

मार्क लिक्टी । २००३ । सुटेव्ली मोर्डन: मेकिड मिडल क्लास इन ए न्यु कन्ज्युमर  
सोसाइटी (*Suitably Modern: Making Middle Class in a New  
Consumer Society*) । प्रिन्स्टन: प्रिन्स्टन युनिभर्सिटी प्रेस ।

काठमाडौंको जनजीवनमा मध्यम वर्गको रूपमा नयाँ वर्ग देखा परेको पाँच दशकयता मात्र हो । अहिले मध्यम वर्ग संस्कृतिले काठमाडौंमा जरा गाडिसकेको छ । यो वर्ग आफ्नो छुट्टै पहिचान निर्माण गर्न निरन्तर क्रियाशील छ । रहनसहन, लवाइखवाइ र आनीवानीको माध्यमले यो वर्गले आफ्नो पृथक वर्गीय अभ्यास गरिरहेको छ ।

काठमाडौंको वर्गीय संरचना एवं संस्कृतिबारे अध्ययन/अनुसन्धान भएको खासै पाइँदैन । नेपाली समाजभित्र विद्यमान विभिन्न विषमता र असन्तुलनको अध्ययन/अनुसन्धान हुने क्रम भर्खर मात्र थालिएको छ । यसै क्रममा मार्क लिक्टीले काठमाडौंको मध्यम वर्गको संस्कृति र अभ्यासलाई आफ्नो अध्ययनको विषय बनाएका छन् । मध्यम वर्गको परिचय के हो ? कहिले र कसरी मध्यम वर्ग अस्तित्वमा आयो ? कसरी यसले आफ्नो पृथक पहिचान निर्माण गर्न लागिपर्छ ? मध्यम वर्ग, आधुनिकता तथा उपभोगवाद संस्कृतिबीच के सम्बन्ध छ ? मध्यम वर्गको अभ्यासलाई आमसञ्चारले के-कति असर पार्छ ? सुटेव्ली मोर्डन: मेकिड मिडल क्लास इन ए न्यु कन्ज्युमर सोसाइटी पुस्तकमा मार्क लिक्टीले यिनै महत्वपूर्ण सवालहरुको विश्लेषण

गरेका छन् । यो विश्लेषण गर्दा उनले परिभाषा र सैद्धान्तिक पक्षभन्दा मध्यम वर्गको व्यवहार र अभ्यासलाई मिहिन रूपमा केलाएका छन् ।

काठमाडौंको मध्यम वर्ग नैतिकता (मूल्य र मान्यता) को व्याख्या र आधुनिकता सुहाउँदो जीवन शैलीको प्रदर्शनबाट समाजमा आफ्नो विशिष्ट र पृथक पहिचान निर्माण गर्न सक्रियसँग लागिपरेको छ । यो अभ्यासलाई चित्रण गर्न यस पुस्तकमा लिक्टीले मानवशास्त्रीय अध्ययन र अनुसन्धानको विधि अपनाएका छन् । काठमाडौंको मध्यम वर्ग निर्माणको दैनन्दिनीको अभ्यास र विशिष्ट चरित्रलाई केलाउन लिक्टीले मार्क्स र वेबरको वर्ग सिद्धान्तको समीक्षणलाई आधार बनाएका छन् । यस पुस्तकले गरेको विश्लेषणलाई मूलतः तीनवटा फराकिलो पक्षको रूपमा हेर्न सकिन्छ । पहिलो, काठमाडौंमा मध्यम वर्गको सांस्कृतिक प्रादुर्भाव र ऐतिहासिक पृष्ठभूमिको वर्णन । दोस्रो, समसामयिक सहरिया मध्यम वर्ग निर्माण प्रकृया र यसको विस्तृत चित्रण । तेस्रो, मध्यमवर्ग संस्कृतिलाई वैचारिकीकरण गर्न मानवशास्त्रीय भ्यालबाट नवीन दृष्टिकोणको प्रस्तुती हो । तेस्रो पक्ष पुस्तकको कुनै वेग्लै खण्ड नभएर पुस्तकभरि निहित छ ।

