گزارش «جوان» درباره گسترش عرضه مواد غذایی غیر استاندارد، گران‌قیمت و غیرمفید

بازار خوراکی‌های بی‌هویت و بی‌خاصیت گرم است

گزارش
حسن فرامرزی

غروب عصر پاییزی سومین پنج‌شنبه آبان ماه بازارچه تجریش، هیاهویی از حضور آدم هاست و البته فروشندگان غذاهای فله‌ای ـ خیابانی نوک قله این هیاهو بر سبیل پادشاه نقاره می‌زنند. لیوان‌های کوچک ذرت بخارپز با قیمت گزاف ۳۰۰ هزار تومان به فروش می‌رسد. ظرف کوچک باقالی ۲۵۰ هزار تومان. کودکی ده دوازده ساله اصرار به خوردن باقالی دارد. ذرات بخار در سرمای هوا از روی پاتیل بزرگ به سمت آسمان بلند می‌شود. ادویه‌ها در بخشی از پاتیل بر پوست باقالی‌ها خودنمایی می‌کنند. مادرش دستش را می‌کشد و می‌گوید ارزش ندارد اما کودک دست بردار نیست. پیش‌تر والدین او هنگامی که از راسته میوه‌های کم یاب خارجی این بازارچه عبور می‌کرده‌اند خواسته‌های کودک را در خرید میوه اژدها و بلوبری اجابت نکرده‌اند چون کودک بلافاصله می‌گوید دراگون و بلوبری نخریدید... مادرش نمی‌گذارد حرف کودک تمام شـــود. می‌گوید ده تا بلوبری را ریخته بودند ته ظرف کوچک، یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان، چه خبر است؟ کودک می‌گوید پس باقالی بخریم. پدر و مادر تسلیم می‌شوند.





گرانی فضاهای تجاری در تهران حتی اگر یک مغازه اندازه قبر در تجریش باشـد که آب میوه می‌فروشد باعث شده غذاهای خیابانی کم کیفیت و غیر بهداشتی با قیمت‌های نجومی به فروش برسد. شهروندانی که خسته از یک هفته کاری می‌خواهند کمی در پیاده روها قدم بزنند و بار دویدن بی‌انتها در شهری بی‌قواره را بر زمین بگذارند تجربه‌ای گران و اعصاب خردکن را پشت سـر می‌گذارند. گاهی با خودت فکر می‌کنی بهتر بود در خانه می‌نشسـتی، چون در خانه همه چیز ارزان‌تر و باکیفیت‌تر تمام می‌شود اما با این همه گشتن در بیرون و سرک کشیدن به زوایای پر از رنگ و لعاب شهر وسوسه‌ای همیشگی است.

لیس زدن زهر

گوشه دیگری از پیاده رو نزدیک به میدان قدس دو مغازه بستنی فروشی با نان‌های قیفی رنگی وضعیت عجیبی به این بخش از بازار داده‌اند. عجیب اینجاست که هر دو مغازه تابلوها، دسـتگاه ها، تبلیغات و محصولات یکسان دارند، انگار زیر دستگاه کپی گذاشته و بیرون آورده باشند اما مغازه سمت راستی غلغله است و صف نامنظمی از آدم‌ها جلوی مغازه کشیده شده و مشتری‌ها می‌خواهند هرچه سریع‌تر به بستنی قیفی زغالی ـ بلوبری شان برسند اما در مغازه سمت چپی پرنده پر نمی‌زند. به صاحب مغازه کناری کارد بزنی خونش درنمی‌آید. جالب اینجاست هر مشتری که بستنی قیفی‌اش را از مغازه سـمت راسـتی می‌گیرد و به عنوان تندیس افتخار به همراهانش نشان می‌دهد و بعد بلافاصله زبانش را به قله دو رنگ بسـتنی پرتاب و شروع می‌کند به لیس زدن با استقبال زهرآلود صاحب مغازه سمت چپی قرار می‌گیرد: این‌ها را نخورید. این‌ها همه‌اش رنگ غیرمجاز و سرطان زاست. مشتری‌ها زبان‌های آبی رنگ خود را به هم نشان می‌دهند، بعضی‌ها می‌خندند و می‌گویند خودت هم که از همین بستنی‌ها می‌فروشی، بعضی هایشان به فکر فرو می‌روند و آشکارا بستنی زهرمارشان می‌شود. این بستنی قیفی ۸۰ هزار تومانی تقریباً تنها کالای قیمت مناسب بال شمالی این بازارچه است. حالا مشـتری‌ها احتمالاً به این موضوع فکر می‌کنند که آیا موضع کاسـب بستنی فروش سـمت چپ را به حساب حسـادت او بگذارند یا اینکه آن کاسـب به قیمت خودزنی پرده از واقعیتی برداشته که در هیاهوی ایـن بازارچه و جولان رنگ و لعاب و بو از چشـم آدم‌های خسته برکنار مانده است.

