

ISSN 2362-1133

Volume- 9

April - 2025

# The Journal of Academic Development



Research Management Cell  
Rammani Multiple Campus

# The Journal of Academic Development

---

Vol. 9

April, 2025

---

*“In Pursuit of Excellence”*

A Peer-Reviewed Multidisciplinary Journal

Chief Editor  
**Ashok Bhandary, PhD**

Editors  
**Jagannath Bashyal**  
**Maya Ghimire**  
**Rajendra Thapa Magar**

**Research Management Cell**  
Rammani Multiple Campus  
Tilottama-5, Manigram, Rupandehi, Nepal  
Phone: 977-7156026, [www.rammani.edu.np](http://www.rammani.edu.np)

# The Journal of Academic Development

---

Vol. 9

April, 2025

---

## Volume 9 - National Seminar Special Issue

Rammani Multiple Campus Research Management Cell organized a 2-Day National Seminar titled “National Culture as a Resource” on March 2-3, 2025 (Falgun 18-19, 2081). The objective of the seminar was to explore the potential of using the national culture as a valuable resource for a nation’s development. The 7 articles published in this volume were all presented during the seminar.

The seminar hosted the following experts in Nepali Culture, Sociology, Nepali, English, Economics, and Management to chair the sessions and provide comprehensive feedback during the paper presentations.

---

1. Dr. Krishna Chandra Sharma  
Professor (Emeritus) of English at T.U. Central Department, Kirtipur
  2. Dr. Babu Ram Gewali  
Professor (Emeritus) of Economics, T.U.
  3. Dr. Kapil Dev Lamichhane  
Professor (Emeritus) of Nepali, T.U.
  4. Dr. Ganesh Prasad Pathak  
Professor (Emeritus) of Management, T.U.
  5. Dr. Tikaram Gautam  
Associate Professor of Sociology at T.U. Central Department, Kirtipur
- 

The number of papers was limited to ensure that each paper get adequate time and attention during the seminar presentations and benefit from the Q&A and feedback sessions. All the papers went through a rigorous blind review process before publication.

# The Journal of Academic Development

## PEER REVIEW COMMITTEE

<b>Jay Raj Awasthi, Ph.D.</b>	Professor of English
<b>Krishna Chandra Sharma, Ph.D.</b>	Professor of English
<b>Siddhartha Dhungana, Ph.D.</b>	Assistant Professor of English
<b>Ramesh Prasad Bhattarai, Ph.D.</b>	Professor of Nepali
<b>Kapil Dev Lamichhane, Ph.D.</b>	Professor of Nepali
<b>Baburam Timilsina, Ph.D.</b>	Associate Professor of Nepali
<b>Phanindra Bhandary, Ph.D.</b>	Associate Professor of Mathematics
<b>Babu Ram Gewali, Ph.D.</b>	Professor of Economics
<b>Resham Thapa, Ph.D.</b>	Associate Professor of Economics
<b>Ganesh Prasad Pathak, Ph.D.</b>	Professor of Management
<b>Sudarshan Nepal</b>	Professor of Management
<b>Rabindra Ghimire, Ph.D.</b>	Associate Professor of Management
<b>Tikaram Gautam, Ph.D.</b>	Associate Professor of Sociology

## **Editorial**

*Research Management Cell at Rammani Multiple Campus aims to promote faculty scholarship through research. This is of paramount significance specifically as higher academic institutions in Nepal and around the world face twin pressures to stay relevant – first, by conducting quality research and second, by preparing job-ready graduates. This is only possible if Rammani faculty are active in research and bring their research-informed expertise to classrooms and students.*

*This National Seminar Special Issue – Volume 9 is an effort to disseminate research to benefit not only the academia but the broader community in general.*

*Research Management Cell at Rammani is committed towards getting as many faculty involved in research, so that both quality and quantity of research output is high. The continuity of its journal – The Journal of Academic Development – and the publication of the current volume - Vol.9 No. 1 - on April, 2025 is a testament to this commitment. This journal, The Journal of Academic Development, is a peer-reviewed multidisciplinary journal. The editors are hopeful that the multidisciplinary nature of this journal serves a wider audience and facilitates cross-discipline scholarship.*

*Finally, the editors would like to thank all the scholars, authors, and readers for their valuable reviews, comments, and feedback for the continual improvement of the journal. Disclaimer: The editorial team is not liable for the validity of data, information, literature sources and other materials used by authors in this journal.*

**Editors, April 2025**

# The Journal of Academic Development

Vol. 9

April, 2025

Title of the Article	Author(s)	Page #
The Influence of Reference Group on Impulsive Buying Behavior with Mediating Role of Hedonic Shopping Behavior	Shrestha, Arpan	1
Bank Specific Factors and Market Price of Stock: Evidence from Nepalese Commercial Banks	Thapa, Rajendra KC, Puspa	39
Bridging the Gap: Kautilya's Arthashastra and Modern Economics	Regmi, Krishna Kumar	64
Production Cost of Feature Film in Nepal	Shahi, Sher Bahadur	89
साँस्कृतिक एकीकरणका सन्दर्भमा मानव श्रोतको दिगो उपयोगका लागि सिगालोवाद सुत्तको उपादेयता	Subedi, Manjil Thapa, Kamal	117
नेपाली तीज गीतमा साँस्कृतिक रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृति	Ghimire, Maya	138
भवानी भिक्षुको 'माधुरी नानी' कथामा प्रभुत्व	Bhusal, Raju	175



**The Influence of Reference Group on Impulsive Buying Behavior with Mediating  
Role of Hedonic Shopping Behavior on Online Products**

Arpan Shrestha

Department of Management, Rammani Multiple Campus



### **Abstract**

Impulse buying is a spontaneous and unplanned purchasing behavior influenced by psychological, social, and environmental factors. With the rapid expansion of e-commerce, particularly in Nepal, online marketing strategies, social media influence, and reference groups have emerged as essential drivers of impulsive buying, especially in online apparel shopping. This study examines the influence of reference groups on impulsive buying behavior and inquires into the mediating role of hedonic shopping behavior within the framework of the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model. Using a descriptive and causal-comparative research design, data were collected from 400 respondents in Butwal Sub-Metropolitan City through a structured questionnaire. The research findings indicate that reference groups significantly influence impulsive buying, both directly and indirectly, through hedonic shopping behavior of the consumer. However, the mediating effect of hedonic shopping behavior is relatively weak, suggesting that reference groups have a more direct impact on impulsive purchasing decisions than the pleasure derived from shopping. The study contributes to consumer behavior literature by highlighting the role of reference groups in online retail environments and providing insights for online marketers to develop targeted strategies that leverage social evidence and hedonic appeal to improve sales. Additionally, this research has implications for policymakers in ensuring ethical online marketing practices.

*Keywords:* impulse buying, reference groups, hedonic shopping behavior, online shopping, consumer behavior

## **The Influence of Reference Group on Impulsive Buying Behavior with Mediating Role of Hedonic Shopping Behavior on Online Products**

An impulse buying refers to spontaneous purchase or unplanned shopping. Some behaviors that cause impulse purchases include seeing the same product at a very low rate which results in the impulse purchase if the product is new (well-established or sample) on the consumer. Impulse buying is characterized by spontaneous action by the shopper when exposed to a stimulus which results in unplanned buying as defined by Parboteeah (2005) and Piron (1991). Impulse buyer begins foraging once they visit a specific store although they do not have an intention to acquire such product. They are exposed to the stimuli while they are foraging, when owners trigger customers' buying desire. When an impulse buyer wants to buy something, she will simply choose to buy without looking for information or considering substitutes.

Online shopping in Nepal has witnessed a rapid growth in the last decade with emergence and penetration of portals such as Daraz, Sastodeal, Hamrobazar, Muncha, OkDam, Oldpinch.com, Socheko.com, etc. It is easier, and often quicker, than the conventional purchasing process. Research shows that various factors contribute to the tendency of impulsive buying such as convenience, discounts/ offers/ promotions, anxiety, and difficulty in managing the feelings (impulses) or buying to uplift the mood. Marketers often succeed in inducing the consumers to make unplanned purchase/ buying more items/ quantity than planned through aggressive promotional campaigns that create urgency and

advance social influence. For a significant number of the online retailers, the objective is not just to get customers or shoppers to purchase. It is getting them to purchase more. The internet retail sector is already selling products directly to customers and recommending other things on websites. A shopper can view multiple adverts on different social media platforms, and they can click on the advertisements to visit websites and get what they want. With the proliferation of ecommerce sites, there is a paradigm shift where an increasing number of people shifted from offline to online shopping (Zhao, Y., Li, Y., Wang, N. et al, 2022). Impulse buying behavior is a sudden, compulsive, and hedonistic complex buying behavior (Wang P and Chapa S, 2022). Impulsive buying represents between 40 and 80 per cent of all purchases, depending on the type of product (Aragoncillo, L. and Orus, C. 2018). The phenomenon of impulsive buying was first acknowledged as an irrational behavior in the decade of the 1940s (Luna and Quintanilla, 2000). Social media and online marketing promote products to customers based on their points of interest (POI), which can be connected to search history using a variety of technologies.

In consumer behavior research, impulse buying has drawn a lot of interest since it is impulsive and unpredictable. According to Verplanken and Sato (2011), impulsive buying is an unexpected purchase that is largely motivated by emotional and psychological considerations rather than by sound judgment. This tendency has been exacerbated by the growth of e-commerce, especially in the online apparel sector, where

customers are exposed to compelling digital marketing strategies, time-limited deals, and eye-catching product displays. Even with a wealth of studies on impulsive buying, little is known about how external social factors, particularly reference groups, affect impulsive buying of apparel in online shopping settings (Aragoncillo & Orus, 2018).

Consumer preferences and buying decisions are greatly influenced by reference groups, which include family, friends, celebrities, and social media influencers (Bearden & Etzel, 1982). Customers usually go to reference groups for fashion trends, style validation, and product recommendations when they shop for apparel online, especially when they are unsure about what to buy. Although digital marketing and social media platforms have increased their influence, little is known about how much of an impact they have on impulsive purchases in online fashion retail. Research on impulsive buying has mostly concentrated on psychological factors, ignoring the outside social influences that influence customer behavior in online shopping settings.

Hedonic shopping behavior, or the pleasure-driven reason behind buying fashion products for emotional satisfaction, enjoyment, and self-expression, is another important component affecting impulse buying in online garment shopping (Arnold & Reynolds, 2003). Due to their increased sensitivity to sensory signals, brand perception, and aesthetic appeal, consumers who engage in hedonic buying are more likely to make impulsive purchases (Hausman, 2000). However, little study has looked at whether hedonic purchasing behavior acts as a mediator between impulsive buying of apparel in e-

commerce and reference group influence. Understanding this mediating effect is essential because online fashion retail mostly depends on influencer marketing, digital interaction tactics, and visual merchandising.

There are two main research gaps that this study aims to fill. First, although previous studies have looked at the psychological aspects of impulsive buying, little is known about how reference groups affect impulsive online apparel purchases. Examining this connection can shed light on the outside societal influences influencing consumer choices in online fashion sales. Second, despite the fact that hedonic shopping has been associated with impulsive buying, it is yet unknown how it might act as a mediator between reference groups and impulsive purchase of online apparel. Customers are being exposed to inspirational lifestyles and compelling brand endorsements more frequently due to the explosive rise of social media marketing and influencer-driven fashion culture (Escalas & Bettman, 2003). Thus, this study intends to investigate (1) the direct influence of reference groups on impulsive garment purchases in online shopping and (2) whether hedonic purchasing behavior mediates this link.

By addressing these gaps, this study will add to the body of knowledge on consumer behavior and offer insightful information to e-commerce marketers and fashion merchants that want to create focused plans that use hedonic appeal and social influence to boost online sales of apparel.

This study looks at the following research questions.

- (a) How do reference group influence impulsive purchase?
- (b) Does Hedonic Shopping Behavior mediate in the relationship between reference group and impulsive buying?

### **Objective of the Study**

- To examine the effect of reference groups, on impulse buying.
- To determine whether hedonic shopping behavior has mediation role in the relationship between reference groups and impulse buying behavior.

## **Literature Review**

### **Impulsive Buying Behavior**

Impulsive buying is the term used to describe unplanned or spontaneous purchases. When consumers encounter new products, well-known brands, or trial products at surprisingly cheap prices, they are more inclined to make impulsive purchases. Impulsive buying is defined as the result of a stimulus exposure that results in unanticipated purchasing; it involves a shopper's decision made on the moment (Parboteeah, 2005; Piron, 1991). Impulsive buyers are those that enter a store with no intention of purchasing a particular item. While foraging, they come upon stimuli that pique consumers' interest in buying. When a consumer is impulsive, she makes a purchase without considering her options or doing any research on the product. However, the consumer may encounter either positive or negative outcomes from the post-purchase

review following an impulsive purchase (Nagadeepa et al., 2015). Throughout the entire process, a number of factors influence the buyer by triggering their impulsive purchasing behavior.

According to KC and Tamang (2022), women's impulsive buying behavior in supermarkets is greatly increased by financial independence and a pleasant store environment. Impulsive buying behavior is not found to be significantly positively correlated with group influence. According to the research's findings, women's impulsive buying behavior is mostly influenced by their financial independence and the store atmosphere, whereas time availability and peer pressure have no discernible effects.

According to Sohn and Ko (2021), not all unexpected purchases may be categorized as impulsive, even though all impulse purchases can be categorized as unplanned. Unplanned purchases can happen only because a customer has to buy a product but hasn't put it on their shopping list beforehand for any reason. This implies that the acute desire that typically accompanies impulse buying is not always present in unplanned purchases

Sulaiman et al. (2020) claim that the association between important elements (including price, visual merchandising, bank card payments, sales promotions, and online reviews) and online impulse buying is not moderated by hedonic shopping behavior. This implies that although these elements have an effect on impulsive buying, hedonic shopping has a negligible role in controlling these effects.

According to Zulfiqar et al. (2018), a variety of factors related to impulsive buying have been investigated, and the most frequently found outcome variables are demographics, situational factors, product factors, advertising, social factors, sales promotion, and online factors. Since impulse buying is a significant phenomenon for both academic research and real-world marketing applications, the study highlights the need for additional research into additional factors influencing this behavior in various circumstances. The goal of the research is to help marketing managers rethink their marketing strategies in order to maximize profits by increasing sales volumes and market shares.

As demonstrated by Rahman, (2015:37) "the mass distribution in supermarket/hypermarket and self-service outlet with mass sales promotion and point of sale materials, display, and store location," marketing has an impact on unforeseen acquisition.

According to Foroughi et al. (2013), gender has no effect on how hedonic shopping affects the impulse for impulsive buying, and hedonic shopping has a positive effect on impulsive buying because of situational and individual variables.

According to Yang, Huang, and Feng (2011), impulsive buying is a consumer's tendency to buy spontaneously, unreflectively, immediately, and kinetically.



Xiurong (2010) entails that the quantity of reference groups influences impulsive buying and is significantly influence normative appraisal. By using normative appraisal, the reference group suggestion influences impulsive purchases.

In actuality, most individuals don't give it much thought when they purchase unnecessary items, even if they believe they might need them, or even when they go shopping on a whim due to a sales promotion. An "impulse buy" is defined as "an unplanned purchase of anything that a customer did not intend to buy before entering the store" (Nooshbadi 2002:1).

### **Reference group**

The term "reference group" refers to any group that has the ability to directly or indirectly affect someone's attitude or conduct in either the same or different directions. Families, friends, classmates, and neighbors are the most frequently cited reference groups in consumer behavior research (Shrestha, 2024). Reference groups will have an effect on an individual's conduct (Xiurong & Chenglei, 2010). According to the theory of social comparison, people have basic requirements for self-evaluation. People utilize comparison with their social base as an evaluation criterion if they lack objective standards to evaluate their own attitudes and behaviors (Park & Lessig, 1977). Furthermore, while selecting a social base, people frequently go for a peer who is very similar to them. Consequently, the consumer's normative assessment of his purchasing behavior undoubtedly has an impact on his buying behavior when he buys with the group (Xiurong & Chenglei, 2010). In

addition, the number of reference groups and the normative evaluation differ, as does the pressure from social norms that consumers experience. Impulsive buying tends to make people feel more negative, thus the more reference groups there are, the more likely it is that customers may adopt other people's opinions and ideas or take on a social position that has been assigned to them.

When it comes to consumption, people utilize other people's advice as a benchmark (Goldberg & Groenewald, 2022). With them, customers can discover how their thoughts differ and how they are similar to those of others, and they can use the comparison as one of the references for their ultimate purchase (Balaji & Babu, 2015). Additionally, in the context of consumption, the advice given by shopping partners not only serves as a benchmark for consumers participating in social comparison activities, but it also has the ability to regulate consumers' perceptions of risk, decrease situational ambiguity, and assist consumers in assessing the suitability of their purchases (ALsahil & Ahmed, 2020). However, the likelihood of seeking out and relying on the counsel of others increases with the degree of context uncertainty and risk associated with impulsive buying decisions. Therefore, the advice to encourage or discourage others from engaging in impulsive buying behavior is either promoted or restrained (Chauhan et al., 2021).

### **Hedonic shopping Behavior**

According to Arnold and Reynolds (2003), hedonic shopping value is a strong indicator of impulsive buying behavior because the emotional and sensory rewards of

shopping might lead to impulsive buying. Hedonistic shoppers are more prone to impulsive buying because they place a higher value on the enjoyment, joy and thrill of the shopping experience (Juharsah, 2020).

By decreasing cognitive deliberation and raising the need for instant reward, the emotional arousal associated with hedonic buying encourages impulsive buying (Rook & Fisher, 1995). This connection is particularly noticeable in digital settings, where social pressure and the quick spread of information can lead to impulsive buying (Chauhan et al., 2021). Research indicates that when exposed to stimuli marketing and social validation, consumers who are looking for hedonic value are more likely to make impulsive buying (Ramadania et al., 2022).

According to Hirschman and Hoolbrock (2009), Hedonistic buyers contain behavioral elements that is associated with multisensory, imaginative, and affective consuming that produce advantages including product enjoyment and aesthetic approaches. The hedonist level was broken down into six dimensions by Arnold and Reynolds (2003): (1) adventure shopping that results in purchases; (2) social shopping that creates a sense of community among customers, friends, or other guests; (3) shopping gratification, which is a particular emotion, such as happiness due to a successful presentation or depression due to certain issues; (4) purchase recommendations that encourage one to investigate the latest fashions, styles, and technological advancements of the moment; (5) role shopping, which is the desire to buy things for other people; and (6)

value shopping, which results in a purchase that is prompted by product specials or aggressive advertising.

### **Theoretical Framework and Hypothesis Development**

This study focuses the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model, which was first researched by Mehrabian and Russell (1974), to explain how reference groups affect impulsive buying behavior by using hedonic shopping behavior as a mediating variable. The S-O-R model states that an individual's internal organism (O), which in turn influences behavioral responses (R), is influenced by external stimuli (S). In this study, reference groups are the external stimuli (S) hedonic shopping motivation is organism (O) and impulsive buying is the behavioral response (R).

By influencing norms, values, and buying decisions, reference groups have a big effect on consumer behavior (Goldberg & Groenewald, 2022). Consumers may make impulsive buying to uphold social conformity or improve their reputation when they identify with a reference group (Escalas & Bettman, 2003). Moreover, hedonic buying environments, where the emotional and experiential components of consumption become essential, increases the influence of reference groups on impulsive buying (Arnold & Reynolds, 2003). This relation implies that the influence of reference groups on impulsive buying is mediated by hedonic shopping motivation. With social media encouraging real-time sharing and reiterating social norms, the emergence of digital platforms has increased

the influence and reach of reference groups on impulsive buying (Chang, Eckman, & Yan, 2011).

The following theories are adoption of the S-O-R model and the part of available literatures:

H<sub>1</sub>: Impulsive buying behavior is significantly influenced by reference groups.

H<sub>2</sub>: Hedonistic shopping behavior is significantly influenced by reference groups.

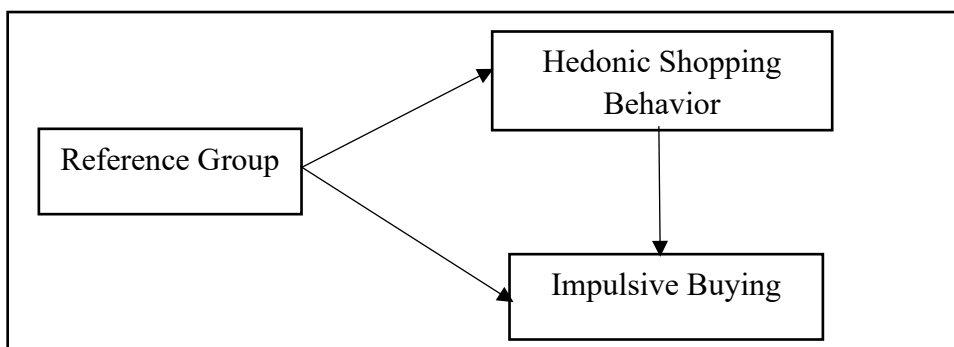
H<sub>3</sub>: Impulsive buying behavior is significantly influenced by hedonic shopping behavior.

H<sub>4</sub>: The relationship between reference groups and impulsive buying behavior is mediated by hedonic shopping behavior.

By putting these theories to the test, this study seeks to offer an understanding of how reference groups, motivate impulsive purchasing via the S-O-R model.

### Figure 1

#### *Conceptual framework*



Source: The author

### **Research Methodology**

#### **Research Design**

This study employs a descriptive and causal-comparative research design. The descriptive design is used to analyze and gather the characteristics of reference groups, hedonic shopping behavior, and impulse buying behavior in online shopping of apparel. This approach is enabling a comprehensive understanding of the relationships among these factors. The causal-comparative method helps determine if variations in reference group influences and hedonic shopping preferences are linked to variations in impulse buying behavior. Data are collected through surveys of online customers who are involved in the impulsive purchase of apparel, and statistical analysis will be carried out to examine direct and mediated effect in order to guarantee a sound and empirical assessment of the research hypotheses.

#### **Population and Sample**

The study's population consisted of impulsive buyers of apparel in online stores, from Butwal sub-metropolitan city. Purposive sampling is the sampling method used to select the study's respondents. The sample includes people from the age of eighteen who make impulsive purchase. The sample is diverse in terms of gender, age, income, marital status, and education.

### **Data Collection, Measurement, and Scaling**

This study uses a systematic questionnaire to collect primary data. The number of samples is 400. According to Pradhan (2016), 400 respondents in all filled out the questionnaire using a self-administered method. To meet the goals of the study, the questionnaire is thoroughly planned, created, and pre-tested.

The survey questionnaire was modified from the research by Beatty and Ferrell (1998), in which participants used a five-point Likert scale to assess each variable. A 100% response rate is guaranteed by the self-administered approach. Respondents are informed on the goal of the study, the significance of the questions, and the process for responding them before they begin filling out the questionnaire.

The variables are measured using a modified version of the five-point Likert scale developed by Beatty and Ferrell (1998), and included customers' reference groups, hedonic-shopping behavior, and impulsive buying behavior.

### **Validity and Reliability**

The reliability and validity of the constructs in this study are evaluated using Cronbach's alpha, composite reliability, average variance extracted (AVE) and Heterotrait-monotrait ratio (HTMT). These measures assess the internal consistency, overall reliability, convergent validity and discriminant validity of the constructs, respectively, as recommended by Hair et al. (2017).

**Table 1**  
*Construct Reliability and Validity*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average extracted (AVE)	variance
RG	0.907	0.915	0.904	0.578	
HSV	0.951	0.957	0.95	0.762	
IB	0.911	0.915	0.911	0.673	

Source: Questionnaire survey 2024/25

The table 1 presents the results of the construct reliability and validity analysis for three variables: Hedonic Shopping Behavior (HSV), Impulsive Buying (IB), and Reference Group (RG). The main indicators used to assess reliability and validity include Cronbach’s alpha, composite reliability (rho\_a and rho\_c), and the average variance extracted (AVE).

***Reliability Analysis***

Cronbach's alpha values for all three constructs exceed the recommended doorstep of 0.7 (Chauhan et al., 2021), indicating a high level of internal consistency. Specifically, HSV has the highest Cronbach's alpha value of 0.951, suggesting excellent reliability. IB and RG also demonstrate strong reliability, with values of 0.911 and 0.907, respectively. These results indicate that the measurement items for each construct are consistent and produce reliable outcomes.



### ***Composite Reliability***

Both forms of composite reliability ( $\rho_a$  and  $\rho_c$ ) also exceed the acceptable doorstep of 0.7 across all constructs, confirming the constructs' internal consistency and reliability (Chauhan et al., 2021). For HSV, the composite reliability values are 0.957 ( $\rho_a$ ) and 0.95 ( $\rho_c$ ), while IB reports 0.915 and 0.911, and RG shows 0.915 and 0.904, respectively. These findings reinforce the notion that the items within each construct are highly correlated and consistently measure the underlying concept.

### ***Validity Analysis***

The Average Variance Extracted (AVE) values for each construct are also provided to assess convergent validity. According to the generally accepted criterion, AVE values should be above 0.5 to indicate that the construct explains more than half of the variance in its indicators (Chauhan et al., 2021). All three constructs meet this criterion, with HSV having the highest AVE at 0.762, followed by IB at 0.673, and RG at 0.578. These values indicate that the majority of the variance in the observed variables is explained by their respective latent constructs, confirming adequate convergent validity.

Overall, the results demonstrate strong evidence of both reliability and validity for the three constructs in the study. The high Cronbach's alpha and composite reliability values confirm internal consistency, while the AVE values indicate sufficient convergent validity (Chauhan et al., 2021). This suggests that the measurement model is strong and

suitable for further analysis of the relationships between hedonic shopping value, impulsive buying, and reference group influence.

***Discriminant Validity Analysis***

**Table 2**

*Discriminant Validity*

	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)
IB <-> HSV	0.364
RG <-> HSV	0.17
RG <-> IB	0.382

Source: Questionnaire survey 2024/25

The table 2 shows the results of the discriminant validity analysis using the Heterotrait-Monotrait ratio (HTMT) for three constructs i.e., Reference Group (RG), Hedonic Shopping Behavior (HSV), and Impulsive Buying (IB). The HTMT ratio is a recommended criterion for evaluating discriminant validity, where values below 0.85 indicate that the constructs are sufficiently different from each other (Hair et al., 2020).

**IB and HSV Relationship**

The HTMT value between Impulsive Buying (IB) and Hedonic Shopping Value (HSV) is 0.364, which is well below the recommended level of 0.85. This indicates that these two constructs are empirically distinct, meaning that the measures of impulsive buying behavior are clearly different from those of hedonic shopping value. This low HTMT value supports the presence of discriminant validity between these constructs.

### **RG and HSV Relationship**

The HTMT value between Reference Group (RG) and Hedonic Shopping Value (HSV) is 0.17, which is also significantly below 0.85. This suggests a clear distinction between the influence of reference groups and hedonic shopping behavior. The low value indicates that respondents perceive these as separate constructs, further confirming discriminant validity.

### **RG and IB Relationship**

The HTMT value between Reference Group (RG) and Impulsive Buying (IB) is 0.382, which remains well within the acceptable range that is below 0.85. This implies that the influence of reference groups on consumers is distinct from their impulsive buying tendencies. The moderate but acceptable value suggests that while these constructs are related, they measure different aspects of consumer behavior.

The HTMT values for all construct pairs are significantly below the level of 0.85, which provides strong evidence for discriminant validity (Chauhan et al., 2021). This confirms that hedonic shopping value, impulsive buying, and reference group influence are clearly separate constructs that do not overlap conceptually or empirically. These results validate the measurement model, ensuring that each construct captures a unique dimension of consumer behavior.

Results and Discussion

Results

The path of coefficient analysis shows the strong conceptual and theoretical correlation between all of the experimental results on the input and output sides of both frameworks (Chauhan et al., 2021). Additionally, the structural model was used to indicate one or more probable links, as predicted in the model determination (Hair et al., 2020). In order to determine the p-values for any significant associations, the consistent bootstrapping approach has been applied through 5000 undetermined bootstraps (Hair et al., 2020).

Table 3 presents the results of the path coefficient analysis, which evaluates significant relationships between the constructs: Reference Group (RG), Impulsive Buying (IB), and Hedonic Shopping Value (HSV).

Table 3  
Path Coefficient

Hypothesis		Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation	T statistics	P values
H <sub>1</sub>	RG -> IB	0.332	0.332	0.064	5.215	0
H <sub>2</sub>	RG -> HSV	0.177	0.181	0.053	3.331	0.001
H <sub>3</sub>	HSV -> IB	0.309	0.308	0.052	5.899	0

Source: Questionnaire Survey 2024/25

This analysis includes the original sample (O), sample mean (M), standard deviation (SD), T statistics, and P values for three hypothesized relationships (H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, and H<sub>3</sub>). A path coefficient closer to +1 or -1 indicates a stronger relationship, while T statistics greater than 1.96 and P values below 0.05 indicates statistical significance at a 95% confidence level (Hair et al., 2020).

*H<sub>1</sub>: Reference Group (RG) → Impulsive Buying (IB)*

The path coefficient for H<sub>1</sub> is 0.332, which indicates a moderate positive relationship between reference group influence and impulsive buying behavior. The T statistic is 5.215 which exceeds the critical value of 1.96, and the P value is 0.000, which is statistically significant at the 0.01 level. This suggests that as the influence of reference groups increase, consumers are more likely to be involved in impulsive buying. The findings confirm H<sub>1</sub>, supporting the idea that peer influence plays a important role in controlling impulsive purchasing behavior among consumers.

*H<sub>2</sub>: Reference Group (RG) → Hedonic Shopping Value (HSV)*

The path coefficient for H<sub>2</sub> is 0.177, which indicates a weak to moderate positive relationship between the influence of reference group and hedonic shopping value. The T-statistic and P-value is 3.331 and 0.001 respectively, shows the relationship is statistically significant at the 0.01 level and this indicates that reference groups contribute to the enjoyment and pleasure is obtained from shopping. The positive and significant

relationship supports H<sub>2</sub>, implying that consumers influenced by their peer groups are more likely to be involved in shopping for fun and emotional satisfaction.

### *H3: Hedonic Shopping Value (HSV) → Impulsive Buying (IB)*

The path coefficient for H<sub>3</sub> is 0.309, which indicates a moderate positive relationship between hedonic shopping value and impulsive buying behavior. The T statistic is 5.899, which is highly significant, with a P value of 0.000. This confirms that consumers who derive pleasure from shopping are more likely to make impulsive purchases. The findings strongly support H<sub>3</sub>, suggesting that the emotional enjoyment of shopping directly influences impulsive buying behaviors of the consumers.

The path coefficient analysis confirms that reference group influence significantly affects both impulsive buying behavior and hedonic shopping value. Additionally, hedonic shopping value plays a significant role in promoting impulsive buying behavior. All three hypotheses (H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub>) are supported by the data, indicating that both reference groups and hedonic shopping behavior from shopping are key drivers of impulsive buying behavior. This suggests that marketers should consider peer groups influence and hedonic shopping experiences when developing strategies to increase impulsive buying.

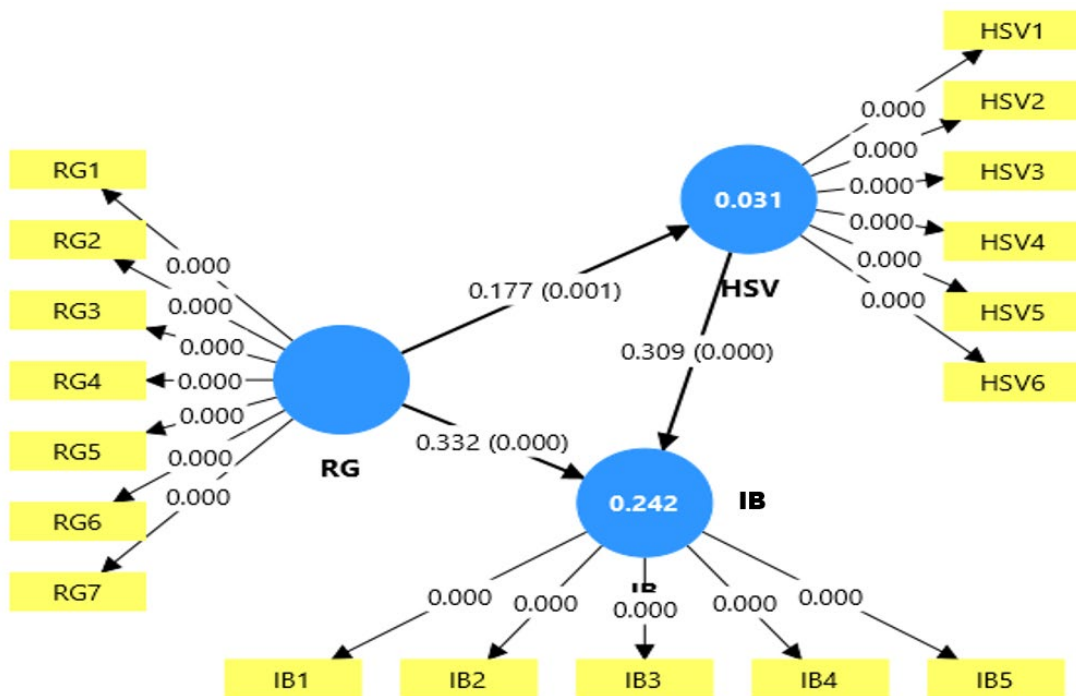
### **Mediation Analysis**

This study used variance accounted for (VAF) to examine the direct effect (DE) and indirect effect (IDE) variables. The study surveyed by Preacher & Hayes (2008) was used to quantify the mediation effect, and the bootstrapping technique was employed for

the IDE of the mediating variable on the model (Hair et al., 2020). By assessing the direct influence of the independent variable (RG) on the dependent variable (IB) in the absence of the mediating variable and then including the mediating variable HSV in between, the mediating effect was examined.

**Figure 2**

*Structural Model Assessments*



Source: SmartPLS 4.0

Using a consistent bootstrapping process with 400 observations per sub-set, for a total of 5,000 sub samples, the direct effect result was produced from PLS-SEM with no

noticeable variations, as recommended by Hair et al. (2017). The path coefficient and t-value are found using the PLS-SEM bootstrapping process.

The structural model of the figure indicates the relationships between the independent variable (Reference Group (RG)), the mediating variable (Hedonic Shopping Value (HSV)), and the dependent variable (Impulsive Buying Behavior (IB)). The model also shows the path coefficients which provide direct and indirect effects of interactions of these constructs.

Each dependent variable's explained variance is shown by the  $R^2$  values in the blue circles. The combined effects of the Reference Group (RG) and Hedonic Shopping Value (HSV) account for 24.2% of the variance in impulsive buying, according to the  $R^2$  value for Impulsive Buying Behavior (IB), which is 0.242. The reference group accounts for 3.1% of the variance in hedonic purchasing behavior, according to the Hedonic purchasing Value (HSV)  $R^2$  of 0.031, demonstrating a poor predictive capacity.

The strength of the mediation structure is tested after checking the significance of the direct and indirect effects. This evaluation method can be performed using the VAF (Hair et al., 2017) and can be calculated with the following formula:

$$VAF = \frac{\text{Indirect effect}}{\text{Total effect}} = \frac{a \times b}{a \times b + c}$$



**Table 4***Mediation Measurement*

Hypothesis	Construct	Effect	HSV	IB	VAF	Decision
H <sub>4</sub>	RG	DE		0.332	0.142	ME
		IDE	0.177	0.309		0.20<VAF<0.80
		TE	0.055			
		Note	No Mediation			

*Source: Questionnaire survey 2024/25*

**Note:** DE: direct effect, IDE: indirect effect, TE: total effect, ME: Mediation effect, PME: Partial Mediation Effect.

The mediation analysis assesses the role of Hedonic Shopping Value (HSV) as a mediator between Reference Group (RG) and Impulsive Buying Behavior (IB) by analyzing the direct effect (DE), indirect effect (IDE), and total effect (TE), along with the Variance Accounted For (VAF). The direct effect (DE) of Reference Group on Impulsive Buying Behavior is 0.332, which indicates a moderate and positive relationship. This suggests that as the influence of reference groups increases, the likelihood of impulsive buying also increases. The indirect effect (IDE) of Reference Group on Impulsive Buying Behavior through Hedonic Shopping Value is 0.055, meaning that a small portion of the influence of reference groups is transmitted through hedonic shopping experiences.

The total effect (TE), which represents the combined impact of the direct and indirect effects, is 0.387. To determine the extent of mediation, the VAF value is calculated using the formula:

$$VAF = \frac{\text{Indirect Effect}}{\text{Total Effect}} = \frac{0.055}{0.387} = 0.142 (14.2\%)$$

According to Hair et al. (2021), if  $VAF < 20\%$ , there is no mediation; if  $20\% \leq VAF \leq 80\%$ , there is partial mediation; and if  $VAF > 80\%$ , there is full mediation. Since the VAF value is 14.2%, it falls below the 0.2 (20%) level, which indicates that Hedonic Shopping Value does not mediate the relationship between Reference Group and Impulsive Buying Behavior.

These results suggest that the Reference Group has a direct and significant impact on Impulsive Buying Behavior, and Hedonic Shopping Value does not play a meaningful mediating role in this relationship. In practical terms, this means that reference group, such as peer pressure or group norms, directly influence impulsive buying behavior rather than working through the hedonic shopping behavior. Marketers should focus on enhancing social influence strategies like peer recommendations or group-targeted marketing, as the hedonic shopping experience does not significantly mediate this effect.

### Discussion

According to the study's findings, Reference Groups (RG) have a direct and indirect influence on Impulsive Buying Behavior (IB) through Hedonic Shopping Value (HSV). When influenced by their reference groups, people are more likely to make impulsive purchases, according to the moderate and positive direct effect (DE) of RG on IB (0.332).

This finding is consistent with earlier research that emphasizes the important role that reference groups play in determining consumer behavior (e.g., Beatty & Ferrell, 1998; Hair et al., 2021). Consumer decision-making is greatly impacted by the existence of a reference group, which supports the idea that consumers are more likely to make rash decisions when they are subjected to peer pressure, group norms, or social comparisons.

HSV has a minimal mediating role in this interaction, despite the significant correlation between RG and IB. In comparison to the direct effect, the indirect effect (IDE) of RG on IB through HSV is 0.055, which is rather small. The Variance Accounted For (VAF) computation yields a value of 14.2%, below the 20% level needed to prove mediation, and the total effect (TE) is 0.387 (Hair et al., 2020). This implies that HSV does not significantly mediate the relationship between RG and IB, in accordance with the mediation analysis approach. As a result, reference groups have a more direct impact on impulsive purchasing than they do through the fun or pleasure that comes from shopping. HSV's poor mediation effect indicates that although hedonic shopping experiences influence impulsive buying behavior (HSV to IB path coefficient = 0.309), the influence of reference groups is not considerably transmitted by them. Impulsive purchasing behavior is largely impacted by the reference group's influence directly, negating the requirement for a middleman mechanism like hedonic shopping satisfaction. This result is in line with earlier research that emphasizes how social impact shapes impulsive buying inclinations more so than fundamental shopping reasons (Hair et al., 2017).

Conversely, HSV's low predictive capacity ( $R^2 = 0.027$ ) emphasizes its limited ability to mediate the link between RG and IB. This result implies that reference groups' influence on impulsive purchasing cannot be adequately explained by the hedonic benefit of shopping. Even though pleasurable shopping experiences do promote impulsive purchases, social influence does not primarily work through them. Instead, then drawing impulsive inclinations from hedonic shopping reasons, consumers might be more receptive to direct social cues, such as peer behavior and group expectations.

### **Implications**

This study has significant implications for marketing strategies, online shopping business models, and consumer behavior research, both theoretically and practically. It advances understanding of the psychological and social factors influencing consumer decision-making in online apparel shopping by examining the influence of reference groups on impulsive buying behavior and the mediating role of hedonic shopping.

Theoretically, this research contributes to consumer behavior literature by providing empirical evidence on how social factors, particularly reference groups, influence impulsive purchases in digital environments—shifting the focus from individual psychological factors. It also enhances theoretical models by exploring hedonic shopping behavior as a mediator, offering insights into how emotional gratification and social influence shape impulse buying.

Practically, the findings benefit digital marketers and e-commerce platforms by highlighting the effectiveness of peer recommendations, influencer endorsements, and customer reviews in stimulating impulse buying. Enhancing shopping experiences with engaging content, appealing design, and personalized suggestions supports hedonic motivations, boosting consumer engagement, sales, and retention.

This study also holds value for consumer advocacy and policymaking by emphasizing the need for ethical standards and transparent practices in digital marketing. Overall, it offers valuable insights for scholars, marketers, online retailers, and policymakers seeking to understand and respond to evolving digital consumer behaviors.

### References

- Alireza, K., & Hasti, Y. (2011). Evaluating Effectiveness Factors on Consumer Impulse Buying Behavior. *Asian Journal of Business Management Studies*, 174-181.
- ALsahil, D. L., & Ahmed, M. (2020). Factors Affecting Level of Impulse Buying: Cosmetic Industry in K.S.A. *PalArch's Journal of Archaeology*, 388-396.
- Amos, C., Holmes, G. R., & Keneson, W. C. (2013). A meta-analysis of consumer impulse buying. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(2), 86-97.
- Aragoncillo, L., & Orus, C. (2018). Impulse Buying Behavior: an online-offline comparative and the impact of social media. *Spanish Journal of Marketing- ESIC*, 42-62.
- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2012). Approach and avoidance motivations: Investigating hedonic consumption in a retail setting. *Journal of Retailing*, 399-411.
- Arnold, M., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic Shopping Motivations. *Journals of Retailing*, 77-91.
- Balaji, K., & Babu, K. (2015). The Theoretical Framework On Factor Affecting Consumer Impulsive Buying Behavior in Retail Environment. *International Journal of Scientific research and management (IJSRM)*, 2389-2396.
- Balakumar, P., & Mishra, R. (2017). A Study of "Impulse Buying Behavior of Customer on Apparels" in Bangalore. *International Journal of Engineering Technology, Management and Applied Sciences*, 501-509.
- Barry, J. B., William, R. D., & Mitch, G. (1994). Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value. *Journal of Consumer Research*, 644-656.
- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998). Impulse Buying: Modeling Its Precursors. *Journal of Retailing*, 169-191.
- Cakanlar, A. (2018). The influence of culture on impulse buying. *Journal of Consumer Marketing*, N/A.

- Chang, H.-J., Eckman, M., & Yan, R.-N. (2011). Application of the Stimulus-Organism-Response Model of the Retail Environment: The role of the hedonic motivation in impulse buying behavior. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 233-249.
- Chang, H.-J., Yan, R.-N., & Eckman, M. (2014). Moderating effects of Situational Characteristics on Impulse Buying. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 298-314.
- Chauhan, S., Banerjee, R., & Dagar, V. (2021). Analysis of Impulse Buying Behavior of Consumer During COVID-19: An Empirical Study. *Millennial Asia*, 1-22.
- Chebat, J.-C., Haj-Salem, N., & Oliveira, S. (2013). Why shopping pals make malls different? *Journal of Retailing and Consumer Service*, 77-85.
- Choirul, A., & Artanti, Y. (2019). Millennia's impulsive buying behavior: does positive emotion mediate? *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 223-236.
- DesmaRahadhini, M., Wibowo, E., & Lukiyanto, K. (n.d.). The role of positive emotion in hedonic shopping value affecting consumers' Impulse buying of fashion products. *International journal of* .
- Dholakia, U. M. (2000). Temptation and resistance: An Integrated model of consumption impulse formation and enactment. *Journal of Psychology and Marketing*, 955-982.
- Donovan, R. J. (1994). Store atmosphere and purchasing behavior. *Journal of Retailing*, 70(3), , 283-294.
- Escalas, J. E., & Bettman, J. R. (2003). You are what they eat: The influence of reference groups on consumers' connections to brands. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 339-348.
- Foroughi, A., Buang, N. A., Senik, Z. C., & Hajmisadefgi, R. S. (2013). Impulse Buying Behavior and Moderating Role of Gender among Iranian Shoppers. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 760-769.

- Gardner, M. P. (1985). Mood states and consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 281-300.
- Goldberg, R., & Groenewald, L. (2022). The influence of reference groups on the buying behaviour of singletons. *Malaysian E Commerce Journal*, 39-43.
- Hair, F. J., Howard, M., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 101-110.
- Hair, J., Hollingsworth, C. L., & Randolph, A. B. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management and Data Systems*, 117(3), 442-458.
- Harmancioglu, N., Finney, R., & Joshep, M. (2009). Impulse Purchase of New Products: an empirical analysis. *Journal of Product & Brand Management*, 27-37.
- Hausman, A. (2000). A Multi-method Investigation of Consumer Motivation in Impulse Buying Behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 403-417.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1992). Hedonic Consumption: Emerging Concept. *Journal of Marketing*, 92-101.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. SAGE Publications. Newyork: Sage.
- Howell, C. R., & Nassel, A. F. (2020). Area based stratified random sampling using geospatial technology in a community-based survey. *BMC Public Health*, 1-9.
- Hulten, P., & Vanyushyn, V. (2011). Impulse Purchase of Groceries in France and Sweden. *Journal of Consumer Marketing*, 376-384.
- Juharsah. (2020). The Role of Positive Emotion in Mediating the effect of Hedonic Value of Impulse Buying. *Journal of Business and Management*, 15-22.
- Karbasivar, A., & Yarahmadi, H. (2011). Evaluating Effective Factors on Consumer Impulse Buying Behavior. *Asian Journal of Business Management Studies*, 174-181.



- Kazi, A. G., Khokhar, A. A., & Murtaza, F. (2019). The Impact of Social Media on Impulse Buying Behavior in Hyderabad Sindh Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Research*, 8-12.
- Lee, J. A., & Kacen, J. J. (2008). Cultural influences on consumer satisfaction with impulse and planned purchase decisions. *Journal of Business Research*, 61, 265–272.
- Lim, X., Radzol, A., Cheah, J., & Wong, M. (2017). The impact of social media influencers on purchase intention and the mediating role of customer attitude. *Asian Journal of Business Research*, 7(2), 19-36.
- Louden, D. L., & Della Bitta, A. (2002). *Consumer Behavior*. United States: McGraw Hill Education.
- Luo, X. (2005). How Does Shopping With Others Influence Impulsive Purchasing. *Journal of Consumer Psychology*, 288-294.
- Mai, I, D. T., & Willett, R. P. (2003). Impulse purchasing really a useful concept for marketing decisions? *Journal of Marketing*, 79-83.
- Malhotra, N. K., & Peterson, M. (2016). Marketing research in the new millennium: Emerging issues and trends. *Marketing Intelligence & Planning*, 216-235.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224–253.
- Mathur, S. (2019). A Review of Impulse Buying Behavior: Definition & Affecting Factor. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 270-275.
- Mehrabian. A., & Russel, J. A. (1974). An Approach to Environmental Psychology. *Massachusetts Institute of Technology*, 216-217.
- Mishra, S., Sharma, B. K., & Arora, L. (2018). Does Social Medium Influence Impulse Buying of Indian Buyers? *Journal of Management Research*, 27-36.
- Murugannantham, G., & Bhakat, R. S. (2013). A Review of Impulse Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 149-159.