मध्यम वर्गको थालनी खोज्ने क्रममा लिक्टी भन्छन्, सामान्यतः शक्ति र आर्थिक स्रोत माथिको कब्जा र पहुँचको आधारमा मुख्यतः दुई वर्ग (उपल्लो र तल्लो)मा विभक्त काठमाडौंको सामाजिक संरचनामा मध्यम वर्गको विकास केही दशकयता मात्र भएको हो । काठमाडौंको उच्च कुलीन एवं सर्वसाधारण सहरिया मध्येबाटै यो नयाँ वर्ग अस्तित्वमा आएको हो । मध्यम वर्ग संस्कृतिको अभ्यास र विशिष्ट पहिचानको आधार मूलतः उनीहरूले गर्ने वस्तुको उपाभोग नै हो । त्यसैले उनी भन्छन्, उपभोगवाद र आर्थिक स्वतन्त्रता नहुञ्जेल मध्यम वर्ग संस्कृतिको निर्माण अकल्पनीय हुन्छ । अतः सन् १९५० मा राणा शासनको अन्त्य र प्रजातन्त्रको उदयसँगै विश्वव्यापी रूपमा फैलिरहेको बजार उदारीकरण र आर्थिक स्वतन्त्रताको नीति नेपालमा पनि भित्रियो । यसपछि मात्र मध्यम वर्गको स्पष्ट प्रकटीकरण भएको हो । राणा कालमा सर्वसाधारणले आफू खुशी वस्तु उपभोग गर्न कदापि पाउँदैनथे । उनीहरूको उपभोग स्वतन्त्रतामाथि पनि नराम्रै अंकुश लगाइएको थियो । मूलतः कृषि र सानातिना व्यापारमा मात्र अल्झेर रहेका काठमाडौंबासीहरूको निम्ति अन्य विभिन्न खालका पेशा र रोजगारी (सेवामूलक जागिर एवं व्यवसाय)का अवसरहरूको ढोका खुल्न थाल्यो । विदेशीहरूको बढ्दो आगमन र सञ्चार माध्यम (रेडियो र पत्रपत्रिका)को उपस्थितिले उपत्यकाभित्र मात्र सीमित रहेको सर्वसाधारण काठमाडौंबासीका जीवनको बाह्य आधुनिक संसारसँग सम्बन्ध जुड्न थाल्यो । यसपछि आधुनिक विचार र वस्तुको परिचयसँगै उपभोग्य वस्तुको खुला निर्यातले काठमाडौंबासीहरू पनि आधुनिक सभ्यताको उपभोगितावाद र यसलाई प्रदर्शन गर्ने प्रवृत्तिबाट अछुतो रहन सकेनन् । यसरी काठमाडौंको जनजीवनमा एउटा पृथक वर्गीय स्थान र नयाँ संस्कृति निर्माणको प्रक्रिया आरम्भ भयो ।

परम्परागत रूपमा जात र धर्म नै सामाजिक पहिचानको सूचक रहँदै आएको थियो । तर समसामयिक आधुनिक परिवेशसँगै वर्गीय अवधारणाले नयाँ सामाजिक पहिचानको प्रक्रियामा अग्रणी भूमिका खेल्न थाल्यो । बहूदो बजारमुखी अर्थतन्त्रको उदय, राजनीतिक जीवनका नयाँ संरचनाहरू तथा उपभोग्य वस्तु र कृयाकलापको संसारभित्र जात विशेषभन्दा वर्गीय अभ्यास र अवधारणा वरिपरि नै बहुसंख्यक जीवनहरू केन्द्रित हुन थाले । लिक्टीले जातीय सोचाइको ठाउँ वर्गीय अवधारणाले लिन थाल्नुको मुख्य कारक तत्वहरू यिनै हुन भनेर तर्क गरेका छन् । तथापि उनको तात्पर्य वर्ग निर्माणमा जातीय प्रभावको कुनै भूमिका नै हुँदैन वा यसको सान्दर्भिकता नै मरिसकेको छ, भन्ने होइन ।