ارزانی که گران تمام می‌شود

امروز بخش قابل توجهی از تغذیه افـراد جامعه مربوط به غذاهای خیابانی است. یعنی غذاهایی که بسته بندی و نشان سیب سلامت ندارند اما وزن قابل توجهی در سبد مصرف خانواده‌ها به ویژه در روزهای آخر هفته دارند.

موضوع وقتی فاجعه بار می‌شـود که گاهی فروشنده‌ها از سـلاح قیمت ارزان برای تور انداختن مشتری‌ها استفاده می‌کنند. اگر به حاشـیه شـهر و شـهرک‌های اقماری تهران گذرتان افتاده باشـد احتمالاً تابلوی کیترینگ‌ها و رستوران‌هایی را دیده اید که غذاهای خود را با حذف یک صفر از قیمت طبیعی غذا می‌فروشند بدون آن که از سمت نهاد یا دستگاه یا متولی مورد سـؤال قرار بگیرند که از چه موادی در تهیه این غذاها استفاده شده که با این قیمت‌های نزدیک به صلوات فروخته می‌شود؟

در موتورهای جست‌وجوگر اینترنتی کلمه غذاهای فله‌ای را بنویسید و دکمه اینتر را فشـار دهید، خواهید دید که مسئولان بهداشتی بارها هشدار مصرف مواد غذایی فله‌ای را داده‌اند اما کافی اسـت بعدازظهرها به ویژه روزهای آخر هفته کمی در پیاده روها قدم بزنید تا متوجه شـوید این هشـدار فقط روی کاغذ معنا دارد. مواد غذایی فله‌ای مثل همان بستنی قیفی که زبان مشـتری را به رنگ آبی جیغ درمی‌آورد از آنجا خطرناک می‌شـود که مشـتری واقعاً نمی‌داند این خوراکی به چه شـیوه‌ای و با کدام ماده تهیه شده است. هیچ مشتری نمی‌تواند در یک خیابان گردی با خود یک آزمایشگاه سیار تجزیه تحلیل مواد غذایی را حمل کند تا بداند وقتی در برابر این جمله قرار می‌گیرد که تمام این بستنی با رنگ‌های غیرمجاز تهیه شده یک واقعیت است یا به خاطر این است که یک کاسب نتوانسته فروش بیشتر مغازه کناردستی خود را تحمل کند؟

مصرف مواد فله‌ای به خاطر نداشتن شناسنامه کالا از جمله اینکه خریدار نمی‌داند این ماده غذایی چه زمانی، کجا و با چه تاریخ انقضا یا زمان بهینه مصرف تهیه شـده همواره نقطه‌ای ابهام آمیز و استرس زاست، اینجاست که متولیان بهداشت مکان‌های عرضه مواد غذایی می‌توانند به عنوان نمایندگان مردم شـهر اطمینان خاطر نسبی در مصرف کنندگان ایجاد کنند اما آنچه در سطح جامعه حس می‌شود چنین چیزی را تأیید نمی‌کند.

افزایش آگاهی جمعی، اصلاح فله خوری

متأسـفانه بخش زیادی از انرژی، تمرکز و بودجه نهادها و متولیان بهداشـتی کشـور روی حوزه درمان است در صورتی که اگر بخشی از این بودجه و انرژی صرف آموزش و پیشگیری شود در آن صورت سـلامت جامعه به راحتی جولانگاه عرضه کنندگان و سوداگران خوراکی‌های فله‌ای کم کیفیت و پرحاشیه قرار نخواهد گرفت.

