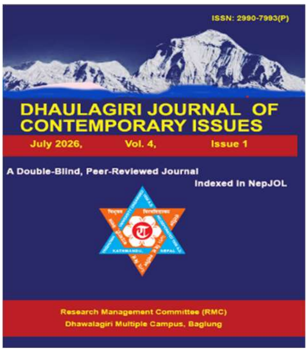
Dhaulagiri Journal of Contemporary Issues *Vol.* 4, *Issue 1* 2026 pp. 195-211

Publisher: RMC Dhawalagiri Multiple Campus, Baglung **ISSN: 2990-7993(P)**



Article information

Received: 8 April 2026
Reviewed: 9 April to 24 April 2026
Revised: 25 April to 28 April 2026
Accepted: 29 June 2026
Published: 8 July 2026
DOI: https://doi.org/10.3126/djci.v4i1.96655
Available: https://dmcjournal.edu.np/index.php/DWJCI

चिया संस्कृतिको सामाजिक पहिचान

महेशचन्द्र प्रधान

Email: mcpradhan.54@gmail.com

लेखसार

फिरन्ता जीवन बिताउँदै आएको मानिस विभिन्न कालखण्डमा विभिन्न स्थानका वनजन्य र कृषिजन्य खाद्यपदार्थ र पेयपदार्थको संसर्गमा रह्यो। तिनलाई एक ठाउँबाट अर्को ठाउँमा पुऱ्याउँदा समयक्रममा तिनले आज फरक संस्कार, संस्कृति र सभ्यता कायम गरेको छ। यसै सिलसिलामा करिव ५००० वर्षअघि चीनको दक्षिण-पश्चिमी भूभागमा आविर्भूत क्यामेलिया साइनेन्सिस प्रजातिको एक नितान्त सदावहार बहुवर्षे रैथाने जङ्गली बुट्यान चियाले औषधीय गुणका रुपमा यात्रारम्भ गरी विश्वमा विकसित सिल्क रोड र आधुनिक समुद्री मार्गको विस्तारपछि आज विश्वका हरेक कुनाकाप्चामा पानीपछिको अत्यधिक प्रयोग हुने पेयपदार्थका रुपमा हाम्रो सभ्यता, अर्थतन्त्र र संस्कृतिको एउटा अभिन्न अङ्ग बनेर बृहत् विश्वव्यापी सञ्जाल निर्माण गरेको छ। प्राथमिक र द्वितीयक तथ्याङ्क स्रोतहरुको प्रयोगबाट तयार पारिएको यो आलेखको मुख्य उद्देश्य चियाको पातमा रहेको क्याफिनले कसरी उपभोक्ताको शरीरमा सुगन्धमय ऊर्जा थपिएको अनुभूति गराउँदै विश्वका भिन्दाभिन्दै सामाजिक, आर्थिक र सांस्कृतिक परिदृश्यमा नेपाललाई पनि समाहित गरी एउटा बृहत मालामा उन्न सफल भयो भन्ने विषयवस्तुमाथि प्रकाश पार्नु हो। यो आलेख चियाको उत्पत्ति, विकास र विस्तारलगायत हाम्रो सामाजिक सांस्कृतिक जीवनमा यसको महत्व, अवस्था र चुनौतीबारे अध्ययन अनुसन्धान गर्न चाहने अनुसन्धाता र पाठकका लागि उपयोगी हुने अपेक्षा गरिन्छ।

शब्दकुञ्जी : अक्सिडेसन, अर्थोडक्स, क्यामेलिया साइनेन्सिस, खर्सङ/खर्सु खोटी, चिया संस्कृति

Copyright 2026 © The Author(s): This article is licensed under the terms and conditions of Creative Commons Attribution Non-commercial (CC BY NC) License (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

विषयपरिचय

संसारमा आज हामी जेजति वस्तु उपभोग गरिरहेछौं ती सबै मानव सभ्यताको विकासका क्रममा जानकारी प्राप्त भई प्रयोगमा आएका हुन् । त्यसमा चिया पनि एक हो । यसको उत्पत्तिबारे गरिएको खोजअनुसार चियाको पहिलो प्रयोग चीनमा भएको थियो ।

चिया बहुवर्षे सदावहार बोट हो । सुरुमा '*Thea sinensis*' भनिने यो बोटलाई अचेल '*Camellia sinensis*' भनिन्छ । चिया थियासी (*Theaceae*) परिवारभित्र पर्दछ । यसअन्तर्गत झण्डै ६०० स्पिसिज छन् (श्रेष्ठ, २०७३) : । '*Camellia sinensis*' भित्र ३ जातका चियाको खेती प्रमुख छन्:

(क) *Camellia sinensis var. sinensis* (चिनियाँ जात),

(ख) *Camellia sinensis var. assanica* (आसामी जात),

(ग) *Camellia sinensis var. lasiocalyx* (कम्बोडिया जात) ।

क्यामेलिया साइनेन्सिसको पातको कलिलो मुना र टुसाबाट निस्कने हरियो पातलाई अक्सिडेसन विधि अर्थात् अक्सिजनसँगको प्रतिक्रिया अपनाई चिसोपन सुकाएपछि कालो चिया उत्पादन हुन्छ। चियाको बोटले कलिलो मुनालाई कीटपतङ्ग वा अरू जन्तुले नोक्सान नपुऱ्याओस् भनेर मुनामा विशेष रासायनिक पदार्थहरू उत्पादन गरेको हुन्छ। वनस्पतिले मुनाको सुरक्षाका लागि उत्पादन गरेको त्यही विशेष रासायनिक पदार्थ हाम्रो पेयपदार्थ चिया बन्न पुगेको छ । चिया पिउनु भनेको चियाको बोटका कलिला मुनामा विद्यमान रासायनिक पदार्थको सेवन गर्नु हो । जिब्रोमा टर्रो-टर्रो लाग्ने 'टानिन' र थोरै उत्तेजना पैदा गर्ने 'क्याफिन' समेतका हजारौं 'पोलिफिनोलिक कम्पाउण्ड'युक्त चियापत्तीलाई प्रशोधन गरी थरीथरीका चिया बनाइन्छन् (श्रेष्ठ, २०७६) ।

चियामा २८ प्रकारका मिनरल्सका साथै शरीरलाई स्फूर्ति दिने विशेष किसिमको क्याफिन तथा स्वाथ्यका लागि चाहिने धेरै प्रकारका जैविक तत्त्वहरू पाइन्छन् । तीमध्ये मुख्यतः Polyphenols, Amino Acids, Enzymes, Pigments, Carbohydrates, Methylxantines, Minerals, Volatiles हुन् । कालो चियामा कफीमाभन्दा कम क्याफिन पाइन्छ । हरियो र सेतो चियामा कालो चियामाभन्दा अझ कम क्याफिन हुन्छ (श्रेष्ठ, २०७८) ।

अध्ययनविधि र प्रक्रिया

यस आलेखमा प्राथमिक र द्वितीयक तथ्याङ्कको प्रयोग गरिएको छ । प्राथमिक तथ्याङ्कमा विभिन्न व्यक्तिसँग भेटवार्ता, फोनवार्ता, स्व-अनुभव, पारिवारिक अनुभवलाई समेटिएको छ भने द्वितीयक स्रोतअन्तर्गत विभिन्न पुस्तक, पत्रपत्रिकामा प्रकाशित लेख रचना, श्रुति-स्मृति आदिलाई आधार मानिएको छ ।

चियाको उत्पत्ति, जनश्रुति र प्रयोग

वर्तमान विश्वमा पानीपछि अत्यधिक प्रयोग हुने चियाको इतिहास हजारौँ वर्ष पुरानो छ। यो पेयपदार्थको उत्पत्ति र व्यापकताका पछाडि एउटा रमाइलो पृष्ठभूमि र रोचक जनश्रुति रहेको छ । चिया सुरुमा खासगरी २९° उत्तरी अक्षांश र ९८° पूर्वी देशान्तरका बिच फैलिएको चीनको दक्षिण-पश्चिम, तिब्बत, उत्तरी म्यानमार र भारतको उत्तरपूर्वी सीमारेखामा पर्ने भूभागमा उत्पादन हुने गर्दथ्यो (हिस एण्ड हिस, सन् २००७) ।

उष्ण, उपोष्ण र शीतोष्ण हावापानी भएको सबै किसिमको माटोमा चियाको खेती गर्न सकिन्छ । सिरिस (Albizia moluccanais) को उत्पादन सफलतापूर्वक हुने स्थानमा चियाको खेती गर्न सकिने अनुमान छ । वार्षिक १२००-१५०० मिमि वर्षा र १२°-३०° डिग्री सेन्टिग्रेडको तापक्रम रहेको जमिनमा चियाखेती उपयुक्त मानिन्छ । वार्षिक २५००-३००० मिमि वर्षा र वार्षिक औसत तापक्रम १८-२०° डि. से. हुने स्थान साह्रै उत्तम हुन्छ । सामान्यतया समुद्री सतहदेखि २२०० मि. उचाइसम्ममा चियाखेती सफलतापूर्वक गर्न सकिने भएतापनि ३००० मिटरको उचाइसम्म पनि यसको खेती गर्ने गरिएको छ । चिया खेतीका लागि बुर्बुराउँदो माटो, पानी अड्याउन सक्ने तर नजम्ने र

निकासको व्यवस्था भएको, प्रशस्त मात्रामा प्राङ्गारिक पदार्थ भएको, मलिलो, बलौटे वा बलौटे दोमट माटो उपयुक्त मानिन्छ (श्रेष्ठ, २०७३) ।

चिनियाँ जनश्रुतिअनुसार इसापूर्व २७३७ बीसीमा चीनमा शेन नङ नामका एक बादशाह थिए । उनी एक कृषिविज्ञ तथा विद्वान् व्यक्तिसमेत थिए (बेन, २०१५/प्रधान, २०७१) । चिनियाँ किम्बदन्तीअनुसार शेन नङ बिहान उठेपछि सधैँ उमालेको पानी पिउने गर्दथे । त्यसैले उनले आफ्ना भारदारलाई पानी पिउनुअघि उमालेर राख्न आदेश दिएका हुन्थे । एकदिन उनको लागि उमालिएको पानीमा एउटा पात खस्यो । उनले त्यो पातको मिश्रणबाट उमालिएको पानी थप स्वादिलो तथा स्फूर्तिदायक भएको अनुभूति गरे । यसपछि नै चियाको आविष्कार भएको हुनसक्ने धेरैको विश्वास रहेको देखिन्छ (साबेरी, सन् २०१०, प्रधान, २०७१, सावद, २०८२) । यस विषयमा धेरैको भनाइ प्रायः उस्तै देखिन्छ । चियाको यात्रा प्रारम्भका सम्बन्धमा एउटा किम्बदन्ती छ :

