبی ۳۰۳ در ۱۳۵ متر گسترش می‌یابد. ارتفاع کف غار تا دهانه، بین ۳۳۰ متر تا ۳۷۰ متر متغیر است و بدین‌ترتیب این بزرگ‌ترین چاه غار جهان، دومین گودال عمیق در مکزیک و یازدهمین ریزشگاه عمودی عمیق در جهان است. این غار، یکی از مقاصد محبوب غارنوردی عمودی است. غارنوردان طناب‌های خود را در قسمت پایین، جایی که پیچ‌ها در سنگ نصب شده‌اند و منطقه عاری از هرگونه مانع است، محکم می‌کنند. فرود با طناب تا کف غار، می‌تواند تا یک‌ساعت طول بکشد. بالا آمدن از آن ممکن است از ۴۰ دقیقه تا بیش از دو ساعت طول بکشد. سقوط آزاد یک‌فرود بدون چترنجات، تقریباً ۱۰ ثانیه طول می‌کشد، از این‌رو این گودال بین علاقه‌مندان به ورزش‌های هیجان‌انگیز پرش از ارتفاع (بیس جامپینگ)، محبوب است.