- Nagadeepa , C., Selvi, J. T., & Pushpa, A. (2015). Impact of Sale Promotion Techniques On Consumers' Impulse Buying Behaviour Towards Apparels At Bangalore. *Asian Journal Of Management Sciences & Education*, 117.
- Nooshabadi, F. (2012). *Factor Influencing Impulse Buying of Cosmetics Staffs: Evidence from North Cyprus Economy*. (Doctorial dissertation): Eastern Mediterranean University.
- Nukhet, H. R. (2009). Impulse Purchase of New Products: An Empirical Analysis. . *Journal of Product and Brand Management*. , 27-37.
- OpenAI. (2024, February 28). *Response generated by ChatGPT*. Retrieved from ChatGPT: <https://openai.com>
- Panikkassery, J. (2020). The impact of promotional strategies on impulse buying behavior in retail settings. . *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(2),, 130-144.
- Parboteeah, D. V. (2005). *A model of online impulse buying: An empirical study*. (Doctoral dissertation): Washington State University.
- Park, C. W., & Lessig, V. P. (1977). Students and housewives: Differences in susceptibility to reference group influence. *Journal of Consumer Research*, 4(2), 102–110.
- Patil, H., & BBakkappa. (2012). The influence of culture on cosmetics consumer behavior. *Journal of Business and Management*, 41-47.
- Piron, F. (1991). Defining Impulse Purchasing. *Advances in Consumer Research*, 504-514.
- Piron, F. (1993). A comparison of emotional reactions experienced by planned, unplanned and impulse purchasers. *Advances in Consumer Research*, 341-344.
- Pradhan, V. (2016). Study on Impulse Buying Behavior among Consumers in Supermarket in Kathmandu Valley. *Journal of Business and Social Research (JBSSR)*, 215-233.

- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effect in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 879-891.
- Rahadhini, M. D., Wibowo, E., & Lukiyanto, K. (2020). The Role of Positive Emotion in Hedonic Shopping Value Affecting Consumers' Impulse Buying on Fashion Product. *International Journal of Scientific And Technology Research* , 780-784.
- Rahman, M. (2015). Pitfall of Impulse Purchase: A Case Study in Saudi Arabian Context. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 205-215.
- Ramadania, R., Afifah, N., Ratnawati, R., & Heriyadi, H. (2022). Impulse Buying and Hedonic Behaviour: A Mediation Effect of Positive Emotions. *Virtual Economics* 5(1), 43-64.
- Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2024. "SmartPLS 4." Bönningstedt: SmartPLS, <https://www.smartpls.com>.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *The Journal of Consumer Research*, 189-199.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influence on Impulse Buying Behavior . *Journal of Consumer Research*, 305-313.
- Rook, D. W., & Gardner, M. P. (1993). In The Mood-Impulse Buying's Affective Antecedents. *Research in Consumer Behavior*, 1-28.
- Rook, D. W., & Hoch, S. J. (1985). Consuming Impulses. *Advances in Consumer Research*, 23-27.
- Schiffman, L., & Wisenlit, J. (2019). *Consumer Behavior*. United States: Pearson.
- Shah, K., Jojo, N., & Raja M., D. S. (2018). Cognitive Marketing and Purchase Decision with Reference to Pop Up and Banner Advertising. *The Journal of Social Sciences Research*, 718-735.
- Sharma, P., Sivakumaran, B., & Marshall, R. (2010). Impulse buying and variety seeking: A trait-correlates perspective. *Journal of Business Research*, 63(3), 276-283.

- Shrestha, A. (2024). Impulsive Buying Behavior in Retailing and Consumer. *Sudur Pashchim Wisdom of Academic Gentry Journal*, 35-42.
- Silvera, D. H., Lavack, A. M., & Kropp, F. (2008). Impulse Buying: the role of affect, social influence, and subjective wellbeing. *Journal of Consumer Marketing*, 23-33.
- Singh, L., & Singh, S. (2020). COVID 19 Pandemic: The Asian Experience. *Millennial Asia*, 265-267.
- Sreedhar , R., & Madhavaram, D. A. (2004). Exploring Impulse Purchasing on the Internet. *Advances in Consumer Research*, 31-38.
- Triandis, H. C. (1995). *Individualism & Collectivism*. Boulder, Colorado: Westview Press.
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The Psychology Of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation. *Journal Of Consumer Policy*, 201-215.
- Vijay, J., & Manish Kumar, I. (2020). A Theoretical Background on Consumers Impulse Buying Behaviour. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 2769-2774.
- Weerathunga, A., & Pathmini, M. (2015). Impact of Sales Promotion on Consumer's Impulse Buying Behavior (IBB); Study in Supermarkets in Anuradhapura City. *International Research Symposium Rajarata University of Sri Lanka*, 321-329.
- Wong, L. Z. (2003). Consumer Impulse Buying and In-Store Stimuli in Chinese Supermarkets. . *Journal of International Consumer Marketing* , 37-53.
- Wu, P. T., & Lee, C. J. (2015). *Impulse Buying Behavior in Cosmetics marketing activities*. Changhua, Taiwan: Routledge Taylor & Francis Group.
- Xiurong, L. (2010). Research on the Effect of Reference Group on Impulse Buying Behavior. *Huazhong University of Science and Technology*, 978-989.
- Xiurong, L., & Chenglei, L. (2010). Research on the effects of reference group on impulse buying behavior. *The 2nd International Conference on Information Science and Engineering*, N/A.

- Yang, D., Huang, K., & Feng, X. (2011). A study of the factors that affect the impulsive cosmetics. *International Journal of Business and Social Science*, 275-282.
- Zhang, Y., Winterich, K. P., & Mittal, V. (2012). Power Distance Belief and Impulsive Buying. *Journal of Marketing Research* 47(5), 945-954.
- Zhou , L., & Wong, A. (2004). Consumer impulse buying and in-store stimuli in Chinese supermarkets. *Journal of International Consumer Marketing*, 16(2), 37-53.
- Zulfiqar, J., Ambreen, G., & Bushra, M. F. (2018). A Comprehensive Literature Review of Impulse Buying Behavior. *Journal of Advance Research in Social and Behavioural Sciences*, 94-104.

**Bank Specific Factors and Market Price of Stock: Evidence from Nepalese  
Commercial Banks**

Rajendra Thapa and Puspa KC

Department of Management, Rammani Multiple Campus

### **Abstract**

The main purpose of this study is to examine the effect various bank specific factors on the market price per share of Nepalese commercial banks. Descriptive and causal comparative research design was carried out to complete this study. The sample comprises 10 commercial banks listed in NEPSE with 100 bank-years observation for the period of 2013/14 to 2013/24. Descriptive statistics, correlation analysis and regression analysis were performed to conduct this study. The results indicated that there were significant positive relationships between market price per share and earnings per share, price earnings ratio, return on equity, cash dividend and stock dividend, while there is a positive relationship with dividend pay-out ratio but statistically insignificant. Additionally, the regression result revealed that price to earnings ratio had the strongest positive impact on market price per share, followed by stock dividend, earnings per share, DPR and ROE whereas cash dividend has negative impact on the MPS of commercial banks in Nepal but statistically insignificant. Based on these findings, it can be concluded that Nepalese commercial banks can enhance their market price per share by focusing on improving their earnings per share, price earnings ratio, and stock dividend. Further, this study helps to provide useful insights regarding dividend practices in Nepalese commercial banks to regulators, policymakers, bank managers, and investors

*Keywords:* market price, dividend per share, earning per share, return on equity stock dividend, cash dividend,

## **Bank Specific Factors and Market Price of Stock: Evidence from Nepalese**

### **Commercial Banks**

Capital market is a vital financial system for buying and selling long-term securities like stocks and bonds which allows companies to raise capital for expansion and operations. Participants include individual, institution, corporate, and government entities. Regulatory bodies oversee these markets to maintain transparency and stability (Uddin, 2016). The stock market promotes capital formation and expansion, which both greatly advance economic development. It makes it possible to trade securities, which facilitates the transfer of wealth, risk sharing, and fund pooling amongst savers and capital users. By enabling the distribution of resources to the most profitable ventures, this procedure promotes economic growth. Investors generally base their judgments on company share prices, and a number of theories suggest that changes in these prices are frequently associated with shifts in fundamental financial factors (Nisa & Nishat, 2011).

Modern corporate finance primarily focuses on establishing effective dividend policies that can draw in a greater number of investors and ultimately enhance the firm's value (Shrestha, 2020). Regarding the impact of dividend policy, MM proposed irrelevancy theory that stated there is no significant impact of dividend policy on the price of stock; thus, it does not have any significant effect on shareholders wealth (Miller & Modigliani 1961). On the other hand, Gordon (1963) concluded that dividends are relevant for the value of the firm. The market price reflects the perceived value of



financial assets, determined by factors such as supply, demand, and investor sentiments. The market price of a stock fluctuates regularly. Shiller (1981) found that share prices are unstable and continuously fluctuate in relation to news about fundamentals, primarily due to market irrationality. Therefore, it is essential to understand fundamental variables affecting share price in order to make profitable investment decisions.

Stock investments offer significant returns, but share prices are influenced by various factors like EPS, pay-out ratios, dividend per share, firm size, and dividend yield. Future share prices are predicted by calculating current fair value and forecasted ratios. Understanding these variables is crucial for investors to make informed decisions about stock investments (Srinivasan, 2012). Similarly, the Tandon et.al. (2013) study investigated stock prices across several stock markets with a concentration on National Stock Exchange (NSE) 100 businesses. The findings show that dividend yield has a large negative relationship with the market price of the firm's stock, book value, earnings per share, and p/e ratio have a significant positive effect with the firm's stock price. Arshad et al. (2015) studied 22 Pakistani commercial banks' stock prices from 2007 to 2013, analyzing internal and external variables. The study found that earnings per share (EPS) significantly impacted stock prices, while book to market value ratio and interest rate had a negative relationship

Nepal's capital market, despite being in its early stages, presents significant opportunities for investors to make high capital gains. Despite being volatile and risky,

capital markets are crucial for economic development and serve as platforms for investment activities (Menike et al., 2015). In the case of Nepal, dividend policy is not found to be uniform. Some companies pay regular dividends, while others may not. Certain firms have never distributed dividends to their shareholders. A key parameter that demonstrates banks' profitability and draws in investors is dividends on shares. Before making an investment in the stock market, investors review the bank's dividend policy. However, as Nepal's commercial banks' dividend policies fluctuate, investors are unable to predict the future cash flow from cash dividends (Bhandari & Pokharel, 2012). A consistent dividend should not be thought of as strict or unchanging policy. It has been perceived that an increase in the value of dividends increases the market price of stocks.

Nepal's stock market is small in comparison to other sophisticated and well-run markets throughout the world. A restricted quantity of transactions, a limited number of publicly traded companies, and a limited number of brokers exist. The balance of supply and demand for stocks influences their prices. A range of qualitative and quantitative factors plays a role in determining stock prices; nonetheless, pinpointing the exact elements that influence these prices is a challenging and debated issue. The problem with the Nepalese stock market is that it hasn't been able to come up with a suitable plan for its expansion. The majority of government programs aimed at fostering the growth of the stock market have but, only found to have a minimal impact.

Sapkota and Pradhan (2016) examined the determinants of the share price of Nepalese commercial banks. The study concluded that EPS, DPS, P/E ratio, leverage, ROA, and GDP are some of the important variables that affect the MPS of commercial banks of Nepal. Singh and Tandon (2019) study demonstrated that the dividend policy had a major effect on the stock price of the company with a dividend policy on the National Stock Exchange. Earnings per share has a major positive influence on stock market price, but dividend yield, return on equity, and profit after taxes have a negative impact. Similarly, the retention ratio and dividend per share has no significant impact on the stock market price of stocks listed on the National Stock Exchange.

In spite of these results, the link between specific factors of banks and the stock market price of Nepalese commercial banks remains unclear and changes based on the circumstances. There are currently no thorough studies that explore this particular relationship on banking sector, particularly in Nepal, remains understudied. Therefore, primary objectives of this research are to investigate how bank specific factors impact on the stock price of Nepalese commercial banks. The study intends to fill the research gap by empirically examining the variations in market price of stock (MPS) of Nepalese commercial banks by using different variables such as earnings per share (EPS), price earnings ratio (P/ER), returns on equity (ROE), dividend pay-out ratio (DPR), cash dividend (CD), and stock dividend (SD). The rest of the paper is organized as follows; second section provides an overview of literature review along with hypothesis

development, third section elaborate the research method with model and research framework, fourth section present the result and discussion and the final section conclude the paper with implication of finding

### **Literature Review and Hypothesis**

Khan (2012) study on how chemical and pharmaceutical industries' stock prices responded to dividend announcements in Pakistan using a sample of 29 companies. The finding show there is a positive relation between stock dividend, earning per share and profit after tax with stock price whereas return on equity and retention ratio have inverse but statistically insignificant relationship to stock price. Additionally, the research indicates that investors in Pakistan favor cash dividends, and if a company cannot issue cash dividends, they tend to opt for stock dividends instead.

Hunjra et al. (2014) examined the impact of dividend policy, earnings per share, return on equity, and profit after tax on stock prices in Pakistan. The data of the study is taken from the non-financial sectors (sugar, chemicals, food and personal care, energy), out of which 63 companies listed at Karachi stock exchange were analyzed for the period of 2006-2011. The findings of the research indicate that both the dividend yield and the dividend payout ratio, which are indicators of dividend policy, significantly influence stock price. There is an inverse correlation between dividend yield and stock price, whereas the dividend payout ratio is directly correlated with stock price. Additionally, other independent factors such as profit after tax and earnings per share exhibit a

significant positive influence, while return on equity has a positive but insignificant effect on stock price.

.In the context of Indonesia, Margaretha (2015) study analysed the effect of cash dividends per share, retained earnings per share, earnings per share, and leverage on the stock price. The findings indicated that cash dividends per share, retained earnings per share, earnings per share, and leverage all significantly influence the stock prices of Indonesian manufacturing companies. Therefore, investors will be drawn to invest their money in a higher stock price. Consequently, cash dividends per share, retained earnings per share, earnings per share, and leverage are all crucial elements for both investors and companies when evaluating the factors that influence changes in stock prices.

Akbar and Afiezan (2018) measure the influence of fundamental factors and macro-economic factors on sharia stock price in Indonesia. The study concluded that the exchange rate, debt to equity ratio (DER), return on assets (ROA), and earnings per share (EPS) all had a major impact on stock prices. However, stock prices are not much impacted by interest rates. Chowdhury et al. (2019) study revealed that main variables that significantly affect the stock prices of Bangladesh's financial sectors include the banks' size, dividend, P/E, NAV, EPS, and DPR. Conversely, only the dividend, P/E ratio, DPR, and NAV influence non-bank financial institutions. Dhakal (2019) investigates the factors that influence the share prices of financial companies that are listed between the years 2009 and 2018 on the Nepal Stock Exchange Limited. The findings showed that the size

of the company, price-earnings ratios, and earnings per share all significantly positively correlate with share price. On the other hand, there was a notable negative correlation seen between the share price and the dividend yield, debt ratio, and dividend pay-out ratio. The study concluded that the most important variables affecting the share price of Nepalese finance companies are the company's size, earnings per share, and price-earnings ratio.

Bhattarai (2020) examined the factors that influenced Nepalese commercial banks' market share price using bank's specific secondary panel balance from 12 sample commercial banks. The relationship between the market share price and the dividend pay-out ratio was negative and statistically significant. Additionally, the market share per price, dividend yield, and earnings per share showed a statistically significant and positive correlation. The research indicated that the bank's management should enhance their efforts to effectively manage bank-specific factors to avoid adversely affecting the share price, as elements such as the bank's size, GDP, growth rate, and inflation rate were not determinants of the market share price. Neupane (2020) examined how EPS, DPS, BPS, and P/E ratio influence the stock prices of manufacturing companies listed on NEPSE. The study found that DPS and BPS have a significant negative impact on the market stock price, while EPS and P/E ratios are insignificant and cannot predict the stock price. The study also identified Unilever as the most valuable stock and SHIVM Cement as the riskiest firm among the manufacturing companies listed on NEPSE.

Nekesa et al. (2021) examined how dividend decisions impact the market performance of share prices for commercial banks listed on the Nairobi Securities Exchange. The findings indicated that a stable dividend payout ratio and residual policy are the primary influences; however, discretionary dividend policy does not have a significant effect on the market performance of share prices for commercial banks. The results of the research imply that commercial banks should make sound dividend choices to promote strong market performance of their share prices.

Pandey and Sunar (2022) investigated the relationship between share price and return on equity, earnings per share, dividend payout ratio, retention ratio, and dividend per share. The result revealed that earning per share, dividend per share, return on equity and dividend payout ratios have a significant positive association with market price per share. In contrast, retention ratio is negatively related with stock price. Gyawali (2022) investigated the factors affecting the market price of commercial banks in Nepal. The findings indicated that DPS, EPS, and P/E ratio have a positive and statistically significant influence on stock prices. In contrast, ROA and GDP show a positive yet insignificant effect on stock prices, while the inflation rate exerts a negative and insignificant influence.

Rubaiyat and Lalon (2023) investigate the effects of specific bank variables on the stock price of Bangladeshi commercial banks listed on the Dhaka Stock Exchange (DSE). The result from the regression models by GLS method reveals that Book to Market Value Ratio has significant negative impact on the change in market price per share. On the

other hand, Bank Size has significant positive impact in explaining the impact of the bank-specific variables on the change in share price of banks. Chhetri (2023) investigates the factors influencing the share prices of commercial banks in Nepal. Multiple regression models were utilized to assess how firm-specific variables affect the share prices of joint venture commercial banks in Nepal; findings indicate that factors such as earnings per share, price-to-earnings ratio, book value per share, and return on assets significantly influence stock prices, whereas the firm's size appears to have a negligible effect in the context of Nepal's joint venture commercial banks.

Pandey et al. (2024) investigates the elements influencing the market prices of commercial banks in Nepal from the fiscal years 2017/18 to 2021/22 AD. The research revealed a notable positive relationship between earnings per share (EPS) and the price-earnings ratio (P/E ratio), suggesting that an increase in EPS corresponds with a rise in the P/E ratio and, thus, the market price. The findings indicated that book value and dividend per share have a negligible impact on market prices, signifying that these factors play a minor role in market valuations. Thus, based on the above empirical reviews the study has set following hypothesis

H1: There is a significant effect of EPS on MPS.

H2: There is a significant effect of PE ratio on MPS.

H3: There is a significant effect of DPR on MPS.

H4: There is a significant effect of ROE on MPS.



H5: There is a significant effect of cash dividend on MPS.

H6: There is a significant effect of Stock dividend on MPS.

### **Research Methods**

The main purpose of study is to examine the effect of bank specific variables on the market price of stock of commercial bank in Nepal, descriptive and casual research design has been used to conduct the study. Among the 20 listed commercial banks in NEPSE 10 banks were selected as sample using simple random sampling method. The study is mainly based on secondary data for bank specific factors which is obtained from bank and financial statistics published by NRB, NEPSE and the website of sample banks. The study covers data range from the year 2013/14 to 2023/24 panel data set from the 10 commercial banks extracted for 10 years with 100 bank-years observation. SPSS 20 was used for data analysis and to estimate the effect of bank-specific factors on market price of stock.

### **The model**

The model estimated in this study assumes that the bank specific factors on market price per share may be seen as under:

Market price per share = f (firm specific variables)

MPS = f (EPS, P/ER, ROE, DPR, CD, and SD)

$$MPS_{it} = a + b_1EPS_{it} + b_2P/ER_{it} + b_3ROE_{it} + b_4DPR_{it} + b_5CD_{it} + b_6SD_{it} + e_{it}$$

MPS<sub>it</sub> = Market Price per Share for the bank during t period

EPS it = Earnings per Share for the bank during t period

P/ER it= Price Earnings Ratio for the bank during t period

ROE it= Return on Equity for the bank during t period

DPR it= Dividend Payout Ratio for the bank during t period

CD it= Cash Dividend for the bank during t period

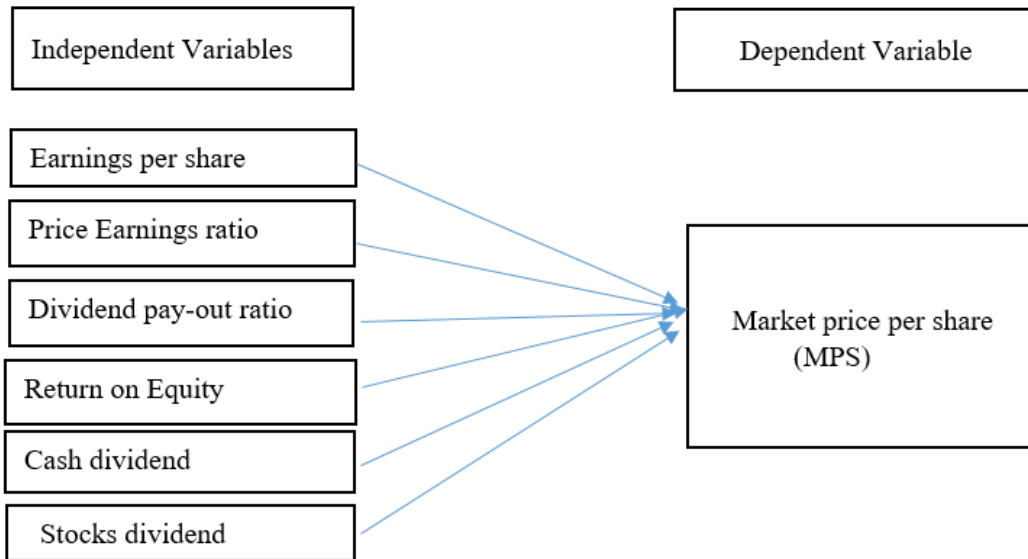
SD it= Stock Dividend for the bank during t period

b1, b2, b3 b4, b5, b6 = regression coefficient for respective variables

eit= error terms

### **Research Framework and Definition of Variables**

The study framework is based on previous empirical research conducted by various scholars. In this study, the market price per share is treated as the dependent variable, while the independent variables include earnings per share, price earnings ratio, return on equity, dividend pay-out ratio, cash dividend and stock dividend. The framework for the study is presented in Figure 1:

**Figure 1***Framework for the study***Table 1***Definition of variables*

---

Variables	operational definition
MPS	Closing price of stock of banks at the end of fiscal year.
EPS	Net Income after tax to total share outstanding
PE ratio	Market price per share to Earnings per share
DPR	Total Dividend paid to Total Earning
ROE	Net Income after tax to Total shareholder's equity
CD	percentage of cash dividend distributed by banks to their shareholders
SD	Percentage of stock dividend distributed by banks to their shareholders

---

## Results and Discussion

### Descriptive Result

Descriptive statistics is a field of statistics focused on gathering, analysing, interpreting, and presenting data. It is used to summarize the main features of a dataset, such as its central tendency and variability. Table 2 presents the descriptive statistics for the dependent variable (market price per share) and a range of independent variables, including EPS, PE ratio, ROE, DPR, CD and SD.

**Table 2**

*Descriptive Statistics*

Variables	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MPS (Rs)	165.00	3385.00	645.53	556.916
EPS (Rs)	7.46	86.04	28.546	14.426
PE (time)	9.92	51.31	21.01	7.696
DPR (%)	0.00	186.27	72.05	32.057
ROE (%)	5.31	32.98	16.26	5.086
CD (%)	0.00	50.63	5.83	8.401
SD (%)	0.00	70.00	14.81	11.164

Table 2 provides the descriptive statistics of dependent and independent variables. The variable MPS range its minimum value from Rs 165 and the maximum Rs3385 with

mean value 645.53 and the SD is 556.916. This indicates that MPS of banks vary widely from the mean. Similarly, EPS has minimum value Rs 7.5 to maximum Rs 86 with mean value Rs 28.55 and SD 14.43. This also indicates that there is significant variation in the EPS of Nepalese banks. Likewise, PE of banks have minimum value 9.92 times to maximum is 51.31 with average mean 21.01 and SD 7.69. DPR has minimum value of 0% to maximum with 186.27% with mean value 72.05 and SD 32.05. Similarly, ROE of banks ranges from 5.31% to 32.96% with average mean value 16.6 and SD 5.08.

Cash dividend of banks range with minimum 0 to maximum 50.63% with average value 5.83 and SD 8.401 and lastly, Stock dividend of banks in Nepal range with minimum 0 to maximum 70% with mean value 14.81 and SD 11.16.

**Table 3**

*Correlation Result*

**Correlations Matrix**

	MPS	EPS	PE	DPR	ROE	CD	SD
MPS	1						
EPS	.891**	1					
PE	.736**	.421**	1				
DPR	.115	.015	.246*	1			
ROE	.722**	.836**	.341**	.023	1		
CD	.457**	.626**	.037	.100	.456**	1	
SD	.614**	.463**	.587**	.617**	.421**	-.095	1

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

As Table 3 shows the correlation result among different pairs of bank specific variables with MPS of commercial banks. The result showed EPS, PE, ROE, CD and SD has significant positive correlation with MPS at 1 percent of significant level, which indicate that if these predictors variable increase then outcome variable (MPS) also increase and vice-versa, whereas DPR also has the positive correlation but statistically insignificant. Among the six bank specific factors EPS has the highest correlation whereas DPR has the lowest correlation with outcome variable MPS. Similarly, all the predictor variables show positive correlation with each other ranging moderate to weak indicating that there is no problem of multicollinearity, whereas, SD and CD has negative as well as weak correlation but not statistically significant that indicate that if SD increases then CD decreases and vice-versa.

## Regression Result

**Table 4**

*Multiple Regression Result of Bank Specific Factors on MPS*

		Unstandardized		Standardized		Collinearity	
Model		Coefficient		Coefficient	t- value	Sig.	Statistics
1	B	Std. Error		Beta			Tolerance VIF
	-						
(constant)	443.395	75.062			-5.907	0.001	
EPS	16.912	2.977	0.438		5.68	0.001	0.278 3.595
PE	29.114	1.814	0.402		16.049	0.001	0.616 1.624
DPR	4.119	0.854	0.237		4.824	0.001	0.16 6.248
ROE	4.299	4.025	0.039		1.068	0.288	0.286 3.497
CD	-0.692	2.089	-0.01		-1.513	0.134	0.126 7.939
SD	18.032	3.40	0.361		5.303	0.001	0.502 1.994

R squared- 0.976

Adj. R squared- 0.953

F value- 382.66

F sig.- 0.000

Table 4 exhibits the result of multiple regression of bank specific factors like EPS, PE ratio, DPR, ROE, CD and SD on market price of stock of commercial banks in Nepal. The value R square 0.976 indicates that independent variables explain about 97.6% on dependent variable MPS. Likewise, F stat value is 382.66 with F sig.0.001, it means the overall model is significant for the study and it can use the OLS to test the variables. VIF of all variables ranges from 1.624 to 7.939 which is less than 10 therefore there is no problem of multicollinearity.

The beta value of EPS is 16.911, with a p-value of 0.001. The positive and statistically significant beta value of EPS in the model indicates that EPS has a strong positive effect on MPS, making it an important factor to predict changes in stock price of Nepalese banks. Hence, H1 (There is a significant effect of EPS on MPS) is accepted. This finding is consistent with the finding of Chaudhary et. al (2019), Gyawali (2022) and Al-Dwiry (2022) while contradict with the findings of Budhathoki et. al (2023) and Neupane (2020). Similarly, beta coefficient value of P/ER is 29.114., with a p-value of 0.001. This suggests that there is a strong positive effect of P/ER on market price per share, and also statistically significant. Hence, H2 (i.e., There is a significant effect of PE ratio on MPS) is accepted. This result is consistent with the findings of Chhetri (2023) and Dhodary (2023) while contradicting with the findings of Neupane (2020)

Likewise, beta coefficient value of DPR is 4.119, with a p-value of 0.001 which indicates that there is also positive effect of DPR on market price per share, which is also statistically significant. This indicate that higher dividend payout ratio intend to increase higher the market price of share of Nepalese banks. Hence, H3 (i.e., There is a significant effect of DPR on MPS) is accepted. This result is consistent with the empirical findings of Pandey and Sunar (202), Budhathoki et. al (2023) but contradict with the findings of Bhattarai (2020) and Dhakal (2019). Similarly, the beta value of ROE is 4.297, with a p-value of 0.288. This indicates that there is a positive effect of ROE on market price per share but not statistically significant. Hence, H4 (i.e., There is a significant effect of ROE



MPS) is rejected. This result is consistent with the empirical findings of Hunjrae et.al (2014) and Silwal and Napit (2019) while contradict with the findings of Khan (2012).

The beta value of CD is  $-.692$ , with a p-value of  $0.134$ . This result pointed that there is a negative effect of cash dividend on market price per share but this finding is not statistically significant. This result indicates that higher cash dividend has inverse effect on the market price of share however there is not strong evidence to support it. Hence, H5 (i.e., There is a significant effect of CD on MPS) is rejected. Whereas, the beta value of SD is  $18.033$ , with a p-value of  $0.001$ . This indicates that there is a positive effect of stock dividend on market price per share and this result is statistically significant. This finding suggests that higher SD of bank lead to higher increase in the market price of share his Hence, H6 (i.e., There is a significant effect of SD on MPS) is accepted. This result is consistent with the empirical findings of Shrestha (2020) while contradict with the empirical findings of Khan (2012)

### **Conclusion and Implication for Future Research**

This paper examines various bank specific factors that effects on the market price of Nepalese commercial banks. Among the various bank specific variables EPS, P/ER, ROE, DPR, CD and SD are taken as major predictors to measure the effect on market price of banks in Nepal. The study concludes that EPS, PE ratio, SD and DPR has the strong statistically significant positive impact on the market price whereas CD has negative impact but statistically insignificant. The study further conclude that Nepalese

commercial banks can enhance their market value by focusing on improving their earnings per share, price to earnings ratio, dividend pay-out ratio, and stock dividend.

This research focuses solely on a selection of 10 commercial banks in Nepal. More extensive findings could be obtained by exploring a broader range of variables associated with the banks as well as other external macroeconomic factors and their connection to the market prices of these banks. This study focuses only on the bank specific factor that effect on the MPS but there are several behavioural and psychological factors in investors that influence on the market price of banks. so future researcher can incorporate those factors to observe the real picture that determine the market price of share.

### References

- Abdalla I. S. A. (2014). Exchange rate and stock price interactions: Evidence on India, Korea, Pakistan and Phillippines. *Applied Financial Economics*, 7(1), 25–35.
- Akbar, T., & Afiezan, A. (2018). Determination of sharia stock price through analysis of fundamental factors and macro-economic factors. *Account and Financial Management Journal*, 3(10), 1739-1745
- Almumani, B., & Science, S. (2014). Determinants of equity share prices of the listed banks in Amman stock exchange: Quantitative approach. 5(1), 91-104.
- Arshad, Z., Arshaad, A.R., Yousaf, S., Jamil, S. (2015), Determinants of share prices of listed commercial banks in Pakistan. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 6(2), 56-64
- Baral, R. K., & Pradhan, A. (2018). Impact of dividend policy on share price of commercial bank in Nepal. *The International Research Journal of Management Science*, 3(1), 107-122.

- Bhandari, B., & Pokharel, T. (2012). Corporate dividend policy: A study of commercial banks of Nepal. *Administrative and Management Review*, 24(2), 24-44.
- Bhattarai, B. P. (2020). Determinants of share price of commercial banks in Nepal. *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 10(9), 12-28.
- Bhattarai, Y. R. (2016). Effect of dividend payment on stock prices of commercial banks in Nepal: panel approach. *Economic Journal of Development Issues*, 21(1), 55-68.
- Bloomenthal, A. (2022). *Accounting Tools*. Retrieved from Payout ratio definition: <https://www.accountingtools.com/articles/what-is-the-payout-ratio.html>.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2022). *Principles of Corporate Finance* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Budhathoki, P. B., Bajracharya, S., & Khadka, K. (2023). Examining the Impact of Dividends on Share Prices: Evidence from Microfinance Companies in Nepal. *Nepalese Journal of Business and Management Studies*, 2(1), 83-99.
- Chhetri, R. (2023). Factors Affecting the Share Price of Commercial Banks in Nepal. *Quest Journal of Management and Social Sciences*, 5(1), 107-118.
- Chowdhury, T., Dovash, R. H., & Islam, S. (2019). Determinants of stock price of financial sector-a study on banks and non-bank financial institutions in Bangladesh. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 9(1), 49-56.
- Dhakal, A. (2019). Firm specific determinants of Stock Price- the Case of the finance companies listed in Nepal Stock Exchange. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies*, 6(9), 83-88.
- Dhodary, S. (2023). Determinants of stock market price in Nepalese Commercial Banks. *The Harvest*, 2, 71-86
- Firth, M. & Keane, S.M. (1986). *Issues in finance*. Atlantic Highlands: Humanities Press.
- Geetha, E., & Swaaminathan, M. (2015). Study on factors influencing stock price: A comparative study of automobile and information technology industries stocks in

- India. *International Journal of Current Research and Academic Review*, 3(3), 97-109.
- Gordon, M.J. (1963). Optimal investment and financing policy. *Journal of Finance*, 18, 264-272
- Hunjra, A. I., Ijaz, M. S, Chani, M. I., Hassan, S. and Mustafa, U. (2014). Impact of Dividend Policy, earning per Share, Return on Equity, Profit after Tax on Stock Prices. *International Journal of Economics and Empirical Research*. 2(3), 109-115
- Jain, N., & Bajaj, K. (2017). Impact of earnings per share on market price of share with special reference to selected companies listed on NSE. *International Journal of Engineering Management Research* (7),
- Kanakriyah, R. (2020). Dividend policy and companies' financial performance. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 531-541.
- Kandir, S.Y. (2008). Macroeconomic variables, firm characteristics and stock returns: Evidence from Turkey. *International Research Journal of Finance and Economics*, 16(1), 35–45.
- Khan, K. I. (2012). Effect of dividends on stock prices—A case of chemical and pharmaceutical industry of Pakistan. *Management*, 2(5), 141-148.
- Margaretha, F. (2015). The effect of cash dividend, retained earnings, and stock price of manufacturing company listed in Indonesia Stock Exchange. *The Winners*, 16(1), 36-43.
- Maskey, S. (2022). Specific determinants of share prices: A case study of listed life insurance companies in Nepal stock exchange. *Journal of Business and Management Research*, 4(01), 49–60.
- Maswadeh, S. (2018). The effect of dividends and earnings per share on the stock market value by moderating bank size. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 14(8), 408-415.

- Miller, M. H., & Modigliani, F. (1961). Dividend policy, growth, and the valuation of shares. *Journal of Business*, 34(4), 411-433.
- Mirgen, C., Kuyu, E., & Bayrakdaroglu, A. (2017). Relationship between profitability ratios and stock prices: an empirical analysis on bist-100. *Pressacademia*, 6(1), 1–10.
- Mishkin, F. S. (2021). *The economics of money, banking, and financial markets* (11th ed.). Pearson.
- Nekesa, M., Ouma, M., & Njuguna, P. (2021). Effect of Dividend Decisions on Market Performance of Share Prices for Commercial Banks Listed at Nairobi Securities Exchange. *International Journal of Current Aspects in Finance, Banking and Accounting*, 3(2), 104-112. <https://doi.org/10.35942/ijcfa.v3i2.207>
- Neupane, B. (2020). Impact of earnings, book value and dividend on market price of stock of Nepalese manufacturing firms listed in NEPSE. *Pravaha*, 26(1), 21–30.
- Nisa, M.- U., & M. Nishat (2011). The determinant of stock prices in Pakistan. *Asian Economic and Finance Review*, 1(4), 276-291.
- Omodero, C. O., & Mlanga, S. (2019). Evaluation of the impact of macroeconomic variables on stock market performance in Nigeria. *Business and Management Studies*, 5(2), 34-45
- Pandey, C., Sunar, K.B. (2022), The relationship between the determinants of equity prices in Nepal. *The Harvest*, 1(1), 29-36.
- Pandey, D. L., Risal, N., Basnet, B. J., & Bohara, B. (2024). Factors Affecting Stock Price Volatility of Commercial Banks in Nepal. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(5), 171-182.
- Sapkota, A. K., & Pradhan, R. S. (2016). Firm specific and macroeconomic determinants of share price of Nepalese commercial banks. *Journal Management & Development Economics*, 5(1), 1-16.

- Sharpe, W.C., Alexander, G.J., & Bailey, J.W. (1996). *Investments (6th ed.)*. New Jersey: Patience Hall
- Shiller, R. (1981). Do share prices move too much be justified by subsequent changes in dividend? *American Economic Review*, 71,421-436
- Shrestha, P. M. (2020). Effect of dividend on stock market price: a panel data approach. *Management Dynamics*, 23(1), 199-208.
- Silwal, P. P., & Napit, S. (2019). Fundamentals of Stock Price in Nepalese commercial banks. *International Research Journal of Management Science*, 4(1), 83-98.
- Singh, N. P., & Tandon, A. (2019). The effect of dividend policy on stock price: Evidence from the Indian market. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 15(1–2), 7–15
- Srinivasan, P. (2012). Determinants of Equity Share Prices in India: Approach. *The Romanian Economic Journal*, 205, 206.
- Tandon, K., & Malhotra, N. (2013). Determinants of stock prices: Empirical evidence from NSE 100 companies, *Journal of Business Management*, 2249-2263.
- VanHorne, J. & Wachowitz, J.M. (2000). *Fundamentals of financial management*. New Jersey. Prentice-Hall International Inc
- Wagle, S. (2021). Determinant of stock market prices in Nepal: A case of commercial banks. *The Journal of Finance*, 55(5), 19-57.

**Bridging the Gap: Kautilya's Arthashastra and Modern Economics**

Krishna Kumar Regmi, M. Phil

Department of Economics, Rammani Multiple Campus

**Abstract**

This paper explores two main ideas: first, that Kautilya was the first political economist, and second, that the study of political economy began long before Adam Smith. By examining The Arthashastra (written around 375 B.C.), we find evidence of rational decision-making, self-interest, and market activities similar to those in a traditional economy. A careful analysis shows that Kautilya's work is just as systematic in studying political economy as Smith's The Wealth of Nations. Since economics focuses on policies and strategies to build a nation's wealth, the Arthashastra, meaning "The Science of Wealth," can be seen as the first detailed guide on political economy. Understanding Kautilya's ideas helps us trace the true beginnings and development of economic thought. Looking at these historical ideas also helps us better understand modern economic theories and methods.

*Keywords:* economic history, Kautilya, market elements, political economy, self-interest, wealth creation



### **Bridging the Gap: Kautilya's Arthashastra and Modern Economics**

Known as the "missing link" in economics, Kautilya's writings and teachings from around 375 B.C. are an important but frequently disregarded aspect of economic history. Regretfully, his work is still unknown to the majority of academics and economics students. Although his contributions have been recognized by contemporary economic theory, he is frequently dismissed as a mere "ancient economic novelist" (Waldauer, Zahka & Pal, 1996, p. 101). Even though The Arthashastra contains important economic ideas and principles, his impact on the evolution of contemporary economics has been largely disregarded by conventional economic theory. Given that Kautilya's theories address a wide range of subjects, such as global commerce, labor, wages, pricing, fiscal and monetary policies, economic growth, and corporate social responsibility, this oversight seems perplexing. According to orthodox economists, especially those who endorse Finley's (1999) thesis of "primitive economics," organized economic thought existed prior to Adam Smith (1759, 1776). Aristotle, de Jean Olivi, the late Scholastics, the Physiocrats, and Mandeville are among the early figures they identify as having influenced classical economics, at most.

Their elevation of economics to the pinnacle of 'modern science' rests on two key arguments:

1. The Invisible Hand and Individual Interests:

This concept, famously introduced by Adam Smith, suggests that individuals pursuing their self-interests inadvertently contribute to the overall good of society. When people make economic decisions based on personal benefit such as starting a business, investing, or innovating they are unknowingly guided by an "invisible hand" that aligns their actions with societal progress.

### 2. The Market System and Social Progress:

The market system, driven by supply and demand, plays a crucial role in ensuring economic growth and improving societal well-being. It does so by efficiently allocating resources, fostering competition, and encouraging innovation. In an ideal free-market economy, businesses strive to produce better goods and services at lower prices to attract consumers, which leads to overall prosperity.

The Greek words *oikos* (home) and *nomos* (a complicated root of the word stupid, meaning manage, order, custom, and law) are used by Hutcheson (2010) to define economics. Xenophon claims that *Oikonomikos* (450 B.C.) enumerates the wisdom of over two millennia. The premise that the market did not exist three thousand years ago is the foundation for the thesis that, prior to *The Wealth of Nations*, markets and economic principles were only haphazardly linked to economic categories like GDP, efficiency, inflation, and unemployment are only the result of general knowledge or philosophical observation. The models of market mechanisms, economic policy, and growth theory found in Kautilya's *Arthashastra* must be proof of a complicated economic process and the

economic analysis of that process itself, not just the outcome of a straightforward social practice or activity. The study aims to answer the following questions;

What economic tools and policies described in the Arthashastra have parallels in contemporary economic theory?

How might Kautilyan economics provide alternative perspectives to address current economic challenges?

How do Kautilya's economic principles in the Arthashastra compare with fundamental concepts in modern economics?

### **Review of Literature**

Sihag (2014) presents perhaps the most comprehensive analysis of Kautilya's economic ideas, arguing that the Arthashastra contains sophisticated concepts regarding market regulation, fiscal policy, and welfare economics that were in many ways ahead of their time.

Trautmann (2012) examines Kautilya's theories on wealth creation and distribution, arguing that the text presents a nuanced understanding of the relationship between private enterprise and state regulation that defies simple characterization as either "socialist" or "capitalist."

McClish and Olivelle (2012) emphasize the text's innovative approach to governance, noting its departure from earlier dharmic traditions toward a more secular understanding of political power. They highlight how the Arthashastra develops a

comprehensive theory of state administration with detailed attention to bureaucratic structures.

Waldauer et al. (1996) analyze Kautilya's economic principles in comparative perspective, noting parallels with mercantilism but also identifying unique features that distinguish his approach from Western economic traditions.

Olivelle (2005) examines the legal dimensions of the Arthashastra, noting its systematic approach to both civil and criminal law. He argues that the text represents a significant departure from earlier dharmashastra traditions in its emphasis on state authority rather than social custom as the ultimate source of legal authority.

Datta and Basu (2016) examine Kautilya's contributions to intelligence studies and argue that many modern intelligence practices can find precursors in the Arthashastra's detailed recommendations on espionage, counterintelligence, and information analysis.

Shamasastri (2010) examines the relevance of Kautilya's administrative principles to contemporary public administration, arguing that his emphasis on accountability mechanisms and performance metrics anticipated modern governance theories.

Sarkar (1919) provided one of the earliest detailed analyses of Kautilya's foreign policy doctrines, emphasizing the text's pragmatic approach to interstate relations and its sophisticated understanding of diplomatic strategies.

The literature on Kautilya's Arthashastra reveals a rich, complex text that continues to reward scholarly attention across multiple disciplines. From its sophisticated

political theory to its detailed economic prescriptions, from its pragmatic approach to international relations to its comprehensive legal framework, the Arthashastra offers insights that resonate with contemporary concerns while illuminating an important chapter in the global history of political thought.

Despite extensive scholarship, several aspects of the Arthashastra remain underexplored. The text's relationship to other ancient Indian intellectual traditions, particularly the Buddhist and Jain traditions, deserves more attention. The gendered dimensions of Kautilya's political thought have received insufficient scholarly attention, with few studies examining how the text constructs gender roles and their relationship to political power. Additionally, environmental aspects of Kautilya's thought, including resource management principles, offer potential insights for contemporary sustainability discussions.

### **Research Design and Methodology**

The research will use three methods to connect ancient Kautilyan economic thought with modern economic principles. First, a qualitative textual analysis of the Arthashastra will be used to identify key economic concepts and frameworks. Second, a comparative conceptual analysis will examine the similarities and differences between Kautilyan and modern economic principles. Third, a historical contextualization will situate Kautilyan economics within its Mauryan imperial setting, recognizing how modern economic thought emerged from specific Western circumstances. This will help

understand the contextual limitations and potential contemporary applications of Kautilya's economic insights.

The Arthashastra, a text by Kautilya, is analyzed using primary source methods, comparing translations from scholars like Kangle (1972), Rangarajan (1992), and Shamasastri (1915). This method enhances research validity by identifying nuances in interpretations. The text is then examined to identify key economic concepts, policies, and theoretical frameworks. Thematic areas are organized into domains such as taxation systems, trade policies, fiscal management, market regulation, resource management, and labor economics. This helps in comparing Kautilya's ideas with modern economic categories.

This study explains the Kautilya's economic ideas by using a three-step method. First, it studies original texts. Then, it examines the content closely and organizes the main themes. This helps find important economic ideas, policies, and theories. It also helps researchers understand small differences in words and meanings, giving a clearer picture of Kautilya's real thoughts. The method groups Kautilya's ideas into areas like taxes, trade, government spending, market rules, use of resources, and labor.

## **Discussion**

To fulfill the objective of the study the context is analysed on following sub-topics

### **Theory of Economic Growth**

Kautilya's economic growth theory emphasizes the role of the King in driving economic development, encompassing key elements such as production and demand for goods and services, productivity, government and fiscal policies, price stability, monetary policy, trade, economic welfare, productive enterprises, wages linked to productivity, women's participation in the labor market, marketing, consumer protection, division of labor, and specialization. His work, The Arthashastra, and detailed model of the Indian economy support this claim, demonstrating that ancient economic theories and practices were far more advanced than commonly acknowledged.

Kautilya's model includes bi-directional causality and interconnected variables of interest, such as agriculture and fishing, state monopolies, state-controlled industries, state-regulated small industries, and private industries like potters and basket makers. The state plays a crucial role in this model by encouraging fair trade, customer protection, harmony in profit and wages, stable fiscal policy, treasury management, stable prices, and positive expectations. The state, or King, is responsible for administering this sophisticated mechanism of the economy, as evidenced by the Arthashastra.

### **Theory of fiscal policy**

The Mauryan State's fiscal policies and operations were well-organized, similar to the budget under the Chancellor's supervision. Government officials established standard blueprints for the treasure's construction and meticulously designed budget accounts and strategies. These budgets were more thorough than contemporary state budget strategies. However, Kautilya's writings do not include a concept of national accounts (Sihag, 2005).