> एकपटक उनका लागि उमालिदिएको पानीमा नजिकैको झाडीको एउटा बोटको पात पर्न जाँदा त्यो पानीको रङ हल्का रातो देखियो । उनले त्यो पात मिसिँदा उत्पन्न भएको रङगीनपनाको वास्तै नगरी त्यसलाई प्रकृतिको उपहार सम्झी सहजतापूर्वक चाखी हेरे । त्यो पातको मिश्रणबाट पैदा भएको रङ्गीन पानी पिएपछि उनलाई अघिपछिको पानीले भन्दा केही बढी स्फूर्ति प्राप्त भएको अनुभूति भयो । यसबाट उनको स्वास्थ्यमा खासै कुनै असर नपरेको र बरु राम्रै ऊर्जा मिलेको महसुस भएपछि उनले त्यही बिरुवाको पातलाई आफ्नो दैनिक जीवनमा नियमित प्रयोग गर्न थाले । यसपछि चीनमा यो पात लोकप्रिय भयो । यो चियाको नामले प्रचलित हुन थाल्यो । यसैलाई चियाको आविष्कारको पृष्ठभूमि मान्ने गरिएको किंवदन्ति छ (प्रधान, २०७१) ।

जनश्रुतिअनुसार शेन नङले बिरुवामा निहित औषधीय गुण वा विशेषता पहिल्याउन तिनका पात, डाँठ (काण्ड) र जरासमेत चपाउने गर्दथे (टोङ, सन् २०१२) । चियाको औषधीय प्रभावबारे लेखिएको पहिलो पुस्तक (*The Shen Nong Herbal*) मा शेन नङले चाखेका कुनै विरुवामा विषादी विशेषता रहेको अनुभूति भएमा उनी चियाका पातहरु चपाई विषको असर दूर गर्ने गर्दथे भनी उल्लेख गरिएको छ (चाउ/केमर, सन् १९९०) ।

किंवदन्तीअनुसार जडीबुटीको राम्रो ज्ञान राख्ने शेन नङ स्वाथ्यप्रति सचेत थिए । उनी आफूलाई स्वस्थ राख्न बिहानीको सुरुवात तातोपानीबाट गर्थे । चिनियाँ चिकित्सा र औषधी विज्ञानका पितासमेत भनेर चिनिने प्रकृतिप्रेमी सम्राट शेन नङ रुखको छहारीमा बसिरहेको बेला उनका सेवक पानी उमाल्दै थिए । उम्लिरहेको पानीमा रुखका केही पातहरू खस्दा पानीको रंग परिवर्तन भई त्यसले मिठो सुगन्ध दिन्छ । विषालु हुन सक्ने भन्दै सेवकले नपिउन भनेपनि उनले पिउँदा ताजगी महसुस भई स्वादले मोहित बनाउँछ। यो घटनालगत्तै शेन नङ यसको खोजबिन र संरक्षणमा आफूसँगै अरुलाई पनि अग्रसर गराई दिनहुँ यही पेय बनाउन सेवकलाई अह्राउँछन् । त्यसपछि शेन नङ साम्राज्यमा प्रख्यात बन्दै यो पेय बिस्तारै सम्पूर्ण चिनियाँमाझ लोकप्रिय बन्न पुग्छ (नेपाल, २०८१) ।

आजभन्दा चार हजार वर्षअघि नै चीनको दक्षिण-पश्चिम क्षेत्रमा चियाको उपभोग हुने गरेको थियो (टोङ, सन् २०१२) । The Classic of Tea तथा Ben Cao Jing – the Materia Medica of Shen Nong लगायतका प्राचीन चिनियाँ स्रोतहरु शेन नङलाई चियाको असरबारे पत्ता लगाउने पहिलो व्यक्ति मान्दछन् (वेबर, डिसेम्बर सन् २०१८) । यसैकारण उनलाई "***चियाको पिता***" भनिन्छ ।

चियाको उपभोग इसापूर्व २००० तिर चीनको युनान हुँदै सिंचुआन प्रान्तमा पनि पुगेको र त्यहाँका बासिन्दाले अरु कुनै जडीबुटीको प्रयोगविना चियालाई केवल पानीमा उमालेर यसको औषधीय महत्वभन्दा यसमा निहित तितोपन र ऊर्जाशील गुणको हैसियतले उपभोग गर्दथे भन्ने किम्बदन्ती रहेको छ (हिस एण्ड हिस, सन् २०११) । सन् २०१६ मा प्राप्त हालसम्मको प्राथमिक भौतिक अभिलेखअनुसार जियानमा हान वंशका वादशाह जिङको समाधिमा उल्लेख भएको छ कि तिनका पुर्खाहरु इपू २००० अघिदेखि नै चियाको सेवन गर्ने गर्दथे (हाउयुआन, सन् २०१६) ।

चीनमा ईसापूर्व- २००० देखि नै चिया औषधीय उद्देश्यका लागि प्रयोग हुँदै आएको मानिन्छ । यसअघिसम्म धेरै ठाउँमा चिया पानजसरी चपाएर खाने गरिन्थ्यो । शरीरको घाउचोट निको बनाउने औषधीको रुपमा यसको प्रयोग हुन्थ्यो । यसलाई पानीमा मिसाएर पिउँदा कयौँ शारीरिक समस्याबाट छुट्कारा मिल्थ्यो । तुरुन्तै निद्रा भगाउने, शरीरका इन्द्रियहरूलाई जगाउने हुँदा त्यतिबेला कैयन् ध्यानीहरूले समेत चियाको पात चपाएर खाने गर्थे भनिन्छ । प्रारम्भमा चीनले आफ्नो देशमा आउने विदेशी पाहुनाको स्वागत यही पेयले गर्थ्यो । तर यो पेय-विधिबारे कसैलाई नखुलाउन भनिएको थियो । यही कारण पनि लामो समयसम्म चिया-तथ्य चीनभित्र मात्रै सीमित रह्यो र विश्व अनभिज्ञ रहीरह्यो (नेपाल, २०८१) ।

प्रारम्भमा थाइल्यान्ड, आसाम, उत्तर प्रदेश, बर्माका मानिसहरु चियालाई लामो समय बाँस, ढाकीलगायतका भाँडाहरूमा गुन्द्रुकझैं कुहाएर राख्थे । पछि मात्रै यसलाई 'अक्सिडाइज' गर्न थालियो (ड्रिइम, २०१९) ।

आसामको ब्रह्मपुत्र नदीको माथिल्लो भेगमा आदिमकालदेखि नै त्यहाँका आदिवासीले चियालाई अचारका रुपमा वा फर्मेन्टेसन गरेर तयार पारिने 'लेफेट' भनिने परिकार बनाउँथे जुन आज पनि लोकप्रिय छ । पानीमा उमालेर दैनिक पेयका रूपमा चिया प्रयोग गरिएको पहिलो निर्विबाद प्रमाणचाहिँ इसापूर्व ५९ मा चिनियाँ दरबारका कवि वाङ बाओले दिएका छन् (बस्नेत, २०७८) ।

सुरुसुरुमा चिनियाँहरू चियाले मधुमेह, रूघाखोकी, र उच्च रक्तचापका बिरामीहरूलाई समेत फाइदा पुऱ्याउँछ भन्ने विश्वास गर्दथे । स्वास्थ्यकै कारण कोही जडीबुटी (हर्बल) चिया, कोही हनी टी, कोही तुल्सी चिया र कोही ग्रिन टीको सिफारिस र फर्मायस गर्नेहरू पनि छन् । हिमाली प्रदेशमा चौंरी गाईको दुधको तर वा घिउमा राखी आवश्यकताअनुसारको नुन मिलाई ढुङ्ग्रोमा फिटेर के बिहान के दिउँसो खाजाभुजाका साथ कपका कप खप्ट्याउँदै आनन्दपूर्वक पिउने र स्वस्थ रहन सकिने बलियो विश्वास छ । भनिन्छ, नेपालको उच्च पहाडी क्षेत्रमा उत्पादन हुने अर्थोडक्स चियामा क्यान्सरसँग लड्ने क्षमतासमेत रहेको हुन्छ (प्रधान, २०७१) ।

चीनमा प्रकाशित पेन चाओ (Pen Tsao) नामको औषधीजन्य पुस्तकमा टाउकोमा देखा पर्ने ट्यूमर, वा कुनै खटिरा विशेष र पिसाबघरमा दुखाइ हुँदा तथा छातीमा कुनै समस्या आइलाग्दा वा कफका कारण देखिने ताप वा ज्वरलाई क्षीण गराउन, तिर्खा मेट्न र निद्रा नियन्त्रण गर्न तथा हृदयलाई खुसी तुल्याइराख्न पनि चिया फाइदाजनक हुने कुरा उल्लेख छ ।

नेपालको पश्चिमाञ्चलमा सामान्य रूघाखोकी र पूर्वाञ्चलमा मर्की लाग्दा अदुवा थिचेर बनाइएको चिया लाभदायक मानिन्छ र यो खासगरी जाडो याममा बढी प्रयोग हुन्छ । फेरि पहाडी प्रदेशमा कालो मरिचको धुलो मिसाई बनाएको चियाले जाडो भगाउनुका साथै आजापूजा र राति जागराम बस्नुपर्ने काम आइलाग्दा यसले धेरै मद्दत गर्दछ भन्ने अभ्यास छ ।

बजारमा पाइने विभिन्न थरीका चियामा तुलसीपातको चिया, गुडुची वनस्पति चिया, सजीवन मोरिङ्गा चिया, बेसार चिया, अदुवा चिया, हर्बल चिया आदि नामका सम्मिश्रित पेयपदार्थका आ-आफ्नै गुण वा दोष छन् (श्रेष्ठ, २०७६) ।

हाम्रो दैनिक खानपानमा प्रयोग हुने आलुलाई जस्तै चियालाई पनि यत्रतत्र सर्वत्र फरक-फरक वस्तुसँग मिसाई व्यवहारमा ल्याउने गरिएको पाइन्छ । विश्वमा नोवल कोरोना भाइरस २०१९ (कोविड १९) नामको एक महामारी एवम् कहरले सताउँदा घरेलु औषधी तथा आयुर्वेदका हिमायतीहरुले चियामा कागती, तुलसी, पुदिना, अदुवा, दालचिनी, मरिच आदि मिलाएर पकाउने र पिउने गर्दा शरीरमा रोग प्रतिरोधक क्षमता वृद्धि हुने विश्वासमा कोरोनाबाट बच्न धेरै सर्वसाधारणले यो विधिलाई अपनाउने गरेको चर्चा पनि थियो । कताकतै यो पनि सुन्नमा आउँछ कि कसै-कसैले रक्सीजस्तो नशालु पदार्थ सेवन गरेको बेला घरपरिवारमा यसको सुईंको नदिन चियापत्ती चपाएर घर फर्कने गर्दछन् । फलतः घरपरिवारमा यसबारे केही थाहा हुन नपाई घरमा शान्ति कायम राख्न मद्दत मिल्दछ (?) । यसलाई चियाको सकारात्मक भनौँ वा नकारात्मक एउटा गुणका रूपमा लिने गरिएको पनि छ (प्रधान, २०७७) ।