मध्यम वर्ग निर्माणको अभ्यास पुस्तकले चित्रण गर्न खोजेको अर्को पक्ष हो । 'आधुनिक नेपाली' लाई परिभाषित गर्ने सामाजिक एवं सांस्कृतिक संवादमा सक्रियता देखाउनु नै काठमाडौँको मध्यम वर्ग हुनु हो । मध्यम वर्ग 'आधुनिक हुनुको' परिभाषा निकै रमाइलो र जटिल (साथै अस्पष्ट) छ । यसको आधुनिकता सोभै वस्तु उपभोग गर्ने प्रवृत्ति र प्रकृतिसँग जोडिएको छ । यति हुँदाहुँदै पनि यो वर्गको ठाडो सरोकार वस्तु उपभोगमा मात्र सीमित हुँदैन । वस्तुको मूल्य, उपयोगिता, अपरिहार्य आवश्यकता, त्यसको प्रयोग एवं प्रयोजनसँग जोडिएको नैतिक मान्यता महत्वपूर्ण पक्ष हो । साथै प्रयोग वा उपभोगको विधि एवं शैलीका कथनीहरूले महत्वपूर्ण भूमिका खेल्नहेको हुन्छ । यसले सदैव वर्गीय उपभोगवादको उपादेयता सिद्ध गराउन र यो वर्गीय अवधारणा विवेकशील छ, भनेर देखाउन अनेकौँ तर्कको सहयोग लिइरहेको हुन्छ ।

मध्यम वर्ग नैतिक खेलमा पनि निरन्तर सक्रिय हुन्छ । यसले उपल्लो (कुलीन) र तल्लो (विपन्न) वर्ग दुवैलाई नैतिक भ्रष्टको संज्ञा दिन कहिले चुक्दैन । उच्च कुलीन वर्गको विदेशी आधुनिकवादको होडमा सामेल हुने प्रवृत्तिलाई यसले 'गति छाडा' जीवनको संज्ञा दिन्छ । त्यस्तै विपन्न वर्गको पारम्परिक एवं दरिद्र जीवनलाई पनि भद्दा र क्रुर देख्छ । मध्यम वर्गले सदैव आफूलाई परम्परागत मूल्य मान्यताको संरक्षक संभन्छ र नेपालीलाई सुहाउँदो आधुनिकता अंगिकार गर्न हुने नैतिक तर्क दिन्छ ।

काठमाडौँको मध्यम वर्गले फेशनलाई अपरिहार्य मान्छ । फेशनबिना आफ्नो अस्तित्व अकल्पनीय ठान्छ । हुन त फेशन व्यक्तिगत रुचि र शोख हो, तर माध्यम वर्गले समय र समाज 'सुहाउँदो' फेशन र यसको आवश्यकतामा विशेष जोड दिन्छ । फेशनले व्यक्तित्व निर्माणमा सघाउने तर्क राख्छ काठमाडौँको मध्यम वर्गले । आधुनिक समाजमा फेशन सबैले गर्ने हुनाले आफूले पनि गर्नुपर्ने बाध्यता यो वर्गले देखाउँछ । त्यसैले काठमाडौँमा फेशनले वर्ग संस्कृति एवं स्थानको पहिचानमा अति नै महत्वपूर्ण भूमिका खेल्ने गरेको छ । यो एउटा भरपर्दो र बाहिरबाटै छुट्टिने सर्वमान्य सूचक बनिरहेको छ ।

लिक्टी भन्छन्, इज्जत र प्रतिष्ठाको कथनीले पनि मध्यम वर्ग निर्माण प्रक्रियामा महत्वपूर्ण भूमिका खेल्छ । इज्जतलाई भौतिक सम्पन्नतासँग जोडेर हेरिन्छ । जसले