البته امروز نهادها، سـازمان‌ها و وزارتخانه‌های کشـور با کمبود نیروی انسـانی و اعتبارات لازم مواجه هستند. از طرفی کنترل و نظارت بر فعالیـت واحدهای صنفی ارائه دهنده محصـولات فله‌ای با توجه به وسـعت جغرافیایی کشـور و تنوع و کمیت واحدهاتی صنفی به راحتی امکان پذیر نیست بنابراین راهکار بیشتر معطوف به آموزش‌های همگانی و افزایش آگاهی‌های جمعی است. اگر شهروندان حساسـیت بالایی در تأمین نیازهای روزمره خود به غذا داشته باشند حاضر نخواهند بود ولو با قیمت پایین به سمت خوراکی هایی سوق پیدا کنند که ارزش غذای مجهول یا مضری دارند. در واقع اینجا جامعه خود به عنوان یک ذینفع وارد عمل می‌شـود و با گزینش و فیلتر به کاسبی اصناف جهت می‌دهد.

اطلاعات زیاد، آگاهی رفتاری اندک

موضوع اینجاسـت که امروز آگاهی تغذیه‌ای مردم که به صورت موردی اطلاعات پراکنده‌ای را در حجم وسـیع از منابع مختلف دریافت می‌کنند با دو سـه دهه قبل که این اطلاعات در اختیار افکار عمومی نبود تفاوت چندانی نکرده است. امروز با اینکه مردم درباره ارزش غذایی خوراکی ها، میزان کالری آنها، انواع رژیم‌های غذایی، خواص سبزیجات و میوه‌ها و نظایر آن به نسبت اطلاعات بیشتری در مقایسه با دهه‌های پیش دارنـد اما در آمارهـا می‌خوانیم که ۲۰ میلیون نفر ایرانی دیابت گرفته‌اند یا در مرحله پیش دیابت قرار دارند یا چند میلیون نفر ایرانـی دچار چاقی مفرط و اضافه وزن هستند. این آمارها نشان می‌دهد لزوماً داشتن اطلاعات یا دانستگی خام منجر به شکل گیری عادت‌های غذایی درست در ما ایرانی‌ها نشده است. مثل کسی که ده‌ها و صدها فیلم درباره طبخ ماهی‌های حاوی روغن امگا سه از شبکه‌های اجتماعی می‌بیند اما در نهایت در یخچال را باز می‌کند و در ماهیتابه روغن می‌ریزد و مقدای سوسیس سرخ می‌کند یا در نهایت قوطی تن ماهی را باز می‌کند که ارزش غذایی بسیار پایین تری نسـبت به ماهی تازه دارد. اگر قرار بود که با دریافـت اطلاعات خام درباره ارزش‌های تغذیه‌ای آگاهی مردم بیشتر شـود در آن صورت بسیاری از نوشیدنی ها، بسـتنی‌های صنعتی، فست فودها، غلات فرآوری شـده، خوراکی هایی که با نگهدارنده‌ها و شکر و نمک زیاد تولید شده‌اند از سـبد مصرف خانواده‌ها حذف می‌شدند یا مصرف آنها به شدت پایین می‌آمد در صورتی که امروز این خوراکی‌ها به وفور در مراکز عرضه، سوپرمارکت‌ها، ایستگاه‌ها و دکه‌های غذا عرضه می‌شوند، بنابراین لازم است کار مسـتمر و عمیق روی «آگاهی رفتاری» افراد جامعه اسـت، یعنی جایی که آگاهی مردم از الگوهای تغذیه در هنگام خرید، طبخ و مصرف خود را نشان می‌دهد.

از طرفی اگرچه شرایط اقتصای و درآمدی مردم در گرایش آنها به سمت غذاهای کم کیفیت خیابانی اثر گذار است، به این معنا که ظاهراً کسانی که درآمد بیشتری دارند دست بازتری برای مصرف غذاهایی با کیفیت بالاتر دارند اما این مؤلفه تنها یکی از مؤلفه‌های گرایش ما به سمت غذاهایی با ارزش غذایی بالاست. چه بسا افرادی که درآمد متوسطی داشته باشـند اما با آگاهی بالاتر و احسـاس ارزشمندی انتخاب درستی در سبد غذایی شـان داشته باشند. مثل کسانی که وقت می‌گذارند و غذای خانگی با خود به محل کارشان می‌برند تا کسـانی که هر روز آواره کیترینگ ها، رستوران‌ها و مراکز عرضه غذا هستند.