खाना जीवनका लागि नभई नहुने आधारभूत आवश्यकता हो । तसर्थ खानाप्रति मानिसहरुमा लोभ, क्षोभ र जिज्ञासा रहनु मानवसुलभ आधारभूत चरित्र हो । आज मानिसले प्रयोग गर्ने वनस्पतिहरु अर्थात् सागसब्जी र फलफूलहरु पनि मानवसभ्यताका क्रममा चिनियाँ बादशाह शेन नङले जस्तै चाख्दै जाँदा ती कुनै ऊर्जाशील, कुनै स्वादयुक्त, कुनै शक्तिशाली त कुनै उपचारजन्य, कुनै स्फूर्तिदायक, कुनै नसालु र कुनै मृत्युको समेत कारकका रुपमा जानकारीमा आई एकपछि अर्को गर्दै फिरन्ता मानिसका साथ हाम्रो जीवनको खानपान संस्कारमा आबद्ध भएका हुन् भने चिया यसै सिलसिलामाको एक विधा हो ।

चियाको विस्तारमा सिल्क रोडको उल्लेखनीय भूमिका रहेको छ । सिल्क रोड भनेको पूर्वी एसियालाई दक्षिणी एसिया, सेन्ट्रल एसिया र भूमध्यसागरीय विश्वलाई जोड्ने तत्कालीन जटिल प्राचीन व्यापारिक मार्गलाई दिइएको नाम हो (ल्यू, सन् २०१०) ।

'क्यामेलिया साइनेन्सिस' अर्थात् चियाको एउटा पातले विशाल भूमण्डलीय यात्रा पार गर्दै आज मानव समाजको अभिन्न संस्कृतिका रुपमा स्थापित भई विश्वको राजनीति, धर्म, व्यापार र सामाजिक परम्परामा समेत विशिष्ट साइनो गाँसी हाम्रो सभ्यता, जीवनशैली र भाग्यरेखाको अजीव दस्ता बनेको छ (सापकोटा, २०८२) ।

यसको खेतीपाती, उत्पादन प्रक्रिया, विक्री वितरणका सिलसिलामा आज विश्वभर प्रतिदिन तीन अरब कप र गिलासहरुमा पस्केर (भुरा/बर्मुडेज/लारिया, सन् २०१९) व्यक्ति-व्यक्तिको मुखमा पुऱ्याउँदा यसले करोडौं मानिसलाई रोजगारीको अवसर जुराइदिएको हुन्छ ।

'नेपाल हुँदै तिब्बत पुगेका भारतका विक्रमशिला महाविहारका आचार्य दीपंकर श्रीविज्ञानले आफ्ना ३५ अनुयायीसँग भोट जाँदा स्वागतमा चिया पस्किँदा उनीहरू आश्चर्यचकित भएका थिए।...पछि भोट जाने नेपाली प्रतिनिधिमण्डललाई पनि सत्कारमा चिया खुवाउने प्रथा सुरु भयो। यस अर्थमा चिया सत्कारको सुन्दर प्रतीक बनेको थियो,' ज्ञानमणिले लेखेका छन्, 'तिब्बतसँग व्यापार गर्ने काजी भीम मल्लले चियाको चलन भित्र्याएका थिए। मल्लकालीन अन्य व्यापारीले यसलाई सर्वसाधारणसम्म पुऱ्याउने श्रेय पाएका छन्। त्यसबेला कचहरी बस्दा मुखियाका घरमा तमाखु र चिया तयार पार्ने व्यवस्था हुन्थ्यो। एकीकरणपछि भोटका अलावा चीनसम्म यात्रा गर्ने प्रथा बढ्यो' (चिया चर्चा, अर्जुन पन्थी तथा सापकोटा, २०८२)।

शताब्दीऔंदेखि नेपाली व्यापारीहरूको तिब्बतसँग व्यापारिक सम्बन्ध निरन्तर कायम थियो । ल्हासामा काठमाडौंका नेवाः व्यापारीहरूको आवतजावत अझ बढी हुन्थ्यो । यो व्यापारिक मार्गबाट कला संस्कृतिको आदानप्रदानका क्रममा चिया संस्कृति नेपालमा भित्रिएको मानिन्छ । हिमाली क्षेत्रका चियाखेती, पाकशैली र स्वाद अनि विशेषगरी शेर्पा समुदायमा प्रचलित 'पु-अर टी (Pu-erh)' (नुन र घिउ मिश्रित चिया) ले पनि यसमा बल पुग्छ (नेपाल, २०८१) ।

कुनैबेला अङ्ग्रेजहरूले आफ्ना सैनिकहरूलाई चिया पिलाई युद्धमा पठाउने गरेकाले चियाले नेपालमा प्रवेश पाएको भनाइ पनि पाइन्छ । आज पनि सैनिकहरुलाई शारीरिक स्फुर्ति र तरोताजा राख्नका लागि निश्चित कोटामा रम (RUM) दिने चलन रहेबाट यो भनाइमा केही सत्यता लुकेको देखिन्छ । २००७ सालको हाराहारीमा ब्रिटिश सेनाबाट फर्केका नेपालीहरूले नेपालमा दुध-चिनी चिया ख्वाउन सिकाएको मानिन्छ ।

नेपालका गाउँघरमा करिब ८०/९० वर्षअघि "चिया के हो ? कहाँ पाइन्छ ? कसरी बन्छ ? कसरी बनाइन्छ ? यसमा के-के राखेर पकाउने र कसरी खाने ?" भन्नेबारे कमै थाहा थियो । त्यसैले सुरुसुरुमा नेपाली गाउँघरमा चियाको प्रयोगसम्बन्धी कहानी आजभोलिका युवाहरुका लागि किम्बदन्ती वा दन्त्यकथाजस्तो लाग्न सक्छ । बागलुङ बजारका रामकुमार शाक्य (८० वर्ष) ले यो आलेखकारलाई १० वर्षअघिको भेटवार्ता (विसं २०७१) मा उनी म्याग्दीको तातोपानीमा विसं २०१८/१९ सालदेखि २०३५/४० सालसम्म रहँदा-बस्दा गाउँघरमा चियाको कसरी प्रवेश भयो र कस्तो समस्या भोग्नुपरेको थियो भन्नेबारे एकआपसमा चर्चा गर्दैगर्दाको वास्तविक अवस्था कोट्याउँदै भनेका थिए:

> दोस्रो विश्वयुद्धताका भारत/बर्मा पुगेका म्याग्दीतिरका नेपालीहरुले घर आएको बखत आफ्नो घर आएका जिम्मावाल मुखियालगायतका भद्र भलादमीलाई सत्कार गर्न आफ्ना श्रीमतीलाई बाकसभित्र रहेको प्याकेट निकाली चिया पकाएर ल्याउन भनेपछि श्रीमती बिचरीलाई 'कहिले चरीले च्याउ खाओस् न मुख ओबाओस्' भनेझैं समस्या आइलाग्यो । तैपनि तिनले आफ्नो बुद्धि अजमाई पकाउन तम्सिइन् । श्रीमतीले चिया बनाउन ढिला गरिन् । भारतीय सेनाबाट छुट्टीमा आएका हवल्दारले जाबो चिया पकाउन पनि किन ढिलो गरेको होला भनेर भान्सातिर बुझ्न गए । श्रीमतीले माछा/मासु र अन्य मिठा परिकार बनाउँदा प्रयोग हुने घिउ, मरमसला, लसुन, अदुवा, नुन, खुर्सानी आदि सबै राखेर विशेष तरिकाले पकाउन थालेकी देखेपछि हवल्दार मरीमरी हाँस्न थाले । पछि उनले सबै सिकाई-अराई फेरि घरमा आएका पाहुनासँग कुरामा नारिए र श्रीमतीले बनाएर ल्याएको चियाको चुस्कीका साथ आफूले लडाइँमा भोगेका देखेका दारुण्य घटनाहरुको वृत्तान्त सुनाएका थिए । (रामकुमार शाक्यसँग व्यक्तिगत संवाद २०७१ माघ ६)

चियाका विषयमा चिरञ्जीवी दाहालको भनाइ यस्तो छ :

> चियाको इतिहास लामो भए तापनि नेपालीको भान्सामा भने धेरै पछि मात्र प्रवेश गऱ्यो । भारतीय लाहुरे नेपाल आउँदा कोसेलीको रुपमा चिया ल्याउने गरेको किस्साहरु सुनिन्छ । घर फर्केर आएको बेला उनीहरुको साथमा चिनी र चियापत्ती पनि हुन्थ्यो । यो धेरै पुरानो कुरा होइन, एक पुस्ता अघिको हो । खासमा भारतीय लाहुरेले नै खासगरी सर्वसाधारण नेपालीको भान्सामा चियाको स्वाद भित्र्याए । त्यसपछि नै हो, नेपालीहरुको जिभ्रोमा यो पेयले साम्राज्य विस्तार गरेको हो । (चिरञ्जीवी दाहालसँग व्यक्तिगत संवाद, २०७५)

चियाको रुपमा खर्सुखोटी/खर्सङखोटी (स्थानीय सन्दर्भ)

केही वर्ष अघिसम्म धवलागिरि अञ्चलका प्रायः सबै जिल्लाका उच्च पहाडी जङ्गलमा पाइने एक प्रकारको रूख 'खर्सु'को खोटीको चिया खाने चलन थियो । यो पंक्तिको पंक्तिकारका पिता स्व. हरिकुमार प्रधानले व्यापार व्यवसाय गर्नुहुँदा खर्सुखोटी पनि किनबेच गर्ने गर्नुहुन्थ्यो भने विसं २०३१-०४१ तिर यो पङ्क्तिकार म्याग्दीका गाउँघरतिर घुम्न जाँदा खर्सुखोटी राखेर पकाएको चिया सेवन गर्ने अवसर पटक-पटक जुर्ने गरेको थियो । खर्सुको चिया भनिने यो पेयपदार्थले कम्मर दुखेकोमा फाइदा हुने विश्वास गरिन्छ र यसमा चियामा जस्तो निकोटिन, ग्यास्ट्रिक र खाना खाने रूचि घटाउने अवगुण पनि देखिन्न (८९ वर्षीय टङ्कराज पन्तसँगको टेलीफोनवार्ताको अंश, २०८३/०१/०५) ।

केही समयअघि यो आलेखकार बागलुङ बजारमा खर्सुखोटी पाइन्छ कि भनी नारायणचोक निवासी अजय श्रेष्ठ र रञ्जित श्रेष्ठको पसलमा पुग्यो । अजयले भने, "धेरै वर्ष भो गुरू, खर्सङ खोटी (बागलुङ बजारमा खर्सुखोटीका लागि प्रयोग हुने नाम) आउन छोडेको ।" सम्भवतः राज्यले देशमा वनजङ्गलको विनाश रोक्नका लागि रक्षात्मक विधि अपनाएका कारण पनि आज यो इतिहासको पानामा सीमित रहन गएको हो भन्ने लाग्दछ ।

बागलुङको ग्वालिचौरमा ***कालो काफलको बोक्राको धुलो र सौरको रूखको बोक्राको धुलो***को चिया खानाले रुघा, कम्मर दुख्ने र ज्वरो आउने जस्ता समस्यामा प्रतिरोधीको काम गर्दछ भन्ने भनाइ छ (कालिका सापकोटासँगको भेटवार्ता, २०७१/१०/०७) ।