The Mauryan State's budget policy method for a fiscal year includes all departments and reports responsibly elaborated under the Chancellor's supervision. Kautilya explained government spending, recognizing that strict budget cuts could harm people's spending power and reduce the supply of goods. However, he did not support extreme financial restrictions, which some still believe can harm the economy by reducing wealth and ability to buy goods.

### **Monetary Policy**

The Mauryan Empire's money served two main purposes: helping people collect wealth and making trade easier, and demonstrating the government's control over money. To maintain control, the Empire used a single type of currency and strict rules regarding money circulation. A Coin Examiner was responsible for managing the currency, based on the gold standard. Fake money was punishable by severe punishment, especially for treasury workers. Inflationary forces were implied when counterfeiting was permitted and the amount of money in circulation was not controlled.



According to Monnet (2005, p. 7), state officials were required to maintain price stability and manage inflation while managing the currency, as combining real and counterfeit coins would cause the government's treasury to run out. Loans and deposits were a significant topic in Kautilya's economics, with contracts filled with specifics and witnessed. Early Indian conceptions of justice dictated that debtors' obligations should not be increased if they have been performing rites for longer, are ill, are tutored, are minors, or are insolvent.

### **Trade Policy**

In ancient India, trade was a crucial driver of development, with kingdoms aiming to create prosperity by establishing trade routes and promoting markets in cities. A stringent system of trade control was applied to both import and export policies, with merchants being strictly regulated to prevent pricing distortions. Imports were aimed at creating wealth through price subsidies, spot, and future methods, excluding useless goods. Import also played a role in market protection, encouraging merchants to import more goods to build a buffer stock.

A system of comparative advantage was used to advance exports to profitable regions, while unprofitable areas were avoided. A complete system of trade tariffs, import rates, trade duties, price subsidy, and trade control was set up to facilitate and safeguard trade activities. Exports played a crucial role in generating wealth for kingdoms, with the gross margin from trade covering all operational expenses. Trade officers and government

officials were responsible for protecting and expanding trade while establishing safe trade routes. Kingdoms sought strategic partnerships through bilateral agreements and reciprocal trade policies that leveraged comparative advantages benefiting both nations.

### **Labour and Wages Theory**

Kautilya regarded productivity as a crucial factor for economic development. According to his theory, the level of productivity is influenced by the division of labor, wages, incentives, and inequality. This connection between productivity and wages is clearly evident in the following passages.

The Superintendent of Yarns ought to determine the wage after evaluating the fineness, coarseness, or medium quality of the yarn, as well as the quantity being produced. Therefore, laborers' wages in the textile sector were carefully regulated and set based on their output levels (productivity). Workers were offered incentives when favorable results in the production process were attained.

Upon determining the quantity of yarn, he should treat them with oil and myrobalan ointments. On celebration days, they ought to be encouraged to work by bestowing honors upon them and by offering gifts. Should there be a decrease in yarn, and based on the worth of the staff, this will lead to a reduction in pay (Kangle, 2003).

The efficiency wage theories appear to have applied to the Kautilyan economy, where the State had to decide to pay wages higher than the going rate in order to boost productivity and future state revenue.

However, if a discrepancy between the productivity level and wage level was observed, the wages were pushed down to the productivity wage equilibrium level since policymakers and controllers knew that paying workers efficiency wages could result in involuntary unemployment. The following remark illustrates how wages were paid to employees in line with specialization theory and the theory of division of labor (Bagwe, 2009).

‘Women should spin, while males should weave (ropes, protective wear straps, and similar goods should be created by persons who specialize in their creation). The Chief Commissioner must first reach a consensus with the artisans on the quantity of weaving that must be completed in a specific time frame and the wages that must be paid. Weavers of unique fabrics, such as those created from silk, exquisite yarn, deer wool, etc., will receive incentives’ (Rangarajan 1992).

### **Price and Market System**

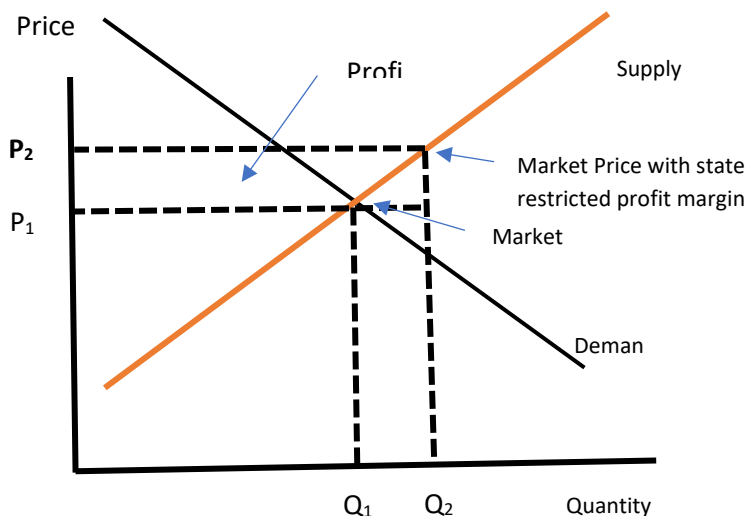
Kautilya's market system was characterized by high levels of government intervention, similar to classical economics. The current global financial issues, which began in 2008, have seen governments, particularly in OECD nations respond to crises with harsh measures, including nationalization. Banks and businesses have been involved in numerous initiatives, and international economies that have adopted nationalization are considered normal market economies. Nationalization is the most powerful force in the

realm of state interference in the market, but its implementation in extreme forms in 2008 and beyond, from the United States to Iceland, will be documented as a historical truth.

In a planned economy, the government uses a fixed pricing mechanism to determine the prices of goods and services, which is the formal difference between a market economy and a planned economy. This was not the case for the Kautilyan economy, though; since the government did not employ a fixed price mechanism, there is no scientific justification for us to not regard the economy in question as a market economy. A different mechanism, that of a fixed profit margin rate was employed in its place. The figure below shows the price-setting mechanism that the Kautilya state has in place.

**Figure 1**

*Price operating mechanism in the Mauryan empire*



Markets were functioning under a free market framework, as the image illustrates, but Kautilya (like Adam Smith) thought that markets led to an unequal distribution of income in society. Additionally, it appears that Kautilya was fully aware of the negative externalities inherent in taxation and tax policy that is, that greater taxes result in weaker personal incentives, reduced consumption, lower productivity, which in turn raises unemployment and economic cycles. He therefore believed that using tax policy for income (re)distribution would cause more harm than good, so he had no intention of doing so. His plan was to restrict market profit margins while simultaneously preventing or limiting the creation of an unequal income distribution. How manufacturers, business owners, and merchants would respond to such a policy mechanism is still an open topic. The market system was widely accepted since they were all adhering to the concept of Dharma. It is important to note that the same policy mechanism is no longer in effect in contemporary Nepal, which ranks 115th in the world with a Gini score of 32.8. We are therefore unable to assess the extent to which the "restricted profit margin policy" ultimately affected poverty and income distribution because, undesirably, The Arthashastra has no information regarding income distribution (except from wages throughout the State).

### **Market Character and Consumers**

Markets function as processes within communities, not as external entities. The notion that markets exist only outside communities and operate solely through consumer

choices and positivist principles is incorrect and hazardous, leading to economic crises and severe global consequences.

The Kautilyan economy resembled today's market economy but featured strong state intervention. According to Kautilya, market and government failures were interconnected—market failure couldn't occur without government failure, which itself stemmed from moral shortcomings and poor organizational structures (Sihag, 2009b).

Kautilya believed that privately-driven market forces pursued their own interests, and the invisible hand couldn't adequately protect public interests. Thus, government intervention was essential to address negative market externalities. While supply and demand forces determined prices in the Empire rather than the government, the government's role was to monitor and correct market operations when problems arose.

Private manufacturers and merchants were required to pay licensing fees, and those dealing in state-monopolized goods paid a monopoly tax. Additionally, the State controlled cartelization, another market externality, by imposing a fine of 1000 panas on artisans and craftsmen who attempted to reduce quality, increase profits, or obstruct sales or purchases (Sihag, 2009).

Kautilya's economy was a regular 'mixed' economy that rested on five common pillars of any market economy:

- |  |                     |
|--|---------------------|
| 1) Private ownership and property rights | 2) Price system     |
| 3) Entrepreneurship                      | 4) Competition, and |

## 5) Moral-hazard problem.

A comparison (Table 1) offers crucial insight into the differences between ancient economies and their "virtually zero" growth rates. Scholars have questioned why ancient economies lacked growth orientation (Maddison 2006). Kautilya's writings provide critical evidence addressing these questions. He definitely believed markets were inherently unethical and corrupt, necessitating state control in harmony with Dharma. The government maintained authority over profits, incentives, pricing systems, and trade, explaining the limited economic growth during this period.

**Table 1***Market economy comparison to Kautilya's economy*

Mechanism	Modern market economy	Kautilya's market economy
Ownership	Capital and resources owned by individuals (Private ownership)	Capital and resources owned by a State and individuals (Private and State ownership)
Price system	Resources are allocated in the economy through the forces of supply and demand	Used to allocate resources in the economy by the forces of supply and demand under government's supervision and intervention
Entrepreneurship	Invisible hand and risk-taking	invisible hand under government's supervision and controlled risk-taking
Competition	Healthy competition between buyers and sellers in the marketplace encourages efficient allocation and wise utilization of resources	Regulated competition between buyers and sellers under state oversight promotes and safeguards the efficient and sustainable utilization of resources.

	throughout the production process.	
Problem	Existence of moral-hazard problem	Controlled moral hazard by the State
Total	Efficient Market Economy	Moral Market Economy

---

Ancient civilizations focused on growth through government investments in public infrastructure and housing, but not in equipment and technology. This led to a lack of significant economic growth in Nepal, as the Kautilyan model failed to achieve significant growth. Moral market economies, like those in Greece, China, and Rome, were unable to generate high growth rates. However, Kautilya, an ancient thinker, believed in protecting consumers and creating rules for fair trading.

Marketing systems were not only present in ancient times with mass consumer markets and free economies, but also in ancient India. Farm goods had to be brought to city markets and taxed before selling, and products from Pinnacle lands were sold through central channels. Traders could get special permission to sell Crown goods in different places, but they had to follow prices set by the Chief Controller of State Trading.

Market forces were controlled to ensure regular people received what they needed, rather than letting sellers make as much money as possible. Kautilya believed that letting merchants make too much profit would lead to unfair trading, harming ordinary citizens and reducing their well-being. Merchants and traders who broke fair trading rules faced harsh punishments.



## **The Welfare Economics**

Scholars interpret the economy of the Mauryan Empire under Kautilya's writings in various ways: as "socialized monarchy" (Wolpert, 1982), "state socialism" (Basham, 1963), or as a welfare state. The welfare state interpretation has received less attention since this concept is traditionally associated with Western industrial economies, particularly Britain. Orthodox economists might consider applying the welfare state concept to Arthashastra's era anachronistic, arguing that welfare states require modern economic systems without monarchical rule. However, The Arthashastra provides evidence that welfare policy mechanisms existed in ancient Mauryan society.

To validate the interpretation of Kautilya's economic framework, it is essential to explore the relationship between his welfare state concept and its economic foundations, particularly the growth-welfare relationship. Kautilya identified three economic pillars—agriculture and cattle breeding, productive manufacturing, and trade—as crucial for creating material wealth, with inactivity leading to distress (Mishra, 2003). His welfare regulations spanned protection for various social groups, including elders, consumers, women, children, and widows, forming a comprehensive welfare structure. While his strict rules may seem to limit social ethics, they also reflect a body of knowledge and values that have long been overlooked by scholars and the public.

The idea that Kautilya's economic model is primitive is challenged by both textual evidence and analysis, which highlight the modern economic principles embedded within

his work. Kautilya's model emphasizes that an economy must align with Dharma to thrive, much like Adam Smith's notion of the "invisible hand" driving progress (Smith, 1977, 1982). Kautilya proposed moral market economies as the solution to ensuring economic success without moral collapse.

### **From Arthashastra to Modern Economics**

Kautilya's economic theories mark a significant milestone in the development of economic science, influencing fields like labor economics, growth theory, international economics, and welfare economics. His writings, grounded in the facts and theories of his time, laid the foundation for pre-classical economic schools, positioning him as the first pre-classical economist (Mishra, 2003). Kautilya's work also impacted both Western classical economics and 20th-century Keynesian theory, demonstrating a connection between his ideas and those of Adam Smith. While Smith created a comprehensive economic theory for the 17th century, Kautilya had already developed a systematic framework for the 4th century BCE.

Kautilya and Adam Smith both studied economic systems but approached them differently. Smith emphasized free trade governed by natural laws, while Kautilya focused on agricultural production with state oversight. Kautilya's theories also anticipated many concepts later developed by David Ricardo, such as the labor theory of value and differential rent. He advocated for fair wages based on time and skill, warning that

insufficient compensation would harm the economy by causing labor shortages and reduced consumption.

Kautilya's theory of international trade and comparative advantage shares similarities with Ricardo's, emphasizing the importance of both imports and exports in wealth accumulation. His views on economic inequality, self-interest, and public welfare also align with those of Malthus, while his ideas on economic growth resonate with Marx's belief that productive labor drives progress.

Kautilya's work aligns with Keynesian thought, particularly in advocating for a positive state role in managing macroeconomic activities. Both Kautilya and Keynes stressed the importance of state intervention to stabilize markets and protect the economy from business cycles.

Kautilya's economic contributions deserve recognition as a "cumulative theory," influencing not only classical economics but also Marxian, Neoclassical, and Keynesian schools. His comprehensive growth model, anticipating Marshall's concept of "organic economic growth," presents a view of economic progress as humanity's ultimate frontier, a perspective that predates modern mainstream growth theories.

### **Conclusion**

It is clear from the reasons we present in this study that Arthashastra has significant relevant relevance for the theory of modern economics. As a significant addition to economic theory and a methodical examination of political economics,

Arthashastra merits reclaiming its long-forgotten rightful place in the annals of contemporary economic theory. Without a doubt, Kautilya was one of the first political economists and the forerunner of classical economic theory.

Using Phillips' 1962 definition of economics as a science that explains "how the system works," we can consider the Arthashastra the missing link between pre-classical and modern economics, illuminating the evolutionary pathway through valuable insights into historical policies and practices. Kautilya's economic contributions deserve recognition, as studying the Arthashastra reveals not only the methodological challenges, investigative boundaries, and assumption realities of his time, but also provides perspective on methodological, epistemological, and practical issues facing modern economics. We can confidently conclude that the Arthashastra represents a significant systematic study of its period's political economy. The economic concepts and variables present in Kautilya's model are clearly the same standard exogenous and endogenous variables that constitute any contemporary economic model.

### References

- Bagwe, S. (2009). *Applying Kautilya's Arthashastra in human resource management* (Unpublished research paper).
- Basham, A. L. (2004). *The wonder that was India* (21st ed.). Rupa & Co.
- Biswas, A. K., & Biswas, S. (1996). Minerals and metals in Kautiliya's *Arthashastra*. In A. K. Biswas, *Minerals and metals in ancient India* (Vol. 2, pp. 1–28). D.D. Printworld (P) Ltd.
- Boesche, R. (2002). *The first great political realist: Kautilya and his Arthashastra*. Lexington Books.
- Chamola, S. D. (2007). *Kautilya Arthashastra and the science of management: Relevance for the contemporary society*. Hope India Publications.
- Datta, S., & Basu, P. (2016). The Kautilyan paradigm of intelligence. *Journal of Intelligence History*, 15(1), 48–66.
- Derrett, J. D. M. (1973). *History of Indian law*. Brill Academic Publishers.
- Finley, M. I. (1999). *The ancient economy* (Updated ed.). University of California Press.
- Hutcheson, F. (2010). *A short introduction to moral philosophy: In three books, containing the elements of ethicks and the law of nature*. General Books LLC.
- Kak, S. (2015). The Mahabharata and the Sindhu-Sarasvati tradition. *Dialogue: A Quarterly Journal of Astha Bharati*, 17(2), 32–51.
- Kangle, R. P. (1969–1972). *The Kautilya Arthashastra* (Vols. 1–3). University of Bombay.
- Kautilya. (1992). *The Arthashastra*. Penguin Books.
- Keynes, J. M. (1930). Economic possibilities for our grandchildren. *Nation and Athenaeum*, October 11 and 18. Reprinted in *Essays in persuasion* (pp. 321–332).
- Krugman, P. R. (1997). *The age of diminished expectations* (3rd ed.). MIT Press.
- Liebig, M. (2014). Kautilya's relevance for India today. *India Quarterly*, 70(2), 149–164.
- Maddison, A. (2006a). *The world economy: Historical statistics*. OECD Publishing.

- Malthus, T. (2008). *An essay on the principle of population*. Oxford University Press.
- Mishra, A. (2016). Kautilya's Arthashastra: A comparative study of foreign policy approaches. *Indian Journal of Asian Affairs*, 29(1/2), 15–27.
- Mishra, R. K. (2003). Public enterprise in Kautilya's Arthashastra: Some insights. *Bharatiya Pragna*.
- Modelski, G. (1964). Kautilya: Foreign policy and international system in the ancient Hindu world. *American Political Science Review*, 58(3), 549–560.
- Monnet, C. (2005). *Counterfeiting and inflation* (European Central Bank Working Paper No. 512). European Central Bank.
- Muniapan, B., & Shaikh, J. M. (2007). Lessons in corporate governance from Kautilya's Arthashastra in ancient India. *World Journal of Corporate Governance*, 1(1), 10–19.
- Olivelle, P. (2013). *King, governance, and law in ancient India: Kautilya's Arthashastra*. Oxford University Press.
- Phillips, A. W. (1962). Employment, inflation and growth. *Economica*, 29(113), 1–16.
- Rangarajan, L. N. (1992). *Kautilya: The Arthashastra*. Penguin Books India.
- Sarkar, B. K. (1919). Hindu theory of international relations. *American Political Science Review*, 13(3), 400–414. <https://doi.org/10.2307/1945513>
- Schumpeter, J. A. (1996). *History of economic analysis: With a new introduction*. Oxford University Press.
- Shamasastri, R. (1909). *Kautilya's Arthashastra* (English translation). Government Press, Bangalore.
- Shamasastri, R. (2010). Kautilya's Arthashastra and modern public administration. *International Journal of Public Administration*, 33(5), 261–273.
- Sihag, B. S. (2007). Kautilya on institutions, governance, knowledge, ethics and prosperity. *Humanomics*, 23(1), 5–28. Sihag, B. S. (2009a). Kautilya on moral,

market, and government failures. *International Journal of Hindu Studies*, 13(1), 83–102.

Sihag, B. S. (2014). *Kautilya: The true founder of economics*. Vitasta Publishing.

Skare, M. (2013). The missing link: From Kautilya's *The Arthashastra* to modern economics. *The Journal of Philosophical Economics*, VI(2).

Thapar, R. (2003). *The Penguin history of early India: From the origins to AD 1300*. Penguin Books.

Trautmann, T. R. (2012). *Arthashastra: The science of wealth*. Allen Lane.

Waldauer, C., Zahka, W. J., & Pal, S. (1996). Kautilya's Arthashastra: A neglected precursor to classical economics. *Indian Economic Review*, 31(1), 101–108.

Wolpert, S. (1982). *A new history of India*. Oxford University Press.

Zaman, R. U. (2006). Kautilya: The Indian strategic thinker and Indian strategic culture. *Comparative Strategy*, 25(3), 231–247.

**Production Cost of Feature Film in Nepal**

Sher Bahadur Shahi

Department of Economics, Tribhuvan University



### **Abstract**

This study examines the financial structure of Nepali film production, focusing on key cost elements such as pre-production planning, cast and crew salaries, set design, shooting and post-production processes. Article serves as a resource for filmmakers, investors, and scholars interested in understanding the economics of Nepali cinema and offers insights into how cost management affects film quality and commercial success. The goal here is to understand the production cost as well as film making process in Nepal and estimated production cost of Nepali feature films. The four basic and essential stages of production process are classified as development, pre-production, production and post-production. This article uses different methods for analysis: descriptive & comparative methods look at many sides of production; deductive-inductive methods dig deeper; then there's logical analysis based on existing literature in film production and accounting. It includes informal interviews with film producers as well. The expenses across various filmmaking stages are pretty similar around the globe. The timeframe and structure really play a role in determining production cost. A realistic and accurate budget can help secure financing, avoid overspending, and manage expectations.

*Keywords:* cost of feature film, film budget, production, box office, film crew

### **Production Cost of Feature Film in Nepal**

Film production is a set of economic, creative, organizational, legal and technical activities leading to producing a film and it also includes analysis of the production process of a feature film through the prism of incurred production costs. The research is important about the subject of financial matters and related with the applied field of film industry and the practice of book keeping system. So that, fresh producers, film makers and film development board can take benefit of it. The main objective of this study is to analyze the production cost of making feature film in Nepali. The specific objectives of this study is to understand the film making process of Nepal and estimated production cost of Nepali feature film.

The study uses the descriptive and comparative analysis method of various aspects of film production the deductive-inductive reasoning method, the costing method, the logical analysis method based on the literature on film production organization. Overall study plan is based on the qualitative and quantitative approach of research. The study involves a number of discrete stages including an initial story, idea or commission, scriptwriting, casting, shooting, editing, and screening the finished product before an audience that may result in a film release and exhibition. The film industry consists of the technological and commercial institutions of filmmaking: i.e. film production companies, film studios, cinematography, film screenwriting, preproduction, production (shooting), post-production, distribution, marketing, exhibition, film Festivals, film directors, actors,

technicians and other film crew personnel. Films are a common source of entertainment, education, and information across the country.

As Nepal's film industry grows, researchers are researching how movies can be big business for country. It also leads to compare Nepali film industry with famous Indian and American films. Lots of literature review to understand this better. It looked into how international trade in entertainment works the trends that have popped up over the years and how globalization affects businesses in the industry. It analyzes successes in business as well as income details along with financial changes linked to Nepali cinema.

Basically, review is based on film production houses, economic journals, articles, websites, various publications of Ministry of Communication and Information Technology, Nepal Film Development Board, Central Bureau of Statistics, Company Register Office, various film associations of film industry and other relevant materials. Methodology include research design, data collection and processing procedures, sampling procedures, data analysis procedures, models, interpretation of changes, as well as reporting on process constraints. It includes different data, especially based on descriptive data, statistical inferences and their analysis. This research must be beneficial to the economy and play an important role in the development of the economy. Therefore, the subject of this study is financial issues related to practices in Nepali film industry.

### **Review of Literature**

Analyzing and critically identifying the commonalities and differences between earlier, relevant studies is the process of conducting a literature review. This section contains a concise summary of previous research that is relevant to the current investigation. This section is divided into two different parts. First part deals with the major studies or international article whereas; second part deals with related studies in Nepalese context. The review of literature has been conducted based on the chronological order and categorize into two different studies as under:

- a) Review of International Studies
- b) Review of Nepalese Studies

### **International Context**

The problem of spatial clustering of specialized economic activities, not based on economic geography, has attracted considerable academic interest. Feser and Bergman (2000) and Gordon and McCann (2000) have attempted to create a classification, but an increasing number of scholars are trying to theoretically explain the emergence and growth of clusters in cities and Marshalina counties. There is a consensus that while each cluster results from a particular set of historical factors (businesses, universities, capital, politics, etc.), the continued development of a cluster depends on that cluster's ability to

generate cumulative causes (Myrdal, 1957). Geographically co-located firms generate multiple economic benefits.

External economies of scale are the advantages of co-locating firms engaged in similar economic activities. These include the attraction of skilled labor based on the know-how of these firms, and the attraction of small, flexible, specialized firms that can provide high-capacity and high-quality services through cooperation (Maskell, 2001; Morgan, 2004; Gordon & McCann, 2005). Moreover, external economies of scale also include the advantages of the coexistence of different companies, i.e. companies from different levels of the corporate chain or even completely different industries. These advantages include specialization along the industry chain, facilitated by high trust and low transaction costs, and the ability to create a single company based on internal economies of scale and their activities (Martin & Sunley, 2003). The survival of a cluster depends on continued competitiveness and growth. Thus, the inability to adjust external economies to overcome exogenous (e.g. market) shocks and endogenous (organizational and political) challenges weakens the results of outdated growth paths and ultimately leads to the decline of the cluster.

The "cultural turn" has led economic geographers to pay increasing attention to a particular kind of cluster, namely the agglomeration of companies in cultural industries such as film, television, music, and advertising (Pratt and Hesmondhalgh, 2005). While most studies are content to describe productive cultural clusters in major world centers

(Lorenzen, 2009), some scholars try to explain the causes of their growth. The explanation of the growth of cultural clusters relies on the external economic arguments mentioned above. Moreover, Bathelt (2005) explains how continuous reproduction at the local level can contribute to the diffusion of external economies of scale in the form of learning between media production companies located in the cluster. However, some scholars point out that since virtually all clusters are located in cities (Scott, 1997; Scott, 2007; Lazzeretti et al. 2008), the study should also include external economies of scale related to the city location. These include external economies of scale resulting from the coexistence of cultural clusters with urban venture capital or clusters of other industries (Lorenzen, 2009). They also benefit from the fact that large cities attract talent (Glaeser et al., 2001; Florida et al., 2008).

Like other cultural industries, the film industry also tends to concentrate in certain cities. The long list of film clusters includes a wide range of cities, such as Copenhagen, Seoul, Rome, Hong Kong, Paris, London, Kyoto, New York, Los Angeles, and Mumbai. Theoretical work on the film industry over the years has focused mainly on the case of Hollywood. Scott (2005) argues that Hollywood emerged in the first decades of the 20th century as a result of the symptomatic contribution of exemptions and external economies of scale associated with the urbanization of Los Angeles. Later, the film cluster developed external economies of scale in the form of a large specialized labor market by attracting a large number of different films to Los Angeles.

However, Hollywood initially began to develop strong internal economies by leveraging its large domestic market (Krugman, 1980; Davis & Weinstein, 2003). First, the horizontal integration of production in large "studios" gave it a significant advantage in production (Prag & Casavant, 1994; Eliashberg et al., 2006). Later, the large and unnecessary funding of film marketing, distribution, and exhibition contributed to the formation of a few powerful companies that offered certain criteria for success (de Vany, 2004). After World War II, film clusters further strengthened their external framework economies and built flexible and specialized standard production models consisting of small independent production companies made up of specialized suppliers, freelancers, and technical workers (Robins, 1993; Blair, 2001).

### **Nepalese Context**

This study focuses on Nepali film industry and analyses the case of Nepal based on an extensive survey and study of national literature. It examines how this relates to the Nepali economy and whether it has a positive or negative impact on economic development. Nepali films have received widespread acclaim from critics and the film community in recent years. Films such as *Loot*, *Kabaddi Kabaddi*, *Pashupati Prasad*, *Dreams* and *Prem Geet 2* have set benchmarks with excellent box office receipts and introduced new standards in the domestic film industry. With the emergence of a new generation of filmmakers, Nepali films are becoming more diverse and better with each

passing day. In contrast to traditional filmmaking styles, the new generation of directors and producers are not afraid to experiment and take bold risks.

Budget constraints are also slowing down the development of the domestic film industry. Unlike Hollywood and Bollywood cinemas with their huge budgets, films are not considered an investment opportunity in Nepal, making it difficult for Nepali producers to find sources of funding. This prevents Nepali films from using the latest technology. One example is the animation unit that Hollywood films outsource to Nepal. "The biggest problem is budgetary constraints. We are not in a position to invest huge amounts of money like foreign films. Also, our market is very limited," says Dipendra K Khanal, (2016).

Film making technology has advanced, and the quality of movie theatres also needs to be upgraded, Nepali movies command 70 percent of the market and the rest of the film shown in Nepali cinemas are from Bollywood and Hollywood. Nepali movies are getting good response from audiences, and they have been able to attract urban audiences too in recent years.

### **Research Gap**

After analyzing the above literatures, it is found that the existing literature has laid the status of cost elements in project production. As to the cost of film project production, the status of the film production houses, film development board, Associations of film makers and the strategy of cost management are explained and discussed in detail.



However, the existing studies mainly based on the cost of film production strategy, while ignore the characteristics of the film crew and the specific reasons for the high cost and have difficulties in explaining the deeply hidden unregistered logic of the cost problem. Therefore, based on the logic and generality of the film production management in formulating cost control method and strategy, the author has deeply explained and discussed the details of the production cost caused in the film production process and classified the attributes of the production cost. At present, there is no perfect and effective cost control system for film production in Nepal.

Therefore, the problems in the control on cost emerge in an endless stream. System should be implemented from the production director to all the staff; the objects of cost control should be standardized to meet the requirements of the cost control and filming characteristics of the film crew, as well as the organization characteristics of the film crew; appropriate cost control method should be selected according to the characteristics of the film crew. The film production cost in Nepal is still in its infancy, and there are certain problems in all aspects. In particular, production cost personnel should shift from the role of single financial accountant to the role of management accountant. Producers and film crew financiers need to understand the characteristics of film projects and be aware of the impact of cost management on film production. Appropriate cost control can help to improve the overall level of the film in addition to reducing project costs.

### **Research Methodology**

This chapter explains the methodology that is employed in this study which includes various sections describing research plan and design, description of the sample, instrumentation, data collection procedure and time structure, validity, and dependability of the research and analytic strategy. Methodology includes the methods and techniques of collecting and analyzing data. Methodology is also defined as the process of conducting research. It explains the steps of conducting research. It clarifies the subject and presents a scientific method. Accordingly, the overall study plan is based on the qualitative approach of research.

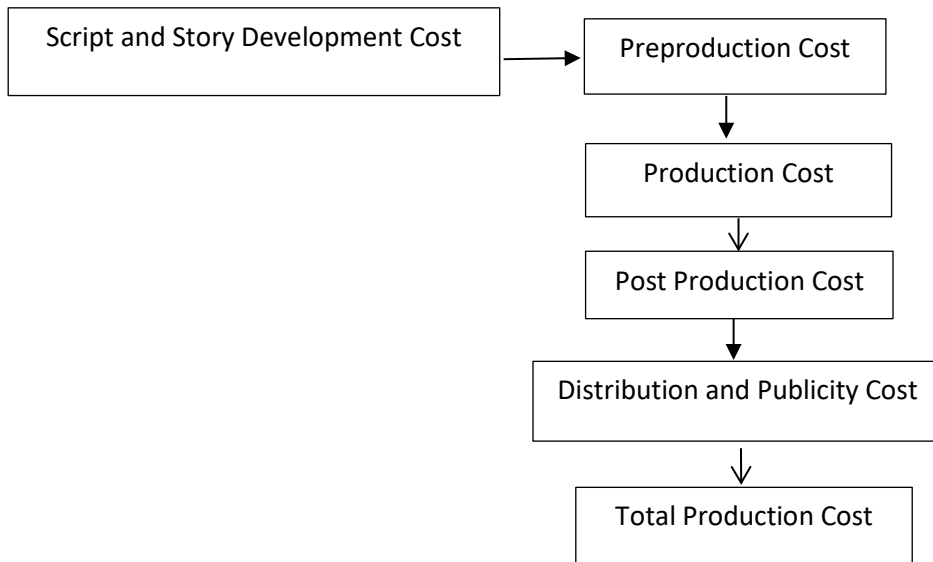
### **Research Design**

This study was conducted using a descriptive research design. This study focuses on the cost of film production in Nepal. Relevant data was collected and analyzed to examine the true cost of film production. However, the current situation and problems should be tried to be revealed and the necessary recommendations in the report should be a guide for future developments. Beside this, it will also try to discover the present status, problems, prospectus and necessary suggestions will also provide for way forward.

### Conceptual Framework

**Figure 1**

*Conceptual framework*



### Sample Size

This study was conducted in different film production companies in Kathmandu. Purposive method was applied for the sampling. The total number of movies are 10 out of 100. Random sampling method for studying will be applied to select respondents. Random sampling simply describes a state wherein every element in a movie has an equal chance of being chosen for the sample.

### Sources of Data and Information

The research is descriptive and analytical in nature. Data and information regarding this study were collected for the study. However, information obtained from

secondary sources can also be helpful in research studies. Primary data can be interviews, surveys, observations, etc. In order to achieve the research objectives, most of the data will be collected from secondary sources. The information needed for the research should be collected from published trade journals, magazines, websites, and various publications. On the other hand, some supporting documents are collected from the official websites of the Ministry of Communications and Information Technology, Ministry of Finance, Nepal Film Development Board, Central Bureau of Statistics, Registrar of Companies and various organizations operating in the film industry. The original sources provided small amounts of information.

### **Tools of Data Collection**

In this study, both primary as well as secondary data were used. Different data producing instruments were used in this study. For the purpose of primary data collection, a set of questionnaire was developed. Survey in the form of questionnaires was chosen for this study. The questions were identified from the previous studies and modify as per the requirement in the context of Nepal. The questions were designed in such a way that helps to get the opinion, perceptual views and feelings of the respondents. Data were collected using well formulated questionnaires. During the survey; discussions with the respondents and information collected through discussions and interviews along with questionnaires were used as instrument which copy is included in the appendix. Questionnaires are divided into two parts. The questions in this study are both close-ended and open-ended.

In the first part, the respondents' profile was asked such as gender, position, etc. The second part comprise of close-ended questions and open-ended to measure independent and dependent variables. The close-ended question includes yes/ no types, multiple choices, rankings.

### **Data Collection Procedures**

This study is based on both primary and secondary sources of data. The primary sources of data have been employed to assess the opinion of various respondents with respect to contribution of film industry in the economy of Nepal. The primary data have been obtained by conducting questionnaire survey with selected senior Film Makers, Directors, Artists, Distributors, Exhibitors, Government Administrators of Film Industry. The secondary sources of data have been employed in order to investigate the contribution of film industry in the economic growth of the nation. The secondary data are collected from the various government publications, film publications and Film Development Board publications.

### **Costing Method**

In cost accounting, the method involves categorizing costs related to a specific cost object, such as a film production. Here's how the costs are typically classified:

1. **Direct Cost of Cost Object:** These are costs directly attributable to the production of the film. Examples include:
  - Salaries of actors, directors, and production crew directly involved in the film.

- Cost of props and costumes used exclusively for the film.
  - Costs of film equipment rental specific to the production.
2. Indirect Cost Expense (Overhead): These are costs that are not directly traceable to the film but contribute to the overall production process. Examples include:
- Overhead costs such as utilities (electricity, water) for the production facility.
  - Administrative expenses related to managing the production company.
  - Depreciation of equipment used in multiple productions.
3. Production Cost - Film (Direct Cost + Indirect Cost): This is the total cost of producing the film, which includes both the direct costs and the allocated portion of the indirect costs. It represents the comprehensive financial outlay required for the film's production.

Each of these cost categories plays a crucial role in determining the total production cost of the film and helps in evaluating the financial feasibility and efficiency of the filmmaking process.

### Questionnaire

Creating a questionnaire to gather information about film production costs involves asking detailed and specific questions that cover various aspects of the production process. This questionnaire can be tailored to fit the specific needs of different film productions, ensuring that all relevant cost aspects are covered.

### **Field Observation**

As part of field observation, members of the Directors' Association were directly approached to gain insights into the activities of film production companies. This involved tracking their progress and development in their respective film careers within the industry.

### **Key Informant Interviews**

Key informant interviews are essential in qualitative research methodologies, especially in studies focusing on the film industry. These interviews involve engaging with individuals who possess significant knowledge, experience, or expertise related to the research topic. In the context of studying film production companies and directors' careers, key informant interviews could include:

1. **Film Directors:** Interviewing established and emerging directors to understand their experiences, challenges, and strategies in filmmaking.
2. **Industry Experts:** Speaking with professionals such as producers, cinematographers, and film critics to gain broader insights into industry trends and dynamics.
3. **Association Representatives:** Interviewing members of directors' associations or film industry organizations to gather information on industry standards, policies, and professional development initiatives.

4. **Film Crew Members:** Interviewing crew members (e.g., cinematographers, editors, production designers) to explore their roles, collaboration experiences, and contributions to film projects.
5. **Academics and Researchers:** Interviewing scholars and researchers who study film production and career trajectories to gather theoretical perspectives and empirical findings.

Key informant interviews provide nuanced perspectives and rich qualitative data that complement other research methods like surveys or observational studies. They help uncover personal experiences, motivations, and critical insights that contribute to a comprehensive understanding of the film industry and directors' careers.

### **Methods of Data Analysis**

The main purpose of data analysis in this study is to explore the relationship between film industry and economic growth in the context of Nepal. Besides, the study also attempts to identify and analyze the trend of Nepali film industry and economic growth. Therefore, this section deals with descriptive data analysis method for the purpose of analysis of secondary data. Secondary data have been collected to analyze the impact of film industry in economic growth. All the observed relationship and findings have been interpreted to derive the meaningful conclusions. This section also deals with the analysis of the primary data. The ordered structure of the questionnaire design has guided the analysis of the primary data. There are different methods of data analysis that has been



used in the study depending upon the nature and sources of data. The main data analysis employed descriptive statistics, while the subsequent data analysis employed inferential statistics.

The data or information collected has been successfully researched. Data were analyzed manually and using computer software such as Excel. Different tables and data are prepared for different sectors. Mathematical and mathematical calculations, calculations and tests are made from large amounts of data. Qualitative data was used to explain. We prepare different charts, graphs and charts to present and visualize the collected data.

All the processes are captured while estimating the cost of film production. The primary study is conducted with reference to different Nepalese movie production and distribution within Nepal only. It may not represent the movie production and distribution out of country. The Limitations of the study are as follows:

- The primary study is conducted with reference to different Nepalese movie production and distribution within Nepal only and it may not represent out of country.
- This study is based on the officially published data. So, the study is not free from weakness because of time and resource constraints.
- Report is based on data from film production houses, economic journals, articles, websites, various publications, Ministry of Communication and Information

Technology, Ministry of Finance, Nepal Film Development Board, Central Bureau of Statistics, various film associations of film industry.

### **Results and Discussion**

#### **Film Production Cost**

Film production is closely correlated with incurring costs. Cost refers to the consumption of fixed and current assets, third-party services, labor and some expenses not related to use, and shows the results of the operation of the enterprise in a period. Film production costs consist of the direct costs of film production plus overhead costs (that is, the fixed cost portion that the producer allocates to the film in proportion to his authority and is properly recorded) and valuation. Participation of individuals and investors in physical co-productions will not be deducted from VAT. In terms of the accounting system, the cost of goods includes the direct cost of the goods and the appropriate portion of production costs that are not directly related to the goods. . Film production costs consist of the direct costs of film production plus overhead costs (that is, the fixed cost portion that the producer allocates to the film in proportion to his authority and is properly recorded) and valuation. Participation of individuals and investors in physical co-productions will not be deducted from VAT. In terms of the accounting system, the cost of goods includes the direct cost of the goods and the appropriate portion of production costs that are not directly related to the goods. The technology used to make movies has progressed, and movie theaters need to be of a higher caliber.

Nepali films hold a 70% share of the market. The remaining movies screened in Nepali theaters are Hollywood and Bollywood productions. Nepali movies are getting good response from audiences, and they have been able to attract urban audiences too in recent years.

### **Process of Cost Estimation**

Direct product cost is the product cost that can be directly attributed to the final cost of the product (calculated product). From the perspective of film technology, cost products are activities (work) at each stage of film production. The simplified film production cost calculation system based on the model is as follows:

1. Direct cost of material cost
2. Direct cost (1)
3. Film material cost (1+2)

The film material cost list model expresses the direct costs and related costs during production separately for the cost of goods. The basis for cost sharing is the movie script. On the other hand, production costs are also included in the cost estimate of the digital report. The cost estimate answers the question: How much will it cost to make this movie? The amount of planned costs should be sufficient to create the audiovisual work in order for it to work as intended. Experienced producers will know how much the film will cost after reading the script. The average cost of making a film in Nepal is Rs 2 Crore 59 Lakhs.

Nepali film industry practice in accounting for the elements of film costs, the amortization of film costs, and the classification of film costs in financial statements has varied. Consequently, the Committee recommends the adoption of uniform methods and appropriate disclosures as discussed in this industry accounting guide. A completed film, including stories and scenarios; salaries of cast, directors, producers, extra talent and miscellaneous staff cost of set construction and operations, wardrobe and all accessories cost of sound synchronization; production overhead, including depreciation and amortization of studio equipment and leasehold improvements; and rental of facilities on location. Production overhead to be capitalized as a production cost should be consistently allocated among films produced during the period on a systematic and rational basis in accordance with generally accepted accounting principles.

Generally, a budget is broken down into four categories: other (insurance, completion bond, etc.), above the line (creative talent), below the line (direct production costs-shooting cost), and post-production (editing, visual effects, etc.). Since the distributor is responsible for these, marketing and advertising for the film are not included in the budget.

A film's budget plays a significant role throughout its lifespan, with an impact that extends far beyond the film's cost. Perhaps the most obvious aspect of movie budgets is that the amount the distributor pays for the movie almost always includes a percentage of the budget, regardless of the script, cast, or anything else. "There are many items that

## PRODUCTION COST OF FEATURE FILM IN NEPAL

---

cannot be included in the budget, usually around 7-10% of the budget, but if they include all financial costs, including interest and fees, as well as the cost of filming and fulfilling all legal costs associated with it, the guarantee is usually considered a distribution fee." and although it cannot be used, it does not generally. The estimated preparation cost is as follows:

### Project Detail

**Table 1**

*Project info of film production*

Film :	Nepali feature movie
Production Company	Producer
Camera type set :	Red dragon 4k
Location:	Nepal
No of shooting	45 days
Total film crew:	45
Movie length (minutes):	2 hours 30 minutes
Total Production period:	12months

**Table 2**

*Production time Schedule*

Particular	Week	Month
Script Writing and Research Work	12 weeks	3 months
Preproduction Periods	8 weeks	2 months
Production/Shooting	6 weeks	3.5 months
Wrap	2 weeks	14 days
Post Production	12 weeks	3 months
<b>Total</b>	<b>40 weeks</b>	<b>12 months</b>

## Cost Allocation

**Table 3**

*Cost allocation at package*

S.N.	Particular	Cost in Package (Rs)	Total
1	Script Cost	10,00000	
2	Workshop /Rehearsal	5,00000	
3	Location hunting	1,50,000	
4	Casting/Artist	40,00000	
5	Producer Team	14,00000	
6	Direction Team	21,00000	
7	Camera Light Sound Crew Team	22,25,000	
8	Action/Fight Team	4,50,000	
9	Dance Team	2,20,000	
10	Art Direction Team	5,00,000	
11	Costume Team	10,50,000	
12	Makeup Artist	4,95,000	
13	Spot boy	4,05,000	
14	Camera Light Sound Equipment Set	24,97,500	
15	Music Production	2,05,000	
16	Transportation	9,00000	
17	Fuel	8,00000	
18	Lodging / Fooding	15,75,000	
19	Hard disc	1,20,000	
20	Post Production	15,70,000	
	<b>Total Cost (Rs.)</b>		<b>2,21,62,500</b>
	Producer overhead cost 7% (contingency budget)		7,82,925
	<b>Total (Rs.)</b>		<b>2,29,45,425</b>
	Tax 13% VAT		29,82,905
	<b>Total Film Production Costs (Rs.)</b>		<b>2,59,28,330</b>

The total cost of feature film in Nepal is two crore fifty nine lakh twenty eight thousand three hundred and thirty.

### **Conclusion**

Film cost is a crucial step in the various stages of production process. It entails deconstructing the scenes, evaluating the script, figuring out the budget, and creating a schedule. A realistic and accurate budget can help secure financing, avoid overspending, and manage expectations. This includes assessing the number of locations, special effects, stunts, CGI, set designs, and the overall scope of production. Detailed scene-by-scene analysis helps determine the complexity and resources required. Additionally, understanding the scale of the cast, the crew's needs props, and wardrobe, with any specific technical or logistical demands outlined in the script, aids in creating a more accurate budget estimate. Estimating a film's budget is to calculate the costs. Assigning a monetary value to each element that identified in the scene breakdown. A budget consists of different categories and subcategories that cover all the aspects of the production, such as pre-production, production, post-production, and contingency. Cost calculation helps to determine the total amount of money that needs to make the film, and allocate it wisely.

The overall objective of this study was to evaluate the film production cost model and determine its feasibility. Research objectives were identified to provide a specific focus for achieving this research goal and research objectives were achieved, with the majority of the elements of the model performing as predicted. Research on film production costs in Nepal reveals a unique set of challenges and opportunities within the context of the country's film industry.

The film production process refers to the stages or phases required to complete a movie product from the idea to the final master copy. The four basic and essential stages of production process are classified as Development , Pre-production, Production and Post-production.

There are various challenges throughout the stages of Development, pre-production, production, and post-production. One of the biggest challenges in film production is managing the budget and schedule of the project. There should be balanced the artistic vision, the technical requirements, and the client expectations within the available resources and time. To overcome these challenge, need to plan ahead, communicate clearly, should create a realistic budget and schedule that account for contingencies. Film production is complying with the legal and ethical matters that may affect the project. There are some problems which need to deal with issues such as copyright, contracts, permissions, privacy, or censorship. These issues can have legal, financial, or reputational consequences for the project. To overcome this challenge, need to research, consult, and respect the laws and regulations that apply to the project and follow them accordingly. Also consult with experts, such as lawyers, accountants, or insurance agents, to get professional advice and guidance.



### References

- Adhikari Nirmala, (2018), Portrayal of women in Nepali movies, *Master's thesis Department of Media and Communication* 1-10.
- Aksoy, A. and Robins, K. (1992), "Hollywood for the 21st century: global competition for critical mass in image markets", *Cambridge Journal of Economics*, 16(1) 1-22.
- Arawal, Ankit, (2022), Indian Film Industry: *The New Horizon*, India forbes.
- Bakker, G. (2005), "The decline and fall of the European film industry: sunk costs, market size, and market structure", *Economic History Review*, 58 (2), 310- 351.
- Barrowclough, D., and Z. Kozul-Wright (eds.), (2006), "*Creative industries and developing countries: Voice, choice and economic growth*", London: Routledge.
- Basnet Roshan. (2023). *Nepali film market expanding abroad thanks to digitalization*  
<https://nepalnews.com/s/entertainment-and-lifestyle/>
- Bathelt, H., A. Malmberg and P. Maskell (2004), "Clusters and Knowledge: Local Buzz, Global
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2013). *Film Art: An Introduction* (10th ed.). New York, NY, USA: McGraw-Hill.
- Campbell, J. (1949). *The Hero with a Thousand Faces*. New York, NY, USA: Pantheon Books
- Christos, Agallos Ioannis (2014), The case study of Bollywood and Its Contribution in Indian Economy, *Department of Economics, University of Thessaly*, 7-18.
- Clevè, B. ( 2006), *Film Production Management*. New York: Focal Press.
- Geuens, J.P. (2000), *Film production theory*, New York: State University.
- Hackford, T. (Director). (1982). *An Officer and a Gentlemen* [Motion Picture]. USA
- Lorenzen, M. (2009). The geography of creative industries: A comparative analysis of the dynamics of cultural and creative industries in Europe. *Regional Studies*, 43(7), 935-949.