بنابراین آنچه حرف اول را می‌زند آگاهی اسـت. یک بار یک متخصص تغذیه کهنه کار و مجرب می‌گفت همیشه به همسرم می‌گویم وقتی گرسنه یا تشنه‌ای پا به سوپرمارکت نگذار چون به احتمال نزدیک به صد انتخاب اشتباهی خواهی داشت. خیلی وقت‌ها وقتی قند خون مان افتاده تصمیم هایی می‌گیریم که با منطق رایج مان همخوانی ندارد، به ویژه وقتی از قبل روی آن برنامه‌ریزی نکرده باشـیم و هیجان‌ها در آن لحظه هدایت مان را به عهده گرفته باشند.

گفت‌وگوی «جوان» با شکوفه شیبانی، روانشناس درباره تحریف معنای گرسنگی در شهرهای بزرگ

تمرکز کلانشهر بر لذت فوری



گفت‌وگو
محمدمهر

این سال‌ها خوردن به ویژه در کلانشهرها پرونده‌ای جدا از گرسنگی بدنی پیدا کرده است. خیلی وقت‌ها ما خوردن را نه به عنوان نیاز بدن بلکه به عنوان راهی برای پوشـاندن یک حفره روانی مثل احساس بی‌ارزشی یا خشم یا غمگینی تجربه می‌کنیم. گفت‌وگوی ما با شـکوفه شـیبانی، کارشـناس ارشـد روانشناسـی به این موضوع می‌پردازد.

چرا در روزهای غمگین زندگی، وقتی خشـم عمیقی را تجربه می‌کنیم یا اندوهی به قلب‌مان چنگ می‌زند دست ما بیشـتر به سمت فست‌فودها، شیرینی‌ها و تنقلات می‌رود؟ آیا پرخوری، تلاشی ناخودآگاه برای جبران آن چیزی است که در روان ما کمبودش را احساس می‌کنیم؟

احتمالاً در خودتان هم سراغ گرفته‌اید. آدمی موجودی است که گاهی گرسنگی او هیچ ارتباطی با معده‌اش ندارند. ممکن است ساعت‌ها پیش غذا خورده باشد، اما همچنان میل عجیبی به خوردن چیزی شیرین، شور، چرب یا ترد داشته باشـد. در چنین لحظاتی، آنچه ما را به سمت یخچال، قفسه تنقلات یا سفارش یک وعده فست‌فود می‌کشاند، الزاماً نیاز جسمانی به غذا نیست؛ گاهی روان ما به دنبال تسکینی است که در جای دیگری از زندگی پیدایش نکرده است.

اما شاید بپرسید چرا در روزهایی که احساس بی‌ارزشی می‌کنیم، زمانی که از خودمان رضایت نداریم، دچار شکسـت عاطفی شده‌ایم یا زیر فشار افسردگی و تنهایی قرار گرفته‌ایم، تمایل ما به مصـرف خوراکی‌های کم‌ارزش غذایی بیشتر می‌شود؟

واقعیت این است که رابطه ما با غذا، بسیار قدیمی‌تر و عمیق‌تر از یک نیاز زیسـتی است. وقتی پا به دنیا می‌گذاریم نخسـتین تجربه‌های آرامش ما با تغذیه گره می‌خورد. نوزاد نه‌تنها از طریق شیر مادر گرسـنگی خود را برطرف می‌کند، بلکه هم‌زمان گرما، امنیت، تماس جسمانی و آرامش را نیز تجربه می‌کند. به این ترتیب، در حافظه عاطفی انسان، خوردن می‌تواند با احساس امنیت و دوست داشته‌شدن پیوند بخورد.

وقتی سیر می‌شـویم انگار احساس امنیت هم داریم.