आजभोलि चीनमा सयपत्री, गुराँस, मखमली, गोदावरी, चमेली, गुलाबसहित नाम थाहा नभएका अन्य फूलहरुलाई पनि चियाका रुपमा प्रयोग गर्दछन् । त्यति मात्र होइन कागती, सुन्तला, ज्यामिर, भोगटे, अम्बा जस्ता फलहरुलाई चाना पारेर सुकाएपछि चियाका रुपमा प्रयोग गरिने पनि देखियो (आचार्य, सन् २०२४) ।

चियाको नामकरण

चिनियाँ ताङ वंशको एक लिखित सामग्रीअनुसार चियालाई सुरुमा 'तु' भनिन्थ्यो । 'चिया' को अर्थ दिने यो वर्णले 'तितो' भन्ने बुझाउँछ। हान राजवंशकालमा यसलाई 'चा' भन्न थालियो। चीनबाट रेशममार्ग (स्थलमार्ग) हुँदै पुगेका ठाउँमा 'चा' र समुद्रीमार्ग अपनाई पुगेका ठाउँमा 'टी' र बेलायतमा रानी भिक्टोरियाको पालासम्म 'Tay' भन्दाभन्दै पछि 'टी' भन्न थालिएको पाइन्छ (श्रेष्ठ, सन् २०७८) ।

हाम्रा हिमाली क्षेत्रका जनजातिहरू चियालाई 'छ्या' वा 'च्या' ले पुकार्छन् । चियाको नाम ठाउँअनुसार फेरिँदै जापानमा 'चा', केन्या, पर्सिया, भारत र रुसमा 'चाय' र श्रीलङ्कामा 'ते' छ । चियाको प्राचीन खेती गर्ने बर्मामा भने चियालाई 'लफने' भनिन्छ (श्रेष्ठ, २०७६) ।

एसियाका इन्डोनेसिया, बर्मा, कम्बोडिया, श्रीलङ्का, भारतको तमिलनाडुमा 'टी' र अन्य प्रायः देशमा चियाकै हाराहारीमा 'चा' नै भन्दछन्। जापानमा 'होचा', मध्यपूर्व, मध्यएसिया, दक्षिण तथा दक्षिण पूर्वी एसियाका कोरिया, भियतनाम थाइल्यान्डसमेतका देश, पूर्वी युरोप, युरोपको पोर्चुगल, उत्तर अफ्रिका र ब्राजिलमा चियालाई चीनमा जस्तै 'चा' र नेपालमा चिया भनिन्छ । सन् १५९० तिर पोर्तुगालीले युरोप पुऱ्याउँदा अङ्ग्रेजी भाषाको 'टी' का ठाउँमा 'चा' नै भन्ने गर्दथे। पछि डचहरूले युरोपमा 'टी' शब्द भित्राएपछि युरोप र उत्तर अमेरिका, अस्ट्रेलिया, मध्य तथा दक्षिण अफ्रिकी मुलुकमा 'टी' शब्द नै चलनचल्तीमा आउन थाल्यो (श्रेष्ठ, २०७६, भण्डारी, २०८१) ।

चियाको विश्व यात्रा

हाम्रो पारिवारिक र सामाजिक जीवनमा थरीथरीका पेयपदार्थहरु प्रयोग हुन्छन् । कुनै घरमा पाहुना-पासा पर्दा स्वागत सत्कारस्वरुप तिनै पेय पदार्थहरु प्रयोग गरिन्छन् जुन ती स्थानमा विशेष ठानिन्छन् र सजिलै उपलब्ध हुन्छन् । जस्तै कतै पानी (खासगरी गर्मी ठाउँमा); कतै दुध, दही, मोही (पहिले-पहिले नेपालका पहाडी बस्तीहरुमा र कताकतै अचेल पनि); कतै चिसो कोल्ड ड्रिङ्क्स् (गर्मी ठाउँ र व्यापारिक फर्महरुमा); कतै छ्याङ, बियर त कतै रक्सी (खासगरी जाडो ठाउँमा) प्रयोग हुने गर्दछ । केही समयअघि नेपालको पश्चिमी क्षेत्रको धवलागिरि अञ्चलका ग्रामीण क्षेत्रमा भने पहाडी जङ्गलमा पाइने खर्सु भनिने एक किसिमको वनस्पतिमा आगो लगाउँदा निस्कने खोटीलाई पानीमा पकाइएको कालो-रातो रङको चियाले स्वागत गर्ने प्रचलन थियो ।

अचेल सबै ठाउँमा चिया नै सघन रूपमा प्रयोग भई हाम्रो सामाजिक जीवनको एक अभिन्न अङ्ग बनेको छ । हामी कतैको यात्रामा रहँदा थकाइ मेट्नु पर्दा चिया पिउन चाहन्छौँ । कुनै साथीसँग भेटेर कुनै विषयवस्तुबारे लामै समय छलफल गर्नुपर्दा र सामाजिक कार्यक्रमको आयोजना गर्नुपर्दा हामीलाई आपसमा जोड्ने, नजिक तुल्याउने, आफन्तजन वा साथीभाइसँगको भेटघाट वा पारिवारिक सम्मिलनको अवस्थामा स्वागत, सत्कार र समय व्यवस्थापनको सर्वाधिक लोकप्रिय माध्यम चिया नै बनेको छ । सभ्यताको विकाससँगै आजको समाजमा चिया अत्यधिक लोकप्रिय संस्कारका रुपमा विकसित भएको छ । यो पेयपदार्थले हाम्रो जीवनचर्यामा यति विघ्न जरा गाडेको छ कि यो विना हाम्रो दैनिक जीवनको कल्पना पनि गर्न सकिँदैन ।

धार्मिक यात्रा

चिया र धर्मका बिच गहिरो सम्बन्ध छ । चियाले मूलतः बुद्ध धर्मको प्रचार, प्रसार र विस्तारमा अहम् भूमिका खेलेको छ । सुरुमा सिल्क रोड र पछि सामुद्रिक मार्गको विस्तारपछि चियाको विश्वव्यापी यात्रा सहज हुँदै गएको हो ।

चीनको सिचुवान प्रान्तमा सबैभन्दा पहिलो पटक पत्ता लागेको चियाको बोट भएको स्थानलाई संरक्षित गरी म्युजियम बनाइएको छ । पहाडी जिल्लामा रहेको उक्त म्युजियममा बर्सेनि हजारौं पर्यटक जाने गर्दछन् । बौद्ध दर्शनअनुसार जापानमा चियाले स्वागत गर्ने र पिउने आफ्नै किसिमको विशिष्ट

मौलिक संस्कार रहेको छ । चियाको इतिहासतर्फ घोत्लिने हो भने चीन र जापानले चिया पर्यटनमार्फत आफ्नो देशलाई विश्वमा चिनाएका छन् (चम्लागाईं, २०७९) ।

इसाको पहिलो शताब्दीका सम्राट् मिङ दीलाई बुद्ध शिक्षाबारे जान्ने उत्सुकता भएपछि उनले भारतदेखि हालको अफगानिस्तानसम्म दूतहरू पठाए । तिनीहरुले चीन फर्किंदा थुप्रै मूर्ति, संस्कृत भाषाका बौद्ध ग्रन्थ र दुई जना बौद्ध भिक्षु (कश्यप मतङ्ग र धर्मतारा) लाई लिएर आए । भिक्षुहरूले निद्रा भगाउन, शरीरमा स्फूर्ति जगाउन तथा योग, ध्यान र साधनाका क्रममा मन एकाग्र बनाउन चियामा बहुउपयोगी गुण देखे । उनीहरूले चियाको यो उपयोगितालाई त्यहाँका किसान, मजदुरदेखि शासकको घरदैलोसम्म पुऱ्याई बौद्धधर्म, संस्कार र खाद्य संस्कृतिको संवाहकका रूपमा चियाको प्रचारप्रसार गर्न थाले (कलिङ्घम, सन् २०१५ ⁄ बस्नेत, २०७८) ।

ताङ वंश (सन् ६०९-९०७) का चिनियाँ सम्राट ताई जोङले तिब्बती लडाकु नाइके स्रङ चङ गम्पोको सम्भावित आक्रमण छल्न राजकुमारी वेनचेङलाई उनीसँग विवाह गराइदिए । (हो ⁄ मेयर, सन् २००९) । सन् ६४१ मा राजकुमारीले पाएको दाइजोमा याकका साथै चिया पनि रहेकाले बौद्धधर्मका साथ चिया पनि तिब्बत पुग्यो (Heiss & Heiss, 2007 AD)।

सन् ८०४ मा बौद्ध ग्रन्थको अध्ययन गर्न चीन पुगेका दुई जापानी भिक्षु साइचो र कुकाईले बौद्धधर्मका साथसाथै चियालाई जापान पुऱ्याए । यसको दुई शताब्दीपछि सन् ११९१ मा चीनबाट जेन बौद्धधर्म अध्ययन गरेर जापान फर्केका म्योआन इसाईले चिया र जेन बौद्धधर्मलाई लोकप्रिय बनाएपछि आध्यात्मिक र शारीरिक स्फूर्तिका लागि चियालाई आवश्यक पेयका रूपमा स्थापित गराए । चियाको पूर्ण एकाधिकार प्राप्त चीनले तिब्बतमा चिया निर्यात गरी युद्धका लागि आवश्यक घोडाको सौदा गर्ने विदेश नीति अपनाएको थियो (बस्नेत, २०७८) । यसपछि बौद्धधर्मका अनुयायी भएका देशहरु तिब्बत, जापान र कोरियामा चिया तीब्र गतिमा फैलियो ।

अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार र अर्थतन्त्रमा चियाको प्रवेश

चीनबाट विभिन्न कालखण्डमा विभिन्न देशमा सैर मार्न पुगेको चियाको विश्वव्यापकता वा विस्तारको इतिहास निकै लामो छ । आज विश्वका मुख्यतः एसिया, अफ्रिका, दक्षिण अमेरिका, काला सागर र क्यास्पियन सागरवरपरका क्षेत्रहरुमा चियाको खेती तथा उत्पादन गर्ने गरिएको छ । चीन, भारत, इन्डोनेसिया, केन्या, श्रीलङ्का, भियतनाम, टर्की, इरान, जापान, अर्जेन्टिना आदि चिया उत्पादक राष्ट्रहरुमध्ये चीनले सबभन्दा बढी चिया उत्पादन गरी यसको निर्यातबाट मनग्य अन्तरराष्ट्रिय मुद्रा आर्जन गर्दछ । उपभोगको दृष्टिबाट सबभन्दा बढी उपयोग चीनमा भएतापनि चिया पिउनेहरुमा टर्की, बेलायत र आयरल्याण्डका बासिन्दाहरु अगाडि आउँछन् ।

आसाममा चिया उत्पादन सुरु भएपछि सन् १८३९ मा पहिलो भारतीय चिया लन्डनमा बिक्री गरिएको थियो । विश्वमा ठुलो परिमाणमा चिया निर्यात गर्ने आसामलाई 'चियाको देश' भनिन्छ भने दार्जिलिङलाई 'टी च्याम्पियन' (नेपाल, २०८१) ।