- Martin, R., & Sunley, P. (2003). Deconstructing clusters: Chaotic concept or policy panacea? *Journal of Economic Geography*, 3(1), 5-35.
- Manlove, C. T. (2007). Visual "Drive" and Cinematic Narrative: Reading Gaze Theory in Lacan, Hitchcock, and Mulvey. *Cinema Journal*, 46(3), 83-108.
- Mark Lorenzen, F. A. T., 2008. Breakout from Bollywood? The roles of social networks and regulation in the evolution of Indian film industry. *Journal of International Management*, 14(3), 286-299.
- Mishra, I. (2013). Masculinity and advertisements: The case of Nepal Television. Crossing the Border: *International Journal of Interdisciplinary Studies*, 1(1).
- Morcom, A. (2001). An understanding between Hollywood and Bollywood? The meaning of Hollywood-style music in Hindi films. *British Journal of Ethnomusicology*, 10(1), 63-84.
- Mostow, J. (Director). (2003). *Terminator 3: Rise of the Machines* [Motion Picture]. USA, Germany, UK.
- Myrdal, G. (1957). *Economic theory and underdeveloped regions*. Harper & Row.
- Pipelines and the Process of Knowledge Creation", *Progress in Human Geography*, 28(1), 31-56.
- Pratt, A. C., & Hesmondhalgh, D. (2005). *Concepts of the cultural industries*. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 33-46.
- Rastriya Chalachitra Niti, (2070), Masyauda Pratibedhan *National Film Policy 2013, Draft Report*. <http://mocit.gov.np>
- Roache-Turner, K. (Director). (2014). *Wyrnwood: Road of the Dead* [Motion Picture]. Australia.
- Robins, K. (1993). *Globalisation and the world of cities: A cultural geography*. *Geography*, 78(2), 112-116.

- Tomlinson, C. A. (1999). *The Differentiated Classroom: Responding to the Needs of All Learners*. Alexandria, VA: Association for Supervision and Curriculum Development.
- Wemaere, Séverine; Duval, Gilles (2011). *La couleur retrouvée du Voyage dans la Lune*. Groupama Gan Foundation for Cinema and Technicolor Foundation for Cinema Heritage.

साँस्कृतिक एकीकरणका सन्दर्भमा मानव श्रोतको दिगो उपयोगका लागि सिगालोवाद सुत्तको उपादेयता

मन्जिल सुवेदी र कमल थापा

बौद्ध अध्ययन विभाग, लुम्बिनी बौद्धिस्ट विश्वविद्यालय

### लेखसार

यस अध्ययनमा राष्ट्रिय साँस्कृतिक मूल्य र मान्यताहरूलाई मानव स्रोतको दिगो उपयोग र प्रवर्द्धन गर्न सिगालोवाद सुत्तको सान्दर्भिकतालाई आधार मानिएको छ । अध्ययनले सिगालोवाद सुत्तमा रहेका मानव स्रोत सम्बन्धि विषयको विश्लेषण गरेकोछ, जसले नैतिक सिद्धान्त र यसका राष्ट्रिय जिम्मेवारीमा लागू हुने शिक्षाहरूलाई समेटेको छ । उपर्युक्त बौद्ध शिक्षाहरूलाई राष्ट्रिय साँस्कृतिक अभ्यासहरूसँग समन्वय गर्दा दिगो मानव स्रोत व्यवस्थापनलाई प्रभावकारी रूपमा अगाडी बढाउन सकिन्छ भन्ने कुरामा अनुसन्धाताहरूको दावी रहेको छ । राष्ट्रका साँस्कृतिक अभ्यासहरूले प्रकृतिको सम्मान र संरक्षणमा जोड दिइरहँदा सिगालोवाद सुत्तले प्रदान गरेको खाकासँग समन्वय गर्न सकिने अनुसन्धानकर्ताहरूको अनुमान रहेको छ । यस्तो प्रयासले मानव स्रोतका साथै अरुपनि आवश्यक स्रोतहरूको दिगोपन सुनिश्चित हुनसक्छ । अध्ययनको निष्कर्षमा नेपालको साँस्कृतिक मूल्य-मान्यताहरूका सन्दर्भमा बौद्ध नैतिकता सम्बन्धी सिद्धान्तहरूले स्रोत उपयोगका लागि जिम्मेवार बन्न र मार्गदर्शन सिद्धान्तका रूपमा कसरी काम गर्न सक्छ भनेर देखाइएको छ ।

शब्द कुञ्जी: सिगालोवाद सुत्त, राष्ट्रिय संस्कृति, दिगो स्रोत उपयोग, नेपालको साँस्कृतिक

मूल्य-मान्यताहरू, बौद्ध नैतिकता

### साँस्कृतिक एकीकरणका सन्दर्भमा मानव श्रोतको दिगो उपयोगका लागि *सिगालोवाद* सुत्तको उपादेयता

पालि त्रिपिटक बौद्धहरूको सबैभन्दा पुरानो ग्रन्थ हो । बुद्धले ज्ञान प्राप्त गरेपश्चात् महापरिनिर्वाण गरुञ्जेल पैतालिस वर्षसम्म अधिक मानिसको हित र सुखको लागि गरेको सम्पूर्ण देशना र शिक्षाहरू यही त्रिपिटकमा सङ्कलन गरिएको छ । त्रिपिटक भित्र तीन ग्रन्थहरू छन्, *सुत्तपिटक*, *विनयपिटक* र *अभिधम्मपिटक* । *सुत्तपिटक* अन्तर्गत पाँचओटा निकायहरू छन्, जसमध्ये *दीघनिकाय* पहिलो निकाय हो । यसमा तीन वगभित्र चौँतीस लामा-लामा सुत्तहरू समेटिएका छन् । सिगालोवाद सुत्त दीघनिकयको तेस्रो वग ‘पाथिक वग’ को आठौँ सुत्त (सुत्र) हो । ‘सिगालोवाद’ दुई शब्द मिली बनेको छ, ‘सिगाल’ र ‘ओवाद’; ‘सिगाल’ शब्द व्यक्तिको नामसँग सम्बन्धित छ भने ‘ओवाद’ भनेको अर्ति वा उपदेश हो (अमृतानन्द २)। अमृतानन्दका अनुसार उपदेशहरूलाई एकै ठाउँमा एकत्रित गरिराखेकोले (सुत्त) भनिएको हो । उनी अगाडि भन्छन्, “सुत्तको अर्थ धागो हो र धागोको काम अलग-अलग रहेका वस्तुहरूलाई एकैठाउँमा उनीदिनु तथा गाँसेर माला बनाउनु हो” (२)।

बुद्धघोषले यस सूत्तलाई ‘गृहस्थहरूको विनय’ भनेर परिभाषित गरेका छन् (वीररत्ने ८६)। यो सूत्तले मानव-मानव बीचमा एकअर्काप्रतिको कर्तव्यलाई स्पष्ट रूपमा व्याख्या गरेको छ । बुद्धको उद्देश्य जिम्मेवार नागरिक निर्माण गर्नु हो । यस सुत्तले व्यक्तिगत तथा सामाजिकसम्बन्धहरूको व्यापक रूपमा चर्चा गरेको छ । यो सबैभन्दा विस्तृत निकाय ग्रन्थ हो जुन प्रत्यक्ष रूपमा वर्तमान जीवनमै देखिने सुखहरूसँग सम्बन्धित छ (बोधि ४७२)। परिवार, समाज र राष्ट्रमा भएका हरेकले बुद्धको यस शिक्षाको मनन गरी आफुमा रूपान्तरण ल्याउन सक्छ । यसो गर्दा स्वतः दक्ष जनशक्तिको सृजना हुनु स्वाभाविक हो भने संस्कृतिको रूपमा विकास हुँदा, राष्ट्रमा चौतर्फी दिगो विकासका बाटाहरू खोलिन्छन् । वास्तवमा एक मानवले अर्को मानवसँग गर्नुपर्ने हरेक जिम्मेवारीलाई यस सुत्तमा समेटिएको छ ।

सिगालोवाद सुत्त तत्कालीन मगध देशको राजधानी राजगृहमा एकजना अत्यन्त धनी तथा श्रद्धावान् उपासकका पुत्र सिगालकलाई स्वयं बुद्धले दिएको शिक्षा हो । आफूले मान्दै आएको संस्कृति छोडेर आगाडि बढाओस् भन्ने आज्ञामान्न तयार नदेखिएका सिगालक आफ्ना पिताको अन्तिम इच्छा पालना गर्न तयार भएपश्चात् घटेको घटनामा आधारित देशना हो यो । यस सुत्तमा साकारात्मक ज्ञान र अर्थपूर्ण संस्कृति मात्रै उत्तम र दिगो हुन्छ भन्ने सन्दर्भमा मानवीय सम्बन्धको हरेक आयामलाई बुद्धद्वारा देशना गरिएको छ ।

संस्कृति भन्नाले परिवार वा समाजमा व्याप्त साकारात्मक ढाँचालाई बुझाउँछ, जसको माध्यमबाट मानवीय गतिविधिहरू संचालित हुन्छन् । संस्कृतिले मानव र मानवीयतासँग सम्बन्धित प्रायः हरेक क्षेत्रलाई समेटेको हुन्छ । रेवेक्का चांगका अनुसार, “संस्कृति एक गतिशील र बहु-आयामिक संरचना हो जसमा भाषा, मूल्य-मान्यता, अनुशासन, व्यवहार आदि समावेश छन्, जसलाई सामाजिक सन्दर्भहरूमा निरन्तर रूपमा समायोजन र रूपान्तरण गरिन्छ,” (१०५)। संस्कृति एक बहु-आयामिक तथा गतिशील पद्धति भएकोलेपरिवार र समाजमा दिगो मानवीय हित, सुख, शान्ति र समृद्धिका निम्ति संस्कृतिहरूको सृजना गरिएको हुन्छ । संस्कृतिले मानव र मानवतासँग सम्बन्धित धेरै भन्दा धेरै क्षेत्रहरूलाई समेटेको हुन्छ । *ब्रिटानिका रिफरेन्स इनसाइक्लोपेडियामा* उल्लेख भए अनुसार,

संस्कृति भनेको मानव ज्ञान, विश्वास र व्यवहारको एकीकृत ढाँचा हो जुन सिक्ने र आगामी पुस्तामा ज्ञान स्थानान्तरण गर्ने क्षमताको परिणाम मात्र नभई, त्यस क्षमताको अभिन्न अंश पनि हो। यसर्थ, संस्कृतिले भाषा, विचार, विश्वास, रीतिरिवाज, नियम, संस्था, उपकरण, प्रविधि, कलाकृति, अनुष्ठान, समारोह, प्रतीक आदि क्षेत्रहरू समावेश गर्दछ ... एक व्यक्तिको दृष्टिकोण, मूल्य, आदर्श र विश्वास जस्ता कुराहरू ऊ बस्ने संस्कृतिबाट अत्यधिक रूपमा प्रभावित हुन्छन्। (१८०)

संस्कृतिले मानिसलाई प्रत्यक्ष रूपमा प्रभाव पारेको हुन्छ । मानिसको व्यक्तित्व विकासमा पनि संस्कृतिको ठूलो भूमिका हुन्छ । मानव जीवनको ठूलो क्षेत्र संस्कृतिले समेटेको हुँदा पनि यसको महत्व भन्ने

बढ्न जान्छ। संस्कृति कहिलेकाहीँ समयसापेक्ष नहुँदा वा परिमार्जित नगरिँदा यसको परिणाम गलत देखिन पनि सक्छ। तसर्थ, आवश्यकताअनुरूप यसमा सुधार आउनु आवश्यक छ, जसले गर्दा यो जीवन्त बनिरहन्छ। मेरियम वेबस्टर कलेजियट डिक्सनरीका अनुसार, संस्कृति भन्नाले विशेष रूपमा शिक्षा द्वारा बौद्धिक र नैतिक क्षमताहरूको विकास गर्ने क्रियाकलापलाई जनाउँछ। यो मानव ज्ञान, विश्वास र व्यवहारको एकीकृत ढाँचा हो जुन मानिसको ज्ञान सिक्ने र आउने पिढीहरूमा ज्ञान प्रसारणको क्षमतामा निर्भर हुन्छ (२८२)। यसले भविष्यका आउने पिढीहरूलाई मार्गनिर्देशन गर्न यसको दिगो गुणस्तरमा स्पष्ट रूपमा ध्यान केन्द्रित गरेको हुन्छ। संस्कृति मानव जीवनमा घुलिएर एक अभिन्न अंगको रूपमा रहेको हुन्छ। यस अर्थमा मानव जीवनलाई संस्कृतिबाट पर राख्न खोज्नु वा अलग गर्नु नितान्त गाह्रो हुन्छ। महामानव बुद्धले पनि संस्कृतिहरूको सम्मान र पालना गर्नुपर्ने अभिव्यक्ति दिएका छन्।

दिगो विकास एउटा गतिशील शब्द हो जसले समाजमा स्थायी प्रगतिको अवधारणालाई समेटेको छ। यो विभिन्न क्षेत्रहरूमा मानिसहरूद्वारा गरिएका कार्यहरूको परिणाम हो। यसको दिशा प्रगतिपथ तर्फ निर्धारित हुन्छ। 'दिगो' शब्दको अर्थ लामो समयसम्म कायम राख्न सक्षम हुनु वा कुनै स्रोतलाई यसरी सङ्कलन गर्ने वा प्रयोग गर्ने विधि ल्याउनु हो कि स्रोत नष्ट नहोस् वा स्थायी रूपमा क्षति नहोस् (११८४)। बुद्धका शिक्षा कुशल मानव संस्कृति निर्माण गर्ने विधिहरू हुन्। त्यसैगरी, 'विकास' भनेको विकास गर्ने क्रिया, प्रक्रिया वा यसको परिणाम हो (३१६)। दिगो विकासको अवधारणा 'कसैलाई पनि पछाडि नछोड्ने' सिद्धान्तसँग सम्बन्धित छ (बादल ३३)। यसमा थप भनिएको छ कि संयुक्त राष्ट्रसंघले निर्दिष्ट गरेका दिगो विकासका लक्ष्यहरू निम्न सत्रवटा छन्, जो दिगो विकासका ५Ps को श्रेणीमा पर्छन्। यी ५Ps निम्न रहेका छन् : People(मानिस), Planate(ग्रह), Prosperity(सम्पन्नता), Peace(शान्ति) र Partnership(साझेदारी) (३३)।



## समस्या कथन

व्यक्तिबाट परिवार, परिवारबाट समाज र समाजहरू मिलेर राष्ट्रको निर्माण हुन्छ । सम्प्रभुसम्पन्न राष्ट्रका निम्ति राष्ट्रको स्वतन्त्र अस्तित्वको आवश्यकता हुन्छ । राष्ट्र सम्पन्न हुनका लागि विकासका पूर्वाधारहरू अत्यावश्यक छन् । राष्ट्र विकासका कारण प्राप्त उपलब्धि र त्यसबाट सिर्जितगतिविधिहरूको उपभोग मानव स्वयंले गर्दछ । दक्ष जनशक्ति कुनै पनि समाज र राष्ट्रको सबैभन्दा महत्वपूर्ण पूर्वाधार हो । सिगालोवाद सुत्तमा व्यक्तिगत, पारिवारिक एवम् सामाजिक विषयवस्तुहरूलाई समेटेर धेरै अध्ययन-अनुसन्धान भएको पाइएका छन् । तर अनुसन्धानकर्ताको जानकारी अनुसार यस सुत्तभित्र रहेका समाज र राष्ट्र निर्माणमा मानव स्रोत र साँस्कृतिक मूल्यहरूको महत्वलाई विषयवस्तु बनाएर अध्ययन गरिएको भेटिएको छैन । यसै विषयलाई आधार बनाएर पूर्व साहित्यमा नसमेटिएका विषयवस्तुहरूलाई पूरा गर्ने हेतुले निम्न सोध प्रश्नहरू तयार पारिएका छन्:

क. मानवश्रोतको दिगोव्यवस्थापनका सन्दर्भमा साँस्कृतिक मूल्यहरूको एकीकरणमा सिगालोवाद सुत्तको के कस्तो भूमिका छ ?

ख. साँस्कृतिक मूल्यहरूको सन्दर्भमा मानवश्रोतको दिगो विकासमा सुधार गर्नका लागि सिगालोवाद सुत्तकिन प्रासङ्गिक छ ?

ग. मानवश्रोतको दिगो अभ्यासलाई प्रवर्धन गर्न सिगालोवाद सुत्तले कसरी योगदान पुर्याउन सक्छ?

## सोधको उद्देश्य

क. मानश्रोतको दिगो विकास तथा साँस्कृतिक मूल्यहरूलाई एकिकृत गर्नेप्रक्रियामा सिगालोवाद सुत्तको भूमिकाको अनुसन्धान गर्न ।

ख. साँस्कृतिक मूल्यहरूको संरचनाभित्र मानवश्रोतको दिगो विकासलाई प्रवर्धन गर्न सिगालोवाद

सुत्तको सान्दर्भिकता अनुसन्धान गर्न ।

ग. मानवश्रोतको दिगोविकासको अभ्यासलाई प्रवर्धन गर्न सिगलोवाद सुत्तकानीतिहरू पहिचान गर्न ।

### अनुसन्धान विधि

राष्ट्र परिवारको सबैभन्दा ठूलो इकाई हो । सिगलोवाद सुत्तले पारिवारिक र सामाजिक समुन्नतिका लागि सक्षम र सजग मानव श्रोतका साथै उचित साँस्कृतिक पक्षको वकालत गरिरहँदा राष्ट्रको परिपेक्षमा यस अवधारणाको अध्ययन हुनसकेको देखिदैन । तसर्थ, बुद्धको शिक्षा मार्फत् राष्ट्रमा मानवश्रोतको दिगो व्यवस्थापनलाई तयार पार्दै, साँस्कृतिक मूल्य-मान्यतालाई समेटिएको हुँदा सिगलोवाद सुत्तको शैक्षिक अध्ययन हुन आवश्यक देखिन्छ । यो अनुसन्धानको अध्ययन क्षेत्र सिगलोवाद सुत्त रहेकोले यसभित्र समेटिएका तर अहिलेसम्म अध्ययन नभएका विषयवस्तुको अध्ययन गर्न गुणात्मक विधिको प्रयोग गरिएको छ । यस अनुसन्धानका निम्ति विभिन्न बौद्ध ग्रन्थ, जोर्नल, सोधपत्र तथा प्रकाशित पुस्तकहरूको प्रयोग गरिएको छ । मानव श्रोतको दिगो उपयोगका लागि साँस्कृतिक एकीकरणलाई विश्लेषण गर्न सैद्धान्तिक आधारको रूपमा महामानव बुद्धले दिएकामौलिक शिक्षा तथा सिगलोवाद सुत्तको प्रयोग गरिएको छ ।

### अनुसन्धानको सीमा

यो अध्ययन राष्ट्रभित्र देखापरेका मानवश्रोतसम्बन्धि समस्याहरूको शूक्ष्मअध्ययन होइन । मानवश्रोतको दिगो विकास र साँस्कृतिक मूल्य-मान्यतालाई देशको विकासमा कसरी समेट्न सकिन्छ भन्ने बारे सिगलोवाद सुत्तको सान्दर्भिकतालाई हेर्नु मात्र हो । यस अध्ययन मार्फत्संस्कृतिको सदुपयोग गरी दिगो मानवश्रोत तयार पार्न बुद्धले सिगालक नाम गरेका एक यूवालाई दिएको देशानाहरूलाई शिक्षाको क्षेत्रमार्फत्शैक्षिक क्षेत्रमा उजागर गर्ने प्रयास गरिएको छ ।

### पूर्वसाहित्य समीक्षा

बौद्ध शिक्षा गतिशील र बहुआयामिक शिक्षा हो। फरक-फरक समयमा यसका शिक्षाहरू सान्दर्भिक देखिँदै आएका छन्, जसले गर्दा मानव जीवनमा बौद्ध शिक्षाको महत्व निरन्तर बढ्दै गएको छ। सिगालोवाद सुत्त पारिवारिक तथा सामाजिक जीवनलाई दिगो रूपमा शान्त, सम्पन्न र समुन्नत बनाउन साँस्कृतिक पक्षलाई आधार बनाएर प्रदान गरिएको महामानव बुद्धको शिक्षा हो। यस सुत्तका विभिन्न विषयवस्तुहरूलाई लिएर केही अध्ययन तथा अनुसन्धान भएका पाइए पनि, अनुसन्धानकर्ताहरूको विषयवस्तुसँग ठ्याक्कै मेल खाने कुनै अध्ययन नभएकाले यो अनुसन्धान महत्वपूर्ण छ।

'The Sigalovada Sutta for Effective Governance' मा अध्ययनकर्तासानु कुमार श्रेष्ठले शासन सञ्चालनमा सिगालोवाद सुत्तको सान्दर्भिकतालाई जाँच्ने क्रममा शासन प्रणालीको संक्षिप्त व्याख्या गरेका छन्। बुद्धले सिगालोवाद सुत्तमा दिएका शिक्षाहरू समाजमा कसरी सान्दर्भिक छन् भन्ने तथ्यलाई उनले बुद्धका मौलिक सिद्धान्तसँग जोडेका छन्। श्रेष्ठको निष्कर्ष अनुसार, दिगो दक्ष जनशक्तिको अभाव र स्थापित जनशक्तिमा व्याप्त विभिन्न प्रकारका अकुशल कर्महरू नै समाजका प्रमुख समस्याहरूको जड हुन् भन्ने कुरा दर्शाइएको छ। उनको विश्लेषणमा शासनसत्ता चलाउने मानव स्रोत स्वस्थ, नीतिवान, सजग, दानशील हुनुपर्छ र कर्मको सिद्धान्तमा दृढ विश्वास राख्नुपर्छ।

प्रस्तुत अध्ययनमा सिगालोवाद सुत्तमा बुद्धले सिगालकलाई दिएको शिक्षाहरूका आधारमा उन्नत समाजको लागि मानवश्रोतको दिगो उत्पादन कसरी गर्न सकिन्छ भन्ने विषयमा खोज गरिएको छ। राष्ट्रमा शान्ति कायम गर्दै यसलाई समुन्नत बनाउन राष्ट्रको सबैभन्दा सानो इकाई अर्थात् परिवार हुँदै सामाजिक तहबाट कर्तव्यबोध गराउँदै सक्षम जनशक्ति उत्पादन गर्नसके, तिनै जनशक्तिले राम्रो संस्कृतिको निर्माण गर्न सक्छन् भन्ने यस अनुसन्धानको प्रस्थान बिन्दु रहेको छ।

डा. शारदा पौड्यालद्वारा लिखित अनुसन्धानात्मक लेख 'Sigalovada Sutta: Buddha's

Teachings for an Ideal Society' मा सभ्य समाज निर्माणमा सिगालोवाद सुत्त कसरी सहयोगी सिद्ध हुनसक्दछ भन्ने विषयलाई स्पष्ट पार्न खोजिएको छ। अनुसन्धानकर्ताको निष्कर्ष अनुसार, बुद्धका शिक्षाहरू तत्कालीन समाजमा जस्तै वर्तमान समयमा पनि उत्तिकै सान्दर्भिक छन् (५२)। अनुसन्धानको क्रममा विभिन्न लेखक, अध्ययनकर्ता र विचारकहरूको अनुसन्धान तथा सन्दर्भहरूलाई जोडेर, लेखकद्वारा समय-सापेक्ष रुपान्तरणका लागि बुद्धका शिक्षाहरू वर्तमान समयमा अबै प्रभावकारी रहेको देखाउन खोजिएको छ। सिगालोवाद सुत्तमा रहेका मूल्यहरूलाई समाजमा स्थापना गर्न सके यसले स्पष्ट रूपमा शान्ति कायम गर्न सक्नेछ, जसले अन्ततः सफल सामाजिक जीवनको विकासमा योगदान दिनेछ (५२)। यस लेखमा बुद्ध शिक्षाको सामाजिक सान्दर्भिकता प्रस्तुत गरिए तापनि, मानव संसाधनको दिगो प्रयोग तथा सामाजिक शिक्षाको परिपूर्णताले संस्कृतिको निर्माण कसरी हुनसक्छ र त्यसले समाज हुँदै राष्ट्रलाई कसरी प्रभाव पार्न सक्छ भन्ने विषयवस्तु समेटिएको देखिदैन। तसर्थ, वर्तमान अनुसन्धान यिनै सन्दर्भहरूलाई जोडेर राष्ट्रमा मानव स्रोतको दिगो विकास गर्नकानिम्ति साँस्कृतिक दृष्टिकोणलाई कसरी जोड दिन सकिन्छ भन्ने विषयमा केन्द्रित छ।

लुम्बिनी बौद्ध विश्वविद्यालय अन्तर्गत सेन्ट्रल क्याम्पसका स्नातकोत्तर तहका सोधार्थी कमल थापाले वि. सं. २०७६ मा सम्पन्न गरेको शोधपत्रको शीर्षक “सिगालोवाद सुत्तः ६ दिशा नमस्कारको सामाजिक महत्वको अध्ययन” शीर्षकको शोधपत्रमा अध्ययन क्षेत्र नै सिगालोवाद सुत्त भएकाले उक्त अध्ययनमा सुत्तको विषयमा विस्तृत चर्चा पाइन्छ। बुद्धद्वारा विविध देशना तथा ६ दिशा नमस्कारको आजको सन्दर्भमा सामाजिक महत्वलाई अध्ययनको उद्देश्य बनाइएको शोधपत्रमा, दिशा नमस्कारको प्रतीकात्मक पक्षलाई समेटिएको छ। तर, सनातन साँस्कृतिक महत्वलाई बुद्धले पुनः व्याख्या गरेको सन्दर्भलाई भने जोडिएको देखिदैन। पूर्वसाहित्य समीक्षामा पनि विभिन्न शीर्षकहरू अन्तर्गत सान्दर्भिक लेख तथा कृतिहरू समावेश गरिएको छ। यद्यपि, सोधार्थीले बुद्धका ती शिक्षा तथा देशनाहरू आजको सामाजिक परिप्रेक्ष्यमा कतिको सान्दर्भिक छन् भन्ने

प्रश्नको उत्तर खोज्ने क्रममा गरेको अनुसन्धान शोधपत्रको सबैभन्दा महत्वपूर्ण र बलियो आधार हो। शोधमा सोधार्थीले २०० वटा दैनिक पत्रिका र ३२ वटा साप्ताहिक पत्रिकामा प्रकाशित घटनासँग सम्बन्धित सामाजिक समस्याहरूलाई आधार बनाएका छन्। प्रस्तुत शोधपत्र यस अनुसन्धानको लागि निकै सहायक देखिएकोले अध्ययनमा समेटिएको छ।

### An Analytical Study of Buddhist Social Roles of Citizens Based on Sigalovada

Suttaशीर्षकको अनुसन्धानमा अध्ययनकर्ताले नैतिक अनुशासन र सामाजिक सद्भाव कायम गर्न सिगालोवाद सुत्तका भूमिकाको महत्त्वलाई पुनः उजागर गरेका छन्। व्यक्तिगत तथा सामाजिक जिम्मेवारीको अभ्यासले विश्वमा सौहार्दपूर्ण वातावरणको सिर्जना गर्छ। यस अध्ययनले सिगालोवाद सुत्तभित्रका नैतिक शिक्षालाई उजागर गर्दै व्यक्तिहरूलाई शान्तिपूर्ण सहअस्तित्व र सफल समाजतर्फ मार्गदर्शन गर्ने विषयमा केन्द्रित छ। यस सुत्तभित्रका शिक्षाहरूको पालनाले केवल व्यक्तिगत नैतिक बललाई मात्र वृद्धि गर्ने होइन, समुदायहरूको समग्र कल्याणमा पनि योगदान पुऱ्याउँछ। सिगालोवाद सुत्तमा उल्लिखित छ वटा दिशाहरूको चर्चा गर्दै, अनुसन्धानकर्ताले समाजका मान्यताहरू र जिम्मेवारीहरूको निर्माणमा बौद्ध नैतिकताको भूमिकालाई जोड दिएका छन्। यस अध्ययनले बौद्ध शिक्षामा सामाजिक भूमिकाको नैतिक आयामलाई व्यापक रूपमा समेटेको भए तापनि, यी भूमिकाहरूलाई राष्ट्रको साँस्कृतिक अखण्डता र दिगो मानव संसाधन उपयोगसँग कसरी जोड्न सकिन्छ, भन्ने विषयमा भने विस्तृत चर्चा गरिएको देखिँदैन।

वर्तमान अनुसन्धान सिगालोवाद सुत्तको नैतिक संरचनालाई राष्ट्रिय संस्कृतिसँग एकीकृत गरी मानवश्रोतको दिगो व्यवस्थापन प्रवर्द्धन गर्ने प्रयास हो। यस अध्ययनले व्यक्तिगत नैतिकता र सामाजिक सद्भावभन्दा पनि माथि उठेर, यी शिक्षाहरूलाई साँस्कृतिक स्तरमा संस्थागत गर्ने उपायहरूको अध्ययन गर्दछ। ताकि भ्रष्टाचार, बेइमानी र स्रोतहरूको दुरुपयोगजस्ता समकालीन सामाजिक चुनौतीहरूलाई सम्बोधन गर्न सकियोस्। दिगो मानव संसाधन उपयोगमा साँस्कृतिक भूमिकालाई प्राथमिकता दिँदै यो अनुसन्धानले प्राचीन

ज्ञानलाई आधुनिक शासन प्रणाली र सामाजिक संरचनामा कसरी प्रभावकारी रूपमा लागू गर्न सकिन्छ भन्ने विषयमा अध्ययन गरेको छ।

### बुद्धको दृष्टिकोणमा साँस्कृतिक एकीकरणको महत्व

बुद्ध शिक्षाको मुख्य विशेषता भनेको बहुजनको हित र सुखका निम्ति स्वयंलाई समाजमा स्थापित गर्नु हो। यसो गर्नुको कारण उत्तम मानव संस्कृतिको सिर्जना हुनु हो। सिगालोवाद सुत्त भन्छ, “संस्कृति अर्थपूर्ण हुनुपर्छ र सजग भई यसको वहन गर्नुपर्छ” (वज्राचार्य ४८४)। अतः कुनै पनि कुराको अर्थ नबुझी त्यसको पछाडि लाग्दा जीवनमा महत्वपूर्ण उपलब्धि हासिल हुँदैन। अर्थपूर्ण संस्कृतिको उचित व्यवस्थापनले परिवार, समाज र अन्तर्गत राष्ट्रमा सकारात्मक प्रणालीको विकास हुनेमा बुद्ध शिक्षाले स्पष्ट मार्गनिर्देशन गर्दछ। यदि संस्कृति गलत छ भने, त्यो जतिसुकै परिष्कृत भए पनि त्यसमा परिवर्तन वा रूपान्तरण आवश्यक छ भन्ने बुद्धको मान्यता हो। *अङ्गुत्तर निकाय*, खण्ड १ अन्तर्गत कालाम सुत्तमा उल्लिखित बुद्धको विचार यस सन्दर्भमा अत्यन्तै सान्दर्भिक देखिन्छ:

तिमीले सुनेका छौ भन्दैमा कुनै कुरामा विश्वास नगर। धेरै पुस्तादेखि हस्तान्तरण हुँदै आएको छ भन्दैमा परम्पराहरूमा विश्वास नगर। धेरैले भनेका वा हल्ला फैलाएका छन् भन्दैमा कुनै कुरामा विश्वास नगर। तिम्रो धार्मिक ग्रन्थमा लेखिएको छ भन्दैमा कुनै कुरामा विश्वास नगर। आफ्ना गुरुहरू तथा ज्येष्ठहरूले आधिकारिकता प्रदान गरेकै आधारमा मात्र कुनै कुरामा विश्वास नगर। तर जब अवलोकन र विश्लेषणपछि कुनै कुरा तर्कसंगत देखिन्छ र सबैको हित तथा कल्याणको लागि उपयोगी हुन्छ भने त्यसलाई स्वीकार गर र त्यसअनुसार जीवन अगाडि बढाऊ। (कौसल्यायन १६)

बुद्धको यो विचारधारा प्रजातान्त्रिक व्यवस्थाको लागि अभिव्यक्तिको पराकाष्ठा हो। यो दृष्टिकोण लोकतान्त्रिक सिद्धान्तसँग मेल खान्छ जहाँ व्यक्तिहरूले आफ्नो विचार र विश्वासलाई स्वतन्त्र रूपमा प्रयोग गर्न पाउँछन्। यसले निर्णय प्रकृत्यामा सामूहिक सहभागीतालाई जोड दिन्छ। मानिसले साँचो ज्ञान र उचित

तर्कको आधारमा निर्णय गरेमा समाजमा सकारात्मक परिवर्तन आउन सक्छ भन्ने बुद्धको विश्वास रहेको छ। भ्रामक जानकारी र परम्परागत विश्वासहरूले भरिएको आजको युगमा बुद्धको यो सन्देश अत्यन्तै प्रासाङ्गिक देखिन्छ। यसले मानिसहरूलाई सोच्न र न्यायसंगत निर्णय गर्न प्रेरित गर्दछ।

गृहपुत्र सिगालकले इच्छा नहुँदानहुँदै, पिताको अन्तिम आज्ञाको पालना गर्दै, 'छ दिशा नमस्कार' को संस्कृतिलाई अर्थ नबुझी गलत तरिकाले पालन गर्दै आएका थिए। बुद्धसँगको उनको वार्तालापपछि, संस्कृतिको वास्तविक अर्थ बुझेपछि, संस्कारित हुने सही प्रक्रियामा दीक्षित भएपछि बुद्धप्रति अनुग्रहित भई, शरणमा जान्छन् (वज्राचार्य ४९७)। अथर्ववेदमा उल्लेख भए अनुसार, हजारौं वर्षदेखि चल्दै आएको सनातन धर्मावलम्बीहरूले गर्ने 'छ दिशा नमस्कार' संस्कृतिलाई बुद्धले पुनः व्याख्या गरेर यस संस्कृतिको अर्थ र गर्नुपर्ने प्रक्रियाको पनि स्पष्टीकरण दिएका छन् (वीररत्ने ८७)। संस्कृति कुन समुदायको हो भन्ने कुरा बुद्धका लागि महत्वपूर्ण नभएर त्यसभित्रको वास्तविक अर्थ र त्यसलाई गर्ने सही प्रक्रिया नै प्रमुख विषय हुन्। बुद्ध स्वयं कुनै नयाँ धर्म स्थापना गर्ने उद्देश्यले अघि बढेका थिएनन्। उनी तत्कालीन समाजमा व्याप्त कुरीति र कुसंस्कारहरूलाई निर्मूल पाउँदै बहुजनलाई मार्गदर्शन गर्ने एक महान् पथप्रदर्शक थिए। यसरी, बाबुको अन्तिम इच्छाको रूपमा सनातन संस्कृतिको पालना गर्दै आएका सिगालकलाई बुद्धले त्यस संस्कृतिभित्रको वास्तविक महत्वलाई पुनः व्याख्या गरी संस्कृतिको सम्मान गरेका छन्।

राज्य विभिन्न परिवार, समाज र समुदायहरूको एकीकृत संरचना भएकाले सबैका आ-आफ्नै संस्कृति र परम्परा हुनु स्वाभाविक हो, जहाँ मान्छे हुन्छ, त्यहाँ कमि-कमजोरी तथा गल्ति देखिनु स्वाभाविक हो। कसैले कसैको संस्कृतिको खिल्ली उडाउनुभन्दा, त्यसलाई सम्मान गर्दै समस्त प्राणीहरूको कल्याणका निम्ति आवश्यक परिवर्तन ल्याउन सक्नु नै उचित हुन्छ भन्ने बुद्धको धारणा रहेको छ। मानव जाति नै समस्त संस्कृतिहरूको केन्द्रबिन्दु भएकाले, संस्कृतिभित्र सही अर्थ खोज्नु, सजग भई त्यसको पालन गर्नु र त्यसलाई समयसापेक्ष रूपमा परिमार्जन गर्दै लैजानु मानव सभ्यताको एक महत्वपूर्ण पक्ष हो। समयानुकूल र अर्थपूर्ण

संस्कृतिको निर्माणले स्वयं मानव समुदायलाई नै लाभ पुर्याउँछ। सर्वोदय श्रमदान अभियानका संस्थापक A. T. आर्यरत्नेका विचारमा, “सबैभन्दा पहिले वातावरणको निर्माण गर्नुपर्छ, अनि त्यही वातावरणले हामीलाई मार्दर्शन गर्छ” (नेउपाने, लेक्चर) । आर्यरत्नेको विचारको मूल सन्देश यही हो कि राम्रो संस्कृतिको निर्माण तथा प्रवर्द्धनले हामीलाई उचित मार्गमा निर्देशित गरी शान्ति तथा सम्मानपूर्वक जीवनयापन गर्न प्रेरित गर्छ।

### **मानव स्रोत निर्माणमा सिगलोवाद सुत्तको सान्दर्भिकता**

मानिसहरूमा भएको फरक शैली, व्यवहार, सोच, चरित्र, दायित्व तथा कर्तव्यकै कारण हरेक ठाउँमा एकताको कमी हुन्छ जसको कारणले समाजमा द्वन्द्व सृजना हुन जान्छ । बौद्ध शिक्षा अनुसार वास्तविकताको गहिराइमा गएर प्रकट गरिने शैली, व्यवहार, सोच, चरित्र, दायित्व तथा कर्तव्यले मात्रै समाजमा शान्ति र समृद्धि कायम गर्दछ (के. सी. ४५)। बुद्धको शिक्षा पूर्ण रूपमा नैतिकतामा आधारित भएको हुँदा बौद्ध दर्शनको अन्तिम लक्ष्य निर्वाण मानिन्छ । निर्वाणसम्म पुग्ने मुख्य मार्ग आर्य अष्टाङ्गिक मार्ग हो जसमा प्रज्ञा, शील र समाधि समावेश छन् (अनुशान्धान केन्द्र १८) । प्रज्ञाको बलियो आधार समाधि हो, भने समाधिको बलियो आधार शील हो। शील नै नैतिकता हो, जसले मानव व्यवहारलाई संयमित र अनुशासित बनाउँछ। यस दृष्टिकोणले नैतिक आचरणलाई सम्पूर्ण बौद्ध शिक्षाको आधार मान्न सकिन्छ। नैतिकताको सामान्य अर्थ अनुशासन हो। अनुशासनको मुख्य सार यस भनाइमा प्रतिबिम्बित हुन्छ, “तिमी अरूसँग त्यस्तै व्यवहार गर, जस्तो अरूले तिमीसँग गर्नु भन्ने तिमी चाहन्छौ” (नितीश भारद्वाज)। अर्थात्सबैले आ-आफ्नो कर्तव्य पूरा गर्नुपर्छ। आफ्नो अधिकारको सदुपयोग गर्दा अरूको अधिकार हनन् हुनु हुँदैन। व्यक्तिले अरूसँग गर्ने व्यवहार र अरूले आफूसँग गर्ने व्यवहारबीच समानता राख्नु नै वास्तविक नैतिकता हो।

बौद्ध शिक्षामा शीललाई तीन भागमा वर्गीकृत गरिएको छ—सम्यक वचन, सम्यक कर्मान्त र सम्यक आजीविका (दयानिधि ९७)। बौद्ध शील अनुशासित मानव समाज निर्माणका लागि अत्यन्त महत्वपूर्ण आधार हो। शीलको पालनाले नै अनुशासित मानव स्रोतको निर्माण गर्नसक्छ जसले समाज र राष्ट्रलाई सही मार्गमा



डोच्याउन सक्षम बनाउँछ। शीलवान मानवश्रोत नै समाज र राष्ट्रलाई उत्तम मार्गतर्फ अग्रसर गराउन सक्षम हुन्छ। अर्थात्, अनुशासित मानव स्रोत नै समग्र विकासको मूल आधार हो। शीलको पालनाले नैतिक अनुशासनको स्थापना मात्र होइन, राष्ट्रको संविधानको पालना पनि सुनिश्चित गर्छ।

सम्यक वचन भनेको चार प्रकारका अशुद्ध वचन त्याग गरी वचनलाई शुद्ध पार्नु हो—भुठो नबोल्नु, कडा वचन नबोल्नु, अनावश्यक कुरा नगर्नु र चुगली नगर्नु (शाक्य ५९)। यसैगरी, सम्यक कर्मान्तमा शरीर, वचन र मनद्वारा गरिने दश कुशल कर्म समाविष्ट छन्—शरीरद्वारा गरिने तीन: हत्या नगर्नु, चोरी नगर्नु र कुशील व्यवहार नगर्नु (दयानिधि ९९)। वचनद्वारा गरिने चार: भुठो नबोल्नु, कठोर वचन नबोल्नु, अनावश्यक कुरा नगर्नु र चुगली नगर्नु (घिमिरे १२)। यसै गरेर, मनद्वारा गरिने तीन: लोभ नगर्नु, द्वेष नराख्नु र मिथ्या दृष्टि नराख्नु (दयानिधि १००)। सम्यक आजीविका अन्तर्गत गृहस्थले आफ्नो आजीविका सञ्चालन गर्दा निम्न पाँच प्रकारका व्यापारबाट टाढा रहनुपर्ने बुद्धले शिक्षा दिएका छन्—विषको व्यापार नगर्ने, हातहतियारको व्यापार नगर्ने, प्राणीको व्यापार नगर्ने, मादक पदार्थको व्यापार नगर्ने र मासुको व्यापार नगर्ने (१०१)।

यसरी, सम्यक वचन, सम्यक कर्मान्त र सम्यक आजीविकाले व्यक्ति र समाजमा नैतिकताको महत्वलाई जोड दिन्छन् जसले समाजमा सकारात्मक व्यवहारको विकासमा मद्दत पुर्याउँछन्। यस्ता सिद्धान्तहरूले समाजमा विश्वास र सहिष्णुताको वातावरण सिर्जना गर्छ, जसले सामूहिक जीवनमा सद्भावना र सहयोगको भावना बढाउँछ। यी शिक्षाहरूको पालनले व्यक्तिलाई आध्यात्मिक उन्नतिमा पनि मद्दत गर्दछ। जब व्यक्ति सकारात्मक विचार र कर्ममा संलग्न हुन्छन्, तब तिनीहरूमा आन्तरिक शान्ति प्राप्त हुन्छ र सन्तोष पनि बढ्न सक्छ। आजको दिनमा जहाँ व्यक्तिहरूले सजिलैसँग असत्य, अनावश्यक कुरा र चुगलीको माध्यमबाट आफ्नो फाइदा खोज्न सक्छन्, बुद्धका यी शिक्षाहरूले तिनीहरूलाई सचेत गराउँछन् र नैतिक जीवनको मार्गमा अगाडि बढ्न प्रोत्साहित गर्दछन्।

समाजमा बौद्ध शील सहितको नैतिक अनुशासन तथा मानव संस्कृतिको निर्माण गर्न सक्ने हो भने सभ्य समाजको उदय सम्भव छ। यस्तो वातावरणमा विकासको मार्ग पनि छिटो, छरितो र सहज हुन्छ। यस प्रकारको अनुशासित मानव संस्कृतिको निर्माणको सन्दर्भमा सिगालोवाद सुत्त एक महत्त्वपूर्ण आधार ग्रन्थ हो। बुद्धले सिगालकलाई उनको पुर्खाको संस्कृतिको सम्मान गर्दै छ दिशा नमस्कारको माध्यमबाट समाजका सम्पूर्ण मानव स्रोतलाई कर्मपथ बोध गराउनु नै निष्ठावान् र अनुशासित मानव स्रोतको निर्माण गर्नु हो। यस्तो अनुशासित मानव स्रोतले निर्माण गरेको संस्कृति स्थायी र दिगो हुन्छ। एकपटक संस्कृति निर्माण भएपछि, समयानुसार यसको विस्तार भई मानव सभ्यतालाई सही मार्गतर्फ डोर्‍याउने दिशामा स्थापित गर्न सकिन्छ।

### **सिगालोवाद सुत्तका आधारमा मानवस्रोत अभ्यासको प्रवर्धन**

कुनै पनि परिवारमा एक ज्ञानी र सभ्य सदस्य हुँदा जसरी उसको ज्ञान समस्त परिवारको लागि मार्गदर्शन बन्न सक्छ, त्यसरी नै समाजमा भएको असल मानवस्रोतले समस्त समाजलाई नै कल्याण पुर्‍याउन सक्छ। बौद्ध शिक्षा अनुसार मानिसहरू विशेष गरेर निम्न तीन अकुशल मूलका कारण गलत कर्मपथमा लाग्ने गर्छन्: लोभ, द्वेष र मोह (पियदस्सी १३)। यी अकुशल मूलहरू मानिसको मानसिकतासँग सम्बन्धित हुन्छन्। मनमा उपस्थित यस्ता अकुशल मूलहरूलाई बौद्ध विद्वान निर्मलानन्द गिरीले सैतानी उपस्थिति (Demon Attendants) भनेका छन् (गिरि २७)। जबसम्म यस्तो अकुशल मानसिकताबाट मुक्त हुन सकिदैन, मान्छे अनुशासित हुन सक्दैन। तसर्थ, सबैभन्दा पहिला मनलाई शुद्ध पार्नु नै बौद्ध शिक्षाको प्रमुख सार हो। हरेक कार्यमा मन नै अग्रगामी भएकोले मनलाई बुझ्नु नितान्त आवश्यक छ (ज्ञवाली ३६-३७)। सारमा भन्नुपर्दा समस्त बौद्ध त्रिपिटकको सार नै मनको सुद्धिकरण हो (सुबेदी १३८)। मानसिक रूपमा शुद्ध र स्वस्थ जानशक्तिले मात्र समाज र राज्यमा सही र उचित कार्य गर्नसक्छ। मानसिक रूपमा विक्षिप्त वा लोभ, द्वेष र मोहले ग्रस्त जनशक्ति आफ्नो मानसिकता परिपूर्तिमा व्यस्त हुने भएकाले न त समाजको लागि राम्रा कार्य गर्न सक्छ, नत विकासको मार्ग पहिल्याउन सक्छ। तसर्थ, मानव जनशक्तिलाई सहि संस्कृतिको धारामा

उभ्याई संस्कृति र मानव कर्तव्यको प्रतिकात्मक स्वरूपलाई अर्थपूर्ण तरिकाबाट बुझाउन सिगालोवाद सुत्त उचित ठहरिएको छ ।