भौतिक वस्तुको प्रदर्शन गर्न सक्दछ र जान्दछ, समाजमा उसैको 'इज्जत' छ। समाजमा इज्जत कायम गर्न मध्यम वर्गलाई अति नै कसरत गर्नुपर्छ। सीमित आय र बहुआयामिक आवश्यकताबीच सामञ्जस्यता मिलाउन सार्है पर्छ। मध्यम वर्गले शिक्षा (अंग्रेजी माध्यम), फेशन, पेशा र वस्तु उपभोगको प्रदर्शनलाई प्रस्तुत गरिहरन्छ। यो प्रदर्शनसँगै नैतिक मान्यताको समर्थन जुटाउने निरन्तरको प्रयासमा यो वर्ग लागिहरन्छ।

काठमाडौंको मध्यम वर्गको 'वास्तविकता' र 'यथार्थवाद' सँग पनि विशेष मोह र सान्निध्यता देखिन्छ। चलचित्र हेर्ने अभ्यास र प्रवृत्तिको माध्यमले यो पक्षलाई उजागर गरिएको छ। भिडिओ प्रविधिको आगमन (सन् १९७० को दशकमा)पछि मध्यम वर्गले आ-आफ्ना घरमै चलचित्र हेर्न थाले। योभन्दा पहिला सिनेमाहलमा प्रभाव नदेखिने तल्लो वर्गको यसवेलासम्म हलहरुमा पनि आगमन बढ्न थालिसकेको थियो। घरमै चलचित्र हेर्न थालेको मध्यम वर्गको लागि फेशन प्रदर्शन गर्ने सार्वजनिक थलोको रूपमा चलचित्र हलहरुको विकल्पमा अरु सार्वजनिक स्थलहरु खडा भइसकेको थियो। यसरी फेशन प्रदर्शन गर्न चलचित्र हलमै जानुपर्ने बाध्यता रहेन। त्यसैले मध्यम वर्गले 'वास्तविकता' र 'यथार्थ' चलचित्र हेर्ने इच्छा घरमै बसेर पूर्ति हुने विशिष्ट अवसरलाई उपयोग गर्न चुकेनन्। यसरी आफ्ना कुन कृयाकलापलाई सार्वजनिक गर्ने र कुनलाई निजी गर्ने भन्ने बारेमा काठमाडौंको मध्यम वर्ग सचेत हुन थाल्यो।

विश्वभरि बढ्दो मिडिया संस्कृतिले काठमाडौंका मध्यम वर्गको रुचि, चाहना र अभ्यासलाई कसरी प्रभाव पार्नो भन्ने कुरा पनि पुस्तकको महत्वपूर्ण पक्ष हो जसको विस्तृतमा चर्चा गरिएको छ। यसमा मूलतः नेपाल टेलिभिजन (दृश्य माध्यमको रूपमा), फिल्मी पत्रपत्रिका (छापा माध्यम) तथा पश्चिमा लोकप्रिय संगीतको प्रभाव र भूमिकालाई छुट्टाछुट्टै केलाइएको छ। यी छुट्टाछुट्टै माध्यम रहेता पनि एक अर्काका पूरक हुन्। पुस्तकमा भनिएको छ, १९५० देखि काठमाडौंमा मध्यम वर्गको निर्माण प्रक्रिया थालनी भएको देखिए पनि यो प्रक्रिया व्यापक र तीव्र भएको सन् १९७० को दशकमा भएको हो। आम सञ्चारका विभिन्न माध्यमहरुको काठमाडौं प्रवेशले यसको तीव्रतालाई निर्देशित गरेको हो। आधुनिक उपभोक्ता समाजमा इच्छा आवश्यकताको उपज होइन, यसलाई बजारमा उपलब्ध 'वस्तु'को जानकारी एवं उपभोक्ताको क्रयशक्तिले जन्माउँछ। सन् १९७० को दशकमा भिडिओको आगमनपछि हिन्दी एवं अंग्रेजी (अन्य पनि) चलचित्रहरुको बाढी, सन् १९६० र ७० मा हिप्पीहरुको आगमनले फेशन र म्यूजिकमा भिन्न्याएको नयाँ प्रचलन, र सन् १९८० को दशकमा बहुराष्ट्रिय टेलिभिजन च्यानलहरुको प्रसारणले काठमाडौंबासीहरुलाई नयाँ एवं विविध वस्तुसँग परिचय गरायो। यसले काठमाडौंको मध्यम वर्गको उपभोगिता संस्कृतिलाई बहुआयामिक बनाउन र नयाँ प्रचलन स्थापित गराउन पनि सघायो।