चिया उद्योगमा विश्वको ठुलो जनशक्ति क्रियाशील छ । यसको खेतीपाती, उत्पादन प्रक्रिया, बिक्री वितरणका सिलसिलामा आज विश्वभर प्रतिदिन तीन अरब कप र गिलासहरुमा पस्केर (भुरा ⁄ बर्मुडेज ⁄ लारिया, सन् २०१९) व्यक्ति-व्यक्तिको मुखमा पुऱ्याउँदा यसले करोडौं मानिसलाई रोजगारीको अवसर जुराइदिएको हुन्छ अर्थात् चियाखेतीमा संलग्न कृषक, चिया टिप्नका लागि रोजगारीमा लागेका मजदुर, चिया बगानका मालिक, चिया बगानमा उत्पादित चियालाई बजारीकरणमा सघाउने मध्यस्थकर्ता, चियाका व्यापारीवर्ग, चियापसलहरुमा चियाको स्वाद पस्किरहेका व्यापारीहरु, चियाको कप र गिलास माझ्ने कामदारहरुलगायत दृश्य र अदृश्य थुप्रै जनशक्तिलाई चियाले तिनको आजीविकामा उल्लेखनीय योगदान गरिरहेको छ । यसरी यसले गरिबी निवारण, साना किसानको आम्दानीमा वृद्धि र राष्ट्रिय आयमा समेत योगदान गरी विश्वव्यापी अर्थतन्त्रलाई चलायमान गराउनमा समेत सघाउ पुऱ्याइरहेको छ ।

विश्वको अर्थतन्त्रमा चियाले अत्यन्तै महत्वपूर्ण र बहुआयामिक स्थान ओगट्दछ। विश्वको व्यापार र अर्थव्यवस्थामा चियाले खेल्ने भूमिकालाई तलका बुँदाहरुमा प्रकाश पार्न सकिन्छ:

रोजगारी, जीविकोपार्जन र ग्रामीण अर्थतन्त्रको विकास

चिया खेतीले ग्रामीण क्षेत्रको आर्थिक विकासमा टेवा पुऱ्याउँछ। चिया बगानहरूले स्थानीय स्तरमा पूर्वाधार विकास, बजार विस्तार र आर्थिक गतिविधिहरू बढाउन भूमिका खेल्छन्। चियाखेती र चिया उद्योग सञ्चालनमा संलग्न देशहरुका लागि यो एक दरिलो आर्थिक मेरुदण्ड सिद्ध भएको छ। चिया क्षेत्रले विशेषगरी यसको खेतीदेखि प्रशोधन र बजारीकरणसम्मको प्रक्रियामा ग्रामीण क्षेत्रका महिलासहित ठुलो जनशक्तिलाई प्रत्यक्ष र अप्रत्यक्ष जीविकोपार्जनको अवसर प्रदान गरी अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारलाई बढावा दिएको छ। नेपालको सन्दर्भमा पनि १६ हजारभन्दा बढी कृषक र ७० हजारभन्दा बढी श्रमिकहरू चिया क्षेत्रमा आश्रित छन्।

वैदेशिक मुद्रा आर्जन र व्यापार घाटामा न्यूनीकरण

चिया एक प्रमुख नगदे बाली हो। यो निर्यातजन्य कृषि उपज हो। यसको निर्यातबाट उत्पादक राष्ट्रहरूले उल्लेख्य मात्रामा वैदेशिक मुद्रा आर्जन गर्दछन्। चियाको उत्पादन, ब्रान्डिङ र निर्यातले विकासोन्मुख देशको व्यापार घाटा कम गर्न मद्दत गर्दछ। नेपालद्वारा उत्पादित अर्गानिक, अर्थोडक्स र सिटिसी (CTC) चियाको विदेशी मुलुकहरुमा उच्च माग छ। यी चियाको निकासीबाट नेपालले वर्सेनि अर्बौं रुपैयाँ बराबरको विदेशी मुद्रा भित्र्याई देशको राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा महत्वपूर्ण योगदान पुऱ्याउने गरेको छ।

नेपालमा चियाखेतीको थालनी

विसं १८४९ मा तिब्बत-चीनसँग नेपालको युद्ध हुँदा तिब्बतको पक्षमा उभिएको चिनियाँ फौज नेपाली सेनालाई लखेट्दै रसुवा-नुवाकोटको सिमाना बेत्रावतीसम्म आइपुग्यो। राष्ट्रको अस्तित्व जोगाउन नेपालले चीनसँग 'बेत्रावती सन्धि' सम्झौता गऱ्यो। सम्झौताको दोस्रो धाराअनुसार नेपालले प्रत्येक पाँच वर्षमा चिनियाँ बादशाहको सम्मानमा नेपाली राजाको तर्फबाट एक शिष्ट प्रतिनिधिमण्डलसहितको सौगात पेकिङ पठाउनुपर्थ्यो र चिनियाँ बादशाहले पनि नेपाली राजालाई बहुमूल्य सौगातका बदलामा चिया पठाउने गर्थे। यसले परम्पराकै रूप लिई एक सय पन्ध्र वर्ष (विसं १९६३-६६ सम्म) निरन्तरता पायो (सापकोटा, २०८२)।

यसै सिलसिलामा सन् १८६३ मा तत्कालीन छिङ वंशका चिनियाँ सम्राट थोङचीले नेपालसँगको आपसी सम्बन्धलाई प्रगाढ बनाउन तत्कालीन प्रधानमन्त्री जङ्गबहादुर राणालाई चियाको बिउ उपहार दिएका थिए। जङ्गबहादुरले त्यो बिउ आफ्ना ज्वाइँ इलामका बडाहाकिम गजराज सिंह थापालाई उपयुक्त ठाउँमा खेती गर्न आदेश दिए। गजराजले उक्त बिऊ इलाममा रोप्न लगाए (आचार्य, सन् २०२४)।

कनकमणिका विचारमा 'चीनका बादशाहले सबैभन्दा मनपरेको चियाको बुटाको बिउ नेपाल पठाएका थिए जुन विसं १९२० मै रोपिएको थियो। यो नेपालको ऐतिहासिक सम्पत्ति हो, नेपाली जनताको सम्पत्ति। यो चियालाई 'नेपाल इम्पेरियल टी' नामकरण गरी ब्राण्डिङ गर्दा हाम्रो अर्थतन्त्रलाई लाभ हुनेमात्र होइन १६०/६२ वर्षपहिले चिनियाँ बादशाहले छानेर पठाएको चियालाई विश्वमा, विशेषगरी चीनमा फैलाउँदा नेपालले चीनको मायालाई जोगाएर राखेको भनेर चिनियाँले पनि बुझ्नेछन्' (सापकोटा, २०८२)।

यो नगदे बालीको खेती सुरुमा नेपालका उच्च पहाडी क्षेत्रका इलामबाट क्रमशः पाँचथर, तेह्रथुम, धनकुटा, सिन्धुपाल्चोक र कास्कीका साथै तराई क्षेत्रको झापामा गरिन्थ्यो। नेपालमा गुम्टी, तग्दा ७८, चिनियाँ, असमिज जातका चियाखेती गरिन्छ। झापामा सिटिसी मात्र र इलामको पशुपतिनगरमा ग्रिन टी मात्र उत्पादन हुन्छ।

विश्वको सहस्राब्दी लामो चियापान संस्कृति र खेतीको तुलनामा नेपालको चिया इतिहास भने निकै युवा छ । यद्यपि अर्गानिक, गुणस्तरीय अनि अद्वितीय सुगन्ध र स्वादका कारण नेपाली चियाले विश्वबजारमा छोटो समयमै सुकीर्तिको यात्रा तय गऱ्यो (नेपाल, २०८१) । चियाको राष्ट्रिय अन्तरराष्ट्रिय मागलाई मध्यजनर राख्दै यसको खेती दोलखा, काभ्रे, भोजपुर, सोलुखुम्बु र नुवाकोट जिल्लाहरुमा विस्तार गरियो । अहिले बागलुङ जिल्लामा पनि चिया खेतीको नमुना परीक्षण भइरहेको छ ।

नेपालमा राष्ट्रिय चिया तथा कफी विकास बोर्ड (२०४९) को स्थापना हुनुअघि ११७१ कृषकले ५३४.७६ हेक्टर जमिनमा चियाखेती गरिरहेकोमा आ.व. २०५६/०५७ मा १०२४९ हेक्टर जमिनमा विस्तार हुनसक्यो । त्यसबेला चिया रोपण र उद्योग स्थापनाका लागि ५० प्रतिशत अनुदान हुन्थ्यो । बोर्डको तथ्याङ्कअनुसार विसं २०५०-२०६० को दशकमा ५४.६ प्रतिशतसम्म चियाखेतीको विस्तार भएकोमा २०७० सम्म २७ प्रतिशत र त्यसपछिका वर्षमा १.९ प्रतिशत मात्रै चियाखेतीको विस्तार हुनसकेको छ । नेपालको २७ हजार ५ हेक्टर जमिनबाट २६ हजार टन (२ करोड ६० लाख केजी) चियाको वार्षिक उत्पादन हुन्छ (ढकाल, २०८० ।

चियाका उत्पादक, पारखी र विदेशी चियाप्रेमीहरूसमेतको भनाइअनुसार नेपालमा उत्पादन गरिने चिया दार्जिलिङको जस्तो देखिए तापनि यहाँको गुणस्तर अझ राम्रो छ । नेपालमा उत्पादन हुने यस्ता गुणस्तरीय चियालाई अर्गानिक, अर्थोडक्स चिया र सिटिसी (Crush tear curl) चिया भनिन्छ । यसबाहेक यहाँ ग्रिन टी, ऊलङ टी, व्हाइट टी र ह्यान्ड रोल्ड टी पनि उत्पादन हुन्छ । नेपालको अर्गानिक, अर्थोडक्स र सिटिसी चिया छिमेकी राष्ट्र भारत, पाकिस्तानलगायत अष्ट्रेलिया, जर्मनी, फ्रान्स, पोल्याण्ड, नेदरल्याण्ड्स्, जापान, अष्ट्रिया, हङकङ र अमेरिकालगायतका देशहरूमा निर्यात हुने गर्दछ । यसले सम्बन्धित क्षेत्रका कतिपय नेपालीलाई रोजगारीको अवसर प्रदान गरी देशको गरिबी निवारणमा पनि महत्वपूर्ण योगदान गरेको मात्र होइन यसका लागि विदेशिने वैदेशिक मुद्राको मात्रा घटाउनसमेत सघाएको छ । तर नेपालको चियालाई देशभित्रै ब्राण्डिङ गर्ने र सहज निकासीको वातावरण नभएकाले नेपालले केही प्राविधिक समस्या झेल्न बाध्य छ ।