बुद्धको शिक्षा उत्तम मानव संस्कृतिको पक्षपाती भएकोले स्वतः यसबाट ज्ञानवर्धक मानव स्रोतको सृजना हुन सक्छ । गृहपुत्र सिगालकलाई बुद्धले 'दिशा नमस्कार' संस्कृतिको यथार्थ ज्ञान र उक्त दिशाहरूसँग समाजका विविध वर्गका व्यक्तिहरूको प्रतीकात्मक सम्बन्ध देखाउँदै कर्तव्यहरूको यथोचित पालनाले समाजमा दिगो मानव संस्कृतिको विकास हुनसक्ने कुरा सिगालक सुत्तले बताएको छ ।

मनमा भय तथा निन्दा रहनुजेल स्वच्छ जनशक्तिको निर्माण कल्पानामा मात्र सिमित रहन्छ । सिगलोवाद सुत्तका अनुसार मानिसमा भय अर्थात् निन्दा ६ दिशाबाट आउँछ, त्यसैले ती ६ दिशाबाट आउने भयलाई रोक्न सक्नुपर्छ (थापा ५८)। मानिसले सबैसँग आफूले गर्नुपर्ने कर्तव्य निर्वाह गरेमा यस प्रकारको भयबाट स्वतः मुक्ति पाउन सकिन्छ । बुद्धले तल उल्लेखित हरेक दिशाको अर्थसहित व्यक्तिहरूले गर्नुपर्ने र त्यससँग सम्बन्धित कर्तव्यको पनि देशना गरेका छन् (वज्राचार्य ४८४)।

मातापिता वा आमाबुबालाई पूर्व दिशा भनिन्छ (४९२)। छोराछोरी भन्दा पहिले यस लोकमा भएको र उनीहरूलाई सबभन्दा पहिले (पूर्व) उपकार, स्याहार-सम्भार गर्ने, लालनपालन गर्ने, संरक्षक बन्ने, शिक्षक हुने र मार्गदर्शक बन्ने व्यक्तिहरू मातापिता नै भएकाले उनीहरूलाई पूर्वदिशा भनिएको हो (थापा ५८)। आफ्नो अगिल्टिर मातापितालाई थापना गरेर उनीहरूको पुजा गरिन्छ, जसले गर्दा मानिसले आफ्नो अगाडीबाट आउने भय र निन्दाबाट आफुलाई बचाउन सकोस् ।

दक्षिणदिशाको अर्थ आचार्य तथा गुरुजनहरू हो (वज्राचार्य ४९२)। विधिपूर्वक दक्षिणा ग्रहण गर्न योग्य भएका, फेरी कुमार-कुमारीहरूलाई द्वितीय अवस्थामा शिक्षा उपदेश दिई उपकार गर्ने, दाहिने हात जस्ता भएकाले आचार्य गुरुजनहरूलाई दक्षिणदिशा समान सम्झनु पर्ने हुन्छ (५९)। आफ्नो दाहिने तर्फ थापना गरेर

उनीहरूको पुजा गरिन्छ जसले गर्दा मानिसले आफ्नो दाहिने दिशाबाट आउने भय र निन्दाबाट आफुलाई बचाउन सकोस् (थापा ५८)।

पश्चिमदिशाको अर्थ पत्नी, पुत्र-पुत्रीहरू हो (वज्राचार्य ४९२)। गृही विनयानुसार आफ्नो पछिपछि लाग्नेलाई पश्चिमदिशा (पछिल्लिर) भनिन्छ (४३)। आफ्ना स्त्री, पुत्र-पुत्री, नाति-नातिनी आदिलाई पछिल्लिरको दिशा भनिन्छ । किनभने यिनीहरू आमाबाबुको पछि मात्रै जन्मेका र आमाबाबुकै पछि-पछि लाग्ने हुन्छन् अर्थात् आमाबाबुको अर्ती सुन्ने तथा उनीहरूले गरेर गएका सदाचारको अनुगमन गर्ने गर्छन् (थापा ५९)। आफ्नो पछिल्लो भागतर्फ थापना गरेर उनीहरूको पुजा गरिन्छ जसले गर्दा मानिसले आफ्नो पश्चिम दिशाबाट आउने भय र निन्दाबाट आफुलाई बचाउन सकियोस् ।

उत्तरदिशाको अर्थ हितचिन्तक मित्रहो (वज्राचार्य ४९२)। जीवनमा आवश्यक परेको बेलामा साथ र सहयोग गर्ने भरपर्दो, विश्वासिलो व्यक्ति भएको हुनाले आर्य विनयमा कल्याण मित्रलाई उत्तरदिशा भनेको हो (थापा ५९)। थापा अगाडी लेख्छन् कि उत्तरदिशा अनुसार सही वा साचो मित्र हुनालाई मित्रको सुख, शान्ति, प्रगति र कुशलताका लागि आफ्नो तर्फबाट कर्तव्य पूरा गर्नु भन्ने बुझिन्छ । आफ्नो बायाँ भागतर्फ थापना गरेर उनीहरूको पुजा गरिन्छ जसले गर्दा मानिसले आफ्नो उत्तर दिशाबाट आउने भय र निन्दाबाट आफुलाई बचाउन सकोस् ।

अधोदिशाको अर्थ नोकरचाकर वा सेवकहरू हो (वज्राचार्य ४९२)। लोकनीतिको आधारमा नोकरचाकरहरू, मालिकले अज्ञाउँदा, पञ्हाउँदा आज्ञा तामेल गरी निचासनमा बस्दछन्, त्यसैले तिनीहरूलाई अधोदिशा भनेको हो (अमृतानन्द ४३)। अधोदिशा भन्नाले रोजगारदाता (मालिक) ले श्रमिक (नोकर) प्रति गर्ने कर्तव्य र श्रमिक (नोकर) हरूले रोजगारदाता (मालिक) प्रति गर्ने कर्तव्य इमान्दारीपूर्वक पूरा गरेमा दुबैको सम्बन्ध, सहकार्य र समृद्धि बढेर जान्छ (थापा ६१)। आफ्नो तल्लो भागतर्फ थापना गरेर उनीहरूको पुजा

गरिन्छ, जसले गर्दा मानिसले अधो दिशाबाट आउने भय र निन्दाबाट आफुलाई बचाउन सकोस् । उर्ध्वदिशाको अर्थ श्रमण र ब्राह्मण हो (वज्राचार्य ४९२)। ब्राह्मणको सन्दर्भमा *धम्मपदमा* यसरी उल्लेख गरिएको छः

*यस्स कायेन वाचाय, मनसा नत्थि दुक्कटं ।*

*संवृतं तीहि ठानेहि, तमहं ब्रुमि ब्राह्मणं ॥ (ज्जवाली ५२०-२१)*

अर्थात् काय, वाक् र चित्त तीन वटै द्वारबाट पाप नगर्ने, तीन वटा विषयहरूमा संयमी व्यक्तिलाई नै म ब्राह्मण भन्दछु ।

भिक्षु अमृतानन्दका अनुसार, “*समित्तताति समणो*” अर्थात् संसारमा प्रवाहित गर्ने संस्कारलाई शान्त गरिसकेकालाई श्रमण भनिन्छ, भने “*संसार भयं इक्खतीति भिक्षु*” अर्थात् संसारको भयबाट निस्कन, मुक्त हुने इच्छा गर्नेलाई भिक्षु भनिन्छ । यवं रुपले ब्राह्मण, श्रमण र भिक्षुहरूलाई गृहस्थाश्रममा बसिरहेकाहरूले मान, आदर, पूजासत्कार गर्न योग्य भएको हुनाले र शीलादि, सदाचार धर्ममा साधारण मानिसहरू भन्दा उच्चस्थ भएका हुनाले उनीहरूलाई उर्ध्वदिशा भनेको हो। आफ्नो उर्ध्वदिशामा थापना गरेर उनीहरूको पुजा गरिन्छ, जसले गर्दा मानिसले उर्ध्वदिशाबाट आउने भय र निन्दाबाट आफुलाई बचाउन सकोस् (४३) ।

श्रमण र भिक्षुहरूको यस परिभाषाले आध्यात्मिक उन्नतिलाई जोड दिएको छ । यसले मानिसलाई आफ्नो आन्तरिक संसारमा शान्ति र स्पष्टता प्राप्त गर्न प्रेरित गर्दछ जुन बाह्य संसारको महत्वपूर्ण आधार हो। यसले समाजमा उच्च नैतिक मापदण्ड र सदाचारको महत्त्वलाई दर्शाउँछ। यिनीहरूलाई उर्ध्वदिशामा थापना गर्नाले मानिसहरूले सकारात्मक ऊर्जा र प्रेरणा प्राप्त गर्न सक्छन्। यसले उनीहरूलाई भय र निन्दाबाट बचाउन सक्छ र समाजमा नैतिकता र सद्भावको भावना बलियो बनाउँछ। आजको विश्वमा जहाँ भौतिकतामा मानिसहरू अल्झिरहेका छन्, बुद्धका विचारहरूले व्यक्तिलाई आत्म-चिन्तन र मानसिक शान्तिको खोजीमा प्रेरित गर्न सक्छ जुन मानसिक रुपमा स्वस्थ मानव जानशक्तिको बलियो आधार पनि हो। यस प्रकारले महामानव बुद्धले सनातन परम्पराबाट चल्दै आएको छ दिशा नमस्कारको संस्कृतिलाई गृहपुत्र सिगालकलाई

ज्ञान दिने क्रममा पुनर्व्याख्या गरेका छन् । उत्तम मानव संस्कृतिको निर्माणले सबै पक्षलाई समेट्न सक्छ भन्ने सन्दर्भमा सिगालोवाद सुत्त प्रष्ट पारेको छ । यस बाहेक भोगविनासका छ कारणहरू र तीनका पनि अलग-अलग दोसहरूका बारेमा पनि यस सुत्तमा विस्तृत व्याख्या गरिएको छ जुन मानव संस्कृतिको सबैभन्दा महत्वपूर्ण पाटो हो ।

### उपसंहार

परिवार, समाज र समुदायहरू मिलेर राष्ट्रको निर्माण हुन्छ । मानिसहरूको अस्तित्वविना नत परिवार, नत समाज, नत राष्ट्रको नै कल्पना गर्न सकिन्छ । तसर्थ, मानिस नै सबै कुराको केन्द्रबिन्दु हो । संस्कृतिको निर्माण मानिस स्वयंले गरेको हुन्छ र ऊ स्वयम् यसैबाट निर्देशित पनि हुन्छ । त्यसैले संस्कृतिको सम्मान गर्नु जरुरी हुन्छ । समय सापेक्ष नभएका संस्कृतिहरूलाई सुधार गर्दै समय सापेक्ष संस्कृतिको स्थापनासमेत गर्नु आवश्यक हुन्छ । संस्कृतिले मानिसलाई स्थायित्व प्रदान गर्दछ । समयानुकूल संस्कृतिले आवश्यक र उचित मानवश्रोत निर्माण गर्न सहयोग पुर्याउँछ । बौद्ध शीलको पालनाले अनुशासित मानवश्रोतको निर्माण हुन्छ भने उचित संस्कृतिको विकासले उक्त मानवश्रोतलाई स्थायित्व प्रदान गर्दछ ।

### सन्दर्भ सामाग्री

- अनुसन्धान केन्द्र, लुम्बिनी बौद्ध विश्वविद्यालय, *बौद्ध दर्शन*, प्रदेश सरकार, लुम्बिनी प्रदेश, वि. स. २०७८ ।
- अमृतानन्द, *गृही-विनय*, अनु., नेपाल बौद्ध परियत्ति शिक्षा, २०१५ ।
- के. सी., नरेश, “बौद्ध विधिशास्त्रमा पन्चशीलः शान्ति र समृद्धिको अस्त्र”, *कल्याणमित्र संदेश*, वर्ष २, अंक २, वि. स. २०७७, पेज ४५-४९ ।
- कौसल्यायन, आनन्द, सम्पादक, *अङ्गुत्तर निकाय*, खण्ड १, सम्यक प्रकाशन, २०१३ ।
- गिरी, निर्मलानन्द, *धम्मपदको टिप्पणी*, आत्म ज्योति आश्रम, २०१० ।
- घिमिरे, पशुपति, *बुद्धवादका तीन आयाम*, बुद्धिसागर घिमिरे, तारादेवी घिमिरे, २०१३ ।
- ज्ञवाली, नारायण, *धम्मपदः सन्दर्भ, शब्दार्थ र भावार्थ सहित नेपालीमा पद्धानुवाद*, जनता प्रसारण तथा प्रकाशन लिमिटेड, वि. स. २०७५ ।
- थापा, कमल, *सिगालोवाद सुत्तः ६ दिशा नमस्कारको सामाजिक महत्वको अध्ययन*, वि. स. २०७६, लुम्बिनी बौद्ध विश्वविद्यालय, स्नातकोत्तर शोधपत्र ।
- दयानिधि, *आधारभूत बौद्ध दर्शन*, लुम्बिनी अनुसन्धान केन्द्र, वि. स. २०८१ ।
- नेउपाने, फणिन्द्र कुमार, “सर्वोदय श्रमदानः उत्पत्ति, गतिविधिहरू, र श्रीलंकामा ए. टी. आर्यरत्ने द्वारा विकसित सर्वोदय श्रमदान आन्दोलनमा बुद्धका शिक्षाहरू,”
- आधुनिक युगमा बौद्ध धर्म, चैत्र २५, वि. स. २०७०, लुम्बिनी बौद्ध विश्वविद्यालय, केन्द्रीय क्याम्पस।
- पौड्याल, शारदा, “सिगालोवाद सुत्तः बुद्धाज टिचिंग्स फर एन आइडियल सोसाइटी”, लुम्बिनी प्रभा, भाग ५, २०२०, पेज ४६-५३ ।
- बादल, वि. पी., “बुद्धिस्ट हर्मिन्युटिक्सः एन एनालिसिस अफ धम्मपद इन सस्टेनेबल डिभेलपमेन्ट,” *रिसर्च नेपाल जर्नल अफ डिभेलपमेन्ट स्टडिज*, भाग ४, नं. १, २०२१, पेज २७-४३ ।
- ब्रिटानिका रिफरेन्स इनसाइक्लोपेडिया*, इनसाइक्लोपेडिया ब्रिटानिका, २०१३ ।
- बोधी, *इन द बुद्धाज वड्सः एन एन्थोलोजी अफ डिस्कोर्सेस फ्रम द पालि क्यानन*, विस्डम पब्लिकेसन, २००५ ।
- मेरियम वेबस्टर कलेजियट डिक्सनरी*, इनसाइक्लोपेडिया ब्रिटानिका, २००१ ।
- ला., ऊ. जा. ति., “एन एनालाईटिकल स्टडी अफ बुद्धिस्ट सोसल रोल्स अफ वज्राचार्य, दुण्डबहादुर, दीघनिकाय, अनु., पवित्रबहादुर वज्राचार्य, अशोकरत्न वज्राचार्य, हीरादेवी

वज्राचार्य, २००० ।

वीररत्ने, डब्लु. जी., प्रमुख सम्पादक, *बौद्ध धर्मको विश्वकोष*, खण्ड ८, सूचना तथा प्रसारण

मन्त्रालय, भारत सरकार, १९५६।

सिटिजन बेस्ड अन सिगालोवाद सुत्त“, *द जर्नल अफ इन्टरनेसनल एसोसियसन अफ बुद्धिस्ट*

*युनिभर्सिटीज्* (JIABU), भाग ११, नं. २, २०१८, पेज २००-२१८ ।

सुवेदी, मन्जिल, “माइन्ड इन बुद्धिजम: एक्सप्लोरिंग इट्स रिलेभेन्सी विद निउरोसाइन्स”,

*लुम्बिनी प्रभा*, भाग ५, २०२०, पेज १३८-४८ ।

शाक्य, देवेन्द्रराज, *थेरवाद बुद्धधर्म*, लालमणि पोखेल, कृष्ण कुमारी पोखेल, २०१५ ।

श्रेष्ठ, सानु कुमार, “द सिगालोवाद सुत्त फर इफेक्टिभ गभरनान्स“, *लुम्बिनी प्रभा*, भाग ९,

२०२४, पेज १३९-४६ ।

### अनलाइन सामाग्री

"Nitish Bharadwaj Speaking at Rotary District Conference." *YouTube*,

uploaded by Prasad Kulkarni, 18 February 2014,

[www.youtube.com/watch?v=9EXYniJPcd8](http://www.youtube.com/watch?v=9EXYniJPcd8).

Piyadassi, Thera. "The Psychological Aspect of Buddhism." The Fifth Sir

Baron Jayatilaka Memorial Lecture Delivered on the 13th of February, 1972,

Buddhist Publication Society, Colombo. Lecture. what-buddha-

said.net/library/Wheels/wh179.pdf. Accessed on 3 December 2022.



## नेपाली तीज गीतमा सांस्कृतिक रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृति

माया घिमिरे

नेपाली विभाग, राममणि बहुमुखी क्याम्पस

### लेखसार

प्रस्तुत लेख तीज पर्वको सांस्कृतिक रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृतिको विश्लेषणमा केन्द्रित रहेको छ । यस लेखमा तीज पर्व, सांस्कृतिक रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृति तीनवटा चर रहेका छन् । गुणात्मक अनुसन्धान पद्धतिमा आधारित यस लेखमा प्राथमिक र द्वितीयक दुवै स्रोतका सामग्रीको उपयोग गरिएको छ । यस लेखमा क्षेत्रकार्यबाट प्राप्त सामग्रीलाई प्राथमिक तथा पुस्तकालयबाट प्राप्त सामग्रीलाई द्वितीयक स्रोतका सामग्रीका रूपमा लिई अध्ययन र विश्लेषण गरिएको छ । नेपाली समाजमा प्रचलनमा रहेका तीज गीतमा अभिव्यक्त विषयका साथै क्षेत्रकार्यबाट प्राप्त सामग्रीका आधारमा यसको परिवर्तित स्वरूपका विषयमा विमर्श भएकाले यसमा आगमनात्मक र निगमनात्मक दुवै विधिको प्रयोग भएको छ । संस्कृति समाज, मानव विकास, जीवनजगत् र समग्र मानव जीवनसँग सम्बन्धित विषयलाई प्रतिबिम्बन गर्ने साझा अवधारणा हो भने नेपाली समाजमा हिन्दू धर्म अवलम्बन गर्ने नारीका लागि तीज पर्व मुख्य संस्कृति हो । नेपाली समाजमा तीज पर्वमा पारिवारिक सम्बन्धमा नारीका कार्य, भूमिका, दृष्टिकोणका साथै नारी वेदना र संवेदनालाई गीतका माध्यमबाट प्रस्तुत गर्ने प्रचलन रहेको छ । तीजका गीत श्रुतिमा आधारित सुदीर्घ परम्परालाई निरन्तरता दिने नेपाली संस्कृतिका बाहक हुन् । नेपाली नारीसँग सम्बन्धित संस्कृतिको अभिव्यञ्जना गर्ने तीजका गीत समयसापेक्ष रूपान्तरित भएका छन् । यस लेखमा नेपाली लोकगीत अन्तर्गत पर्वगीतका रूपमा श्रुतिपरम्परामा गाइने तीजका गीतको सांस्कृतिक रूपान्तरण तथा त्यसले वर्तमान समयमा ग्रहण गरेको लोकप्रिय संस्कृतिको परिवर्तित स्वरूपको विषयमा विश्लेषण भएको छ । तीज पर्व नेपाली नारीहरूको मौलिक पर्व हो । यो पर्व अहिले लोकप्रिय संस्कृतिका रूपमा विकसित भएको छ । सामाजिक व्यवहारको उत्प्रेरक प्रतिमानको समुच्चय संस्कृतिको पहिचान र रूपान्तरणका आधारहरू भाषा, रीतिरिवाज, चाडपर्व, खानपान, वेषभूषा, संस्कार, विधिव्यवहार आदि हुन् । मान्छेका पथप्रदर्शकका रूपमा रहने सांस्कृतिक पक्षको प्रतिबिम्बन तीज गीतको अन्तर्वस्तु हो । संस्कृति, जातजाति, भाषा, धर्म, रहनसहन, वेषभूषा, खानपान, संस्कार, व्यवहार, सम्बन्ध,

शिक्षाजस्ता आधारमा स्थापित, गतिशील र समाजलाई परस्परमा जोड्ने आधार हो । नेपाली समाजमा तीज पर्वमा गाइने कालजयी गीतमा नेपाली सामाजिक निर्मितिको प्रभावकारी चित्रण भएको छ । नेपाली नारीहरूको पर्वका रूपमा पहिचान प्राप्त तीज एक धार्मिक विश्वासमा आधारित सांस्कृतिक सम्पदाका रूपमा रहेको छ । नेपाली समाजमा नारीको विशेष पर्व मानिने तीजमा गाइने गीत विकसित सामाजिकता र परम्पराका कारण लोकप्रिय संस्कृतिका रूपमा विकसित हुँदै गएको छ । यस लेखमा परम्परागत रूपमा मनाइने पर्व विशेषभन्दा पनि बृहत्तर सांस्कृतिक स्वरूपमा गतिशील हुँदै गएको तथा यस पर्वका विषयमा परम्परित मान्यताभन्दा भिन्न शैलीको अवलम्बन हुनुको असर र कारणका विषयमा विमर्श गरिएको छ । यस लेखमा लोकप्रिय संस्कृतिसम्बन्धी सिद्धान्तका आधारमा प्राप्त सामग्रीको विश्लेषण र संश्लेषण गरी निष्कर्षमा पुगिएको छ । तीज गीतको सांस्कृतिक रूपान्तरणका सन्दर्भमा लोकप्रिय संस्कृतिका दार्शनिक आधारमा मूल्य निरूपण गरिएको यस लेखबाट प्राप्त मूल्यसापेक्ष बहुलवादी निष्कर्षले तीज गीतमा अन्तर्निहित सांस्कृतिक रूपान्तरणको सौन्दर्य र भाव सौन्दर्यलाई अभिव्यञ्जित गरेको छ ।

*शब्दकुञ्जी* : परम्पराको भञ्जन, परिवर्तनको आवाज, पारिवारिक सम्बन्ध, नारी चेतना, सामूहिकता ।

### नेपाली तीज गीतमा सांस्कृतिक रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृति

तीज पर्व नेपाली संस्कृतिको अभिन्न अङ्ग हो । संस्कृति समग्र जीवन पद्धतिको अध्ययन गर्ने आधार हो । संस्कृतिसँग दैनिक जीवनका क्रियाकलापसँगै विशेष अवसरमा मनाइने अनेक चाडपर्वहरूका श्रृङ्खला पनि जोडिएर आउँछन् । यो पर्व नेपाली नारीसँग सम्बन्धित छ । यस पर्वमा नारीहरू माइत जाने, मीठो दर खाने, रातो परिधानमा सजिने, शिवको आरधनासहित व्रत बस्ने र नाचगान गरी मनाउने गर्दछन् । तीजको व्रतकथा शिवपुराणसँग सम्बन्धित छ । हिमालयकी पुत्री पार्वतीले विष्णुकी विवाहित हुनु नपरोस् र आफ्ना प्रियतम शिवलाई पति वरण गर्न पाऊँ भन्ने चाहना राखी यही उद्देश्य प्राप्तिका निम्ति पार्वतीलाई उनका सखीहरूले लुकाएर जङ्गलमा पुर्याएपछि पार्वतीले गरेको तपस्या र शिवप्राप्तिको कथासँग जोडिएको छ । यो पर्व हरेक वर्ष भाद्र शुक्ल तृतीयाको दिन व्रत बसी आफ्ना पतिको दीर्घायु हुने विश्वासका साथ मनाउने गरिन्छ । तीजको ऐतिहासिक महत्त्व संस्कृतिसँग जोडिएको छ ।

संस्कृति सामाजिक संस्कारको निर्मिति हो । यो प्रतिकात्मक र परिवर्तनशील हुन्छ । तीजको संस्कृति पनि रूपान्तरण भएको छ । हिजोका दिनमा पति जतिसुकै खराब भएपनि तिनका निम्ति व्रत बसेर पूजाआरधना गर्नुपर्ने परम्पराले थिचिएको तीज पर्वले आज नयाँ स्वरूप प्राप्त गरेको छ । संस्कृतिमा हुने परिवर्तन नै सांस्कृतिक रूपान्तरण हो । हिजोका हिन्दू नारीको पर्व आज सबै नारीको पर्व बनेको छ । दमित नारीहरूलाई शक्ति, स्वतन्त्रता र उमङ्ग प्रदान गर्ने पर्व बनेको छ, नारी उत्पीडनको संवाहक बनेको छ, समकालीन घटना परिघटनाको परिसूचक तथा मनोरञ्जनको माध्यम बनेको छ । तीज पितृसत्तात्मक समाजमा उत्पीडित नारीका प्रतिरोधी चेतना व्यक्त गर्ने आधार बनेको छ । यस प्रकारको सांस्कृतिक रूपान्तरणका कारण परम्परागत खानपान, रहनसहन, चालचलन र सोचमा पनि परिवर्तन भएको नेपाली संस्कृतिमा स्थापित रहेको तीज पर्वसम्बन्धी परम्परागत मान्यतामा समेत परिवर्तन भएको छ । दमित आवाजलाई महत्त्व दिने यो पर्व सबैलाई भनेरञ्जन प्रदान गर्ने र सबैको मनमस्तिष्कमा बस्ने हुनाले लोकप्रिय

संस्कृतिका रूपमा विकसित भएको छ । यस लेखमा उठाइएको समस्याको रिक्तता पहिचानका लागि तीज पर्व र गीतका विषयमा गरिएका पूर्वकार्य समीक्षा गर्नु उपयुक्त रहेको छ ।

नेपाली नारी समाजमा स्थापित तीज पर्वका सांस्कृतिक पक्षको अभिव्यञ्जना गीतका माध्यमबाट प्रस्तुत गरिएका छन् । तीज गीत र यो पर्वसँग सम्बन्धित सांस्कृतिक पक्षका सम्बन्धमा गरिएका पूर्वअध्ययनमा नेपाली मौखिक संस्कृतिका रूपमा तीज पर्वको सांस्कृतिकताको अभिव्यञ्जना गीतका माध्यमबाट प्रस्तुत गरिएको विषयमा विमर्श गरिएको छ । यस सन्दर्भमा तारालाल श्रेष्ठ (२०६८) ले *शक्ति, श्रष्टा र सबाल्टर्न* पुस्तकमा 'तीज गीत र सबाल्टर्न महिलाको शक्ति' शीर्षकमा सत्ताबाट टाढा रहेका किनारीकृत नारीहरूले तीज पर्वमा तीजे गीतका माध्यमबाट शक्ति, स्वतन्त्रता र उमङ्ग छरेको उल्लेख गरेका छन् । यस पुस्तकमा तीज पर्वमा नारीहरूले मुक्तिको आवाज घन्काउँदै उत्पीडनका विरुद्ध प्रतिरोधी आवाज अभिव्यक्त गर्ने विषयलाई जोड दिइएको छ । उनले यस पुस्तकमा नारीहरूले तीज पर्वमा एकातिर आफ्ना पिर, व्यथा, वेदना पोख्ने क्रममा पितृसत्तात्मक समाजको प्रभुत्वका कारण उत्पीडनमा परेको भाव अभिव्यञ्जित गरेका हुन्छन् भने अर्कोतिर पतिको दीर्घायुको कामनासहित ब्रत बस्ने विरोधाभासी कार्य गर्ने उल्लेख गरेका छन् । तीज गीतका उदाहरणसमेत प्रस्तुत गरिएको यस लेखमा तीज पर्वको स्वरूप र यसको रूपान्तरणको अध्ययन तथा विश्लेषणमा सामग्री सङ्कलन तथा विश्लेषणमा थप मार्गनिर्देशन गरि अध्ययनको रिक्ततालाई पुष्टि गरेको छ ।

कपिलदेव लामिछाने (२०७७) ले *लोकसाहित्य सिद्धान्त* पुस्तकमा पर्व गीतको एक प्रकारका रूपमा तीज गीतको पहिचान दिलाएका छन् । उनले यस पुस्तकमा धार्मिक आस्था, रीतिरिवाज, संस्कार आदिका कारण तीज पर्वमा परिवार तथा आफन्तजन बसेर मीठोमसिनो खाने, राम्रो लगाउने, सुखदुःख साटासाट गर्ने, नारीहरूले आफूले भोगेका पिर, व्यथा, वेदना माइतीको घरआँगनीमा आएर गीतका माध्यमबाट प्रस्तुत गर्ने पर्वका रूपमा तीजलाई चिनाएका छन् । तीज गीतका नमुनासमेत प्रस्तुत गरिएको यस अध्ययनले तीज

गीतको स्वरूप ठम्याउन र संस्कृतिको रूपान्तरणको विश्लेषणमा मार्गनिर्देश गर्दै तीज गीतको सांस्कृतिक रूपान्तरण अध्ययनीय विषय रहेको रिक्तता प्रस्तुत गरेको छ । ध्रुवप्रसाद भट्टराई र अन्य (२०७९) ले सम्पादन गरेको *लोकवार्ता कोश* मा तीज पर्वलाई नेपाली नारीको विशेष पर्वका रूपमा तीजको परम्परा र तीज गीतको विषयवस्तुलाई संक्षेपमा विमर्श गरिएको छ । यस अध्ययनमा बरिलै थेगोको प्रयोग गरी नारीहरूले आफ्नो जन्मस्थल, दाजुभाइ, दिदीबहिनी, बुवाआमा, समाज, सस्कार, पति, पराइघर, सासूससुरा आदिसँग सम्बन्धित विषयका साथै अन्य समसामयिक विषयलाई पनि तीज गीतमा प्रतिबिम्बन गर्न सकिने विषयको उठान गरिएको छ । यस अध्ययनमा तीजलाई धर्म, संस्कृति र सामाजिक मूल्यमान्यतासङ्ग समन्वित गरी तीज गीतका नमुनासमेत उल्लेख गरिएको छ । तीजको परम्परित मान्यतासमेत प्रस्तुत गरिएको यस अध्ययनले तीजको स्वरूप निरूपण गरी यसको सांस्कृतिक रूपान्तरणको अध्ययन गर्न सकिने विषयलाई स्थापित गरेको छ । सत्यमोहन जोशी (२०७९) ले *नेपाली साहित्यकोश* मा नेपाली लोकसंस्कृति र लोकसाहित्य शीर्षकको लेखमा लोकसंस्कृतिको क्षेत्र व्यापक विशाल रहेको बताउँदै तीज गीतलाई लोकगीतको एक प्रकारका रूपमा चिनाएका छन् । लोक गीतको वर्गीकरण गरिएको यस लेखमा लोक मानसको जीवन्त परम्परालाई अगाडि बढाउने लोकगीतका बारेमा सूक्ष्म रूपमा विमर्श गरिएको छ । यस लेखले सिद्धान्त निर्माणमा मार्गनिर्देश गरेको छ । वेनीजङ्गम रावल (२०८०) ले *नेपाली साहित्यको बृहत् इतिहास पद्य र बाल साहित्य* (२०८०) मा 'नेपाली आधुनिक गीतको इतिहास' लेखमा लोक गीत र लोक संगीतको ऐतिहासिक विकासक्रमको सूक्ष्म अध्ययन तथा विमर्श गरेकी छन् । यस अध्ययनले सिद्धान्त निर्माणमा सहयोग पुर्याउँदै शोधको रिक्तता स्थापित गरेको छ ।

तीज पर्वको सांस्कृतिक रूपान्तरण र परिवर्तित स्वरूपका विषयमा गीता त्रिपाठी (२०८१) ले *अस्मिता* त्रैमासिक पत्रिका (भाद्र) मा 'तीजका केही पक्ष केही विपक्ष' शीर्षकमा नारी मुक्तिको आवाज अभिव्यञ्जित गर्ने यस पर्वको समाजशास्त्रीय ढङ्गले अध्ययन गरेकी छन् । तीज पर्वको पौराणिक ऐतिहासिक,

सामाजिक, सांस्कृतिक अध्ययन तथा विश्लेषण गरिएको यस लेखमा उत्तरआधुनिकतावादी उपभोक्तावादी दृष्टिकोणबाट पनि तीज पर्वमा उपयोग हुने परिधान तथा शृङ्गारका सामग्रीको समेत विमर्श गरिएको छ । अध्ययनमा पारिवारिक मिलन, समकालीन अवस्थाको विश्लेषण, नारी उत्पीडनको प्रस्तुति, पवित्र प्रेमको प्राप्तजस्ता पक्षलाई सकारात्मक ढङ्गले विश्लेषण गरिएको छ भने पितृसत्तात्मक समाजव्यवस्था र त्यसले महिलाका गतिशीलतामा उत्पन्न गर्ने विरोधाभासी भाष्यको निर्माणका कारण उत्पन्न उत्पीडनलाई नकारात्मक पक्षका रूपमा विमर्श गरिएको छ । यस अध्ययनले क्षेत्रकार्यमा सामग्री सङ्कलन तथा सङ्कलित सामग्रीको विश्लेषणमा सहयोग पुऱ्याएको छ र सांस्कृतिक रूपान्तरण तथा लोकप्रिय संस्कृतिको अध्ययनमा रिक्ततालाई स्थापित गरेको छ । रजनी ढकाल (२०८१) को *हिमाल* खबर पत्रिकामा भाद्र १२ गते प्रकाशित 'तीजको समाजशास्त्र बदलियो बरिलै' लेखमा तीज पर्व यसको परम्परालाई पुराण, धर्म, समाज र संस्कृतिसङ्ग समन्वित गर्दै तीज गीतमा नारी चेतना, नारीहरूको यौनिकतामा अङ्कुश, तीजमा प्रश्न, तीज कसरी मनाउनेजस्ता विभिन्न उपशीर्षकमा विभाजन गरी अध्ययन तथा विश्लेषण गरेकी छन् । तीज गीतको परिवर्तित स्वरूपलाई समेत अध्ययन गरिएको यस अध्ययनले तीज गीतको स्वरूप ठम्याउन र यसको परिवर्तित स्वरूपको विश्लेषण गर्न र क्षेत्रकार्यबाट सामग्री सङ्कलन गर्नसमेत थप मार्गनिर्देशन गरी अध्ययनको रिक्ततालाई पुष्टि गरेको छ ।

तीज गीतमा अभिव्यक्त सांस्कृतिक रूपान्तरण नेपाली समाजले अङ्गीकार गरेको सामाजिक, राजनीतिक र शैक्षिक परिवर्तनका साथै परम्पराका नाममा नारीमाथि हुने विभेदकारी भाष्य विरोधी मान्यताका रूपमा विकास भएको छ । संस्कृति समयसापेक्ष परिवर्तन र संशोधन भइरहने मानवीय विषय रहेकाले यो कालक्रमिक रूपमा परिवर्तित हुने पक्ष संस्कृतिमा पनि लागु हुन्छ । नेपाली समाजमा भएका सांस्कृतिक रूपान्तरणका कारण नेपाली तीज गीतले लोकप्रिय संस्कृतिको स्वरूप ग्रहण गरेको छ । लोकप्रिय संस्कृति अल्पकालीन समयमा स्थापित भई विलयन हुने सांस्कृतिकता हो । सांस्कृतिक अध्ययनमा लोकप्रिय संस्कृति

परम्परागत दमन र विभेदका कारण अप्रतिनिधित्वको मारमा परेका समूहको प्रतिनिधित्वलाई सुनिश्चित गर्ने माध्यम रहेको छ भने यसको प्रवर्द्धन गर्नका लागि सामाजिक सञ्जाल तथा सञ्चार माध्यमको मुख्य भूमिका रहेको हुन्छ । यस कार्यपत्रमा नेपाली सांस्कृतिक पर्वको मौलिकतालाई प्रतिबिम्बन गर्ने तीज गीतमा अभिव्यक्त सांस्कृतिक स्वरूप, यिनमा अभिव्यञ्जित सांस्कृतिक रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृतिको विश्लेषण गरिएको छ ।

नेपाली नारी समाजमा परम्परागत संस्कृतिका रूपमा मनाइने पर्वका रूपमा यसको सांस्कृतिक महत्त्व रहे पनि यससँग सम्बन्धित भएर गाइने गीत नारी पीडालाई मात्र नभई विचारधारात्मक प्रतिरोधको अभिव्यञ्जनाका दृष्टिले पनि सशक्त अभिव्यक्ति हुन् । नेपाली नारी समाजमा प्रचलनमा रहेका यी गीत सामान्य नारी मानसिकतामा विद्यमान पीडालाई अभिव्यञ्जना गर्ने माध्यम मात्र नभई समाजमा पितृसत्ताका कारण दमित समाजको प्रतिरोधी आवाज हो । यी गीतमा ग्रामीण नेपाली नारीले भोग्नुपरेको पीडालाई भुल्नका लागि गाइएको दमित आवाज नभई नेपाली परिवेशको सांसारिकताका विद्यमान विभेदको चित्रण गर्न सक्षम तीज गीतमा अभिव्यक्त प्रतिरोधी चेतना सामाजिक र सांस्कृतिक रूपान्तरणका वाहक पनि हुन् । नेपाली नारीको पहिचानसँग जोडिएको यस पर्वको सांस्कृतिक स्वरूप परिवर्तन हुँदै गएको सन्दर्भमा पनि यी कालान्तरदेखि मौखिक भाष्यमा जीवित र जीवन्त छन् भने यिनले प्रतिबिम्बन गरेको विचारधारा कालजयी छन् । परिवर्तित सामाजिक संस्कृतिअनुसार लोकप्रिय बन्दै गएको यस गीतमा सामाजिक र सांस्कृतिक मूल्य विद्यमान छन् । नेपाली समाजमा भएका परिवर्तनलाई आत्मसात् गरी अन्तर्वस्तुगत दृष्टिले परिवर्तित विषय र परिवेशलाई प्रस्तुत गर्ने तीजका गीत नेपाली समाज र संस्कृतिका आवाज हुन् । नेपाली समाजमा विद्यमान पितृसत्ताका नाममा हुने गरेका विभेद तथा नारी अपरिचयीकरणलाई मुख्य विषय बनाएर गाइएका यी गीतमा सामाजिक र सांस्कृतिक पक्षको परम्परागत र परिवर्तित पक्षलाई प्रस्तुत गरिएको छ ।



### समस्याकथन

यस लेखको मुख्य समस्या नेपाली तीज गीतमा अभिव्यक्त सांस्कृतिक स्वरूप, रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृतिको खोजी तथा विश्लेषण हो । नेपाली तीज गीतका विषयमा भएका पूर्वअध्ययनको समीक्षाबाट प्राप्त रिक्तताका कारण यस लेखमा उठान गरिएका समस्या उपयुक्त रहेका छन् । यस कार्यपत्रमा उठाइएको मुख्य समस्याको निराकरणका लागि निम्नानुसारका शोधप्रश्न निर्माण गरिएका छन् :

- (क) नेपाली तीज गीतमा सांस्कृतिक स्वरूप के कस्तो छ ?
- (ख) नेपाली तीज गीतमा सांस्कृतिक रूपान्तरण कसरी प्रस्तुत भएको छ ?
- (ग) नेपाली तीज गीतमा लोकप्रिय संस्कृति प्रस्तुतिको प्रयोजन के हो ?

यस लेखका उपर्युक्त शोध र शोधप्रश्नका आधारमा नेपाली तीज गीतमा अभिव्यक्त सांस्कृतिक स्वरूप, रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृतिको विश्लेषण गरी त्यसका प्राप्तिलाई निष्कर्षण गर्ने उद्देश्य राखिएको छ । नेपालको लुम्बिनी प्रदेशअन्तर्गत गुल्मी, पाल्पा, अर्घाखाँची, कपिलवस्तु र रूपन्देही जिल्लामा विभिन्न समयमा गाइएका र गाइने तीज गीतका साथै युट्युबमा लोकप्रिय बनेका तीज गीतका आधारमा तयार गरिएको यस कार्यपत्रमा उपर्युक्त क्षेत्रमा प्रचलनमा रहेका गीतका अतिरिक्त अन्य क्षेत्रका गीत विषयगत सीमाङ्कनमा रहेका छन् । परम्परागत संस्कृतिको प्रतिबिम्बन, सांस्कृतिक रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृति यस कार्यपत्रका सैद्धान्तिक सीमाङ्कन रहेका छन् ।

### अनुसन्धान विधि

यस लेखका लागि निम्नानुसारको अनुसन्धान विधि अपनाइएको छ :

#### सामग्री सङ्कलन विधि

यस लेखको सामग्री सङ्कलन क्षेत्रकार्य र पुस्तकालय कार्यबाट गरिएको छ । यस लेखमा प्राथमिक र द्वितीयक दुवै स्रोतका सामग्रीको उपयोग गरिएको छ । यस लेखमा प्राथमिक स्रोतका सामग्रीअन्तर्गत सङ्कलन गरिएका तीज पर्वसँग सम्बन्धित लोकगीत तथा सूचना प्रविधिअन्तर्गत युट्युबबाट प्राप्त सामग्री हुन् । यस लेखका लागि गुल्मी, पाल्पा, अर्घाखाँची कपिलवस्तु र रूपन्देही जिल्लामा प्रचलनमा रहेका तीज गीतको सङ्कलन गरिएको छ भने नेपाली लोकसङ्गीतमा लोकप्रियता प्राप्त गरेका गीत युट्युबबाट सङ्कलन गरिएको छ । सामग्री सङ्कलनका क्रममा सम्बन्धित क्षेत्रको भ्रमण तथा तीज पर्व र गीतका विषयमा प्रत्यक्ष कुराकानीको टिपोट गरी तिनलाई यथोचित प्रयोग गरिएको यस लेखमा पुस्तकालयबाट द्वितीयक स्रोतका सामग्री सङ्कलन गरिएको छ । यस कार्यमा द्वितीयक स्रोतका सामग्री कार्यपत्रको रिक्तता स्थापित गर्नका लागि गरिएका पूर्वअध्ययन तथा सैद्धान्तिक आधार र विश्लेषणको ढाँचा निर्माण गर्नका लागि प्रयोग भएका पुस्तक रहेका छन् ।

#### सामग्री विश्लेषण विधि

यो लेख गुणात्मक अनुसन्धान पद्धतिमा आधारित रही तयार गरिएको छ । यस लेखमा सङ्कलित सामग्रीलाई विषगत आधारमा तीन चरमा वर्गीकरण गरिएको छ । क्षेत्रकार्यबाट प्राप्त सामग्रीलाई नेपाली तीज गीतको सांस्कृतिक स्वरूप, नेपाली तीज गीतमा सांस्कृतिक रूपान्तरण नेपाली तीज गीतमा लोकप्रिय संस्कृतिको अभिव्यञ्जना भएका गीत अङ्गमा वर्गीकरण गरी तद्विषयक गीत्याङ्गलाई सैद्धान्तिक अवधारणाका आधारमा व्याख्या, विवेचना र विश्लेषण गरिएको छ । तीज पर्वसँग सम्बन्धित सङ्कलित गीतलाई पाठका रूपमा लिई तिनको विषयनिष्ठ विश्लेषण गरिएकाले यो लेख विषयवस्तु विश्लेषणकेन्द्री कार्य

रहेको छ । यस लेखको सैद्धान्तिक आधार र अवधारणा संस्कृतिसम्बन्धी मान्यता, सांस्कृतिक रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृतिसम्बन्धी अवधारणाका आधारमा गरिएको छ ।

### सैद्धान्तिक आधार

संस्कृतिको परस्परागत परिभाषा अनुसार संस्कृति मानव जीवनलाई अनुशासित तुल्याउनका लागि मान्छेद्वारा निर्माण गरिएको निश्चित विधान तथा सभ्यता हो । संस्कृतिको अर्थ व्यापक रहेको छ भने यसलाई निश्चित विश्वासमा आधारित मानव समुदायले व्यवहार गर्ने सामाजिक आचरणका रूपमा परिभाषित गरिएको छ । समाजको सदस्यका नाताले मान्छेले आर्जन गर्ने ज्ञान, विश्वास, कला, नैतिकता, कानून, रीतिरिवाज, व्यक्तिका क्षमताद्वारा आर्जित क्षमता र बानीविशेष हो (टाइलर (सन् १९२०, पृ. १) । संस्कृति मान्छेको ज्ञान, विवेक तथा आर्जित विषयको समग्रता हो । संस्कृति प्रत्येक पिँढीद्वारा सिकिने, बोध र अनुशरण गरिने मानवद्वारा विकसित मानव जातिका पारम्परिक व्यवहारको सम्पूर्णता हो (मीड, सन् १९३७, पृ. १७) । संस्कृति मान्छेद्वारा निर्माण गरेको बृहत्तर संज्ञानात्मक विश्वास र बाँच्ने कलाको प्रतिबिम्बन हो । संस्कृति जीवनका लागि सृजित निश्चित कलाविशेष हो (विलियम्स, सन् १९८३, पृ. ९०) । संस्कृति मानवजीवनलाई व्यवस्थित र आधारभूत आचरणको समग्रता हो भने यो परम्परासँगै ज्ञान-विज्ञानका विविधतालाई निश्चित विधानसहित संस्कारित, परिमार्जित र प्रयोगयोग्य तुल्याइएको पद्धति हो जुन मान्छेद्वारा मान्छेकै लागि सृजना गरिएको हुन्छ । संस्कृति मूलतः सुसंस्कारमा आधारित मानव आचरण र व्यवहारको योजना हो (दुबे, सन् १९९३, पृ. ६९) । यसप्रकार संस्कृति मानव सभ्यता र विकासका क्रममा मान्छेद्वारा मानव समाजलाई व्यवस्थित र सङ्गठित तुल्याउनका लागि निर्माण गरिएको अमूर्त अभिलेख रहेको छ ।

संस्कृति निरन्तर परिवर्तन भइरहने भएकाले यो अनेकौं पटक रूपान्तरण हुने सामाजिक सांस्कृतिक निर्मितिको विषय हो । संस्कृति मानव जीवनका विविध पक्षसँग प्रत्यक्ष सम्बन्धित रहेकाले यो समयसापेक्ष परिवर्तन भइरहन्छ भने यसप्रकारको सांस्कृतिक परिवर्तन नै रूपान्तरण हो । समाजमा निरन्तर परिवर्तन

भइरहने प्रक्रिया रहेकाले मानवीय आवश्यकताअनुसार परिवर्तित स्वरूपमा ग्रहणसँगै यसको रूपान्तरण भइरहन्छ (घर्ती, २०८०, पृ. २१) । संस्कृतिमा हुने परिमार्जन तथा परिवर्तनको प्रक्रिया तथा परिवर्तित गतिशीलता नै सांस्कृतिक रूपान्तरण हो । सांस्कृतिक रूपान्तरणका माध्यमबाट निश्चित अवधिमा स्थापित संस्कृतिको स्वरूप तथा विशेषता परिवर्तन भई परम्परागत संस्कृतिका स्थानमा नवीन संस्कृतिको स्थापना हुन पुग्दछ । नेपाली समाजमा परम्परागत सांस्कृतिक मान्यताका स्थानमा रूपान्तरित संस्कृतिका अनेक स्वरूप प्राप्त गर्न सकिन्छ भने यसप्रकारको सांस्कृतिकताका कारण नेपाली समाजमा पुस्तान्तरणको द्वन्द्व पनि सिर्जना भएको छ । संस्कृतिको परम्परागत अर्थलाई आधार मानी बाँच्न अभ्यस्त पुरानो पिँढी र रूपान्तरित सांस्कृतिकतामा बाँच्न रूचाउने नयाँ पिँढी बीचको सामाजिक सम्बन्धलाई रूपान्तरित संस्कृतिका रूपमा लिन सकिन्छ । यस प्रकारको सांस्कृतिक रूपान्तरणका कारण परम्परागत खानपान, रहनसहन, चालचलन र सोचमा पनि परिवर्तन भएको नेपाली संस्कृतिमा स्थापित रहेको तीज पर्वसम्बन्धी परम्परागत मान्यतामा समेत परिवर्तन भएको छ । नेपाली संस्कृतिको अभिन्न अङ्गका रूपमा रहेको तीज पर्व वर्तमान समयमा लोकप्रिय संस्कृतितर्फ अभिमुख रहेको छ ।