पुस्तकमा भनिए अनुसार भिडिओ प्रविधिको आगमनसँगै सिनेमाहलको सट्टा यही प्रविधिको उपभोग नै मध्यम वर्गको पहिचान बन्न पुग्यो । तर सवाल उठ्छ सन् १९७० को दशकमा निजी रुपमा भिडियो प्रविधिको उपभोग गर्न कति मध्यम वर्गीय परिवारहरु सक्षम थिए? किन भने यसको आगमनताका यो अत्यन्तै महँगो प्रविधि थियो । अत्यन्तै धनीहरुले मात्रै भिडिओ किन्न सक्थे र यसको स्वामित्व उत्तिखेर सम्पन्नताको प्रतीकको रुपमा हेरिन्थ्यो । त्यसैले पुस्तकमा भनिए पनि सम्भवतः मध्यम वर्गको बुताभन्दा बाहिर थियो भिडियो प्रविधि ।

तर सँगै काठमाडौंको हलहरुसम्म नयाँ रिलिज भएको चलचित्र (खासगरी हिन्दी) आइपुग्न धेरै समय लाग्ने कुरा अनुमान गर्न सकिन्छ । अर्को तर्फ भिडिओ क्यासेटहरु सिनेमा रिलिज हुने बित्तिकै यहाँको भिडिओ पार्लरहरुमा आइपुग्दा नयाँ चलचित्र घरमै बसेर तुरुन्तका तुरुन्त हेर्न पाइने भएको हुनाले भिडिओ प्रतिको आकर्षण बढेको हुनुपर्छ । साथै नयाँ प्रविधिप्रतिको उत्सुकताले पनि उपभोग गर्ने सक्षता हुनेहरु सबैको आकर्षण बढाएको हुनुपर्छ । तसर्थ भिडिओप्रतिको आकर्षण मध्यम वर्गको संस्कृतिको मानकको रुपमा मात्र कतिको हेर्न मिल्छ ? यो पक्षलाई पुस्तकमा चर्चा गरिएको छैन । साथै भिडिओप्रतिको अपार आकर्षणले पनि हलहरुमा जाँदा दर्शकको संख्यामा खासै फरक पारेको थिएन । केही मात्रामा दर्शक घटेको महशुस गरिए पनि त्यो अल्पकालिन थियो । लिक्टीले भनेका सबै प्रविधिहरु अधिकांश मध्यम वर्गको बुताभिन्न पर्ने आजको अवस्थामा पनि अझै हलमा सिनेमा हेर्न जानेहरुमा अधिकांश मध्यम वर्ग भनाउँदाहरु नै पाइन्छन् । काठमाडौंको असन र अन्य ठाउँहरुमा तत्कालीन गैरकानुनी र व्यावसायिक रुपले सञ्चालन गरिएको भिडिओ प्रदर्शनहरुमा समाजका सबै वर्गका व्यक्तिहरुको उत्तिकै सहभागिता हुन्थ्यो । त्यसैले पनि चलचित्र र भिडियो हेर्ने यो अभ्यासलाई कुनै एउटा वर्ग विशेषको पहिचानको सूचकको रुपमा हेरिनु मनासिव र तर्कसंगत नहोला ।