पछिल्लो समय जलवायु परिवर्तनका कारण अनावृष्टि, खण्डवृष्टि, बेमौसमी अतिवृष्टिका कारण चिया खेती भइरहेको जमिनमा सुख्खापन र अन्य समस्या उत्पन्न भएर चियाको बोटलाई विभिन्न कीटपतङ्गले असर गर्नुका साथै चिया खेतीयोग्य जमिनको उर्वराशक्तिसमेत प्रभावित भइरहेको कृषिविज्ञहरु बताउँछन् । अर्कोतर्फ चियाको खेती, उत्पादन, सङ्कलन, अक्सिडाइजेसन, प्याकिङ, बजारीकरण, पसल, क्याफे, होटेल, काउन्टरमा जोजसको जेजस्तो सघाउ रहने गरेको छ सोहीअनुसार चिया बगानका मालिक र टिप्ने ज्यामी मजदुरहरुको वास्तविक आर्थिक चित्रलाई पनि सम्बन्धित सरोकारवालाहरुले यथोचित पुनरावलोकन गर्नुपर्ने प्रत्यक्षदर्शीहरुको प्रतिक्रिया पनि सान्दर्भिक देखिन्छ (कृष्णकुमार श्रेष्ठ, दिल्ली, भेट/फोनवार्ता, विसं २०८२) । नेपालमा उत्पादित गुणस्तरीय चियाले विश्वको माग समेट्न नसक्दा यो व्यवसायको अपेक्षाकृत सन्तोषजनक प्रगति भने हुन सकेको छैन ।

चियाको सामाजिक-सांस्कृतिक महत्व

चिया वर्तमानमा मानव जगत्कै जीवनशैली, संस्कृति र सामाजिक सम्बन्धको एउटा अभिन्न अङ्ग बनेको छ । चियाले मानव जीवन र विश्व समुदायमा समेत विभिन्न प्रभाव पारेको छ । यसका सामाजिक शिष्टाचार र सांस्कृतिक विशेषताहरु यस प्रकार छन् :

सामाजिक एकता

चियापसलहरू 'सामाजिक चोक (Social Gateway)' का रूपमा विकसित भएका छन् जहाँ राजनीतिक, आर्थिक र सामाजिक बहस हुन्छन् । चियापसलहरूले युवा, प्रौढ र वृद्धहरुलाई समेत विचार आदानप्रदान गर्ने, बहस गर्ने र मन्थन गर्ने महत्वपूर्ण थलो उपलब्ध गराएका हुन्छन् । शिक्षा, स्वास्थ्य, खेलकुद, राजनीति र दैनिक सामाजिक जीवनका विषयमा नेपालका गाउँघर, सहर बजारका चोक-चोक, गल्ली-गल्लीमा सञ्चालित चिया अड्डा, चिया गुफा, चिया घर, चिया हेडक्वार्टर, चिया

सचिवालय, चिया मन्त्रालय, चिया सागर, चियादानी, कला घर, दारीभाइको चियापसल, चिया संस्कार, चियावाला आदि नामका आउटलेटहरुले विद्यार्थी, बिरामी, खेलाडी, समाजसेवी, राजनीतिक व्यक्ति/नेतागण तथा जनसाधारणबिच "चिया गफ" का माध्यमबाट आपसी सुखदुःख साटासाट गर्ने, कुनै सामाजिक वा राजनीतिक विषयमा छलफल र जनमत निर्माणको वातावरण सिर्जना गरी सामाजिक चेतना अभिवृद्धि गराउनमा पनि उल्लेखनीय मद्दत पुऱ्याउने गरेको छ। साथै कुनै राजनीतिक दल वा दलहरु र झगडियाहरुबिच कुनै विषय वा मुद्दा-मामिलामाथि बहस/छलफल/मिलापत्र गर्नुपर्दा चियाले निकै महत्वपूर्ण मध्यस्थकर्ताको भूमिका खेल्दछ।

पाहुना सत्कारको संस्कार

नेपाली समाजमा घरमा आएका पर-पाहुनालाई "चिया खानुभो ?, चिया खाउँ है" आदि प्रश्न र अनुरोधलाई प्रथम शिष्टाचार र सामीप्यताको प्रतीक मानिन्छ। भारतीय संस्कृतिमा पनि पाहुनालाई चिया टक्र्याउनु सम्मानको प्रतीक मानिन्छ। चाहे धनी होस् या गरिब, आफ्नो गच्छेअनुसार चिया खुवाएर स्वागत गर्ने परम्पराले हाम्रो आतिथ्य संस्कृतिलाई झल्काउँछ। यसले मानिसहरूलाई एकै ठाउँमा ल्याई आपसी सम्बन्धसूत्र प्रगाढ बनाउनमा सघाउ पुऱ्याउँछ। यसरी घरमा पाहुना आउँदा होओस् वा साथीभाइ भेट्नुपर्दा र कुराकानीको सुरुवात गर्नुपर्दा चिया नै प्रमुख माध्यम बन्ने गरेको छ र यसले चिया संस्कृतिको एउटा स्वरुप नै ग्रहण गरेको छ।

ऊर्जाशील कार्यसंस्कृतिको आधार

नेपाल, भारत, चीन, जापान, थाइल्यान्ड, मलेसिया, सिङ्गापुर, इन्डोनेसियालगायतका अधिकांश देशका वासिन्दाको दिनको सुरुवात एक कप तातो चियाबाट हुन्छ। यो शरीरमा स्फूर्ति ल्याउनका लागि मात्र होइन मानसिक रूपमा दिनभरिको कामको लागि तयार पार्ने एक प्रकारको 'रित' (Ritual) जस्तै बनेको देखिन्छ। खेतबारी, कलकारखाना, कार्यालय वा संघसंस्थासँग आबद्ध व्यक्तिहरुलाई नयाँ ऊर्जा र स्फूर्ति प्राप्तिका लागि 'चिया ब्रेक' ऊर्जाशील कार्यसंस्कृतिको एउटा सशक्त आधार बनेको छ। कामदार वा कार्यकर्ताहरुबिच सम्बन्ध स्थापना गर्न, आपसमा चिनाजान गराउन र त्यसमा सुमधुरता कायम राख्न चियाको कार्यसंस्कृतिले सरल र आत्मीय माध्यमको रुपमा मद्दत गर्दछ। यात्रामा थकाइ मेट्न् वा ताजापन महसुस गर्न, प्रतीक्षामा रहँदाको पट्यारलाई टार्न वा साथीभाइ, नातागोता, आफन्तजनसँग भेटघाट हुँदा चिया नै सबैको साझा सहमतिको विन्दु बनिदिन्छ। दुई फरक विचार राख्ने व्यक्ति, दल वा झगडियाहरूलाई साझा छलफलमा पुऱ्याउने प्रभावकारी मध्यस्थकर्ताको भूमिका चियाले नै खेल्ने गर्दछ।

जातजाति र भूगोलअनुसारको विविधता

नेपाल सानो देश भईकन पनि यसको भूभौतिक बनावट फरक छ। हिमाली भेगमा नुन र चौंरीको घिउ हालेर ढुङ्ग्रोमा मथेको 'सुइया' (भोटे चिया) प्रचलित छ भने तराई र पहाडी भूभागमा दुध-चिनी, अदुवा, ल्वाङ, सुकुमेल, दालचिनी र मरिच हालेको मसालेदार चियालाई प्राथमिकता दिइन्छ। यसले हाम्रो देशको हिमाल, पहाड र तराई भागमा रहेको सांस्कृतिक विविधताको प्रतिनिधित्व गर्दछ। स्थानविशेषअनुसारका फरक-फरक समुदायमा फरक-फरक तरिकाले चिया पकाउने र पिउने आफ्नै मौलिक तौर-तरिकाहरू रहेका छन्।

आर्थिक महत्व र पर्यटकीय प्रभाव

चियाखेतीले पूर्वी नेपालको पहिचान र अर्थतन्त्रमा ठूलो टेवा पुऱ्याएको छ। इलाम, कन्याम र धनकुटाका चियाबारीले धेरै देशी-विदेशी पर्यटक, चलचित्रकर्मी, स्कुल कलेजका विद्यार्थीहरुलाई आकर्षित गर्दै ती स्थल महत्वपूर्ण पर्यटकीय गन्तव्यका रुपमा परिणत भएका छन्। फलतः यी ठाउँका जनशक्तिलाई रोजगारीको अवसर सिर्जना भई ग्रामीण अर्थव्यवस्थामा सुधार ल्याउन सघाउ पुग्नुका

साथै नेपाललाई अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा चिनाउन पनि मद्दत पुगेको छ । यस किसिमका ठाउँहरूमा 'चिया पर्यटन' र चिया संस्कृति फस्टाउँदै जाँदो छ र चिया हाम्रो पहिचानसँग जोडिने गरेको छ ।

अन्तर्राष्ट्रिय जगत्का विभिन्न संस्कृतिमा चिया

संयुक्त राष्ट्र सङ्घले मे २१ लाई "अन्तर्राष्ट्रिय चिया दिवस" को रूपमा मनाउने निर्णय गरेको छ । यसले चियाको सामाजिक, सांस्कृतिक र आर्थिक महत्व र पहिचान विश्वस्तरमै स्थापित भएको पुष्टि गर्दछ । चीनबाट उत्पत्ति भएको चियाले समयक्रमसँगै विश्वका विभिन्न भागमा फरक-फरक सामाजिक सांस्कृतिक स्वरूप र परम्परा ग्रहण गरेको पाइन्छः

चीनको चिया संस्कृति

चीनमा 'गोङ्फु चा' (Gongfu Cha) चिया समारोह निकै प्रसिद्ध छ । चिनियाँहरु चिया बनाउने र पस्कने विधिलाई महत्व दिँदै चिया पिउनुलाई एक कला र साधना मानी स्वास्थ्य र औषधीको रूपमा पनि प्रयोग गर्छन् । केही वर्ष यता यहाँ भाइन चियाको पनि प्रचलन बढ्दो छ । चिनिया चियाँ संस्कृतिको विशेषताबारे भनिएको छः

- चियाको आविष्कार पाँच हजार वर्षअघि सबभन्दा पहिले चीनमा भएको थियो ।
- चीन विश्वमा सबैभन्दा धेरै चिया उत्पादन गर्ने र सबैभन्दा धेरै चिया उपभोग गर्ने मुलुक हो ।
- चिनियाँ बेहुलाबेहुलीले बिहेका दिन चिया बनाएर साइनो साट्ने चलन छ ।
- विश्वको सबैभन्दा महङ्गो चिया 'ता होङ पाओ' (चिनियाँहरु यसलाई चियाको राजा मान्दछन्) को उत्पादन हुने देश चीन हो ।
- चीनमा विभिन्न फूल र अन्य वनस्पति पनि चियाका रुपमा प्रयोग हुने गर्दछ ।
- चीनमा उपहार आदानप्रदानमा प्रयोग हुने सबैभन्दा लोकप्रिय बस्तु चिया हो । जस्तैः सन् १८६३ मा चिनियाँ सम्राट थोङचीले नेपालका तत्कालीन प्रधानमन्त्री जङ्गबहादुर राणालाई चियाको बिउ दिएर चिया कूटनीति सुरु गरेका थिए । सन् १९७२ मा माओ चे तुङले तत्कालीन अमेरिकी राष्ट्रपति रिचार्ड निक्सनलाई विश्वको सबैभन्दा महङ्गो चिया 'ता होङ पाओ' उपहार दिएर चियाको सांस्कृतिक कूटनीतिलाई निरन्तरता दिएका थिए । त्यतिखेर यो चियाको मूल्य प्रति केजी २ लाख डलर थियो र अहिले प्रतिकिलो १२ लाख डलर पर्दछ (सुनको मूल्यभन्दा १० गुणा बढी) (आचार्य, सन् २०२४) ।