लोकप्रिय संस्कृति अस्थिर विशेषता भएको तात्कालिक आवश्यकतामा आधारित विषयलाई प्रतिबिम्बन गर्ने सांस्कृतिक अवधारणा हो । सांस्कृतिक अध्ययनमा लोकप्रिय संस्कृतिको स्थापना, विकास र प्रसारमा सञ्चार माध्यमको महत्त्वपूर्ण भूमिका रहेको छ भने यो निश्चित समयमा उत्कर्ष प्राप्त गर्ने संस्कृति रहेको छ । लोकप्रिय संस्कृति निश्चित परम्परित मान्यताको विपरीत ध्रुवमा स्थापित हुने अल्पकालीन चर्चामा रहने अवधारणा हो । लोकप्रिय संस्कृति एक दृष्टिमा परम्परागत मान्यताको विरोधी विषय हो भने अर्को दृष्टिमा यो समाजमा विद्यमान अनेकौं विषय मध्ये निश्चित मान्यताको प्रतिध्रुवमा स्थापित भएको अभिमत हो । लोकप्रिय संस्कृति सामाजिक विभेदसँग सम्बन्धित समस्यामा आधारित अलोकप्रिय, अस्थायी, न्यूनसंस्कृति तथा निश्चित व्यक्ति र समूहद्वारा निर्मित र प्रसारित सांस्कृतिक प्रतिनिधित्वको स्वरूप हो (हल, सन् २००५, पृ. २९) ।

लोकप्रिय संस्कृति निश्चित सामाजिक र सांस्कृतिक मान्यताविरोधी प्रतिरोधी चेतनाका रूपमा पश्चिमा भूगोलमा स्थापना भएको प्रतिरोधी आवाज हो । लोकप्रिय संस्कृतिको स्थापना दमित आवाजलाई पहिचान दिने प्रयोजनका लागि आरम्भ भए पनि समयान्तरसँगै यसको प्रभाव अल्पकालीन भएर पनि प्रतिरोधी चेतनाको अभिव्यञ्जना गर्ने माध्यम बनेको छ ।

परम्परागत संस्कृतिभन्दा भिन्न विशेषता भएको लोकप्रिय संस्कृति अलोकप्रियताका बीचमै सांस्कृतिक प्रतिनिधित्व स्थापित गर्ने अवधारणा हो । लोकप्रिय संस्कृति आम समाजको आचार, विचार रहनसहन तथा सभ्यताभन्दा भिन्न संस्कृति नभई समाजमै स्थापित तर सर्वस्वीकार्य हुनसक्ने अवधारणाको प्रतिबिम्बन र प्रतिनिधित्व हो । सांस्कृतिक अध्ययनमा अत्यन्त चर्चामा रहे पनि यस संस्कृतिलाई स्वीकार गर्ने समूहको आवाज नै यसको मूलभूत विशेषता हो । लोकप्रिय संस्कृति धेरै मान्छेले रुचाएको, हीनकोटिको कार्य, समूहको मन जित्नुका लागि गरिने कार्यविशेषका अतिरिक्त मान्छेद्वारा स्वनिर्मित संस्कृति भन्ने बुझिन्छ (घर्ती, २०८०, पृ. ९५) । लोकप्रिय संस्कृतिमा अभिव्यक्त भएका मान्यता परम्परागत सांस्कृतिक अवधारणाको प्रतिकूल भए पनि यो निश्चित समूहको आवाज प्रस्तुत गर्ने महत्त्वपूर्ण माध्यम हो । निश्चित मान्यताका विरुद्धमा प्रतिरोधी स्वर प्रस्तुत गरिने भएकाले लोकप्रिय संस्कृति आफैमा प्रतिनिधित्वको प्रक्रिया पनि हो । सांस्कृतिक अध्ययनमा लोकप्रिय संस्कृतिले लोकप्रिय संस्कृतिका माध्यमबाट प्रतिनिधित्व, पहिचान र राष्ट्रियताजस्ता विषयको अध्ययन गर्दछ (गिरी, २०७०, पृ. ३३) । परम्परागत केन्द्रीकृत अवधारणाभन्दा भिन्न आवाजको प्रतिनिधित्व गर्ने भएकाले लोकप्रिय संस्कृतिमा बहुलताका विशेषता विद्यमान रहन्छन् । संस्कृति व्यक्ति वा समुदायको सिर्जनात्मक कलाबाट निर्मित र निर्देशित हुन्छ, भने लोकप्रिय संस्कृति सामूहिक रूपमा उत्पादिन कार्यका रूपमा सिर्जन गरिएको हुन्छ (स्टोरी, सन् २००५, पृ. ६) । लोकप्रिय संस्कृति अप्रतिनिधित्व भएका समूहका आवाज रहेकाले यो निश्चित अवधिपछि स्वतः हराउने सांस्कृतिक मान्यता हो । नेपाली तीज गीतको वर्तमान स्वरूप लोकप्रिय संस्कृतिमा रूपान्तरित हुँदै जानुको कारण यस पर्वसम्बन्धी परम्परागत जड र रूढ मान्यताको विरोधी मान्यता

पनि हो । नेपाली तीज गीतको सांस्कृतिक स्वरूप, यिनमा अभिव्यक्त सांस्कृतिक रूपान्तरणको प्रक्रिया तथा यिनले ग्रहण गरेको लोकप्रिय संस्कृतिको विश्लेषण उपर्युक्त सिद्धान्त र अवधारणाका आधारमा तलका उपशीर्षकमा गरिएको छ ।

### नतिजा र विमर्श

नेपाली तीज गीतमा यसको सांस्कृतिक स्वरूप, परिवर्तित सांस्कृतिक रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृतिको अभिव्यञ्जना गरिएको छ । तीज गीतमा अभिव्यक्त सांस्कृतिक स्वरूप, परिवर्तित सांस्कृतिक रूपान्तरण र लोकप्रिय संस्कृतिको अभिव्यञ्जनाको विश्लेषण तलका उपशीर्षकमा गरिएको छ :

### नेपाली तीज गीतमा अभिव्यक्त सांस्कृतिक स्वरूप

नेपाली हिन्दू नारीले मनाउने तीज पर्वको सांस्कृतिक स्वरूपको अभिव्यञ्जना गीतका माध्यमबाट व्यक्त भएको छ । नेपाली सांस्कृतिको अभिन्न अङ्गका रूपमा तीज गीत पर्व गीतका रूपमा गाइने नारीसमस्या, प्राप्ति, भावना तथा भाष्यको अभिव्यञ्जना गर्ने माध्यम बनेका छन् । नेपाली तीज गीतमा नेपाली सांस्कृतिक स्वरूपको अभिव्यञ्जना पारिवारिक सम्बन्ध, वैयक्तिक सम्बन्ध, नारी चैतन्य र सामाजिक सम्बन्ध तथा परम्पराको प्रतिबिम्बनजस्ता विषयका माध्यमबाट प्रस्तुत भएको छ । नेपाली तीज गीतमा पारिवारिक सम्बन्धको अभिव्यञ्जना निम्नलिखित गीत्यांशमा भएको छ :

वर्षदिनका तीजमा बाबा लिन आउनु भो ।

पठाएनन् घरकाले फर्कि जानू भो ।

छोरी आइनन् भनेर आमा रुनिन् धरक्क ।

दशैतिहार आउला आमा आम्ला लरक्क ।

वर्षभरि घाँस काट्दा यति हैन रुझेको ।

एउटा सारी लाउनु छैन चित्त बुझेको ।

(निर्मला अर्याल, तिलोत्तमा नगरपालिका, वडा नं ३, वर्ष ४७, २०८१/०५/०९)

प्रस्तुत गीतमा कसैकी बुहारीले वर्षादिनको तीजमा बाबा लिन आउँदा पनि माइत जान अनुमति नदिने घर परिवारप्रति दुखेसो व्यक्त गरेकी छन् । यस गीतले तीजमा चेली र माइतीको अझ त्यसमा पनि आमाछोरीको भावनात्मक सम्बन्ध अभेद्य हुने विषयलाई प्रस्तुत गर्दै तीजबाहेकका अन्य पर्व दशैँतिहार आउलान् र आम्ला लरक्क भन्दै छोरीले आमालाई आशावादी हुन प्रेरित गरेकी छन् । यस गीतमा वर्षभरि दुःख गरे पनि त्यसको मूल्य नभएको बुहारीको विद्रोही अभिव्यक्तिले स्थापित वैवाहिक, सामाजिक र सांस्कृतिक मानकको विनिर्माण गर्दै सबाल्टर्न नारी आवाजसहित वाचाल हुन थालेको भावाभिव्यक्ति प्रस्फुटन भएको छ । नेपाली समाजमा परिवर्तित नारीआवाज र त्यसको सामाजिक र सांस्कृतिक सम्बन्धको अभिव्यञ्जना गरिएका नेपाली तीज गीतमा नारीचैतन्य र सामाजिक सम्बन्धको अभिव्यक्ति भएको निम्नलिखित गीत्यांश व्याख्येय रहेको छ :

आफ्नो विकास आफैले गरिन्छ ।

मानिन्न कसैको डर बरिलै ॥

हामी जान्छौ क्याम्पस पढन ।

सानैमा नपठाऊ घर बरिलै ॥

(नर्मदा घिमिरे, तिलोत्तमा नगरपालिका वडा नं २, वर्ष ६०, २०८१/०५/२८)

प्रस्तुत गीतमा नारीहरू तीजमा साँच्चै सशक्त, सक्रिय, स्वतन्त्र देखिन्छन्, उनीहरूले मनमा लागेका कुरा निडर भई अभिव्यक्त गर्न सक्छन् भन्ने भाव अभिव्यञ्जित भएको छ । उनीहरू आफ्नो प्रतिनिधित्व आफै गर्न सक्छन् । आफ्ना दुःख र वेदना पोख्ने गीत र भाका आफैले सिर्जना गर्छन् । वि सं २०५० को दशकपछि नारी नै स्रष्टा, सर्जक, गायक, वाद्य वादक, नृत्य प्रदर्शक सबै बनेर स्वतःस्फूर्त अभिव्यक्ति दिन थालेको भाव गीतमा अभिव्यञ्जित भएको छ । तीज पर्वमा गाइने गीतले आवाजविहीन नारीका आवाज मुखरित गर्न स्पेस

प्रदान गर्दछन् । त्यही सानो, स्पेसभित्रबाट नारीहरू आफ्ना कथाव्यथाको वर्णन कर्ता, सर्जकको प्रतिनिधि आफै बन्दछन् । उनीहरूले तीज गीतका माध्यमबाट अब सानैमा विवाह गरिदिने होइन हामी पनि क्याम्पस पढ्न जान्छौं भन्ने चेतनशील भाव व्यक्त गरेका छन् । यस गीतका माध्यमबाट चेतनशील महिलाहरूले बालविवाहको विरोध पनि गरेका छन् । यो समयमा उनीहरू एकदमै सिर्जनशील बन्छन् र परम्परित सामन्तवादी चिन्तनका मानकलाई भञ्जन गर्दै ती नाच्छन्, गाउँछन् र रमाउँछन् । सांस्कृतिक परिवर्तनको आवाज गीतका माध्यमबाट प्रस्तुत गर्ने क्रममा परम्परागत संस्कृतिप्रति प्रतिरोध प्रस्तुत गरिएको निम्नलिखित गीत्यांशमा नारी चैतन्यको अभिव्यक्ति यसरी भएको छ :

सुन मेरा दिदी हो सुन मेरा बहिनी हो ।

अन्याय र अत्याचारको गीत गाउने हो ॥

अब हामी सहदैनाँ अन्याय र अत्याचार ।

अघि बढी खोजी गरौं हाम्रो अधिकार ॥

छोरीले त पढ्न हुन्न इज्जत जान्छ भनेर ।

अन्धकारमा राख्न खोज्ने समाज होइन र ॥

रुढिवादी यो समाजले के जानेको रैछ र ।

पढ्नेलेख्ने अधिकार हाम्रो हैन र ॥

(सीता घिमिरे, धुर्कोट गाउँपालिका वडा नं ६, वर्ष ५२, २०८१/०४/२३)

प्रस्तुत गीतमा तीज पर्व नारी अभिव्यक्तिका लागि स्वतन्त्र भएको र उनीहरूले तीजमा सामूहिक रूपमा आफ्नो इच्छा, चाहना, प्रेम, घृणा, र विद्रोहको आवाज तीजगीतका माध्यमबाट सार्वजनिक गर्न छुट पाउँछन्, स्वतन्त्र रूपमा बोल्छन् र अगाडि बढ्छन् भन्ने भाव अभिव्यञ्जित भएको छ । तीजमा नारीहरू जम्मा हुन, नाच्न, गाउन, वाद्यवादन गर्न, व्यङ्ग्य गर्न र विद्रोही अभिव्यक्ति पस्कन स्वतन्त्र हुन्छन् । त्यो



समयमा कसैले पनि उनीहरूको स्वतन्त्र अभिव्यक्तिमाथि प्रत्यक्ष रोक लगाउन सक्दैन । पुरुषवादी सत्ताले थोपरिदिएको अन्याय, अत्याचार, दमन विरुद्ध तीजेगीतमा नारी जोडदार रूपले आवाज बुलन्द गर्छन् । त्यसबेला वैवाहिक, सामाजिक, सांस्कृतिक मूल्य र मान्यताद्वारा निर्मित मानक भत्किन्छन् । श्रीमतीहरू एकाकार भएर श्रीमान्को हैकम विरुद्ध उभिन्छन् । बुहारीहरू सासूको दमनकारी व्यवहार विरुद्ध बोल्छन् । सारा नारी पितृसत्तात्मक विभेदकारी संरचना र त्यसले स्थापित गरिदिएको दमन र अत्याचार विरुद्ध एकजुट हुन्छन् । दबिएर रहेका प्रत्येक घटना एक एक गरी बाहिर आउँछन् । व्यक्तिगत दमन र अत्याचारका मुद्दा सामूहिक बनेर देखा पर्छन् । त्यो सशक्त आवाज बन्छ । त्यसका लागि तीजले नारीलाई स्थान दिएको छ । नेपाली तीज गीतमा परम्पराको प्रतिबिम्बन अर्को विषयगत अभिव्यञ्जना हो परम्पराको प्रतिबिम्बन भई नेपाली सांस्कृतिक स्वरूपको अभिव्यक्ति निम्नलिखित गीतमा यसरी प्रस्तुत गरिएको छ :

सिरैमा सिरीफूल लाउँकी नलाउँ हो ।

रूपै छ बेलिया लाउनु पर्छ भो ॥

आँखैमा गाजलु लाउँ कि नलाउँ हो ।

मन चोर्ने धेरै छन् गएको जोवान फेरि आउँदैन ॥

गाजलु त लाउनुपर्छ भो ।

ओठैमा लाली लाउँ कि नलाउँ हो ॥

हिमाल भै मुस्कान छ लाली जीवन फेरि आउँदैन ।

हातैमा चुरिया लाउँकी नलाउँ हो ॥

बाटुलो निधारमा टिकिया त लाउनै पर्ने भो ।

पाउमा पाउजा लाउँकी नलाउँ हो ॥

लाउनु पर्छर्स पाउजा पाउजा बजाउँदै नाच्नुपर्छ भो ।

कानैमा हुंग्री लाउँ कि नलाउँ हो ॥

(कमला पन्थी, तिलोत्तमा नगरपालिका वडा नं ३, वर्ष ५५, २०८१/०५/२८)

प्रस्तुत गीतमा परम्परित पोसाकप्रतिको मोह अभिव्यञ्जित भएको छ । तीजमा महिलाहरू प्रायः मीठो दर खाएर आफूलाई मन पर्ने पोसाक लगाएर माइतीको आँगनमा नाच्ने, गाउने र रमाउने गर्दछन् । तीजमा गाइने गीत विभिन्न विषयसँग सम्बन्धित हुन्छन् । तिनमा नारीका इच्छा, घर माइतीका समस्या, घर माइती गर्दा बाटामा हुने दुर्घटना, छोराछोरीप्रतिको भेदभाव, देवी देवताप्रतिको भक्ति, गर गहना र पोसाकप्रतिको मोह, सामाजिक परिवर्तनको चाहना आदि प्रकट भएका हुन्छन् । यस गीतमा आफ्नै रूपसौन्दर्यमा रमाउँदै स्वतन्त्रताको भाव अभिव्यञ्जित गर्ने कममा यी भावहरू छुचल्किएका छन् । मन चोर्ने धेरै भएकाले यो यौवनकालमा श्रीफुल, टीकी, गाजल, लाली, पाउजा लगाएर परम्परालाई प्रतिबिम्बित गर्ने पोसाकमा पहिचान सहित रमाउनु पर्ने भाव अभिव्यञ्जित भएको छ । तीज पर्वमा खानपान र त्यसको जोहो गर्नुपर्ने नारीसमस्यामा आधारित परम्परित विषयको अभिव्यञ्जना निम्नलिखित गीत्यांशमा यसरी भएको छ :

तीज आयो के खाजा खाने हो ।

पुलाउ कि मनबोक खिर बरिलै ॥

आँखा टिलपिल मलिनो मुख ।

के पर्यो तिमीलाई पिर बरिलै ॥

के को खाजा खाउँ दिदी मैले ।

आएनन् माइती लिन बरिलै ॥

तीज आयो लाऊ बइनी किलिप ।

घाँटीमा तिलहरी माला बरिलै ॥

(सरस्वती न्यौपाने, सन्धिखर्क नगरपालिका, वडा नं ९, वर्ष ५०, २०८१/०५/०२)

प्रस्तुत गीतमा तीज पर्वलाई चेली र माइती मिलनका रूपमा लिइने विषयलाई उठान गरिएको छ । गीतमा यसको सम्बन्ध यतिमा मात्र सीमित नभई नारीको स्वतन्त्रतालाई नियमन गर्न बनेको पितृसत्तात्मक धार्मिक-सांस्कृतिक व्यवस्था पालना गराउँदै ल्याउन पनि यस पर्वले बलियो भूमिका खेलेको कुरालाई अप्रत्यक्ष रूपमा प्रस्तुत गरिएको छ । तीज छोरीचेलीले माइत आएर दुःख, पीडा, वेदना पोख्ने, माइती र समाजसँग गुनासा पोख्ने दिन पनि हो । यो पर्व नेपाली समाजमा विवाह गरेर टाढा गएका छोरीचेलीलाई माइत बोलाई मीठोमसिनो (खिर, पुलाउ, खाजा) खुवाउने, राम्रा परिधान र गहनामा सजिएर नाचगान गरी उल्लासपूर्वक मनाइने पर्वका रूपमा लिइन्छ । यस पक्षबाट हेर्दा माइती पक्ष विवाहित छोरीचेलीसँग नजिक भएर उनीहरूका समस्या एवम् जीवन नियाल्न यस पर्वले सहयोग गरेको छ । अर्को पक्षबाट हेर्दा महिलालाई बिना पारिश्रमिक घरायसी कामको चर्को श्रम थोपरेको समाजले त्यसलाई सन्तुलनमा ल्याउन पनि यस्तो समयको व्यवस्थापन गरेको हो भन्ने बुझिन्छ । छोरीचेलीलाई आर्थिक अधिकार नदिने र आत्मनिर्भर बनाउने वातावरण नबनेको समयमा तीजको संस्कारले उनीहरूलाई माइतीको आगनमा बोलाएर मनका भावना पोख्ने अवसर दिनु सुन्दर कुरा हो । यसैलाई उपर्युक्त गीतका माध्यमबाट अभिव्यञ्जित गरिएको छ । माइतीमा सबै दिदीबहिनी जम्मा भएर मीठो मसिनो खाएर रमाउने बेलामा माइती लिन नआउँदाको गुनासो उपर्युक्त गीतका माध्यमबाट गरिएको छ ।

### तीज गीतमा अभिव्यक्त सांस्कृतिक रूपान्तरण

तीज नारीहरूको मौलिक पर्व हो । यसको धार्मिक, पौराणिक, सांस्कृतिक, सामाजिक ऐतिहासिक महत्त्व रहेको छ । पौराणिक कालदेखि मनाउँदै आएको यस पर्वको स्वरूप समयको प्रवाहसँगै परिवर्तन हुँदै गएको छ । वैदिक कालमा वेदको सन्देश बाहकका रूपमा पहिचान दिलाइएका नारीलाई पौराणिक कालमा आएपछि धर्म र संस्कृतिका नाममा पितृसत्ताका माध्यमबाट पुरुष अधीनस्थ बनाइयो । समयको यही प्रवाहमा गतिशील हुँदै जाँदा विवाह संस्थाले यसको स्वरूपमा प्रभाव पार्यो । परम्परित तीज गीतको स्वरूपलाई

नियाल्ने हो भने प्रारम्भिक कालका तीज गीत शिव र पार्वतीको प्रेम, त्याग, समर्पण, दृढ सङ्कल्प र प्रतिरोधी भावनासङ्ग सम्बन्धित छन् । त्यसपछि गीत पितृसत्तात्मक समाजमा विवाह संस्थाले नारीलाई अर्जित सम्पत्तिका रूपमा हेर्दा तिनले भोग्नु परेको उत्पीडनलाई व्यक्त गर्ने माध्यम बनेका छन् । ती दिनमा पति रूप जति कुर भएपनि तिनका निम्ति पानी पनि नखाई ब्रत बस्नुपर्ने, तिनको दीर्घायुको कामना सहित पूजाआजा गर्नुपर्ने परम्पराले थिचिएको तीज पर्वले बिस्तारै नयाँ स्वरूप प्राप्त गर्दै गतिशील भएको छ । समकालीन तीज गीतमा चेतनशील महिलाका परिवर्तित स्वर गुञ्जिन थालेका छन् । व्यवस्था र व्यवहारको विरोधाभासप्रति औंला उठाइएका छन्, लैङ्गिक समता र समानताका भावना अभिव्यञ्जित भएका छन् र हरेक किसिमले तीजको दायरा फराकिलो हुँदै गएको छ । नारी जीवनका विविध पक्षसँग सम्बन्धित कतिपय तीज गीत धार्मिक तथा पौराणिक मूल्यमान्यतासङ्ग सम्बन्धित छन् । तीज गीतको दीर्घ परम्परालाई अवलोकन गर्दा पितृसत्तात्मक सामन्तवादी समाज व्यवस्थाले विवाहजस्ता संस्थाका कारण महिला अधीनस्थ बनेर रहँदा हुने अन्याय, अत्याचार, दमन, शोषण, पीडा, व्यथा, पोख्ने माध्यम बनेका छन्, घर न माइत हुँदा विरह पोख्ने माध्यम बनेका छन् । राजनीतिक, ऐतिहासिक, सामाजिक, सांस्कृतिक परिवर्तनका संवाहक बनेका छन्, सबै जाति र वर्ग र समुदायका मनोरञ्जनका माध्यम बनेका छन्, समसामयिक घटना परिघटना सार्वजनिक गर्ने माध्यम बनेका छन् । तीज गीतमा भएको सांस्कृतिक रूपान्तरणलाई निम्नानुसार विश्लेषण गरिएको छ :

कहाँमा जान्छौ रानी चरी बगाल ।

बरिलै भगवानलाई भेटन ॥

भगवानलाई भेटन के के पागुर चाहिन्छ ?

बरिलै फूलपाती अक्षेता ॥

एकुमा चाहिन्छ श्रीखण्ड चन्दन ।

बरिलै दोसरी बेलपत्र ॥

(राधा आचार्य, सन्धिखर्क नगरपालिका, वडा नं ७, वर्ष ६९, २०८१/५/०२)

प्रस्तुत गीत धार्मिक तथा आध्यात्मिक चिन्तनसँग सम्बन्धित छ । यस गीतमा हिमालय पुत्री पार्वतीले शिवलाई पतिका रूपमा प्राप्त गर्न गरेको तपस्या र शिवजीको आकृति बनाई पूजा गरेको प्रसङ्गले तीजको पारम्परिक धार्मिक तथा सांस्कृतिक महत्त्वलाई स्मरण गराएको छ । गीतमा यो पर्व शिव पुराणसङ्ग सम्बन्धित भएको विषय स्मरणीय बनेर आएको छ । हिमालयकी पुत्री पार्वतीले विष्णुकी विवाहिता हुन नपरोस् आफूले चयन गरेको शिवलाई जीवनसाथीका रूपमा वरण गर्न पाइयोस् भनी साथीहरूको साथसहयोगमा गरेको भोक हडताल, पूजा अर्चना र त्यसबाट प्राप्त सफलतालाई गीतले साङ्केतिक रूपमा बोध गराएको छ । शिव भगवानलाई भेट्न के के पागुर चाहिन्छ भनी प्रश्न गरिएको र फुलपाती, चन्दन अक्षेता, बेलपत्र चाहिने विषयका माध्यमबाट पार्वतीको दृढ सङ्कल्प धार्मिक तथा आध्यात्मिक कार्यबाट पूरा भएको प्रतीकात्मक अभिव्यक्ति यस गीतका माध्यमबाट प्रतिबिम्बन गरिएको छ । धार्मिक तथा आध्यात्मिक चिन्तन बोकेको यो पर्वको सांस्कृतिक रूपान्तरण भएको प्रसङ्गलाई गीतका माध्यमबाट यसरी जोडिएको छ :

सबै नारी खुसी छन् आज ।

मनका पीर मनैमा नराख ॥

चेलीबेटी गैसके डाँडामा ।

लगाइदेऊ कोठीमा ताला बरिलै ॥

बाँकी काम गरौंला गोठको ।

फर्केर साँझ घर बरिलै ॥

तीज आयो मादल नि बज्यो ।

रमाण खै मेरो मन बरिलै ॥

(कविता पन्थी, तिलोत्तमा नगरपालिका वडा नं २, वर्ष ४२, २०८१/०५/१४)

प्रस्तुत गीतले तीज पर्वको परिवर्तित सामाजिक चेतनालाई अभिव्यक्त गरेको छ । तीज पर्व हिन्दू नारीलाई माइत जान, दर खान ,डाँडामा गएर नाच्न, गाउन, रमाउन र गीतका माध्यमबाट नारीका उत्पीडनका साथै परिवर्तित प्रतिरोधी चेतना विस्तार गरि शक्ति, स्वतन्त्रता र उमङ्ग बाड्न दिन पनि हो । यस गीतमा घरको काम थाति राखेर भए पनि नारीहरू एकजुट भएर नारीपक्षीय भाव गीतका माध्यमबाट प्रस्तुत गर्न तयार भएको परिवर्तित परिवेश अभिव्यक्त भएको छ । घरमा ताला लगाएर काम बाँकी राखेर पनि नारीहरू घरबाट निस्कन चाहेको परिवर्तित चेतना कवितामा यसरी प्रस्तुत भएको छ :

तीज आयो तीज आयो भन्छ चरी वनमा ।

कति राखु वेदनाको पोको मनमा ॥

बाबाआमा बुढाबुढी विदेशमा दाजुभाइ ।

किन आयो पापी तीज दुःख दिनलाई ॥

दाजुभाउजु अमेरिका लण्डन छ कान्छो भाइ ।

आमालाई सुगर छ बालाई बि पी हाइ ॥

(सिन्धु आचार्य,सन्धिखर्क नगरपालिका वडा नं ९, वर्ष २८, २०८१/०५/०२)

प्रस्तुत गीतमा तीजमा वेदनाको पोको पोख्न आतुर नारीको परिवर्तित भाव प्रस्तुत भएको छ ।

पचासको दशकपछि जनयुद्धको प्रभावका कारण नेपालीहरू विदेश जाने क्रम अहिलेसम्म पनि रोकिएको छैन । यही समकालीन समस्यालाई गीतका माध्यमबाट मुखरित गरिएको छ । युवाहरू दिनप्रतिदिन विदेश पलायन हुने हुँदा घरमा बुढाबुढी बाआमा मात्र बाँकी रहेको दुखेसो गीतमा प्रस्तुत भएको छ । दाजुभाइ विदेशमा हुँदा घर रोगी बाबाआमा सहाराविहीन भएको भाव गीतमा प्रस्तुत भएको छ । अमेरिका बेलायतजस्ता मुलुकमा सन्तान हुने बुवाआमाले सुगर प्रेसरजस्ता रोगले थला पर्दा पनि सन्तानको साथ नपाएको गुनासो गीतले

अभिव्यञ्जित गरेको छ । संस्कृतिमा भएको परिवर्तनलाई नारीका प्रतिरोधी चिन्तनका भावनामा समन्वित गरी तीज गीतका माध्यमबाट यसरी अभिव्यक्त गरिएको छ :

दाइजो पनि ल्याइन रे छोरो पनि पाइन रे ।

अरुले भै गरेर घर खाइन रे ॥

नानाथरि आक्षेप लाउँछ सुक्यो पिरले मेरो जिउ ।

जाड रक्सी खाएर सधैं खोज्छ निउँ ॥

बोल्न केही हुँदैन हातैहाली कुट्छ नि ।

रातभरी रोएर भिज्यो सिरानी ॥

घरका जहान एक हुन्छन् आफ्नो भन्ने कोही छैन ।

मरुँ भने काल आएन बाँच्न मन छैन ॥

(लक्ष्मी घिमिरे, तिलोत्तमा नगरपालिका वडा नं २, वर्ष ४२, २०८१/०५/१)

प्रस्तुत गीतमा तीजमा महिलाहरू अभिव्यक्तिका लागि स्वतन्त्र हुने विषय अभिव्यञ्जित भएको छ ।

उनीहरू तीजको अल्पकालीन समयका लागि भए पनि आफ्ना इच्छा, चाहना, नारीमाथि हुने उत्पीडनका विरुद्ध विद्रोहको आवाज तीजगीतका माध्यमबाट सार्वजनिक गर्दछन्, स्वतन्त्र भएर बोल्छन् । तीजमा नारीहरू माइत जान, जम्मा हुन, नाच्नगाउन, वाद्यवादन गर्न, व्यङ्ग्य गर्न र अन्यायका विरुद्ध विद्रोही अभिव्यक्ति पस्कन स्वतन्त्र हुन्छन् । त्यस समय कसैले पनि उनीहरूको स्वतन्त्र अभिव्यक्तिमाथि प्रत्यक्ष रोक लगाउन सक्दैन । पुरुषवादी सत्ताले थोपरिदिएको अन्याय, अत्याचार, दमन विरुद्ध तीजगीतमा नारीहरू जोडदार रूपले आवाज बुलन्द गर्छन् । यो समयमा वैवाहिक, सामाजिक, सांस्कृतिक मूल्य र मान्यताद्वारा निर्मित केही सामाजिक सांस्कृतिक मानक भत्किन्छन् । नारीहरू एकाकार भएर जाँडरक्सी खाएर पीडा दिने श्रीमान्को हैकम विरुद्ध विद्रोही भाव अभिव्यक्त गर्दछन् । बुहारीहरू सासूको दमनकारी व्यवहार विरुद्ध पनि बोल्छन् । सारा महिला

पितृसत्तात्मक विभेदकारी संरचना र त्यसले स्थापित गरिएको दमन र अत्याचार विरुद्ध एकजुट हुन्छन् ।

दबेर रहेको उत्पीडन एक एक गरी बाहिर आउँदा संस्कृतिमा रूपान्तरण भएको भाव गीतमा यसरी

अभिव्यञ्जित भएको छ :

ओम नम शिवाय ओम नमोनम :

जेलैमा हो जेलैमा चरी जेलैमा ।

जेलैमा हो जेलैमा चरी जेलैमा ॥

मै छोरी रुँदै रुँदै बेसी मेलैमा ।

तीजको दर खान मन थ्यो ॥

माइती घर जान मन थ्यो ।

जेलैमा हो जेलैमा चरी जेलैमा ॥

मै छोरी रुँदै रुँदै बेसी मेलामा ।

गाउँकी केटी शहरैमा ॥

दियौ बाबा रहरैमा ।

(विष्णु माझी, <https://www.youtube.com/watch?v=lsKAqFo0Yck>)

प्रस्तुत गीतमा नारी उत्पीडनको चरम रूपलाई विष्णु माझीले गीतका माध्यमबाट अभिव्यञ्जित गरेकी छन् । शिवको आरधनासहित आरम्भ गरिएको यस गीतमा चेलीलाई तीजमा माइत गएर, दरसहित आफन्त तथा साथीसँगैसँग रमाउने छुट हुँदाहुँदै पनि रुँदैरुँदै बेसी मेलामा जान बाध्य भएको भाव मुखर भएको छ । गीतमा तीजमा छोरीलाई माइतीको आँगन टेक्ने छुट भएपनि रुँदैरुँदै बेसी मेलामा जान बाध्य भएकी चेलीको अन्तरमनको दुखेसोलाई प्रस्तुत भएको छ । गीतमा नारीको पराइ घरको उत्पीडनलाई जेलको पीडाका रूपमा चित्रण गरिएको छ । एउटा पिताले गाउँमा हुर्केकी छोरीलाई सुख सुविधाको लागि सहरमा



दिएको तर छोरी दुःखको भुमरीमा परेको अवस्थालाई जेलमा परेको चरीसँग तुलना गरिएको छ । तीजको दर खाने मन हुँदाहुँदै माइती घर जाने मन हुँदाहुँदै पनि पितृसत्तात्मक सामन्तवादी युगमा निगमनकारी निकायको नियन्त्रणका कारण नियन्त्रित हुँदाको उत्पीडन गीतमा प्रस्तुत भएको छ । परिवर्तित सामाजिक चेतनाको अभिव्यक्तिलाई यस गीतले प्रतीकात्मक रूपमा प्रस्तुत गरी नारी उत्पीडनका विरुद्ध प्रतिरोधी भावका माध्यमबाट सांस्कृतिक रूपान्तरण अभिव्यञ्जित गरेको छ । चेलीको वेदना शीर्षकमा नेपाली लोक मानसमा प्रचलित निम्नलिखित गीत्यांशमा नारीसमस्याको प्रस्तुतीकरण यसरी भएको छ :

आज मलाई सन्चो छैन बिहानका चिसोले ।

बजै उठी दैलो पोतिन् मेरै रिसले ॥

एकाबिहानै उठेर दैलो कुचो गरेर ।

सिसवेसी घाँस काट्न गैयो बरोलै ॥

गरुँगो भारी बाबा असिनधारे पानी ।

बिसौनामा बिसाएर रोइयो बरिलै ॥

(सरिता पोखेल, बाणगङ्गा नगरपालिका वडा नं ३, वर्ष ५७, २०८१/०४/२२)

प्रस्तुत गीतमा बुहारीको पीडा र मर्म मुख्य विषयवस्तुका रूपमा मुखरित भएको छ । सासू र बुहारीको सम्बन्ध आमा र छोरीको जस्तो हुनु पर्ने हो तर अधिकांश सासू बुहारी बिचको सम्बन्ध चिसोहुने विषय गीतमा आएको छ । सासूले बुहारीमाथि बढी दमन र हैकम लाद्न खोज्ने गुनासो गीतका माध्यमबाट प्रस्तुत भएको छ । शक्ति सम्बन्धका आधारमा किनारामा रहेका बुहारीको विद्रोही अभिव्यक्तिले स्थापित वैवाहिक, सामाजिक र सांस्कृतिक मानकको विनिर्माण गर्दै सबाल्टर्न महिला बोलेको देखिन्छ । किनारामा रहेका बुहारीले आफ्ना व्यथा, वेदना र उत्पीडनजस्ता वर्षोदेखि दबिएका आवाज गीतका माध्यमबाट प्रस्फुटन भएका छन् ।

बाबाका दैलामुनी ठुलो पाटो रापटा ।  
कति राम्रो फुलेको तोरी बरिलै ॥  
बुझिदिनुस् बाबाले सोचिदिनुस् सबैले ।  
किन हेलो हुनुपर्यो छोरी बरिलै ॥  
छोरी भनी हेलो गर्ने सबै हुन्नन् पशु त ।  
यो मनको विरह भनु को सित ॥  
सूर्यबिना कस्तो हुन्छ दिउँसोको दृष्टि ।  
छोरीबिना यो धरतीमा हुन्न सिरिस्टि ॥  
म अभागी भएर छोरी जन्म लिएको ।  
छोरो पनि त्यै छोरीले जन्म दिएको ॥

(गड्गा पन्थी, रेसुडगा नगरपालिका वडा नं ५, वर्ष ६०, २०८१/०५/२१)

प्रस्तुत गीतमा नारीको शक्ति र उन्मुक्ति अभिव्यञ्जित भएको छ । यही शक्तिमार्थ टेकेर महिलाले विद्रोही इतिहासको निर्माण गर्दै मानवीय व्यवहार, समानता, स्वतन्त्रता र मुक्तिको उद्घोष गर्छन् । यस अवसरमा उनीहरूले परम्परित सामाजिक सांस्कृतिक मानकहरू भत्काउँदै पितृसत्ता विरुद्ध सार्वजनिक रूपमा सशक्त आवाज बुलन्द गरी सांस्कृतिक रूपान्तरण गीतमा गरेको भाव अभिव्यञ्जित भएको छ । पितृसत्तात्मक समाजमा सामाजिक सांस्कृतिक विकृतिका विरोधमा बोल्न तीज आउनु पर्ने भाव छोरीलाई विभेदको दृष्टिले हेरिने गीतका माध्यमबाट मुखर भएको छ । समाजमा अधीनस्थ छोरीबुहारीले दुःख पोख्ने ठाउँसमेत नपाएको भावलाई गीतका माध्यमबाट व्यङ्ग्यात्मक तथा सामाजिक सांस्कृतिक वर्ग चेतनाको विद्रोही आवाज बुलन्द भएको छ । यस गीतमा पितृसत्ताका कारण केन्द्रमा सत्तासीन छोराहरू पनि छोरीहरूकै काख र कोखबाट

हुर्केको भाव प्रस्तुत गर्दै लैङ्गिक समता र समानताको आवाजलाई प्रतिरोधी चेतनाका माध्यमबाट

प्रतिबिम्बन गरी तीज गीतका माध्यमबाट सांस्कृतिक रूपान्तरण मुखर भएको छ :

कुसंस्कारलाई तोडेर फाल्न पनि नपाइने ।

स्वामीज्यूको हुकुमबिना डग्न नपाइने ॥

बैशाख मासको सुकेका पँधेरा ।

पालैपालो रुघेर आएँ म घर ॥

पानी लेर आउँदाखेरि घरका जहान रिसाउने ।

यो घरमा छैन मेरो कोही टिठाउने ॥

स्वामीजी जानुहुन्छ जुवातास खेलन ।

पर्यो मलाई घरको काम एकलै गरन ॥

(सीता भण्डारी, तिलोत्तमा नगरपालिका वडा नं ५, वर्ष ४६, २०८१/०६/०१)

प्रस्तुत गीतले शोषण र अन्यायका विरोधमा गुञ्जिने तीज गीतका माध्यमबाट आजको सामाजिक सन्दर्भमा समाजमा विद्यमान पितृसत्ताको वर्चस्वलाई यथार्थ रूपमा अभिव्यञ्जित गरेको छ । यी गीत नेपाली समाजका लागि ज्ञान र चेतना विस्तारका आधारका रूपमा पनि रहेका छन् । पचासको दशकतिर गुञ्जने यस्ता तीज गीतमा व्यवस्थामा परिवर्तन आए पनि व्यवहारमा परिवर्तन आउन नसकेको भाव मुखर भएको छ । गीतमा नारीको स्वतन्त्रतालाई नियमन र नियन्त्रण गर्न बनेको पितृसत्ताले धर्म संस्कृतिका माध्यमबाट होस् अथवा समकालीन अन्य सन्दर्भबाट होस् महिलालाई अधीनस्थ गर्न नछाडेको भाव प्रस्तुत भएको छ । नारीका कामको मूल्याङ्कन नहुने तर कामले कहिल्यै नछाड्ने परिस्थितिमा पनि पति रूपको आर्जित सम्पत्तिका रूपमा रहँदा उपभोग्य वस्तुका रूपमा रहनुपर्ने अवस्थालाई गीतका माध्यमबाट सार्वजनिक गरी प्रतिरोधी चेतनाका माध्यमबाट सांस्कृतिक रूपान्तरण मुखर भएर आएको छ ।

## तीज गीतमा लोकप्रिय संस्कृति

तीज हिन्दू महिलाहरूको मौलिक पर्व भएपनि समकालीन अवस्थामा यसको दायरा फराकिलो भएको छ । आजभोलि महिलापुरुष दुवै तीजको दरखाने कार्यक्रममा सहभागी हुने , तीज गीतमा नाच्ने, गाउने, रमाउने गर्दछन् । अहिले तीजका गीतको विषयवस्तुका साथै सहभागितामा फराकिलोपन देखिएको छ । सबै धर्म-सम्प्रदायका महिला यस पर्वको मनोरञ्जनमा सहभागी भएका छन् । अहिलेको तीज गीतका भाका र लय पनि फरक छन् । यो पर्वमा गाइने गीतको सांस्कृतिक रूपान्तरण भएको छ । अतः यो सबैलाई मनोरञ्जन प्रदान गर्ने लोकप्रिय संस्कृतिका रूपमा विकसित भइरहेको छ । समकालीन तीज गीत सबैका गीत बनेका छन् । पौराणिक कालदेखि मनाइँदै आएको विश्वास गरिने यो पर्व विशेष खालको जीवनशैली र अभ्यासका कारण मौलिक नेपाली संस्कृतिका रूपमा प्रचलनमा छ । अहिले यो समूह संस्कृतिका रूपमाभन्दा पनि लोकप्रिय संस्कृतिका रूपमा सबैको मनमस्तिष्कमा रहेको छ । खाना नाना, गीत नृत्य, चेतना ,चिन्तन, सहभागिता, भावना सबैमा रूपान्तरण भएको छ । कलासाहित्यमा भित्रिएको उत्तरआधुनिकतावादी उपभोक्तावादी दर्शनबाट पनि यो पर्व र यससँग सम्बन्धित गीत, गीतको वस्तुपक्ष, खाना, परिधान, तिजका परम्परित मूल्यमान्यताका साथै तीज मान्ने समयको दायरासमेत परिवर्तन भएको छ । यसका सकारात्मक र नकारात्मक दुवै पक्ष भए पनि पछिल्लो समयमा बजारमा आएका अरेली काँडैले, चरी जेलैमा, लौरी हरायो, नभने दाइले आइन बोइनी माइत, अचम्मै राम्रो नाच्छे, मोरीले, मेरो माया बसेको ठाउँमा, कस्लाई के को पिर, हाइ मेरो फरियाजस्ता धेरै लोकप्रिय गीत आएका छन् । समकालीन नेपाली तीज गीतको परिवर्तित स्वरूपको अध्ययन तथा अवलोकन गर्दा यसको प्राप्तिका रूपमा लोकप्रिय संस्कृति रहेको छ । नेपाली तीज गीत परम्परागत मौलिकताका साथै रूपान्तरित संस्कृतिका अतिरिक्त लोकप्रिय ससांस्कृतिक स्वरूपसहित स्थापित विकसित हुँदै गएको छ । यस पर्वमा गायन गरिने गीतमा अभिव्यक्त लोकप्रिय संस्कृतिको उदाहरणका रूपमा निम्नलिखित गीत्यांश व्याख्येय रहेको छ :

अरेली काँडैले च्वास्सै च्वास्सै....

छैन नि साइली हाम्रा नि कमको ।

घुमाउरो जुँगा मेरा तमको

ओइ है मेरी बास्सै.....

अरेली काँडैले मलाई च्वास्सै च्वास्सै.....

ऐया नि बाबै लाजैले मरे ।

गाउँभरी हल्ला चलेको छरे ।

ओइ है मेरी बास्सै....

अरेली काँडैले मलाई च्वास्सै च्वास्सै....

इन्द्रको धनु शिवको डमरु ।

डमरु तालमा हल्ले म त मरु ।

(शान्तिश्री परियार र प्रकाश सपुत, <https://www.youtube.com/watch?v=25yDj9FWxzE>)

प्रस्तुत तीज गीतमा सामाजिकता अन्तर्निहित भएर आएको छ । यो गीत मूल धारको तीज गीतभन्दा फरक किसिमको छ । यस गीतमा नेपाली समाजमा बसोबास गर्ने सबै वर्ग, लिङ्ग र जातिका मानिसहरू अटाउन र रमाउन सक्छन् । यस गीतमा पुरुष र महिला दुवैले नृत्य गरेका छन् । गीत परम्परित तीज गीत भन्दा नितान्त भिन्न प्रकृतिको छ । यसमा धर्म, पूराण, संस्कार आदिको विषयलाई भन्दा पनि सबै जाति र वर्गलाई प्रभाव पार्ने भाव अभिव्यक्त भएको छ । लोकप्रिय संस्कृति मजदुर, किसान, श्रमिक सबैको प्रिय हुन्छ । यस गीतमा समाजका सबै मानिस रमाउन सक्छन् । अरेली काँडाले च्वास्स च्वास्स घोचेको विषयवस्तुको प्रस्तुतिमा गतिशील गीतको भावले सबैलाई समेटेको छ । ओइ मेरी बास्सै .... भन्दै गाइएको यस गीतले बच्चादेखि वृद्धवस्थाका मानिसको मन जितेको छ । तीज पर्वमा बजारमा आएको यस गीतलाई अन्य

अवसरमा पनि बजाउने र यसको आस्वादन गरिने हुनाले तीज गीत लोकप्रिय संस्कृतिका रूपमा रूपान्तरण हुँदै विकसित भएको छ । सबै किसिमका पार्टी, वनभोजमा समेत यसले स्थान लिएको हुनाले यो लोकप्रिय संस्कृतिका रूपमा स्थापित भएको छ । सबैको सहभागिता रहने तीज गीतको लोकप्रियता प्रस्तुत गर्ने तीज गीतको नमुनालाई यसरी प्रस्तुत गरिएको छ :

हाइ मेरो फरिया !

भन् माथि सार्यो भन् तल भर्छ....

हाइ मेरो फरिया.....