काठमाडौंमा मध्यम वर्गभिन्न पनि केही वर्षयता पृथक वर्गको निर्माण हुन थालेको छ । युवा यस्तै एउटा पृथक वर्गको उदाहरण हो जसको स्थान छुट्टै र विशिष्ट छ तर अन्तरसम्बन्धित पनि । काठमाडौंको मध्यम वर्गीय जीवनको उतारचढाव र कठिनताको सबैभन्दा बढी चाप र तनाव युवा वर्गले भोग्नु परेको छ, जो आफ्नो पृथक पहिचान निर्माण गर्न चिन्तित र सकृय छ । पारम्परिक विगत, शून्य वर्तमान (परिवर्तनहीन) र अनिश्चित भविष्यसँग निरन्तर संघर्षरत जीवन जीउनु पर्ने नियतिले पनि युवा वर्ग यो तनावबाट विशेष किसिमले प्रभावित छ । एकतर्फ उनीहरुलाई परिवार एवं समाजको परम्परागत मूल्य र मान्यताको चाप विछुट्टै छ भने अर्कोतर्फ आफूमा आधुनिकतालाई अँगाल्ने उत्कट चाहना छ । यही दोसाँधमा कुष्ठित भइरहेको जिन्दगी मध्यम वर्गीय काठमाडौंका युवाहरुको आम परिचय बनिरहेको छ । नतिजा युवाहरुभिन्न छाउँदै जाने निराशा र नकारात्मकताले विभिन्न कुलतमा फस्दै जाने सम्भावना बढ्दो छ । यसले उनीहरुलाई सामाजिक तिरस्कार र बाहिष्कारतिर डोच्याइरहेको छ । त्यसैले लिक्टी

भन्छन्, अत्यन्तै कठिन र पीडादायी छ काठमाडौंको मध्यम युवा वर्गको जीवन । पुस्तकमा तन्नेरीहरुको यो अवस्थालाई विशेष रुचि एवं ध्यानपूर्वक उनले व्याख्या गरेका छन् । युवाहरु कसरी मिडियाको प्रचारबाजीले प्रभावित हुन्छन् र कसरी त्यस पछ्याडि दौडी हाल्छन् भन्ने कुरालाई पनि लिक्टीले उदाहरणसहित प्रस्तुत गरेका छन् ।

अन्त्यमा लिक्टी भन्छन्, उपभोक्ता संस्कृति, आम सञ्चार एवं युवा संस्कृति काठमाडौंमा मध्यम वर्ग संस्कृति निर्माणमा संलग्न अन्तरसम्बन्धित पक्षहरु हुन् । वर्ग निर्माण संस्कृति कुनै वस्तु वा पदार्थ होइन, यो एउटा निरन्तर प्रक्रिया एवं दैनिक अभ्यास हो । यद्यपि उपभोगतावाद र यससँग अन्तरसम्बन्धित आम मध्यस्थता र युवा संस्कृतिको प्रक्रिया मध्यम वर्ग निर्माणमा संसारभरि नै प्रचलित प्रकृया हो । यसैले काठमाडौंको मध्यम वर्ग निर्माण शैली कुनै अनुकरण नभएर एउटा स्वभाविक प्रकृया हो । सके समाज निर्माणको अपरिहार्य पाटो पनि हो । यसभित्र काठमाडौंको आफ्नै स्थानीय सामाजिक एवं सांस्कृतिक विशेषता देखिन्छ । तसर्थ यो मौलिक छ। सँगै यो गतिशील र बहुआयामिक छ । अनि जटिल र विशिष्ट छ । त्यसैले मध्यम वर्गले यसमा पीडा, कष्ट, तनाव, अथक परिश्रमसँगै गर्वको अनुभूति पनि गर्छ ।