जापानी चिया संस्कृति

जापानमा 'चादो' (Chado) वा 'चानोयु' (Chanoyu) नामको चिया समारोह अत्यन्तै आध्यात्मिक र अनुशासित हुन्छ । यसमा विशेषगरी 'माचा' (Matcha) धुलो पारिएको हरियो चिया) प्रयोग गरिन्छ र यसले शान्ति, सम्मान र पवित्रताको सन्देश दिन्छ । जापानले चियालाई पेयपदार्थका रूपमा मात्र नभएर सभ्यताको रूपमा लिने गर्छ (चम्लागाई, २०७९/एलिन, सन् २०२५) ।

बेलायती चिया संस्कृति

बेलायतको 'आफ्टरनुन टी' (Afternoon Tea) परम्परा विश्वभर चर्चित छ । बिस्कुट वा केकजस्ता खाजाका साथ दूध र चिनी राखेर पकाइएको चिया पिइने यो संस्कृतिलाई बेलायतमा सामाजिक भेटघाट र शिष्टाचारको प्रतीक मानिन्छ (हाड्जिमिकिलस, सन् २०१५) ।

नेपाली चिया संस्कृति

नेपालमा चिया पाहुना सत्कारको पहिलो र अनिवार्य माध्यम हो । बिहानको सुरुवातका साथै साथीभाइको भेटघाट र भलाकुसारीमा चिया नै अग्रपङ्क्तिमा आउने गर्छ । नेपालमा विशेषगरी दुध

चिया, कालो चिया र हिमाली क्षेत्रमा नुन र घिउ हालेको 'सुइया' वा 'भोटे चिया' पिउने मौलिक परम्परा छ (ढकाल, २०८०) ।

भारतीय चिया संस्कृति

भारतीय चिया संस्कृतिअन्तर्गत सडकदेखि घरघरसम्म अदुवा, अलैंची र दालचिनी हालेको कडा 'मसला चिया' (Masala Chai) हरेक मौसमको लोकप्रिय पेय हो (शायनन, सन् २०२५) । भारतमा चिया हरेक घरमा आउने पाहुनाहरूलाई दिइने पहिलो चिज हो जुन आतिथ्य, सद्भाव र न्यानो स्वागतको प्रतीक हो । घरभरि सुगन्ध फैलाउने मसला चियाले हरेकको मुडलाई स्फूर्ति प्रदान गर्दछ । चिया त्यो आरामदायी पेय हो जुन कसैले पनि छोड्न सक्दैन । यो एक अनुभव हो र परम्परा हो (टीवाले, सन् २०२५) ।

मोरक्कन चिया संस्कृति

मोरक्कोमा आगन्तुकहरूको स्वागतमा चिया अपरिहार्य मानिन्छ । यहाँ पुदिना र चिनी हालेर बनाइएको हरियो 'हट मिन्ट टी' को चलन छ (नेपाल, विसं २०८१) । 'एताई (Atay)' भनिने यहाँको चियालाई अग्लो ठाउँबाट खन्याउँदा निस्कने फिँजसँग पिउने गरिन्छ ।

यसप्रकार एक साधारण पेय मात्रै नभइ मानव जीवनको दैनिकी र संस्कृतिको एक महत्वपूर्ण एवं अभिन्न अङ्गका रुपमा स्थापित चियालाई विश्वका जनताले आ-आफ्नो शैली र स्वादमा ढालेका छन् (नेपाल, २०८१) ।

चियाको आर्थिक महत्व

विश्व अर्थतन्त्र

विकासको बाटोमा लम्किरहेका देशको अर्थतन्त्रमा चियाखेती र उद्योगको महत्वपूर्ण स्थान छ । यो ग्रामीण अर्थतन्त्रको मेरुदण्ड, मुख्य निर्यातजन्य कृषि उपज र रोजगारीको महत्वपूर्ण स्रोत हो । यसले विश्वभरि लाखौं मानिसलाई रोजगारी दिएको छ । विशेष गरी विकासोन्मुख देशहरूको जीडीपीमा यसको ठुलो योगदान छ । नेपालका ११६ चिया बगानमा करिब ७० हजारभन्दा बढी श्रमिक र १५ हजारभन्दा बढी साना किसान चियाको उत्पादनमा प्रत्यक्ष संलग्न छन् । नेपालका चियाहरु दार्जिलिङका चियाभन्दा यङ बुश भएकाले उच्चतम प्रविधिको प्रयोग गर्नसके विश्वबजारमा सहजै स्थापित हुनसक्ने अवसर रहेको छ (ढकाल, २०८० ।

२०८० वैशाख १५ गते २७औं चिया दिवसका अवसरमा अमेरिकी नागरिक जेनीले प्रति केजी एक हजार मूल्य तोकिएको 'अर्थोडक्स कालो चिया' लिलाम बढाबढ गर्दा रु दश हजारका दरले ५ केजी अर्थोडक्स चिया रु ५० हजारमा खरिद गरेकी थिइन् (ढकाल, २०८०) । नेपालको अर्थतन्त्रमा चिया क्षेत्रबाट मात्र वार्षिक १० अर्ब रुपैयाँभन्दा बढीको कारोबार हुने गरेको छ । सन् २०२५ मा विश्व चिया बजारको आकार करिब ६९.५१ अर्ब डलर पुग्ने अनुमान छ ।

अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली चिया

भारत नेपाली चियाको मुख्य बजार रहँदै आएको छ । करिब ९० प्रतिशत चिया भारतमा निकासी हुन्छ । यसबाहेक नेपालको अर्थोडक्स चिया ब्रान्डिङ गरी जापान, जर्मनी, अमेरिका, कोरिया, न्युजिल्यान्ड र अन्य युरोपेली देशहरुमा उच्च मूल्यमा निर्यात हुने गरेको छ । नेपालको उत्पादन क्षमता परिमाणका दृष्टिबाट सानो भएतापनि यहाँ उत्पादन हुने गुणस्तरीय अर्थोडक्स चियाका कारण विश्वको प्रिमियम बजारमा आफ्नै विशिष्ट पहिचान कायम गर्न सफल छ । विश्वमा अर्गानिक चियाको माग १६.६ प्रतिशतले बढिरहेको छ । नेपालको हिमाली भेगमा यस खालको चियाको उत्पादनमा वृद्धि गरी विश्व मागलाई सम्बोधन गर्ने सम्भावना रहेको छ ।

गुणस्तर, ब्रान्डिङ र प्याकेजिङ

विश्व बजारमा अर्गानिक (जैविक) र गुणस्तरीय अर्थोडक्स चियाको उच्च माग छ। नेपालको हिमालयन अर्थोडक्स चियाले नेपाली चियाको पहिचान विश्वभर फैलाएको छ। प्रायः राष्ट्रहरूका लागि चियाको निर्यात विदेशी सम्बन्ध विस्तार गर्ने र आर्थिक निर्भरता वृद्धि गर्ने एउटा माध्यम बनेको छ। नेपालको गुणस्तरीय चियाको निकासीले नेपाललाई विश्वमा एक छुट्टै र विशिष्ट पहिचान कायम राख्न र ब्राण्ड विकसित गर्न सहयोगी सिद्ध भएको छ।

नेपालबाट आ.व. २०७८/०७९ मा साढे तीन अर्बभन्दा बढी मूल्यको चिया विदेश निर्यात भएको थियो। पछिल्लो समय साना लगानीकर्ता र युवा व्यवसायीहरुले चियाको गुणस्तरलाई मध्यनजर गर्दै पहिलो मुना (First Flush) को उत्पादन, प्रशोधन, आकर्षक प्याकेजिङ र आफ्नै ब्रान्डमा बजारीकरण तथा निर्यातमा जोड दिई वैदेशिक बजारमा जोड दिन थालेका छन्। चियाका अन्तर्राष्ट्रिय पारखीहरु सामान्य 'ब्ल्याक टी' भन्दा अर्गानिक र हातले टिपिएका 'स्पेसियालिटी टी' का लागि उच्च (प्रिमियम) मूल्य तिर्न तयार छन् (बाइअट, सन् २०२३)।

चिया पर्यटनको सम्भावना

पर्यटन विकासका विभिन्न आयाममध्ये चिया क्षेत्र पनि एक हो। नेपालमा चिया पर्यटन (टी-टुरिज्म) को राम्रो सम्भावना छ। विगत केही वर्षदेखि इलाममा चिया पर्यटन फस्टाउँदै गएको छ। चिया उत्पादन हुने जिल्लामा पर्यटकलाई चिया बगानमा हिंडडुल गराउने, आफैंले चिया टिप्ने व्यवस्था मिलाउने, चिया किसान र मजदुरसँग साक्षात्कार गराउने, चिया कारखानामा चिया प्रशोधन प्रक्रियाको अवलोकन गराउने, बगानभित्रै लाइब्रेरी निर्माण गरी टी टेष्टिङ्गको व्यवस्था गर्ने साथै चियावारी नजिकैको सूर्योदय दृश्यावलोकनको व्यवस्था र विकास गर्ने हो भने चिया पर्यटनबाट मनग्ये आम्दानी हुने देखिन्छ। चीन र जापानले चिया पर्यटनमार्फत आफ्नो देशलाई विश्वमा चिनाएका छन् (चम्लागाई, २०७९)।

नेपाली चिया उद्योगका चुनौतीहरू

२०० वर्षअघि मात्र नेपालमा सञ्चालित चियाखेती र उद्योगका चुनौतीहरु देहायअनुसार छन्:

भारतमाथिको निर्भरता

नेपाली चियाको ९० प्रतिशत व्यापार भारतसँग मात्र हुने गरेको छ। यसबाट प्रथमतः नेपालले अपेक्षाकृत राम्रो मूल्य पाउने सम्भावना कम हूने मात्र होइन भारतीय बजारमा आउने उतारचढाव र नीतिगत परिवर्तनका कारण नेपाली चिया उद्योगलाई अनपेक्षित असरको सामना गर्नुपर्ने अवस्था आउँदछ।

अर्गानिक प्रमाणीकरणको समस्या

कतिपय नेपाली किसानले अर्गानिक चिया उत्पादन गरेतापनि अन्तर्राष्ट्रिय स्तरको प्रमाणीकरण गर्न नसकेकोले चियाको उचित मूल्य पाउन सकेका छैनन्।

अनुदान र प्राविधिक सहयोगको कमी

नेपाली चिया उत्पादनमा संलग्न साना कृषकहरुले हरियो पत्तीको उचित मूल्य पाउन सकेका छैनन्। चिया खेतीमा संलग्न कृषकहरुलाई सरकारले दिने अनुदान र प्राविधिक सहयोगको दायरा पनि साँघुरो रहन जाँदा पनि यसको उत्पादनबाट वास्तविक कृषकहरुले अपेक्षित लाभ उठाउन सकेका छैनन्।