भन् माथि सार्यो भन् तल सँछ हाइ मेरो फरिया ।

हे मेरी आमा पियारी छोरी खानु घिउ खाकी छ ।

कस्तो थ्यो यो जीऊ पहिले हेर हाड मात्रै बाँकी छ ।

(विष्णु माझी, <https://www.youtube.com/watch?v=BHmioxW6D88>)

प्रस्तुत तीज गीतमा न्यून र हीन संस्कृतिका रूपमा पहिचान बनाएको लोकप्रिय संस्कृतिमा सामाजिकता अन्तर्निहित भएर रहेको छ । यो गीत ठिमाहा प्रकृतिको छ । यो गीत सबै जनमानसको गीत भएको छ । यो गीतका भुज, सस्काइभ सामाजिक सन्जालमा यसले ओगटेको स्थानले पनि लोकप्रिय बनेको छ । तीज गीतका रूपमा परिचित यो गीत सबै जाति, वर्ग, पेसाका मानिसको मनमस्तिष्कमा रहेको छ । यसको आस्वादन सबै जनमानसले गर्नसक्ने हुनाले यो गीतले लोकप्रिय संस्कृतिको पहिचान बनाएको छ । हाइ मेरो फरिया... बोलको गीतमा सबै जातिका मानिस गायन, नृत्यमा सहभागी हुनसक्ने हुनाले यो सबैको प्रिय बनेको छ ।

कस्ले भन्यो मोटी केटी राम्री हुन्न भनी ।

आज मैले त्यसको जवाफ दिन्छु गनी गनी ।

बीस किलोका खुट्टा मेरा दस किलाका हात छन् ।

एकै मुक्का हाने भने रगत रगत छादछन ।

सिरिसिरी हावा चल्यो भेरीको तिर ।

मै मोटी भएको दुनियाँलाई पिर ।

बाबै मै मिटी भएको दुनियाँलाई पिर ।

काली छु त काली कौवा भन्नै पर्ने हो र?

के को मेरो कालो तिम्लाइँ सर्ने हो र?

सिरिसिरी हावा चल्यो कालीको तिर ।

(प्रीति आले, <https://www.youtube.com/watch?v=JhK6ssOBoqY>)

तीजको परम्परित मूल्य धर्म, पुराण, समाज, सस्कारसङ्ग सम्बन्धित भएर आएको छ । प्रीति आलेको यस गीतमा उत्तरआधुनिक तथा उत्तरसंरचनावादी मूल्यमान्यतालाई आत्मसात् गर्दै नवीन विषयवस्तुलाई आत्मसात् गरिएको छ । मूल धारको संस्कृतिभन्दा भिन्न किनारीकृत वर्गको संस्कृतिलाई आत्मसात् गरिएको यो गीतको विषयवस्तु शरीर राजनीतिसँग सम्बन्धित छ । नारीको मोटो शरीर राम्रो हुन्न भन्नेलाई गनीगनी जवाफ दिन्छु भन्दै गीतमा परम्परित पुँजीवादी तथा उपभोक्तावादी बजारव्यवस्थाले ल्याएका मूल्यमान्यताको विरोध गरिएको छ । गीतमा परम्परित तीज गीतका विपरीत पितृसत्ताको दास भएर हैन कि ती मान्यताका विपरीत किनारीकृत वर्गका दुब्ला, होचा, काला, मोटा नारीका शारीरिक संरचनाको विषयमा केन्द्रित भएर आएको समकालीन तीज गीतको संस्कृति रूपान्तरित भएको छ, यो सबैको प्रिय बनेको छ । यस गीतको मुख्य उद्देश्य सबै गायक, श्रोता तथा दर्शनको मन जित्नु हो । यस गीतको सङ्गीत पनि परम्परित सङ्गीतको भन्दा फरक किसिमको छ । किनारीकृत लिङ्गीका भावलाई समेटिएको यो गीतले बालक, बृद्ध, युवा सबैको मन जित्ने सफल भएको छ । यो गीतको लोकप्रियतालाई सामाजिक सञ्जालले पनि पुष्टि गरेको छ । तीजको समाजशास्त्रमा परिवर्तन आएको भावलाई गीतका माध्यमबाट यसरी प्रस्तुत गरिएको छ :

तिज आयो भनेर नहौं अलमल ।

बसौं दिदी बहिनी हो गरौं छलफल ॥

मुक्तिका कुरा गरौं काम गर्ने बेलामा ।

अब हामी नबसौं जालभेलमा ॥

छोरालाई स्कुलमा छोरीलाई मेलामा ।

म छोरीको आँसु खस्यो दैला ठेलामा ॥

(विनिता गौतम, तिलोत्तमा नगरपालिका वडा नं ६, वर्ष ५५, २०८१/०५/२८)

प्रस्तुत गीतमा सभ्यताको विकास सँगसँगै तीजका परम्परित मूल्यमान्यतामा परिवर्तन आएको भाव अभिव्यञ्जित भएको छ । तीजको परम्परित मान्यताले धर्म, पुराण, समाज र संस्कारका नाममा पितृसत्ताको रक्षा कवच बनेर काम गर्ने हुनाले यस गीतमा उत्तरआधुनिक छाता शब्दभित्र समेटिने लैङ्गिक भेद त्यसबाट उत्पन्न उत्पीडनका विरुद्ध लैङ्गिक समता र समानताको भाव मुखर बनेर आएको छ । अब तीजलाई अलमल गरेर मनाउने चाडका रूपमा नभई पितृसत्तात्मक समाजका जालभेल विरुद्ध अधि बढ्ने पर्वका रूपमा मनाउनु पर्ने विषय अभिव्यक्त भएको छ । पुरुषबाट अधीनस्थ नारीहरूका उत्पीडनका भाव अभिव्यक्त यस गीतले परम्परागत मूल्यलाई भञ्जन गरी नयाँ चिन्तन, चेतना र ज्ञानको प्रसारण गरेको छ । सदियौंदेखि पितृसत्ताले थिचिएका, मिचिएका उत्पीडित नारीका भाव सबैको मनमस्तिष्कमा बस्न सफल भएका लोकप्रिय संस्कृतिका रूपमा विकसित परिवर्तित चेतना र चिन्तनका सबै जाति र उमेर समूहका महिलाका भाव गीतमा यसरी अभिव्यञ्जित भएको छ :

उच्च शिक्षा हासिल गरि विकास हाम्ले गर्ने हो ।

बराबरी अधिकार हाम्ले लिने हो ॥

हामी नारी एक ढिक्का भैइ अगाडि बढ्नु छ ।



आमा दिदीबहिनीको मुहार फेर्नु छ ॥

सधैँभरि कति बसौं जुठा भाडा माभेरे ।

समाजमा कुरा गछौं दिल खोलेर ॥

दैलोकुचो ढिकीजातो भकाराको पेवालाई ।

बराबरी बाँडौं भनौं पुरुष समाजलाई ॥

(सिर्जना आचार्य, सन्धिखर्क नगरपालिका वडा नं ३, वर्ष २५, २०८१/०५/०२)

प्रस्तुत गीतमा लैङ्गिक समता र समानताको भाव व्यक्त भएको छ । यस गीतले नारीलाई शिक्षित र सचेत भई गतिशील हुन आह्वान गरेको छ । गीतमा सबै काममा समान भूमिकामा रहनुपर्ने भाव प्रस्तुत भएकाले सबैको प्रिय बनेको छ । गीतमा अप्रतिनिधिका रूपमा रहेका मूलधारमा समेटिन नसकेका नारीका दमित आवाजले महत्त्व पाएको छ । बराबर अधिकार लिएर विकास निर्माणका कार्यमासमेत समान सहभागिताको आवाज उठाएको यो गीत नयाँ पुस्तादेखि पुराना पुस्ताका सबै जनमानसको मन मस्तिष्कमा लोकप्रिय बनेर रहेको छ ।

### निष्कर्ष

तीज पर्व नेपाली नारीको मौलिक पर्व हो । यस पर्वका विषयमा ठोस सांस्कृतिक विधानको निर्माण तथा पर्वविशेषका रूपमा मनाउने र यसको संस्कृतीकरण गर्ने श्रेय नेपाली समाज नै रहेको देखिन्छ । यो पर्व नेपाली सांस्कृतिक स्वरूप र मान्यतामा आधारित छ भन्नुको प्रमाण नै हिन्दूधर्म विशेषका अनेक सम्प्रदाय र उपसंस्कृतिमा यसका सांस्कृतिक विधानको पालना नगरिएको तथ्य नै हो । नेपाली नारीसमाजमा विशेष मान्यता राख्ने यस पर्वमा नेपाली मौलिक संस्कृतिको प्रतिबिम्बनका साथै सामाजिक, राजनीतिक र सांस्कृतिक परिवर्तन सापेक्ष रूपान्तर हुँदै गएको छ । यस पर्वको परम्परागत सांस्कृतिक स्वरूपको अभिव्यञ्जना श्रुतिमा आधारित लोकगीतका माध्यमबाट प्रस्तुत गरिएका छन् भने यसमा अभिव्यक्त परम्परागत संस्कृतिको

प्रतिबिम्बन पारिवारिक सम्बन्ध, वैयक्तिक सम्बन्ध, नारी चैतन्य र सामाजिक सम्बन्ध तथा परम्पराको प्रतिबिम्बनका माध्यमबाट प्रस्तुति भएको छ। नेपाली तीज गीतमा परम्परित संस्कृतिदेखि आधुनिक तथा उत्तरआधुनिक संस्कृति, चेतना र चिन्तनका भाव अभिव्यञ्जित भएर आएका छन्। हिन्दू नारी केन्द्रित यो पर्वले परिवर्तित सांस्कृतिक स्वरूपलाई आत्मसात् गरेको छ। वर्तमान समयमा तीज पर्वको परिवर्तन लोकप्रिय संस्कृतिका रूपमा स्थापित भएको छ भने यसको स्वरूप परिवर्तनको अवस्था यस पर्व विशेषमा गाइने गीतले प्रतिबिम्बन गर्ने अन्तर्वस्तुका माध्यमबाट बोध हुन्छ। नेपाली संस्कृतिको अभिन्न अङ्ग रहेको तीजपर्वको विशेष सांस्कृतिक महत्त्व रहेको छ भने यस पर्वमा गाइने गीतमा पनि परम्परागत संस्कृतिको सांस्कृतिक रूपान्तरण हुँदै गएको छ। समकालीन समयमा यो लोकप्रिय संस्कृतिको अङ्ग बनेको छ।

तीजको समाजशास्त्र फेरिएको छ। सामाजिक चेतनामा आएको परिवर्तनले संस्कृतिमा रूपान्तरण ल्याएको छ। तीजको परम्परित धार्मिक तथा सांस्कृतिक अभ्यासले आश्रित पात्रका रूपमा परिचित महिलाकाले समता र समानताका आवाजसहित स्वपहिचान निर्माण गरेका छन्। नारी उत्पीडनका विरुद्ध अभिव्यञ्जित प्रतिरोधी चेतना र चिन्तनले संस्कृतिमा रूपान्तरण ल्याएको छ। हिजो हिन्दू नारीको मौलिक पर्वका रूपमा परिचित यो पर्व अहिले सबै जातिको सामूहिक पर्व भएको छ। नारी जातिका समस्या र उत्पीडनले गीतमा स्थान पाएका छन्। यी गीत नारी स्वतन्त्रताको अभिव्यक्तिका माध्यम बनेका छन्। तीज गीतमा आएको रूपान्तरणले लोकप्रिय संस्कृतिको रूप धारण गरेको छ। वर्तमान समयमा सामाजिक सञ्जालमा आएका तीजका गीत सबैका मनमस्तिष्कमा बस्न सफल भएका छन्, परम्परित तीजका मान्यता र मानकलाई भञ्जन गर्दै सबै जाति,वर्ग र लिङ्गी नाच्न,गाउन र रमाउन थालेका छन्। यो पर्व सबै नेपालीको मिलनको पर्व बनेको छ। तीजका गीत अरू उत्सवमा पनि बज्ने थालेका छन्। तीजका गीत बच्चादेखि वृद्धसम्म सबै उमेरका जनमानसमा प्रिय बनेका छन्। समकालीन समयमा तीजको परम्परित संस्कृतिमा परिवर्तन आएको छ। अहिलेका तीज गीतमा दमिit आवाजले स्थान पाएका छन्। यी गीतमा

अप्रतिनिधित्वका आवाज अभिव्यञ्जित भएका छन् । अहिलेका परिवर्तित तीज गीत आम जनसमुदायका मानिसद्वारा निर्मित छन् । यिनको मूल उद्देश्य सबैलाई मनोरञ्जन प्रदान गर्नु हो र यिनले मूलधारको संस्कृतिभन्दा पृथक रहेर आमजनमानसको अस्थिर संस्कृतिका रूपमा पहिचान दिएका छन् ।

### सन्दर्भ सामग्रीसूची

आले, प्रीति (२०८१). कसले भन्यो मोटी केटी राम्री हुन्न भनी.

<https://www.youtube.com/watch?v=JhK6ssOBoqY>

गिरी, अमर (२०७०). सांस्कृतिक अध्ययनका सैद्धान्तिक आधार र अवधारणा. *भृकुटी* १९, पृ. ११-४६।

घर्ती, दुर्गाबहादुर (२०८०). *सांस्कृतिक अध्ययन*, इन्डिगो ईन्क।

जोशी, सत्यमोहन (२०५५ / २०७९), 'नेपाली लोकसंस्कृति र लोक साहित्य' *नेपाली साहित्यकोश*

.सम्पा.कृष्णचन्द्रसिंह प्रधान र अन्य, काठमाडौं : नेपाल प्रज्ञाप्रतिष्ठान।

ढकाल, रजनी (२०८१). तीजको समाजशास्त्र बदलियो बरीलै !. *हिमाल खबर* बुधबार ४ फागुन

<https://www.himalkhabar.com/news/142805?>

त्रिपाठी गीता (२०८१). तीज : केही पक्ष केही विपक्ष. *अस्मिता* २(१),

<https://www.asmitamagazine.com/2024/09/05/989/?>

दुबे, श्यामाचरण (सन् १९९३). *मानव और संस्कृति*, राजकमल प्रकाशन।

परियार, शान्तिश्री र प्रकाश सपूत, (२०८०). अरेली काँडैले मलाई....

<https://www.youtube.com/watch?v=25yDj9FWxzE>

भट्टराई, ध्रुवप्रसाद र अन्य (२०७९), *नेपाली लोकवार्ताकोश*, नेपाल प्रज्ञाप्रतिष्ठान, काठमाडौं।

माभी, विष्णु (२०७८), चरी जेलैमा.....

<https://www.youtube.com/watch?v=lsKAqFo0Yck>

माभी, विष्णु (२०७८), हाई मेरो फरिया....

<https://www.youtube.com/watch?v=BHmioxW6D88>

रावल, बेनीजङ्गम (२०८०), 'नेपाली आधुनिक गीतको इतिहास' नेपाली साहित्यको बृहत इतिहास,

सम्पा. माधवप्रसाद पोखरेल र अन्य, काठमाडौं : जगदम्बा प्रकाशन।

लामिछाने, कपिलदेव (२०७७), *लोकसाहित्यको सिद्धान्त*, नेपाल प्रज्ञाप्रतिष्ठान, काठमाडौं।

श्रेष्ठ, तारालाल (२०६८), *शक्ति, श्रष्टा र सवाल्टर्न*, काठमाडौं: डिस्कर्स पब्लिकेसन।

Hall, H. (2005). Cultural studies and the Centre : some problematics

and problems. In *Culture, Media and Language Working papers in Cultural studies*

(Edt.). Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe & Paul Willis, Routledge.

- Mead, M. (1937). Introduction. In M. Mead (Ed.). *Cooperation and competition among primitive peoples* (Pp. 1-19). McGraw-hill Book Company, Inc.
- Storey, J. (2015). *Cultural theory and popular culture : An introduction* (7<sup>th</sup> ed.). Routledge.
- Tylor. E. B. (1920). *Primitive culture : Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art & custom* (4<sup>th</sup> ed., Vol. 1). John Murray, Albemarle Street, W.
- Williams, R. (1983). *Keywords : A vocabulary of culture & society* (Rev. ed.), Oxford university press.

### अन्तर्वाता दाताहरू

- कमला पन्थी, तिलोत्तमा नगरपालिका, वडा नं ३, वर्ष ५५, २०८१/०५/२८
- कविता पन्थी, तिलोत्तमा नगरपालिका, वडा नं २, वर्ष ४२, २०८१/०५/१४
- गङ्गा पन्थी, रेसुङ्गा नगरपालिका, वडा नं ५, वर्ष ६०, २०८१/५/२१
- गोमा अर्याल, तिलोत्तमा नगरपालिका, वडा नं ३, वर्ष ५२, २०८१/४/१६
- नर्मदा घिमिरे, तिलोत्तमा नगरपालिका, वडा नं ३, वर्ष ५५, २०८१/०५/२८
- निर्मला घिमिरे अर्याल, तिलोत्तमा नगरपालिका, वडा नं ३, वर्ष ४७, २०८१/०५/०९
- सरस्वती न्यौपाने, सन्धिखर्क नगरपालिका, वडा नं ९, वर्ष ५०, २०८१/०५/०२
- बिन्दु आचार्य, तिलोत्तमा नगरपालिका, वडा नं ३, वर्ष ४२, २०८१/०५/२९
- राधा आचार्य, सन्धिखर्क नगरपालिका, वडा नं ३, वर्ष ६०, २०८१/९/२४
- विनिता गौतम, तिलोत्तमा नगरपालिका, वडा नं ६, वर्ष ५५, २०८१/५/२८
- सरिता पोखेल, गजहडा गाउँ पालिका, वडा नं ३, वर्ष ५७, २०८१/०४/२२
- सीता घिमिरे, धुर्कोट गाउँपालिका, वडा नं ६, वर्ष ५२, २०८१/०५/२३
- सीता पन्थी, तिलोत्तमा नगरपालिका, वडा नं ३, वर्ष ५५, २०८१/०५/२७
- सीता भण्डारी, तिलोत्तमा नगरपालिका, वडा नं ५, वर्ष ४८, २०८१/०६/०१
- सिर्जना आचार्य, सन्धिखर्क नगरपालिका वडा नं ३, वर्ष २५, २०८१/०५/०२
- सिन्धु आचार्य, सन्धिखर्क नगरपालिका वडा नं ९, वर्ष , २०८१/०५/०२

**भवानी भिक्षुको 'माधुरी नानी' कथामा प्रभुत्व**

राजु भुसाल

नेपाली विभाग, बुटवल बहुमुखी क्याम्पस

### लेखसार

प्रस्तुत लेखमा इटालेली चिन्तक ग्राम्ची र उनको सांस्कृतिक प्रभुत्वसम्बन्धी मान्यताका दृष्टिले भवानी भिक्षुद्वारा लेखिएको माधुरी नानी कथाको विश्लेषण गरिएको छ । प्रभुत्व कुनै पनि वर्गको राजनैतिक संस्कृति हो, जसको उपभोग अर्को वर्गलाई सम्झाएर, बुझाएर उसको सहमति लिनाका लागि गरिन्छ । ग्राम्चीले शासक वर्गले शासित वर्गमाथि कसरी आफ्नो नियन्त्रण राख्दछन् भन्ने सन्दर्भमा राखेको विचार राजनैतिक र सांस्कृतिक क्षेत्रमा चर्चित छन् र यसमा सोसम्बन्धी विश्लेषण गरिएको छ । समाज परिवर्तनमा नागरिक समाज र बुद्धिजीवी वर्गको अहम् भूमिका हुन्छ भन्ने ग्राम्चीको मान्यता रहेको छ । यस कार्यपत्रमा समाजमा नागरिक समाज र बुद्धिजीवी वर्गको भूमिकाको विश्लेषण गर्दै नागरिक समाज र बुद्धिजीवी वर्ग प्रभुत्वशाली वर्ग या पुँजीपति वर्गकै हितका लागि कसरी काम गर्छन् भन्ने कुरा भवानी भिक्षुद्वारा लेखिएको माधुरी नानी कथालाई माध्यम विश्लेषण गरिएको छ । यसमा वर्गीय दृष्टिले उच्च वर्गीय संस्कृति तथा सामन्ती संस्कार भएको राजा साहेबको, लैङ्गिक दृष्टिले पुरुषको तथा जातीय दृष्टिले पनि उच्च संस्कृति भएको राजा साहेबका लोग्नेस्वास्नीले प्रभुत्व कायम गरेको निष्कर्ष निकालिएको छ ।

*शब्दकुञ्जी:* राजनीतिक हैकम, सांस्कृतिक प्रभुत्व, राजनीतिक समाज, बुर्जुवा वर्ग, पुँजीपति वर्ग र कल्याणकारी राज्य ।

### भवानी भिक्षुको 'माधुरी नानी' कथामा प्रभुत्व

भवानी भिक्षु (१९६६-२०३८) नेपाली साहित्यका बहुमुखी प्रतिभा हुन्। यिनको कथायात्रा अनौपचारिक रूपमा वि.सं. १९९३ मा थालिएको भए तापनि १९९५ सालको *शारदा* पत्रिकामा प्रकाशित 'मानव' कथाबाट यिनको औपचारिक कथायात्रा प्रारम्भ भएको मानिन्छ। भिक्षुका *मैयाँसाहेब* (२०१७), *गुनकेसरी* (२०१७), *आवर्त* (२०२३) र *अवान्तर* (२०३४) गरी चारओटा कथासङ्ग्रह प्रकाशित छन्। गुरुप्रसाद मैनालीको 'नासो' (*शारदा*, १९९२) कथाबाट प्रारम्भ भएको आधुनिक नेपाली कथाको विकासमा महत्वपूर्ण योगदान दिएका भिक्षुले विश्वेश्वरप्रसाद कोइरालाद्वारा नेपाली कथासाहित्यमा भित्र्याइएको मनोवैज्ञानिक यथार्थको परम्परालाई अझै सशक्त बनाउने काम गरे। यिनी मूलतः मनोवैज्ञानिक कथाकार हुन् भने यिनका सामाजिक, आञ्चलिक तथा राजनैतिक विषयमा लेखिएका कथाहरू पनि प्रकाशित छन्। भिक्षुका कथाहरू सामाजिक, यौनिक, आर्थिक तथा राजनैतिक समस्यामा पनि केन्द्रित छन्। सुरुमा यौन र प्रेमलाई कथाको विषयवस्तु बनाउने भिक्षुले पछिल्ला कथामा सामाजिक, राजनैतिक विषयवस्तुलाई आधार बनाएको पाइन्छ।

संस्कृति मानवीय जीवनको समग्र पद्धति हो। समाज र सामाजिक व्यवस्थाअनुसार संस्कृतिको निर्माण हुने भएकाले हरेक समाजमा फरकफरक किसिमको संस्कृतिको निर्माण हुन्छ। सांस्कृतिक संरचनाभिन्न मान्छे र उसको व्यवहार, आचरण तथा जीवन भोगाइहरू पर्दछन्। कुनै पनि समाजमा देखिने वर्गीय, लैङ्गिक र जातीय प्रभुत्व तथा तिनमा देखिने असमानता तथा विभेद पनि संस्कृतिअन्तर्गत नै पर्दछन्। भिक्षुका कथामा पनि तत्कालीन नेपाली समाजमा विद्यमान सांस्कृतिक व्यवहारहरू प्रतिबिम्बित छन्। समाजमा उच्च वर्गका व्यक्तिले तल्लो वर्गका व्यक्तिलाई, एउटा लिङ्गीले अर्को लिङ्गीलाई तथा कथित उपल्लो जातिले तल्लो जातिमाथि हैकम जमाइरहेका हुन्छन्। यो हैकम वा प्रभुत्व अर्को जातिले थाहा नपाइकन वा उसको सहमतिमा चलिरहेको हुन्छ। समाजमा विद्यमान यसप्रकारको संस्कृति भिक्षुको 'माधुरी नानी' कथामा पनि



पाइन्छ । प्रस्तुत कार्यपत्रमा यस कथाको सांस्कृतिक प्रभुत्वका दृष्टिले विश्लेषण गर्नाका लागि निश्चित किसिमको विश्लेषणको ढाँचा तयार पारिएको छ र सोही आधारमा विश्लेषण गरिएको छ ।

### अध्ययन विधि

भवानी भिक्षुको 'माधुरी नानी' कथामा प्रस्तुत भएको सांस्कृतिक प्रभुत्वको अध्ययन गर्नाका लागि पुस्तकालयबाट सामग्री सङ्कलन गरी विश्लेषणात्मक विधिबाट त्यसको अनुशीलन गरिएको छ । पाठपरक अध्ययन गरी विश्लेषण गरिएकाले प्रस्तुत लेख वस्तुपरक प्रकृतिको रहेको छ । यस सन्दर्भमा भिक्षुको 'माधुरी नानी' कथाको विश्लेषण गर्नाका लागि एन्टोनियो ग्राम्चीको *प्रभुत्वसम्बन्धी अवधारणा*का साथै उनले *नागरिक समाज र बुद्धिजीवी*का सन्दर्भमा गरेको व्याख्याको निरूपण पनि गरिएको छ । त्यसका लागि पनि पुस्तकालयीय स्रोतलाई नै आधार बनाइएको छ ।

### ग्राम्चीको प्रभुत्वसम्बन्धी मान्यता

ग्राम्सी (१८९१-१९३७) महत्त्वपूर्ण सिद्धान्तकार हुनाका साथै मार्क्सवादका मूर्धन्य विचारक पनि हुन् । यसका अतिरिक्त यिनी एक प्रतिभाशाली पत्रकार, राजनीतिक व्यक्तित्व र इटाली साम्यवादी दलका सक्रिय नेता पनि हुन् । ग्राम्सीले इटालीको जेलमा रहेको बेलामा लेखेको नोटबुकलाई प्रिजन नोटबुक भनिन्छ । यिनका प्रमुख कृतिहरूमा *द मोर्डन प्रिंस एण्ड अदर राइटिंग (सन् १९५९)*, *सेलेक्सन फ्रम द प्रिजन नोटबुक (१९७१)*, *सेलेक्सन फ्रम पोलिटिकल राइटिंग (१९७७)* पर्दछन् । यिनले सिद्धान्तकारका रूपमा ख्याति प्राप्त गर्ने अवसर *सेलेक्सन फ्रम द प्रिजन नोटबुक* पुस्तकबाट पाए । पुँजीवाद, बुद्धिजीवी, प्रभुत्व (हेजेमोनी), नागरिक समाज आदिका सम्बन्धमा ग्राम्सीले महत्त्वपूर्ण विचार राखेका छन् र यिनका यी मान्यताका आधारमा साहित्यिक कृतिहरूको विश्लेषण गर्ने गरिन्छ । यहाँ ग्राम्चीको प्रभुत्वसम्बन्धी मान्यताका आधारमा भिक्षुको 'माधुरी नानी' कथाको विश्लेषण गरिएको छ ।

राजनीति र प्रयोगका सन्दर्भमा प्रभुत्व नयाँ शब्द हो । अङ्ग्रेजीको 'हेगेमोनी' शब्दलाई नेपालीमा 'प्रभुत्व' भनिएको हो ( भट्टराई, २०७०, पृ. ३४३) । 'हेगेमोनी'को नेपाली अर्थ 'प्रभुत्व' वा 'आधिपत्य' पनि हुन्छ । यसको अर्थ नेतृत्व अथवा शासन हो र यसको सम्बन्ध व्यक्तिसितभन्दा राज्यसित जोडिएको छ । ग्रीक 'हेगेमोन'बाट व्युत्पत्ति यस शब्दको अर्थ 'नेता', 'निर्देशक', वा 'शासक' भन्ने पनि हुन्छ ( भट्टराई, २०७०, पृ. ३४४) । 'एउटा वर्गले अर्कोमा प्रभुत्व जमाउनु 'हेगेमोनी' हो, 'हैकम' हो' ( गौतम, २०७५ पृ. ४३) । खासगरेर १९ औं शताब्दीदेखि यसलाई शक्तिशाली कुनै राज्यले अर्को कुनै राज्यमाथि राजनीतिक हैकम कायम गर्ने सन्दर्भमा गर्न थालियो ( बराल, २०७३, पृ. १००) । क्रमशः यस शब्दलाई बलपूर्वक कुनै वस्तुमाथि आफ्नो प्रभाव कायम गर्ने अर्थमा लिन थालियो । प्रभुत्व शब्दलाई ग्राम्सीले आधार र उपरिसंरचनासम्बन्धी धारणा व्यक्त गर्ने क्रममा प्रयोग गरेका छन् र यससम्बन्धी उनको धारणालाई कतिपयले 'सांस्कृतिक प्रभुत्व' को अवधारणा पनि भनेका छन् (बराल, २०७३, पृ.९८) । प्रभुत्वशाली वर्गले आफ्नो प्रभुत्वका निम्ति वैधता कसरी प्राप्त गर्छ भन्ने कुराको विश्लेषण गर्ने सन्दर्भमै ग्राम्सीले प्रभुत्वसम्बन्धी अवधारणा अगाडि सारेका थिए (गिरी, २०७४, पृ.२४२) । ग्राम्सीको प्रभुत्वसम्बन्धी अवधारणा ब्रिटिस सांस्कृतिक अध्ययनको सैद्धान्तिक आधार हो ।

कुनै पनि देश वा समाजभित्र सत्ता कसरी चल्छ, त्यसको व्याख्या प्रभुत्वमा गरिन्छ । जतिबेला पुँजीवादी देशभित्र वर्गसङ्घर्ष तीव्र थियो, त्यहाँ क्रान्ति किन भएन ? किन त्यहाँका मजदुर वर्ग क्रान्तिकारी बन्न सकेनन् ? किन त्यहाँका मजदूर वर्ग सन्तुष्ट छन् ? किन त्यहाँका मजदूर वर्ग सन्तुष्ट रहे र क्रान्तिप्रति प्रेरित भएनन् ? किन जहाँ ज्यादा पुँजीवाद छ, त्यहाँ बढी शोषण हुन्छ ? यी सारा समस्याको उत्तर ग्राम्सीको प्रभुत्वमा गरे । पुँजीवादी देशमा क्रान्ति नहुनुको कारण शासक वर्गले शासित वर्गमाथि यस्ता यस्तो भ्रम सिर्जना गर्छन् कि शोषित वर्गले आफूहरू शोषित भएकै थाहा पाउन्नन् । प्रभुत्वशाली वर्गले आफ्नो वर्चस्वको अक्षुण्णताका लागि वैधानिक रूपमै यस्तो सहमति निर्माण गर्छन् जसलाई शासितहरू सहज, स्वाभाविक र वैध

रूपमा लिन्छन् (गिरी, २०७४, पृ. २२४) । अनि शोषित वर्गले शासकहरूले हामीप्रति गरेको व्यवहार ठिक छ, हामी अन्यायमा परेका छैनौं भन्ने सम्झन्छन् । पुँजीपति वर्गले यसको उपयोग अर्को वर्गलाई सम्झाएर, बुझाएर उसको सहमति लिनाका लागि गर्छन् (सिंह र सिंह, सन् २०१६, पृ. ८७) । यसरी वर्चस्वसम्बन्धी ग्राम्सीको अवधारणा यही सहमतिसँग सम्बन्धित छ । विचारधारालाई माध्यम बनाएर प्रभुत्व सपना गर्ने कुरासँग सम्बन्धित छ । शासक वर्गले प्रभुत्व निर्माण गर्ने सन्दर्भमा विद्यालय, विश्वविद्यालय, धर्मसभा, साहित्य, कला, सङ्गीत आदि शक्तिशाली माध्यमका रूपमा प्रयोग गर्छन् र सबैले त्यसमाथि विश्वास गर्छन् । ग्राम्सीका दृष्टिमा शासक वर्गले हिंसा वा बलका आधारमा राज्यका सबै पक्ष र खास गरी तल्लो वर्गलाई नियन्त्रण गर्न सक्दैनन् । ट्रेड युनियनहरूको विकास तथा अन्य दबावका कारण शासक वर्गले नागरिक अधिकार बढाउँछ, शैक्षिक सुविधाहरू प्रदान गर्न र शासनलाई सहमतिका आधारमा सञ्चालन गर्ने आधार तय गर्छ ( भट्टराई, २०७०, पृ. ३४४) । वास्तवमा यो सत्ताधारी वर्गले मजदुर वर्गलाई सहमतिमा लिनाका लागि व्यवहारमा ल्याइने संस्कृति हो । बरु, एउटा यस्तो अवस्थाको निर्माण हुन्छ जतिबेला श्रमिकहरू हामी शोषित भएका, ठगिएका वा लुटिएका छौं भन्ने थाहा पाउँदैनन् । पुँजीपतिले लिएको अतिरिक्त मूल्य पनि उनीहरूको अधिकारै हो भन्ने उनीहरू ठान्छन् ( पाण्डेय, २०७०, पृ. १७९) । यसरी प्रभुत्वका आधारमा बाहिरबाट समाजभित्र हेर्दा शान्ति देखिन्छ । यसको मूल कारण समाजभित्रका मान्छेमा भुटो चेतना भरिएर हो त्यसका आधारमा शासन गरिन्छ । त्यसपछि जनताहरूले क्रान्तिको कुनै आवश्यकता छैन भन्ने मान्दछन् र आफ्नो काम गर्छन् । यसैका आधारमा पुँजीवादी समाजभित्र सत्ताधारी वर्गले मजदुर वर्गप्रति शासन गर्छन् । त्यो शासन गुण्डागर्दी, हिंसा, मारकुटाई, पुलिस, लाठी, जेल आदिका आधारमा नभएर सहमतिका आधारमा हुन्छ । पुँजीपति वर्गले शासन हिंसाका आधारमा नगरेर मान्छेको विचार र दिमाखलाई सम्झाएर सांस्कृतिक रूपमा बदलेर गर्दछ । यसरी शासक वर्गले शासन आफ्नो नैतिकताका आधारमा सम्झाएर गर्दछ, या उसको दिमाख परिवर्तन गरेर गर्दछ भन्ने विचार ग्राम्सीको रहेको छ । यसरी प्रभुत्वशाली वर्गले जनतालाई आफ्नो

संस्कृतिमा ढालेर या प्रारम्भदेखि अन्तिमसम्म प्रभावमा पारेर या नियन्त्रणमा लिएर शासन गर्न सक्छ। यसका लागि उसले नागरिक समाजको प्रयोग गर्छ भन्ने मान्यता ग्राम्चीको रहेको छ।

अतः प्रभुत्व भनेको एउटा वर्गले अर्को वर्गलाई उनीहरूले थाहा नपाउने तरिकाले वा उनीहरूको सहमति लिएर गर्ने हैकम वा शासन हो। यो जबरजस्ती वा मार कुटाईसँग सम्बन्धित नभएर वार्ता वा सहमतिसँग सम्बन्धित हुन्छ र उन्नत वा पुँजीपति देशहरूमा यसैका आधारमा शासन चल्छ भन्ने कुराको व्याख्या ग्राम्चीले प्रभुत्वको व्याख्या गर्ने सन्दर्भमा गरेका छन्।

### ग्राम्चीको नागरिक समाजसम्बन्धी मान्यता

आजको प्रजातान्त्रिक शासन पद्धतिले नागरिक समाजलाई महत्त्व दिएको छ। ग्राम्चीले सांस्कृतिक चिन्तनका सन्दर्भमा 'नागरिक समाज'को अवधारणा अघि सारेका छन् र संस्कृतिको निर्मितिमा पाइने संस्थागत स्वरूपअन्तर्गत नागरिक समाजलाई राखेका छन् (भट्टराई, २०७७क, पृ. ३३)। आज सबैतिर राज्यको शक्ति घटाएर नागरिक समाजलाई शक्ति दिनुपर्छ भनेर आवाज पनि उठेको छ।

ग्राम्सीले नागरिक समाजले राज्यभित्र सांस्कृतिक र वैचारिक संस्कृतिको निर्माण गर्छ भन्ने मान्यता राखेका छन्। नागरिक समाजले परिवार, धार्मिक संस्था र पाठशालालाई शासकवर्गप्रति स्वभाविक रूपमा आदरको भाव राख्नुपर्छ भन्ने शिक्षा दिन्छ भन्ने मान्यता ग्राम्चीको रहेको छ (गाबा, सन् २०१९, पृ. ३०३)। पुँजीवादी समाजमा नागरिक समाजअन्तर्गत बुद्धिजीवी, प्रेस, सञ्चार, रेडियो, टेलिभिजन, परिवार, शैक्षिक संस्था, स्कुल, कलेज, ट्रेड युनियन, धार्मिक संस्था, चर्च आदि पर्दछन्। नागरिक समाजमा कानून, अदालत, नोकरशाही, धार्मिक शैक्षिक संस्था आदिबाट प्रभुत्वशाली वर्गको विचारधाराले स्थापत्य प्राप्त गर्छ (पाण्डेय, २०७०, पृ. १७९)। नागरिक समाजले समाजमा यस्तो संस्कृतिको निर्माण गर्छन् जुन पुँजीपति वर्गको हितमा हुन्छ र मजदूर वर्गलाई नियन्त्रणमा राख्छ। धनी र गरिब प्रकृतिले बनाएका हुन्; यो एउटा विचार हो; धनीले जहिले पनि गरिब वर्गको हितमा काम गर्छ, त्यसैले उसले गरिबलाई तलब दिन्छ। राज्य एक कल्याणकारी

संस्था हो । विरोध गर्नु, हिंसा गर्नु नराम्रो काम हो । धर्मको कुरा गर । चोरी गर्नु पाप हो; सम्पत्ति मिहिनेतले कमाइन्छ । असल मान्छे लड्दैन; विरोध गर्दैन; सहेर बस्छजस्ता भावना नागरिक समाजले समाजमा स्थापना गरेको हुन्छ । यसरी नै नागरिक समाजका बुद्धिजीवीहरूले वर्चस्व निर्माण गरेको अवस्थामा शासक वर्गले सफलतापूर्वक सामाजिक समाजका संयन्त्रद्वारा शासन गर्छन् भन्ने मान्यता ग्राम्चीको रहेको छ (भट्टराई, २०७७क, पृ. ३४) । अनि मात्र शासितहरू शासित भइरहन स्वीकार गर्छन् र त्यसप्रति सहमतिमा पुग्छन् ( पाण्डेय, २०७०, पृ. १७९) । यी तमाम यस्ता सांस्कृतिक विचार हुन् जुन एक पुँजीवादी समाजान्तर्गत व्यापकरूपमा जरा गाडेर बसेका हुन्छन् । यस्ता कुरा स्थापना हुनुका पछाडि नागरिक समाजको भूमिका छ भन्ने मान्यता ग्राम्चीको रहेको छ । यसरी वर्गलाई महत्त्व दिँदादिँदै पनि समाजमा रहेको असमानताका अन्य पक्षलाई सम्बोधन गर्नुपर्ने सांस्कृतिक मान्यताको व्याख्याका क्रममा ग्राम्चीले नागरिक समाजको अवधारणा प्रस्तुत गरेका छन् (भट्टराई, २०७७क, पृ. ३२) ।

नागरिक समाजमा परिवारलाई महत्त्वपूर्ण आधार मानिन्छ । परिवारले मानिसलाई दुनियाँमा जेसुकै होस्, तिमीलाई केही लिनु दिनु छैन; युद्धमा भाग नलिग; तिमी किन झगडा गर्छौ ? स्कूल जाऊ; फर्केर आऊ; भन्ने कुरा सिकाउँछ । नागरिक समाजले यस प्रकारका विचार मजदूर वर्गको दिमागमा भरिदिन्छ । यी र यस्ता प्रशस्त झुठा चेतनाले चलेर नागरिकहरूले आफ्नो इच्छाले राज्यको आज्ञा पालन गर्छन् । नागरिक समाजका विभिन्न संस्थाले एउटा यस्तो परिस्थितिको सिर्जना गर्छन्, वातावरणको सिर्जना गर्छन् ( सांस्कृतिक वातावरण ) जुन कुरा अर्को वर्गका मान्छे जो शोषित छन्, तिनीहरूले आफू शोषित भएको बुझ्दैनन्, उनीहरूको संस्कृतिबाट प्रभावित हुन्छन् र उनीहरूले भने अनुसार आज्ञा पालन गर्छन् । क्रान्तिकारिताको शक्तिलाई भुलेर बस्छन्; क्रान्ति गर्नुपर्ने आवश्यकता विर्सन्छन् । यसैलाई ग्राम्चीले हेजोमोनी भन्छन् ।

समाजको संरचनात्मक परिवर्तन हुनुमा केवल आर्थिक कारणमात्र हुँदैन राजनीतिक र हेजोमोनी अर्थात् प्रभुत्वको कारण पनि महत्त्वपूर्ण हुन्छ । अर्को शब्दमा भन्दा परिवर्तन गैर आर्थिक कारणबाट पनि हुन्छ

( दोषी, सन् २०१०, पृ. ४४३) । भन्ने मान्यता ग्राम्चीको रहेको छ । उनी भन्छन् : धनी र गरिबका सन्दर्भमा आर्थिक आधार महत्त्वपूर्ण छ तर यस सँगसँगै सांस्कृतिक मुद्दा पनि महत्त्वपूर्ण छ । राज्यमात्र महत्त्वपूर्ण छैन, नागरिक समाज पनि महत्त्वपूर्ण छ । राज्यलाई मात्र महत्त्व दिनु हुँदैन । 'निश्चय पनि पुँजीपति वर्गलाई शासन गर्न राज्य महत्त्वपूर्ण हुन्छ तर पुँजीपति वर्गले दण्ड, सजाय, पुलिस फोर्स आदिबाट मात्र राज्य सञ्चालन गर्दैन, उसलाई राज्य सञ्चालन गर्न सहमति पनि आवश्यक छ भन्ने धारणा ग्राम्चीको छ' (दोषी, सन् २०१०, पृ. ४४३) । राज्यको आधार सहमति हो । यो सहमति नागरिक समाजले सामाजिक संस्थाहरूको माध्यमले खडा गर्छ । यी नागरिक समाज बाहिरी रूपमा देखिन्छन्, सत्तामा पनि आधारित छैनन्, हिंसामा पनि आधारित छैनन् तर ती सहमति वा मित्रतामा आधारित छन् तर पनि अप्रत्यक्षरूपमा यिनले शक्तिशाली वर्गको अधिपत्य र संस्कृतिको निर्माण गर्छन् । यिनले विरोधलाई सहमतिमा बदल्छन् । यही प्रभुत्वका कारणले पुँजीपति समाजको मान्छेको दिमागमा के आउँछ भने यो कल्याणकारी राज्य हो, यो राज्य हाम्रो हो, यो प्रजातन्त्र हो, सच्चा प्रजातन्त्र हो, भोट हाल्ने अधिकार हामीलाई दिइएको छ, हामी राजनीतिमा बराबरी छौं । यसप्रकारको भावना सामान्य वर्गमा गरिन्छ, यो पैदा गर्ने पूरापूरा अधिकार नै हेजोमोनी हो । नागरिक समाजले यसप्रकारको हेजोमोनी तयार गर्छ । हेजोमोनी यस्तो किसिमको शासन व्यवस्था हो, जुन सांस्कृतिक र वैचारिक आधारमा स्थापित हुन्छ । यसमा हिंसा र हत्याको कुनै स्थान छैन । जसमा सहमति नै सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण हुन्छ । यसमा वर्गसङ्घर्षको कुरा भुटा हो भनेर मान्छेलाई बताइन्छ । वर्गवर्गमा सामञ्जस्यता हुनुपर्छ, कुनै पनि कुरामा एकोहोरो तरिकाले पुँजीपति वर्गको हस्तक्षेप हुँदैन, उनीहरूले पनि आफ्नो भूमिका निभाएका छन्, तिमीहरूले पनि आफ्नो भूमिका निर्वाह गरेका छौ भन्ने भावना निर्माण गरिन्छ । यसप्रकारको हेजोमोनी निर्माणमा नागरिक समाजको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन्छ भन्न मान्यता ग्राम्चीको रहेको छ ।

## ग्राम्चीको बुद्धिजीवीसम्बन्धी मान्यता

ग्राम्चीले प्रभुत्व निर्माण गर्ने मान्छेलाई बुद्धिजीवी भन्छन् । यिनले आफ्नो प्रिजन नोटबुकमा बुद्धिजीवीका बारेमा पनि चर्चा गरेका छन् । उनका विचारमा समाजमा उच्चस्तरीय क्षमता भएको मान्छे, एवम् व्यक्ति जसले समाजलाई निर्देशित गर्छ, त्यो बुद्धिजीवी हो । बुद्धिजीवीहरू सामाजिक समूहहरूसँग गाँसिएका हुन्छन् (ग्राम्ची, २०७२, पृ. १२९) । बुद्धिजीवी उत्पादन, सांस्कृतिक, राजनीति एवम् प्रशासनिक गतिविधिसँग सम्बन्धित हुन्छन् । समाजवादी देशमा बुद्धिजीवी वर्गले कसरी काम गर्छन् र पुँजीवादी देशमा बुद्धिजीवीले कसरी काम गर्छन् भन्ने सन्दर्भमा पनि ग्राम्चीले चर्चा गरेका छन् । 'सत्तानिकटका बुद्धिजीवी, नागरिक समाज र प्रतिनिधित्वले कस्तो विश्वास सिर्जना गर्छन् भने मानौँ राज्य तटस्थ छ, दमनकारी छैन । परिस्थितिहरू सहज, सामान्य र स्वाभाविक छन् । जे भइरहेको छ, सब ठीक छ भनेर तिनले एकप्रकारले कन्भिन्स गर्छन् (पाण्डेय, २०७३, पृ. ६५) । बुद्धिजीवीहरू प्रभुत्वशाली समूहका प्रतिनिधिहरू हुन्, जसले सामाजिक प्रभुत्व र राजनीतिक शासनसित सम्बद्ध कार्यहरूमा सहायक भूमिका खेल्छन् (बराल, २०७३, पृ. ९९) । बुद्धिजीवी वर्गले धनी वर्गको हितका लागि यसरी नियम बनाउँछन् जसलाई सामान्य मानिसले ठीक सम्झन्छन् । बुद्धिजीवी वर्गको काम पुँजीपति वर्गको हितका निम्ति बनाइएको नियमको सहमति लिनु नै हो भन्ने दृष्टिकोण ग्राम्चीको रहेको छ । सामान्य मान्छेले त्यसलाई किन समर्थन गरिहाल्छन् भने बुद्धिजीवीले पनि सामान्य मान्छेले जस्तै कपडा लगाउँछन्, व्यवहार गर्छन्, खाना खान्छन् भन्ने दृष्टिकोण ग्राम्चीको रहेको छ । बुद्धिजीवी वर्गको मूलतः दुईवटा काम हुन्छ- पहिलो जनतालाई गुमराहमा राखी सरकार बनाउनु र दोस्रो पुँजीपति वर्गको फाइदाका निम्ति नीति बनाउनु । ग्राम्ची भन्छन्-हरेक व्यक्ति दार्शनिक हुन्छ किनभने हरेक व्यक्तिले आफ्नो बारेमा पहिला सोच्छ र त्यसपछि राज्यको बारेमा सोच्छ र चिन्तन गर्छ । त्यसमा पनि बुद्धिजीवी त्यो हो जसले आफ्नो दर्शनको आधारमा सङ्गठन बनाउँछ भन्ने दृष्टिकोण ग्राम्चीको रहेको छ । बुद्धिजीवीले सङ्गठन बनाउने, सङ्गठनलाई निर्देशन दिने र आफ्नो वर्गको प्रतिनिधित्व गर्ने र उनीहरूको