पुस्तकमा यो वर्गको राज्य सत्ता सञ्चालन र राजनीतिप्रतिको दृष्टिकोणबारे केही चर्चा गरिएको छैन । राज्यको नीति निर्माणमा यो वर्गको प्रभाव र भूमिकाबारे पनि लेखक मौन छन् । तर मध्यम वर्गको संस्कृति यो पाटोबाट यत्तिको अछुतो अवश्य छैन होला । विभिन्न जात र धर्ममा विभक्त छ काठमाडौंको समाज । यहाँको सामाजिक संरचना निर्माणमा जात र धर्मले सदैव अग्रणी भूमिका खेल्दै आएको इतिहासले देखाउँछ । काठमाडौंको समाजभित्र कुनैपनि व्यक्तिको हैसियत तथा पहिचानको प्रारम्भिक एवं महत्वपूर्ण सूचक नै जात र धर्ममा अडिक छ । हिन्दू धर्मको अत्याधिक प्रभुत्व रहेको यहाँका समाजमा अन्य धर्मसँगका व्यक्ति वा समुदायले आफूलाई मूलधार मध्यम वर्ग जनजीवनमा सहभागी बनाउन के कति अन्य थप परिश्रम र संघर्ष गर्नु पर्‍यो वा अझसम्म पनि गर्नु परिरहेको छ भन्नेबारे पुस्तक मौन छ । अझसम्म पनि काठमाडौंमा मार्क लिक्टीले भने जस्तो जात र धर्मले खेल्ने भूमिका कम भएको छैन । जात र धर्म अनुसार काठमाडौंभित्रकै मध्यम वर्गको भाषा, पहिरन, बोलीचाली, रुचि, प्राथमिकता एवं आवश्यकता फरक छन् । अर्थात् मध्यम वर्गभित्रिनकै पृथक संस्कृति पाइन्छ । यस्ता जातीय, धार्मिक साथसाथै भौगोलिक विभेदले सृजना गरिरहेको असन्तुलनलाई लिक्टीको अध्ययनमा कतै उठाइएको छैन ।

लिक्टीले काठमाडौंको मध्यम वर्ग अध्ययनको क्रममा फेशनप्रति यो वर्गको अवधारणा बुझ्ने जिज्ञासामा महिला मात्र सामेल गरेक छन् । यसरी पुरुषहरुको फेशन अवधारणा बुझ्न लिक्टीले किन आवश्यक ठानेनन् यसबारे उनले कुनै स्पष्टीकरण/तर्क दिएका छैनन् । के पुरुष फेशनप्रति संवेदनशीलन वा सचेत हुँदैनन् ?

यो पुस्तक सन् १९८८ देखि १९९१ बीच मार्क लिक्टी नेपाल बसेको बेला गरिएको अनुसन्धानमा आधारित छ। पछि सन् १९९६ र २००१ मा काठमाडौं आउँदाको अनुभव र अवलोकनलाई लिक्टीले पुस्तकमा समावेश गरेका छन्। यो अध्ययन मूलतः दुई सयभन्दा बढी काठमाडौंबासीहरूसँगको अनौपचारिक अन्तर्वार्तामा आधारित छ। कतिपय अन्तर्वार्ताका मुख्य अंशहरू गफ कै शैलीमा जस्ताको तस्तै राखिएको छ। यसले पुस्तकलाई निकै रोचक बनाएको छ।

काठमाडौंको मध्यम वर्ग उपभोक्तावादको संस्कृतिले जकडिसकेको छ, र त्यसबाट निस्कने कुनै सम्भावना नरहेको कुरा पुस्तकमा उल्लेख छ। पुस्तकमा समयको प्रगतिसँगै मध्यम वर्गको बढ्दो चाहना र आवश्यकताले उनीहरूको जीवनशैलीलाई कसरी आकार दिइरहेको छ, यो संस्कृतिले मध्यम वर्गमा कसरी आधारभूत सिद्धान्त निर्माण गरिहरको छ, र त्यसलाई कसरी व्यवहारमा उतारिन्छ, भन्ने आकर्षक विश्लेषण गरिएको छ। त्यसैले पनि *सुटेब्ली मोर्डन* राम्रो अनुसन्धानात्मक दस्तावेज हो। काठमाडौंको मध्यम वर्गको चरित्र, प्रवृत्ति र व्यवहारलाई नजिकबाट हेर्न सफल यो अनुसन्धान सम्भवतः यही विषयमा मात्र केन्द्रित भएर लेखिएको पहिलो पुस्तक हुनु पर्छ।

अनुभव अजीत  
मार्टिन चौतारी