नेपालमा चिया क्षेत्रको दुर्भाग्य भनेको प्राविधिक अभाव हो । देशमा चिया शिक्षा नभएकै कारण किसान नै प्राविधिक बन्ने गरेका छन् । चिया प्राविधिक नहुँदा व्यवसाय विस्तार पनि न्यून मात्रामा हुँदै आएको छ । नेपाल सरकारले २०६८ सालदेखि झापाको भद्रपुरस्थित मेची बहुमुखी क्याम्पसमा चिया प्रविधि तथा व्यवस्थापनको पठनपाठन सुरु भने गऱ्यो । तर, मुलुकको एकमात्र चिया प्रविधि तथा व्यवस्थापन विषयको पठनपाठन सुरु भएको तीन वर्ष नबित्दै बन्द भयो (चम्लागाई, २०७९) । यसले पनि चिया प्रविधि र व्यवस्थापन पक्ष जटिल भएको संकेत गर्दछ ।

जलवायु परिवर्तन

पछिल्लो समय सारा ब्रह्माण्ड जलवायु परिवर्तनको सिकार बनेको छ । यसको असर नेपालले पनि खेप्नुपरेको छ । फलतः देशमा हरेक वर्ष हुने अनावृष्टि, खण्डवृष्टि, र बेमौसमी अतिवृष्टिका कारण चियाखेती भइरहेको जमिनमा सुख्खापन बढेर चियाको बोटलाई विभिन्न कीटपतङ्गले असर गर्नुका साथै चिया खेतीयोग्य जमिनको उर्वराशक्ति समेत प्रभावित भइरहेको कृषिविज्ञहरु बताउँछन् ।

श्रमिकको पारिश्रमिक समस्या

चियाको खेती, उत्पादन र बजारीकरणका क्रममा संलग्न श्रमिकहरुलाई सरोकारवालाहरुबाट प्रदान गरिने सेवा-सुविधा समयसुहाउँदो नहुँदा सम्बद्ध श्रमिकहरुबाट अपेक्षित सेवा नमिलेको हुनसक्ने सम्भावनालाई नकार्न नसकिएला ।

निष्कर्ष

खाना र आरक्षणको लागि फिरन्ता जीवनयापन गर्दैगर्दा मानिसले जेजति कृषिजन्य र वनजन्य खाद्यवस्तु भेटायो ती सबैले उसँगै विश्व परिभ्रमण गर्ने क्रममा एउटा लामो इतिहास र फराकिलो संस्कृति अँगाल्न पुगेको छ । एउटा विषम परिस्थितिमा चीनको एउटा जङ्गलमा उत्पत्ति भएलगत्तै आफ्नो यात्रा थालनी गरेको चियाले आज अन्तर्राष्ट्रिय जगत्मै उल्लेखनीय रमन्ता सामाजिक, आर्थिक र सांस्कृतिक पहिचान कायम गरेको छ । विश्वभर विस्तार हुन सफल चियाले आज सर्वाधिक जनताको मनमनमा घर गरेको छ ।

चियाले नेपालजस्तो विकासोन्मुख देशको अर्थतन्त्रलाई विभिन्न किसिमले सघाइरहेको छ । यसको खेती भएको स्थलले सबै स्वदेशी र विदेशी पर्यटक, चलचित्रकर्मी र चलचित्र निर्माताहरूका लागि चित्ताकर्षक दृश्यावली प्रदान गरी समग्र राष्ट्रलाई नै एउटा नयाँ क्षितिज उघारिदिएको छ । यसबाट नेपालका चिया बगान भएका स्थानमा पर्या-पर्यटनको सम्भावनाको ढोका खुल्न गई यहाँका वासिन्दाका लागि स्वरोजगारीका नयाँ अवसर प्रदान गर्नेजस्ता उज्यालो पक्षलाई उजागर गरेको छ । विश्वमै नेपालको चियाले राम्रो लोकप्रियता हासिल गरिरहेको सन्दर्भमा जैविक, आर्थिक, भौगोलिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, पर्यटकीय र राजनीतिक महत्तासमेत बोकेको यो पेयको उत्पादन देशको अन्य कुन-कुन स्थानमा हुन सक्छ, सम्बन्धित निकाय र सरोकारवालाले व्यापक अध्ययन, अनुसन्धान र खोजी गरी यसको उत्पादनका सन्दर्भमा देखिएका व्यवधानहरुको निराकरणका लागि गहिरो ध्यान दिनु आजको अपरिहार्य आवश्यकता हो । यस आलेखको माध्यमबाट चियाको उत्पत्ति, विकास र विश्वव्यापी विस्तार, नेपालमा चियाको प्रवेश र अन्तर्राष्ट्रिय जगत्मा यसको स्थान तथा वर्तमानमा यसको अवस्था, सम्भावना र चुनौतीका विषयमा अनुसन्धान गर्न चाहने अनुसन्धाता र सर्वसाधारण पाठकको जिज्ञासालाई समेट्न सकेको खण्डमा यस पङ्क्तिकारको प्रयास सार्थक हुनेछ ।

Ethical approval for the research: Not applicable

Consent for publication: Not applicable

Conflict of interest: The author does not have any conflict of interest with any institutions concerning this research

Ethical conduct of research: This paper is written ethically

सन्दर्भ सामग्रीसूची

आचार्य, चेतनाथ (सन् २०२४-०८-२७) चमत्कारी चिनियाँ चिया, *सेतोपाटी अनलाइन खबर* । *https://share.google/DfbsqBNfiLhzyEsbC*

गौतम, घनश्याम (२०८२, पुस १२), बुटवलमा चिया संस्कृति : तीन पुस्तादेखिको चियावाला, *कान्तिपुर कोसेली । https://ekantipur.com*

चम्लागाईं, मनिषा (२०७९, बैसाक १५), इतिहास र वर्तमानको आँखीभ्यालमा नेपाली चिया, *अनलाइन खबर*। *https://www.onlinekhabar.com*

ढकाल, नवीन (२०८० असार ७), नेपालको चिया संस्कृति र अन्तर्राष्ट्रिय बजार, *थाहा खबर । https://www.thahakhabar.com*

दाहाल, चिरञ्जीवी (२०७५, असार १३), यो समय नेपाली चियाको हो, यस्तो छ हाम्रो चिया संस्कृति, *अनलाइन खबर । https://www.onlinekhabar.com*

नेपाल, सृष्टी (२०८१, असार २९), चिया वृत्तान्त : स्वादको बेग्लै संस्कृति बनेको विश्वव्यापी पेय, *बिजनेस न्युज । https://www.business.news.com*

न्यौपाने, कुलचन्द (२०८२, पुस १२), चियाको कपमा राजनीतिक तुफान, *कान्तिपुर कोसेली* । *https://ekantipur.com*

प्रधान, महेशचन्द्र (२०७१, चैत्र), चिज एक प्रयोग अनेक, *जनमत मासिक, बनेपा ७, काभ्रे साहित्यिक अङ्क २११* ।

प्रधान, महेशचन्द्र (२०७७, भाद्र १६), चियाको उत्पत्ति र प्रयोगबारे सूक्ष्म चिरफार, *सिम्रिक खबर*। *https://www.simrikkhabar.com*

बस्नेत, विकास (२०७८, असार ४), हजार वर्षदेखि पाकिरहेको एक कप चिया, *कान्तिपुर* । *https://ekantipur.com*

भण्डारी, रतन (२०८१, कार्तिक ८), चियाको इतिहास, *गोरखापत्र दैनिक* । https://gorkhapatraonline.com

राष्ट्रिय चिया तथा कफी विकास बोर्ड, *नेपाली चियाको इतिहास,* नेपाल सरकार, कीर्तिपुर, *https://teacoffee.gov.np*

श्रेष्ठ, तीर्थबहादुर (२०७६, वैशाख २०), चियाको कथा, *हिमालखबर* । *https://www.himalkhabar.com*

श्रेष्ठ, सुधीर (२०७३ असार), *चिया खेती म्यानुअल,* नेपाल सरकार, कृषि विकास मन्त्रालय, कृषि विभाग, फलफुल विकास निर्देशनालय, कफी तथा चिया विकास शाखा, कीर्तिपुर ।

श्रेष्ठ, सुरेन्द्र नेपाल (२०७८, जेठ ७), आज चिया दिवसः चियाको चुस्कीसँगै यसको उत्पत्तिकथा पढ्नुहोस्, *शिलापत्र* । *https://shilapatra.com*

सापकोटा, दीपक (२०८२, पुस १२), चियाले न्यानो बनाइरहेको सभ्यता, *कान्तिपुर दैनिक । https://ekantipur.com*

साावद, दीपक (२०८२), विश्वमा चियाको सुरुवात कसरी भयो जान्नुहोस्, *हाम्रोपुस्ता, सुर्खेत ।* *https://hamropusta.com*

Benn, J.A. (2015-4-23). Tea in China: A Religious and Cultural History. *Hong Kong University Press, p. 173, ISBN 978-988-8208-73-9* .

Byott, April (Apr 20, 2023). What is Speciality Tea? Exploring the World of Rare Tea. *Deep Dive, summer reads, https://www.theteamakers.co. uk*

Chow, Kit Boey & Kramer, I. (1990). All the Tea in China. *China Books and Periodicals, pp. 1-2, ISBN 978-0-8351-2194-1*

DK (2006). Illustrated dictionary. India.

Evans, J. C., (1992). Tea in China: The history of China's national drink. *Greenwood Press, ISBN 0-313-28049-5*

Heiss, M. Lou, & Heiss, Robert J., (2007). The Story of Tea: A Cultural History and Drinking Guide. *Random House, p. 31, ISBN 978-1-60774-172-5*

Houyuan, L. (17 Jan 2016). Earliest tea as evidence for one branch of the Silk Road across the Tibetan Plateau. *Nature. 6 18955*

Lindsey, G. (retrieved 7 Oct. 2011). Orthodox Tea. *coffeetea.about.com*.

Pen Tsao *https://www.pen-tsao.de*

Saberi, Helen, (15 Oct 2010). Tea: A Global History. *Reaktion Books, p.10, ISBN 978-1-86189-892-0*

Sivasubramaniam, Sinnathurai, (10 April, 2026). Tea: History) *https://www.britannica.com*

Tea in Nepal (Retrieved 2 Oct. 2011). *National tea and coffee development board.*

Teawale (17 Jan 2025). Chai Tales: How Indian Tea Became a Global Favorite, *Tea Culture https://teawale.com*

Thapa, Ajit N. S. (Retrieved 7 Oct. 2011). Concept Paper on Study of Nepalese Tea Industry – Vision 2020 – *Nepal Tree Crop l Global Development Alliance (NTCGDA) Winrock International.*

Tong, L. (2012). Chinese tea. *Australia Cambridge. ISBN 978-0-521-18680-3*

Vander Qmoep, G. A. (2010). Adding value to Nepal's Orthodox Tea Industry. *SNV Netherlands Development Organization, p. 40 ISBN 978-9937225113*

van Driem, George (2019), The Tale of Tea: A Comprehensive History of Tea from Prehistoric Times to the Present Day. *Leyde: Brill. ISBN 978-1-86189-892-0*

Weber, I. (Dec 2018). Tea for tourists: Cultural, representation and borrowing in the tea culture of the Mainland China Taiwan, *Academica Turistica year 11 2 – via Research Gate.*

About Author

Maheshchandra Pradhan is a teaching professional and currently serves as the Member Secretary of the Ratna-Shrestha Puraskar Guthi, Baglung.