विश्वासलाई जित्ने गर्छन् भन्ने मान्यता ग्राम्सीले राखेका छन् । समाजमा हेजेमोनीको निर्माण बुद्धिजीवीले गर्छन् भन्ने मान्यता ग्राम्चीको रहेको छ । बुद्धिजीवीले कसरी काम गर्छन् भन्ने सन्दर्भको चर्चा पनि ग्राम्चीले गरेका छन् ।

इटालेली चिन्तक ग्राम्चीको 'हेजेमोनी' या 'प्रभुत्व'सम्बन्धी मान्यताले सांस्कृतिक अध्ययनलाई निकै प्रभाव पारेको छ । प्रभुत्व कुनै पनि वर्गको राजनैतिक संस्कृति हो जसको उपयोग अर्को वर्गलाई सम्झाएर, बुझाएर उसको सहमति लिनाका लागि गरिन्छ । बेलायती सांस्कृतिक अध्ययनले सन् १९७० को दशकमा मूल विषय बनाएको यो धारणा पछिल्लो समयमा निकै लोकप्रिय देखिन्छ । ग्राम्चीले शासक वर्गले शासित वर्गमाथि कसरी आफ्नो नियन्त्रण कायम गर्दछन् भन्ने सन्दर्भमा उक्त अवधारणा अगाडि ल्याएका हुन् । यिनका दृष्टिमा शासक वर्गले हिंसा वा दबावका आधारमा राज्यका सबै पक्ष वा विशेष गरी तल्लो वर्गलाई आफ्नो अधीनमा राख्न सक्दैन यसका लागि उसले सहमतिको आधार तयार पार्छ र सहमतिको आधार तयार पार्नका लागि उसले नागरिक समाजको प्रयोग गर्छ भन्ने ग्राम्चीको मान्यता रहेको छ । पुँजीवादी समाजमा बुद्धिजीवी, प्रेस, सञ्चार, रेडियो, टेलिभिजन, परिवार, शैक्षिक संस्था, स्कूल, कलेज, ट्रेड युनियन, चर्च, धार्मिक संस्था आदि नागरिक समाजअन्तर्गत पर्दछन् । यिनीहरूले समाजमा पुँजीपति वर्गको हितमा काम गर्छन् भन्ने मान्यता ग्राम्चीको मान्यता रहेको छ । जबसम्म पुँजीपति वर्गको समानान्तर रूपमा गरिब वर्गको हितका निम्ति समानान्तर हेजेमोनी तयार गरिँदैन तबसम्म समाज परिवर्तन हुन सक्दैन भन्ने मान्यता ग्राम्चीको छ ।

### कृति विश्लेषणको अवधारणात्मक ढाँचा

सांस्कृतिक प्रभुत्व राजनीतिक सत्तासम्बन्ध, विचारधारा, पहिचान तथा प्रतिरोधमा आधारित मान्यता हो । यसले साहित्यलाई समाजको प्रतिबिम्ब मान्छ र साहित्यमा उच्च वा सामान्त वर्गले निम्न वर्ग, जाति वा लिङ्गमाथि कसरी प्रभुत्व कायम गरेको छ ? भन्ने कुराको अध्ययन गर्दछ । प्रभुत्वशाली वर्गले शोषित वर्गमाथि सहमतीय आधारमा वा दबावका आधारमा शासन गर्ने गर्छ तर शोषित वर्गले त्यो कुरा बुझ्दैन ।



कतिपय अवस्थामा भने शोषित वर्गले आफू शोषणमा वा अत्याचारमा परेको कुरा थाहा पाउँछ। जतिबेला निम्न वर्गले शोषित भएको कुरा थाहा पाउँछ त्यतिबेला प्रतिप्रभुत्वको अवस्था सिर्जना हुन सक्छ। प्रतिप्रभुत्वका लागि शोषित वर्गले पनि यस्तो हेजेमोनीको निर्माण गर्छ जुन प्रभुत्वशाली वर्गको हेजेमोनीको समानान्तर हुन्छ। प्रभुत्वशाली वर्गले आफ्नो वर्चस्व स्थापना गर्नाका लागि विभिन्न बुद्धिजीवी तथा नागरिक समाजको परिचालन गरेको हुन्छ भन्ने विचार ग्राम्बीको प्रभुत्वसम्बन्धी मान्यतामा रहेको छ। प्रस्तुत मान्यतालाई आधार बनाएर साहित्यमा चित्रित वर्ग, जाति र लिङ्गका आधारमा विश्लेषण गरेर देखाउन सकिने भएकाले प्रस्तुत अध्ययनमा वर्ग, लिङ्ग र जातिलाई आधार बनाएर निम्नानुसारको विश्लेषणको ढाँचा तयार पारिएको छ :

### वर्गीय प्रभुत्व

कथामा वर्णन गरिएका निम्न, मध्यम र उच्च वर्गका व्यक्तिहरूबीचमा केकस्तो सम्बन्ध रहेको छ भन्ने कुराको अध्ययन प्रस्तुत शीर्षकमा गरिएको छ। उत्पादन प्रणाली र उत्पादन सम्बन्धका आधारमा वर्गीय सम्बन्ध सामन्तवादी, पुँजीवादी वा समाजवादी कस्तो रहेको छ भन्ने कुराको विश्लेषण यसमा हुन्छ (भट्टराई, २०७७ख, पृ. ३)। कथामा त्यस सम्बन्धलाई कसरी चित्रण गरिएको भन्ने कुराको विश्लेषण यस उपशीर्षकमा गरिएको छ। वर्गीय प्रभुत्व वर्गीय विषयसँग सम्बन्धित विषय हो। प्रभुत्वलाई वर्चस्व पनि भनिन्छ। यो उच्च वर्गीय वा निम्न वर्गीय वर्चस्वका रूपमा प्रकट हुन्छ (भट्टराई, २०७७ख, पृ. ४)। कथामा उच्च वर्गले आफ्नो हित तथा फाइदाका निम्ति अर्थात् उच्च वर्गीय वर्चस्व कायम गर्न सहमतीय वा दवावात्मक शैली अपनाउने गर्छ भने निम्न वर्गले कतै त्यसको प्रतिरोध गर्ने प्रयत्न गर्छ भने कतै प्रयत्न गर्दैन। विद्यमान उत्पादन प्रणालीको र सत्ताको रक्षा गर्ने काम उच्च वर्गले गर्ने र प्रगतिशील उत्पादन पद्धति स्थापना गर्न सत्ताको प्रतिस्थापना गर्ने क्रममा वर्चस्व प्रकट हुन्छ (भट्टराई, २०७७ख, पृ. ४)। प्रस्तुत शोधकार्यमा यसै अवधारणाका आधारमा भिक्षुका कथामा देखिएको वर्गीय प्रभुत्वको अध्ययन गरिएको छ।

## लैङ्गिक प्रभुत्व

समाजमा महिला, पुरुष र तेस्रो लिङ्गी रहेका हुन्छन् । वर्गको उत्पत्तिको कारण जसरी सामाजिक, आर्थिक र ऐतिहासिक हो, समाजमा देखिने लिङ्गगत भेदको कारण पनि यही हो (भट्टराई, २०७०, पृ. १२) । महिला र पुरुष बीच लैङ्गिक भिन्नता भएपनि यौनिकताका बीच भने सम्बन्ध रहेको हुन्छ । प्राकृतिक लिङ्ग व्यवस्थाका आधारमा महिला र पुरुष भिन्न छन् भने सामाजिक सांस्कृतिक सम्बन्धताका आधारमा परम्परागत लैङ्गिक सम्बन्धले पनि यिनको भूमिकालाई भिन्न बनाएको हुन्छ (भट्टराई, २०७७ख, पृ. ४) । कथामा प्रयोग भएका पात्रहरूको प्राकृतिक र सामाजिक-सांस्कृतिक सम्बन्ध कस्तो रहेको छ भन्ने कुराको विश्लेषण यसमा गरिन्छ । यसमा समाज र संस्कृति तथा त्यससँग पुरुष वा महिलाको सम्बन्धको अध्ययन पनि हुन्छ । समाजमा लिङ्गका कारण हुने सबै प्रकारका विभेदकारी चिन्तन र विचारधाराको विश्लेषण हुन्छ । कथामा पुरुष, महिला तथा तेस्रो लिङ्गी पात्रका रूपमा आएका हुन्छन् । कथामा आएका ती पात्रहरूमध्ये महिला शोषित र उत्पीडन हुने वा शोषक हुने तथा पुरुष शोषित र उत्पीडन हुने वा शोषक हुने परिस्थिति सिर्जना हुन्छ । कथामा पुरुष र महिलामध्ये कुनै एक पात्रको सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक तथा यौनिक सन्दर्भमा प्रभुत्व वा हैकमको अवस्था सिर्जना भएमा लैङ्गिक प्रभुत्व हुन्छ । भिक्षुका कथामा पुरुष वा महिलामध्ये कसको प्रभुत्व छ भन्ने कुराको विश्लेषण यसै अवधारणाका आधारमा गरिएको छ ।

## जातीय प्रभुत्व

समाजमा विभिन्न जातिहरूको बसोबास हुन्छ । जातीय सम्बन्धका क्रममा सत्ता सम्बन्धले उत्पन्न गर्ने बेमेल, अन्याय अत्याचारका कारण उच्चता र निचता, प्रधानता र हीनता तथा तल्लो जात र माथिल्लो जातको अवस्था उत्पन्न गराएको छ (भट्टराई, २०७७ख, पृ. ७) । यसप्रकारको विभेदका कारण कथित उच्च जातीय प्रभुत्वका कारण उच्च जातिका मान्छेले निम्न जातिका मान्छेलाई सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक, मनोवैज्ञानिक रूपमा शोषण गरेको हुन्छ । कथामा वर्णन गरिएका जाति, जनजाति तथा विभिन्न जातिबीच

कस्तो प्रकारको सम्बन्ध रहेको छ भन्ने कुराको अध्ययन यसमा गरिएको छ । यसमा समाज र संस्कृति तथा त्यससँग जातजातिको सम्बन्धको पनि अध्ययन गरिन्छ । प्राकृतिक रूपमा जातीय व्यवस्था जीववैज्ञानिक र भौगोलिक परिस्थितिको उपज भए पनि सामाजिक सांस्कृतिक आधारमा मानिस मानिसका बीचमा भिन्नता सिर्जना भई जातीय विभेद उत्पन्न भएको छ (भट्टराई, २०७७ख, पृ. ७) । जातीय विभेदका कारण विभिन्न जातिहरूको सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक, राजनीतिक आदि क्षेत्रमा भिन्नता आई सामाजिक, सांस्कृतिक क्षेत्रमा विभेद सिर्जना हुन्छ । प्रस्तुत अध्ययनमा यसै अवधारणाका आधारमा भवानी भिक्षुका कथामा देखिने जातीय प्रभुत्वको अवस्था कसरी प्रस्तुत भएको छ भन्ने कुराको विश्लेषण गरिएको छ ।

### माधुरी नानी कथामा सांस्कृतिक प्रभुत्व

संस्कृतिका विविध रूपहरूमध्ये साहित्य पनि एक हो । साहित्यमा समाजमा विद्यमान विभिन्न संस्कृतिहरूको अभिव्यक्ति हुन्छ । साहित्यलाई संस्कृतिको सिर्जनात्मक प्रतिरूप पनि मानिन्छ । सांस्कृतिक अध्ययन पछिल्लो चरणमा देखिएको साहित्य विश्लेषणको नवीनतम अध्ययन पद्धति हो । यो कुनै एक विषय र क्षेत्रसँग मात्र सम्बन्धित नभएर यसले विविध विषय क्षेत्रलाई समेटेको छ । यसले कृतिमा देखिने वर्गीय, लैङ्गिक तथा जातीय प्रभुत्वको पनि अध्ययन गर्दछ । समाजमा प्रभुत्व स्थापना गर्न आर्थिक, सामाजिक, राजनैतिक तथा अन्य विभिन्न रूपले सम्पन्न हुनुपर्छ अनि मात्र प्रभुत्व स्थापना गर्न सकिन्छ । फेरि एक पटक स्थापना भएको प्रभुत्व सधैंभरि एक नासको हुँदैन, त्यहाँ प्रतिप्रभुत्वको अवस्था आउन सक्छ । समाजमा प्रभुत्वशाली वर्गले निमुखा तथा असम्पन्न वर्गलाई सधैं शोषण गरिरहन्छन् । शोषण वर्गीय आधारमा मात्र नभएर लैङ्गिक तथा जातीय आधारमा पनि हुन्छ । यसमा कथा विश्लेषणका लागि वर्गीय, लैङ्गिक र जातीय प्रभुत्वलाई मुख्य आधारका रूपमा लिइएको छ । भिक्षुका कथामा वर्गीय, लैङ्गिक र जातीय असमानता र विभेद, दमन र शोषण वर्ग र वर्गकै केन्द्रीयतामा प्रस्तुत भएको पाइन्छ । यिनका कथामा वर्गगत समस्याको मूल आधार निम्न वर्ग हो । आर्थिक रूपमा कमजोर भएकै कारण महिला र तल्लो जाति तथा जनजातिका

मान्छेले सम्पन्न तथा उच्च वर्गीय प्रभुत्व खेप्नु परेको छ। यिनका कथामानिम्नवर्गका पुरुष र महिला तथा कथित तल्लो जातिका पुरुष र महिला कुनै न कुनै रूपमा शोषित भएको देखाइएको छ। यसरी भवानी भिक्षुका कथाको यस अध्ययनले तत्कालीन समाजको वर्गीय प्रश्न र समस्यालाई नै मुख्यरूपमा देखाएको छ। वर्गीय समस्या तत्कालीन समाजको मूल समस्याका रूपमा रहेको र त्यसैको सन्दर्भबाट लैङ्गिक तथा जातीय समस्या निम्तिएको कुरा यस अध्ययनले पुष्टि गरेको छ।

### माधुरी नानी कथामा वर्गीय प्रभुत्व

'माधुरी नानी' कथा भवानी भिक्षुद्वारा लेखिएको *मैयाँ साहेब* (२०१७) कथासङ्ग्रहमा सङ्कलित छ। यस कथामा राणा शासनकालमा राणा दरबारमा सुसारेका रूपमा रहेकी माधुरी नानीको जीवनको उत्तरचढावको चित्रण गरिएको छ।

सानै उमेरदेखि नै दरबारमा सुसारेका रूपमा बसेकी माधुरी नानी आकर्षक अनुहार भएकी, साह्रै सुन्दरी थिई। उसलाई देखेर दरबारका कर्मचारी सुब्बा, खरदार मात्र नभएर जोकोही पनि लोभिनथे। उसको रूपमात्र सुन्दर नभएर काम गर्ने शैली पनि राम्रो थियो। दरबारका सामान राम्रो तरिकाले मिलाउनुमा उसको प्रसिद्धि थियो। कुनै वस्तु, कुनै कुना पनि हेर्ने बित्तिकै त्यसमा माधुरी नानीको स्पर्श थियो भन्ने कुरा सोभै अनुमान गर्न सकिन्थ्यो। उसको कुरा राणाहरूले समेत हतपत्त काट्दैनथे। उसले दरबारमा काम गरेको लगभग १० वर्षपछि देशमा प्रजातन्त्र आउँछ। त्यसपछि राणाहरूको आमदानी कम हुँदै जान्छ र उनीहरूको प्रभुत्व पनि घट्छ। फलस्वरूप कर्मचारी तथा सुसारेमा कटौती हुन्छ। माधुरी नानीलाई दरबारबाट हटाउने कुरा हुँदा उसले दरबारको वाध्यता बुझेर आफै हट्ने कुरा गर्छे। दरबारका कर्मचारीलाई सामान जचाई मालिकलाई ढोग गरी घर फर्कदा उसको आँखामा आँशु देखिन्छ। उसलाई दरबार छोड्न अफ्ठ्यारो भएको सबैले महसुस गर्छन् तर पनि उसलाई कसैले राख्न सक्दैनन् र पछि ऊ घर जान्छे। उसलाई घर बस्न गाह्रो हुँदै जान्छ। उसका बुबा, आमा, दाजुभाइले पनि पहिलेको जस्तो व्यवहार देखाउन छोड्छन्। उसलाई कसैसँग

विवाह गरी बस्न मन लाग्छ तर दरवारमा रहँदा उसले त्यसका बारेमा नसोचेकोमा पश्चाताप हुन्छ । उसले दरवारबाट बचाएर ल्याएको किरिम, पाउडर, बसाउने साबुन पनि सकिँदै जान्छ । बिस्तारै उसमा दरवारमा बस्ने चाहना बढ्दै जान्छ । कुनै दिन ऊ दरवार जान्छे । दरवारका सुसारे तथा अन्यले मालिकलाई बिन्ती चढाएर भए पनि माधुरीलाई दरवारमै राख्नु पर्छ भन्ने कुरा पर्छन् । उसले पनि आफू दरवारमा बस्न पाए केही नचाहिने, मरेपछि वाग्मतीमा पुर्‍याए हुने कुरा गर्छे । साँझपख मालिकनीले माधुरी नानीलाई राजाको दर्शन गर्न लिएर जान्छिन् । अब दरवारमै बस्न पाइन्छ भन्ने ठुक्क भएकी माधुरीलाई राजाले कहिलेकाहीँ आउँदै गर्नु, कसैले छोडे भने राखुला भन्ने आस्वासन दिन्छन् । त्यसपछि ऊ मेरा लागि कतै खाली ठाउँ छैन भन्ने चिन्तामा पर्छे । घरमा पुगी खाना समेत नखाई ओछ्यानमा पुगेर यहाँ पनि आफ्नो लागि खाली ठाउँ छ कि छैन भनेर छाम्न थाल्छे र कथा टुडिगन्छ ।

'माधुरी नानी' कथामा वि.सं २००७ सालमा प्रजातन्त्र आइसकेपछि त्यसले सर्वसाधारण जनताको आर्थिक अवस्थामा परेको प्रभाव र त्यसले निम्त्याएको समस्यालाई विषय बनाइएको छ । यसले त्यतिबेलाको नेपाली समाजको आर्थिक सम्बन्धलाई प्रस्तुत गरेको छ । असमान आर्थिक सम्बन्धका कारण त्यसले समाजमा शोषक र शापित वर्गका बीच देखा पर्ने असमानता तथा सामाजिक-सांस्कृतिक सम्बन्धमा पार्ने प्रभावको समेत उद्घाटन गर्दै कथाले नेपाली समाजमा देखिएको वर्गीय असमानता र विभेदको चित्र उतारेको छ ।

वर्गीय सम्बन्ध मूलतः आर्थिक सम्बन्ध हो र यसमा उत्पादनका साधनका स्वामित्वका सन्दर्भमा वर्गहरूका बीच कस्तो सम्बन्ध छ र वर्गहरूको पारस्परिक निर्भरता कस्तो छ तथा उत्पादन, वितरण, विनिमय र उपभोग प्रक्रियामा कस्तो सम्बन्ध छ भन्ने कुराको विश्लेषण गरिन्छ । कथामा माधुरी नानीको परिवार छ र त्यस परिवारको आर्थिक अवस्था निम्न छ । उनीहरूको उत्पादनका साधनहरूमा पहुँच नभएको हुनाले माधुरी नानी काम गर्नाका लागि सानैमा राजा साहेबको घरमा जान्छे । राजा साहेब राणा राणाशासन कालमा प्रशस्त आएस्रोत भएको व्यक्ति हुन्छ । भान्सामा काम गर्ने नोकरचाकरदेखि लिएर थुप्रै नोकरचाकर र सुसारेहरू

समेतलाई कजाएर बसेको राजाको अवस्था प्रजातन्त्र आइसकेपछि नाजुक हुँदै जान्छ । 'यसमा जहानियाँ राणाशासनको राजनैतिक पतनको परिणामी प्रतिच्छाया (खासगरी आर्थिक परिप्रेक्षमा) देख्न पाइन्छ' (त्रिपाठी, २०४९, पृ. ४००) । पछि आर्थिक अवस्थाले नधानेर नोकरचाकर निकाल्ने अवस्थामा पुग्छ । यस कथाको वर्गीय सम्बन्ध आर्थिक मात्र नभएर सामाजिक सांस्कृतिक पनि रहेको छ । माधुरी नानीले दरवारमा रहँदा केवल श्रम मात्र खर्च गर्नु परेको छैन, राजा साहेबलाई शरीर पनि सुम्पनु परेको छ । आर्थिक सहयोग या नोकरी दिने निहुँमा तत्कालीन राणाहरूले गरिवहरूलाई सामाजिक, सांस्कृतिक तथा आर्थिक रूपमा कसरी शोषण गर्थे भन्ने कुराको उद्घाटन प्रस्तुत कथामा गरिएको छ भने गरिवहरू चाहिँ उनीहरूको घरमा काम गर्नु कुनै शोषण नभएर उनीहरूको अधिकार हो भन्ने मान्दथे भन्ने कुरालाई प्रस्तुत कथामा देखाइएको छ । पुँजीवादी समाजमा गरिवहरूले मालिकको घरमा काम गर्नुलाई आफ्नो शोषण भएको मान्दैनन् भन्ने ग्राम्चीको हेजेमोनीसम्बन्धी मान्यता यस कथामा आएको छ ।

कृतिमा प्रभुत्वको पहिचान गर्ने एउटा आधार वर्ग हो । आर्थिक अवस्थाका आधारमा समाज उच्च र निम्न गरी दुई वर्गमा विभाजित छ । माधुरी नानी निम्न वर्गीय पात्र हो । '२००७ सालको क्रान्ति र यसका निकटतम पूर्वपर समयका युगीन राजनैतिक सन्दर्भका साथै आर्थिक सङ्कटको अवस्थाको अभिव्यक्ति पनि यसमा गरिएको छ' (त्रिपाठी, २०४९, पृ. ४००) । वि.सं २००७ सालमा प्रजातन्त्र आउनुभन्दा अगाडिको राणाकालीन परिवेश र प्रजातन्त्र आइसकेपछि नेपाली समाजमा देखिएको आर्थिक असमानताको तस्विर प्रस्तुत कथामा खिचिएको छ । यस कथामा आएका राजा र रानी काठमाडौँमा घर भएका तथा प्रशस्त नोकरचाकर कजाउने सम्पन्न व्यक्ति हुन् भने राजाको दरवारमा काम गर्ने कर्मचारीहरू, सुब्बा, सरदार, मुखिया, माधुरीका बाबु, काका र दाजुले असम्पन्न व्यक्तिको प्रतिनिधित्व गरेका छन् । यस कथाकी प्रमुख पात्र भने माधुरी नानी नै हो । उ आर्थिक अवस्था कमजोर भएका कारण काम गर्नाका लागि सानैदेखि दरवारमा गएको हो । उसले पठाएको रकमबाट उसको घरको अवस्था केही सुधिएको छ । उसले दरवारमा राजा र रानीलाई अनेक

कुराबाट सुख दिएकी छे । राजाले माधुरी नानीजस्ता अनेक व्यक्तिलाई शोषण गरेर आफ्नो प्रभुत्व कायम गरेको छ । कुनै पनि व्यक्तिले प्रभुत्व कायम गर्न आर्थिक, सामाजिक तथा राजनैतिक रूपमा सबल हुनुपर्छ ।

प्रस्तुत कथाको राजा पनि यी सबै कुरामा सक्षम छ भन्ने कुरालाई तलको साक्ष्यले स्पष्ट पार्छ :

माधुरी नानीको सञ्जनी सबैभन्दा बढ्ता केमा हुन आएको थियो भने, दरबारका विभिन्न विलास वस्तु, थरिथरिका मालसामान, दामी राम्रा भाँडाकुँडा, ओछ्यान-पलङ्ग इत्यादिमा आफैले उपभोग नगरे पनि खाली उठाउन, राख्न, सजाउन, मिलाउनमा उनको एउटा आसक्ति रहेको थियो । दरबारका बच्चाहरू, कुमार कुमारी, किशोर, तरुणी, सारालाई गुलाफका फूलदानजस्तो सजाई मनोरम, लोभलाग्दो र सुन्दर पारिदिने काम पनि सजिनेहरूको होइन कि माधुरी नानीको आफ्नै रमिता, आनन्द वा शोख थियो (पृ.१०९) ।

प्रस्तुत साक्ष्यमा दरवारमा अनेक किसिमका विलासिताका वस्तु, थरिथरीका भाँडाकुँडा तथा राजाका परिवारको जीवनशैली हेर्दा उनीहरूको आर्थिक अवस्था सशक्त छ भन्ने कुरा स्पष्ट हुन्छ । त्यतिमात्र होइन, उसको दरवारमा प्रशस्त मात्रामा काम गर्ने कर्मचारी तथा नोकर, चाकर छन् । माधुरी नानी भन्छे : 'सुब्बा बाजे (बाहुन नभई बढी उमेर भएको बाजे) कहाँ जानुभयो ? मुखिया, खर्दार कता पुगे ? छि: यहाँ यस्तो परिरहेछ, कति कति थोक तयार पारिदिन हिजै मर्जी भएको, केही छैन, लौ त अब कसरी मिलाउने ?' ( पृ.१०८) । यस साक्ष्यले पनि राजाको आर्थिक, सांस्कृतिक पक्षलाई नै उजागर गरेको छ । यस प्रकारको सम्पन्न व्यक्ति भएपनि उसले तल्लो वर्गप्रति गर्ने व्यवहार भने हैकमवादी नै छ । केही कुरा बोल्दा होस् वा कुनै व्यवहार गर्दा होस् राजाले उनीहरूलाई दबाएकै हुन्छ । यस कुरालाई प्रस्तुत साक्ष्यले स्पष्ट पारेको छ : 'दरबारका प्रत्येक कोठाबाट साँझ बिहान अक्सर गरी सुन्न पाउन सकिन्थ्यो- 'यो यसरी के गरी मिलाएको, कस्तरी बिगारेको, फोहोर...खै माधुरी कहाँ छे, हँ ? गोरुहरूले गरेर साध्य छ र !' (पृ. १०९) । प्रस्तुत साक्ष्यमा उच्च वा प्रभुत्वशाली वर्गले आफ्नो शक्तिको आडमा निम्न वर्गलाई गोरु भनी ज्ञानको निर्माण गरेका छन् ।

आफूभन्दा निम्न वर्गलाई होच्याएर बोल्नु उनीहरूको संस्कृति नै बनेको छ र यहाँ त्यसको प्रतिवाद कसैले गरेका छैनन् । यस सम्बन्धमा ग्राम्ची के भन्छन् भने समाजमा बुद्धिजीवी वर्गले यस्तो ज्ञानको निर्माण गर्छन् कि गरिबले आफू शोषित हुनु हामीले पहिल्यैदेखि ल्याएको कर्म हो । उनीहरूसँग प्रतिवाद गर्ने विषयमा गरिबहरू सोच्दै सोच्दैनन् । यहाँ पनि त्यही भएको छ । त्यसैगरी प्रभुत्वशाली वर्गले निम्नवर्गका व्यक्तिलाई स्पष्ट कुरा नगरेर आशाको त्यान्द्रोमा झुण्डाइ राख्छन् भन्ने कुरा राजा साहेबले माधुरी नानीलाई दिएको आश्वासले स्पष्ट पाछ । समाख्याता भन्छन् :

‘अनि एकछिन चुप रही दुई एक सकौं तानेर मर्जी भयो–जान थालिस् भने चाँडै जानुपर्छ, घर टाढै छ, पहिलेको जमाना होइन, बाटैमा लाखलुछ पारिरहेछन्, रात पर्नुभन्दा अगावै घरमा पुगिसक्नुपर्छ है, अब कहिले आउँछेस् त ? आउँदै गरेस्, यस्सो दुई एकजनाले छोडेर गए बस्न पाइहाल्छेस् नि ! अनि आँखाको सानले बिदा दिइबक्सियो’ (पृ.११९) ।

राजाले चाहेको भए एकदुई जनालाई निकालेर भएपनि माधुरीलाई राख्न सक्ने थिए तर उनले त्यसो गरेनन् । केवल आश्वासन मात्र दिए । यसबाट के स्पष्ट हुन्छ भने ‘माधुरी नानी’ कथामा राजाले घरमा काम गर्ने गरिबवर्गलाई आर्थिक, सामाजिक तथा सांस्कृतिक रूपमा शोषण गरेको छ र उनीहरूलाई विभिन्न किसिमले आश्वासन दिएर आफूले गरेको ठीक छ भन्ने कुरा उनीहरूको मष्तिस्कमा भरेको छ । ग्राम्सीले यसैलाई प्रभुत्व भन्छन् । यसरी ‘रानीसाहेब’ कथामा राजा साहेबको प्रभुत्व वा हैकमवादी प्रवृत्तिका अगाडि कोही पनि बोल्न नसकेको र उसको हुकुमचलेको हुनाले वर्गीय दृष्टिले राजा साहेब प्रभुत्वशाली पात्र हो ।

### माधुरी नानी कथामा लैङ्गिक प्रभुत्व

प्रभुत्व कायम गर्ने आधार लैङ्गिकता पनि हो । पितृसत्तात्मक सामाजिक संरचनाले युक्त समाजमा पुरुषले नारीलाई नारी भएकै कारणले सामाजिक, आर्थिक र सांस्कृतिक रूपमा शोषण गरेको हुन्छ । लिङ्गीय सम्बन्धका दृष्टिले ‘माधुरी नानी’ कथाको पहिलो सम्बन्ध पारिवारिक छ । माधुरी नानी, उसको बुवा, उसको



दाइ र काका तथा राजा र रानी रहेका छन् । माधुरी नानी, उसको बाबु, काका र दाइ बीच पारिवारिक सम्बन्ध रहेको छ । त्यसैगरी राजा र रानी लोग्ने स्वास्नी हुन् । आर्थिक दृष्टिले राजारानी सम्पन्न छन् भने माधुरी नानी र उसको परिवारको अवस्था निम्न वर्गीय छ । यस कथाको लिङ्गीय सम्बन्धको अर्को पक्ष सामाजिक-सांस्कृतिक सम्बन्ध हो । कथाकी मुख्य पात्र माधुरी नानी आर्थिक स्थिति कमजोर भएका कारणले काम गर्नाका लागि राजाको दरवारमा जानु परेको छ । दरवारमा उसले केवल श्रम मात्र बेच्नुपरेको छैन, राजा साहेबलाई आफ्नो शरीर पनि सुम्पनु परेको छ । यस दृष्टिले राजाको लिङ्गीय सम्बन्ध उत्पीडनकारी छ । ऊ घरको, सत्ताको मालिक हो र उसले माधुरी नानीप्रति पुरुषको प्रभुत्वशाली व्यवहार प्रदर्शन गर्छ । त्यतिमात्र होइन, दरवारका अन्य नोकरचाकरलाई गोरु पनि भन्छ । २००७ सालमा प्रजातन्त्र आइसकेपछि राजा साहेबको सेवासुविधामा कटौती हुन्छ र त्यहीँ निहुँमा माधुरी नानीको नोकरी पनि जान्छ । राजाले चाहेको भए आफ्नो दरवारमा उसलाई राख्न सक्थे तर राख्दैनन् । अतः राजाको इच्छामा माधुरी नानीको भविष्य जोडिएको छ । यसरी असमान लैङ्गिक सम्बन्धका कारण जन्मने लैङ्गिक विभेदलाई कथाकारले पुरुष र महिलाका बीचको लिङ्गीय सम्बन्धका दृष्टिले प्रस्तुत गरेका छन् ।

‘माधुरी नानी’ कथामा प्रथमतः माधुरी नानी नारी भएकै कारणले सानैमा आफ्नै घरबाट शोषित हुनुपरेको छ । सुधा त्रिपाठी भन्छिन्: “यो माधुरी नानीको बैस र राणा खानदानको सौभाग्य एकैचोटी ओझालो लागेको तथा दरवारमै बैस रित्याएर बाहिर निस्केपछि सबैतिरबाट उपेक्षित माधुरी नानीको मनस्तापको कथा पनि हो (२०४९, पृ. १४२)” । त्रिपाठीको प्रस्तुत अध्ययनले यसमा नारीको उपेक्षा तथा पुरुषको प्रभुत्व कसरी प्रकट भएको छ भन्ने कुरा स्पष्ट हुन्छ । माधुरी नानी कथामा माधुरीका बाबुले नै उसमाथि विभेद गरेका छन्, परिणामतः ऊ दरवारमा जानु परेको छ । समाख्याता भन्छन्: ‘बरु, राम्री छोरीलाई चाकरीमा लगाई रिभाएर बढ्ता मान, पावर हत्याउने लोभ नै हो कि यस्तरी आफ्नी घरकी शोभासुषमालाई अर्काकहाँ पठाउन सकिएको भन्ने कुरा पनि अनुमानमा आफ्नाफै नआई नछोड्ने !’ (पृ.१०८) । प्रस्तुत साक्ष्यबाट माधुरी

नानीको बाबुले आफ्नै छोरीलाई दरवारमा पठाएको देखिन्छ । यसका पछाडिको कारण राजाको चाकरी गरेर आफूमा पावर हत्याउने लोभ नै हो । यसो गर्दा आफूले छोरीप्रति अन्याय गरेको भन्ने कुरा उसलाई लाग्दैन, बरु राजा साहेबको सेवा गर्नु आफ्नो कर्तव्य सम्झन्छ । परिणामतः माधुरी नानीले दरवारमा राजाबाट यौनिक शोषण पनि भोग्नु परेको छ । यस कुरालाई तलको साध्यले स्पष्ट पारेको छ :

फेरि दरवारका नव युवक, राम्रा र वाफिला जम्मै उसका मालिकबाहेक लोग्ने पनि त थिएनन् । अनि खाली हरबखतका नजिक सहवासले नै तुष्ट रहेर अस्वाभाविक मिथ्या मात्र सँगाली किन बसियो, आजको यो उद्वेग, यो आवश्यकता, यो अनिवार्यताले उसै बखत किन जोर लगाएनन्, विवश तुल्याइदिएनन् भन्ने कुराहरूको निरन्तर पश्चातापले पनि उसलाई खान थाल्यो (पृ.११६) ।

यस कथाकी प्रमुख पात्र माधुरी नानीलाई उमेरमा विवाह नगरी मालिकसँग सहवास गरेर बस्नुपरेको छ । उसले यौवनमा विवाह नगरेर मालिकसँग सहवास गरेर बसेकोमा पश्चातापमा पर्नु परेको छ तर राजाले माधुरी नानीको इच्छा विपरीत उसलाई दरवारबाट निकालेको छ । माधुरी नानीलाई निकालेकोमा राजा साहेबलाई केही पनि पश्चाताप छैन । बरु उसले झुठा आश्वासन बाँडेर पछि सम्पर्क गर्ने आश्वासन दिन्छ । अर्कातिर उसका घरका मान्छेलेमाधुरी नानीले कमाउँदासम्म हाइहाई गर्छन्, जब दरवारबाट उसको जागिर फुस्किन्छ त्यसपछि उसले घरबाट पहिलाको जस्तो सम्मान तथा व्यवहार पाउँदैन ।

यसरी 'माधुरी नानी' कथामा माधुरी नारी भएकै कारणले शोषित हुनु परेको र राजा साहेबको हातमा शक्ति भएका कारणले माधुरी नानीलाई यौनिक, आर्थिक र सांस्कृतिक रूपमा शोषण गरेकाले यसमा लैङ्गिक दृष्टिले पुरुषको प्रभुत्व देखिन्छ ।

### माधुरी नानी कथामा जातीय प्रभुत्व

जातीय दृष्टिले 'माधुरी नानी' कथामा आएका पात्रहरू छुट्टिदैनन् । यस कथाकी मुख्य पात्र माधुरी नानी हो । जातीय हिसाबले उसको पहिचान कथामा नछुट्टिए तापनि उसले दरवारमा भित्री कोठा सफा गर्ने,

भान्साको काम गर्ने अवसर प्राप्त गरेकी छे । तत्कालीन दरवारमा विशेषतः ब्रह्मण कुलका नारी वा पुरुषलाई भान्से बनाएर राख्ने चलन भएको र यस कथामा माधुरी नानीले सोही काम गरेको हुनाले ऊ उच्च जातकी हो भन्ने कुरा अनुमान गर्न सकिन्छ । त्यसै गरी रानी साहेब र राजा साहेब राणा खानदानका मानिस हुन् । काठमाडौं उपत्यकामा ठूलो दरवार, प्रशस्त नोकर चाकर तथा तिनीहरूको रवाफले पनि उक्त कुरालाई स्पष्ट पार्छ । यहाँ उनीहरूलाई उच्च संस्कृतिको सम्प्रदायका जातिको प्रतिनिधित्व गराइएको छ । यस कथामा आएका माधुरी नानीका परिवारका अन्य सदस्यहरूको र दरवारमा काम गर्ने कारिन्दा, सुब्बा तथा अन्य नोकरचाकरको खासै केही पनि भूमिका नभएको र स्वयं माधुरी नानी र राजारानी बीच जातीय सन्दर्भका कुनै पनि घटना विकशित छैन । तर पनि जातीय हिसाबले राजासाहेबभन्दा माधुरी नानी कथित उच्च जातकी भए पनि ऊ नै शोषित हुनु परेको छ । यस सम्बन्धमा ग्राम्ची के भन्छन् भने कुनै पनि रूपमा प्रभुत्व कायम गर्नका लागि प्रथमतः आर्थिक अवस्था सुदृढ हुनुपर्छ अनि मात्र व्यक्तिले समाजमा हैकम चलाउन सक्छ । यसबाट के स्पष्ट हुन्छ भने तत्कालीन समयमा शोषणको प्रसङ्गमा जातीय हिसाबले कथित उच्च जातको हुँदा प्रभुत्व हासिल हुँदैनथ्यो बरु त्यसलाई पनि वर्गीय संस्कृतिले नै प्रभाव पार्थ्यो । यस कथामा राजा साहेबले माधुरी नानीलाई शोषण गर्नुका पछि मुख्य कारण आर्थिक नै हो ।

### निष्कर्ष

'माधुरी नानी' कथामा राणाकालीन समयमा प्रशस्त आएस्रोत भएको राजा साहेबले कमजोर आर्थिक अवस्था भएकी माधुरी नानीलाई यौनिक तथा आर्थिक रूपमा शोषण गरेको छ । माधुरी नानीले आफू शोषित हुँदा पनि कुनै प्रवाह नगरेको बरु जीवनभर दरवारमा बसेर त्यहीँ मर्न चाहना गरेको विषयको प्रस्तुति यस कथामा छ । यसरी प्रस्तुत कथामा आर्थिक तथा उच्च वर्गीय संस्कृति भएको राजा साहेबले प्रभुत्व कायम गर्न सफल भएको देखाइएको छ । त्यसैगरी यस कथामा राणाकालीन समयमा प्रशस्त आएस्रोत भएको राजा साहेबले कमजोर आर्थिक अवस्था भएकी माधुरी नानीलाई यौनिक तथा आर्थिक रूपमा शोषण गरेको छ ।

माधुरी नानीले आफू शोषित हुँदा पनि कुनै प्रवाह नगरेको बरु जीवनभर दरवारमा बस्न चाहना गरेको विषयवस्तु यसमा छ । यसमा उसले आफू शोषित भएको महसुस गरेकी छैन बरु आफूलाई कजाउनु उनीहरूको अधिकार हो भन्नेजस्तो व्यवहार गरेकी छे । यसरी प्रस्तुत कथामा लैङ्गिक दृष्टिले महिलाको अधीनस्थताका कारण पुरुषको वर्चस्व कायम भएको छ । जातीय दृष्टिले माधुरी नानी उच्च जातकी भए पनि आर्थिक समस्याका कारण कथित निम्न जातिका महिलाले जस्तो प्रताडना सहनु परेको छ ।

भिक्षुको 'माधुरी नानी' कथामा वर्गीय, लैङ्गिक र जातीय असमानता र विभेद, दमन र शोषण वर्ग र वर्गकै केन्द्रीयतामा प्रस्तुत भएको पाइन्छ । यिनका कथामा वर्गगत समस्याको मूल आधार निम्न वर्ग हो । आर्थिक रूपमा कमजोर भएकै कारण महिला र तल्लो जाति तथा जनजातिका मान्छेले सम्पन्न तथा उच्च वर्गीय प्रभुत्व खेप्नु परेको छ । यिनका कथामा निम्नवर्गका पुरुष र महिला तथा कथित तल्लो जातिका पुरुष र महिला कुनै न कुनै रूपमा शोषित भएको देखाइएको छ । यसरी भवानी भिक्षुका कथाको यस अध्ययनले तत्कालीन समाजको वर्गीय प्रश्न र समस्यालाई नै मुख्यरूपमा देखाएको छ । वर्गीय समस्या तत्कालीन समाजको मूल समस्याका रूपमा रहेको र त्यसैको सन्दर्भबाट लैङ्गिक तथा जातीय समस्या निम्तिएको कुरा यस अध्ययनले पुष्टि गरेको छ ।

### सन्दर्भसामग्री सूची

- गाबा, ओमप्रकाश (सन् २०१९). *पाश्चात्य राजनीति-विचारक*. दिल्ली : नेशनल पेपरबैक्स ।
- ग्राम्ची, एन्टोनियो (२०७२). 'बुद्धिजीवीको निर्माण'. अनु. पुष्पराज आचार्य. *मार्क्सवादी साहित्य सिद्धान्तका प्रतिनिधिमूलक विचारहरू*. काठमाडौं : नेपाल प्रज्ञा प्रतिष्ठान ।
- गिरी, अमर (२०७४). *भूमण्डलीकरण र साहित्य*. काठमाडौं : भृकुटी एकेडेमिक पब्लिकेशन्स ।
- गौतम, कृष्ण (२०७५). *मार्क्सवाददेखि उत्तर मार्क्सवादसम्म*. काठमाडौं : भृकुटी एकेडेमिक पब्लिकेशन्स ।
- त्रिपाठी, वासुदेव (२०४९). 'भवानी भिक्षुको समष्टि कथायात्रा : एक रेखाङ्कन' *उन्नयन*. अङ्क १०, पृ. ३४६-४५३।
- त्रिपाठी, सुधा (२०४९). 'कथाकार भवानी भिक्षु र उनका नारीपात्र' *उन्नयन*. अङ्क १०, पृ. १३८-१५० ।
- दोषी, एस.एल.(सन् २०१०). *आधुनिकता, उत्तर आधुनिकता एवं नवसमाजशास्त्रीय सिद्धान्त*. जयपुर : रावत पब्लिकेशन्स ।
- दोषी, शम्भूलाल र प्रकाशचन्द्र जैन (सन् २०१८). *प्रमुख समाजशास्त्रीय विचारक* (दोस्रो संस्करण). जयपुर : रावत पब्लिकेशन्स ।
- पाण्डेय, ताराकान्त (२०७०). 'संस्कृति, सांस्कृतिक अध्ययन र मार्क्सवाद'. *भृकुटी*. भाग १९, असार, पृ. १७२-१९३।
- पाण्डेय, ताराकान्त (२०७३). *मार्क्सवाद, सांस्कृतिक अध्ययन र साहित्यको समाजशास्त्र*. ललितपुर : साभा प्रकाशन ।
- बराल, ऋषिराज (२०७३). *मार्क्सवाद र सबाल्टर्न अध्ययन*. ललितपुर : साभा प्रकाशन ।
- भट्टराई, रमेश (२०७०). 'सांस्कृतिक अध्ययनका मूलभूत सिद्धान्तहरू'. *भृकुटी*. भाग १९, असार, पृ. ३३४-३६५।
- भट्टराई, रमेश (२०७७). *सांस्कृतिक अध्ययनको सिद्धान्त र नेपाली सन्दर्भ*. काठमाडौं : भुँडीपुराण प्रकाशन ।
- भट्टराई, रमेश (२०७७). *आधुनिक नेपाली उपन्यासको सांस्कृतिक विश्लेषण*. काठमाडौं : भुँडीपुराण प्रकाशन ।
- भिक्षु, भवानी (२०१७). *मैयाँसाहेब*. काठमाडौं : नेपाल एकेडेमी ।
- भुसाल, राजु (२०७७). *भवानी भिक्षुका कथामा सांस्कृतिक प्रभुत्व*. अप्रकाशित दर्शनाचार्य शोधप्रबन्ध. नेपाली केन्द्रीय विभाग, त्रि.वि., कीर्तिपुर ।
- सिंह, भोलाप्रसाद र सिंह, रविशंकरप्रसाद (सन् २०१६). *उत्तरआधुनिकतावाद*. जयपुर : रावत पब्लिकेशन्स ।

## **ABOUT**

*The Journal of Academic Development* is a peer-reviewed multi-disciplinary journal of Research Management Cell at Rammani Multiple Campus, Manigram.

### **GENERAL GUIDELINES FOR AUTHORS**

1. Article length should not exceed 6000 words, and be at least 3000 words.
2. Articles should follow APA guidelines for formatting.
3. Articles that lack systematic research will not be accepted for publication.
4. After peer-review, articles can be accepted or re-sent for modification.
5. Articles should be sent in word document, Times New Roman 12 size font
6. Articles should be sent electronically to [rmcresarchteam@gmail.com](mailto:rmcresarchteam@gmail.com)

### **PEER REVIEW POLICY**

Single-blind peer review policy is followed. Manuscripts will be evaluated based on their content, originality, methodology, and significance to the field. The editor will treat all submitted manuscripts and information confidentially. Manuscripts under review and their content will not be disclosed to anyone other than the peer reviewers anonymously and editorial board members. The editor will strive to make timely and informed decisions on submitted manuscripts. Authors will be provided with clear and constructive feedback to aid in the improvement of their work. The editor will make decisions on manuscript acceptance or rejection based solely on the academic work and without regard to the author's race, gender, sexual orientation, religious beliefs, or institutional affiliation. The editor will ensure a fair and unbiased peer review process. Single-blind peer review policy is followed.

**Price: NPR 300/-**

**RESEARCH MANAGEMENT CELL (RMC)**

Rammani Multiple Campus  
Tilottama-5, Manigram, Rupandehi

Past Coordinators

**Prof. Bhoj Raj Kareriya, PhD**  
**Associate Prof. Khagraj Sharma, PhD**

Current Team

**Coordinator Ashok Bhandary, PhD**

Member

**Jagannath Bashyal**  
**Maya Ghimire**  
**Rajendra Thapa Magar**