بله، این پیوند در بزرگسالی نیز به شکل‌های مختلف ادامه پیدا می‌کند. ما برای جشـن گرفتن غذا می‌خوریم، برای همدردی غذا می‌خوریم، هنوز از گورستان بیرون نیامده از افرادی که در تشییع جنازه حضور داشتند در یک رستوران پذیرایی می‌کنیم. در میهمانی‌ها محبت را با خوراکی‌ها ابراز می‌کنیم و گاهی برای تسکین اندوه به سراغ غذا می‌رویم. در واقع، غذا در فرهنگ انسانی فقط یک ماده مصرفی نیست؛ زبان عاطفه، خاطره و ارتباط است.

چرا می‌خواهیم حفره روانی را با لقمه غذا پر کنیم؟

وقتی عزت‌نفس فرد آسیب می‌بیند، مغز او به دنبال پاداش فوری می‌گردد. انگار فرد می‌خواهد سریع آن گرسنگی و تلخی را پوشش دهد، بنابراین یکی از مهم‌ترین دلایل افزایش تمایل به مصرف خوراکی‌های پرچرب، شـیرین و شـور در دوران افسردگی یا احساس بی‌ارزشی، تغییر در سازوکارهای تنظیم هیجان و پاداش در مغز اسـت. غذاهای فوق فرآوری‌شـده معمولاً ترکیبی از قنـد، چربی، نمـک و بافت‌های جذاب دارند که می‌توانند مدارهای پاداش مغز را به‌سرعت تحریک کنند. در این فرایند، انتقال‌دهنده‌های عصبی مانند دوپامین نقش دارند؛ ماده‌ای که در انگیزش، یادگیری پاداش و تکرار رفتارهای لذت‌بخش مؤثر است. وقتی فرد در زندگی روزمره احساس شکست، طردشدگی، ناکافی بودن یا دوست‌داشتنی نبودن می‌کند، ممکن اسـت بـرای تجربه یک احسـاس خوشایند و سریع به غذا پناه ببرد.

در واقع ما می‌دانیم که تاب آوردن آن تلخی درونی زمانبر است و به نوعی می‌خواهیم نوعی تخدیر ایجاد کنیم.

بله، بازسـازی یک رابطه، رسـیدن به موفقیت شغلی، بهبود عزت‌نفس یا حل تعارض‌های خانوادگی زمانبر است؛ اما خوردن یک بسته شکلات یا یک وعده غذای پرکالری، پاداشی فوری و در دسترس فراهم می‌کند. در واقع ما از یک میانبری استفاده می‌کنیم که در آن لحظه جواب بدهد اما عملاً این میانبر سر از جای دیگری درمی‌آورد. البته ارتباط میان احساس بی‌ارزشی و پرخوری، گاهی لایه پیچیده‌تری دارد.

مثال می‌زنید؟

فردی را تصور کنید که در عمـق وجودش باور دارد به اندازه کافی خوب، زیبا، موفق یا دوست‌داشـتنی نیسـت. چنین فردی ممکن است در مواجهه با ناکامی‌های روزمره، به جای همدلی با خودش، به سرزنش خود روی بیاورد. او ممکن است ساعت‌ها به این فکر کند که چرا نتوانسته مطابق انتظاراتش زندگی کند، چرا دیگران او را انتخاب نکرده‌اند، چرا به اندازه کافی مورد توجه قرار نمی‌گیرد یا چرا از نظر خودش جذابیت و شایستگی لازم را ندارد. در چنین شرایطی، خوردن می‌تواند تسکینی موقت تبدیل شـود با این حال پس از آن، احساس گناه ناشی از پرخوری نیز به سراغ فرد می‌آید.

«باز هم نتوانستم خودم را کنترل کنم»، «چقدر اراده ضعیفی دارم»، «حتـی نمی‌توانـم مراقب بدن خودم باشـم.» این جملات، حلقه تازه‌ای از سرزنش را شکل می‌دهند. فردی که پیش‌تر از احساس بی‌ارزشی رنج می‌برد، اکنون رفتار غذایی خود را نیز به مدرکی برای اثبات بی‌ارزشی‌اش تبدیل می‌کند. به این ترتیب، چرخه‌ای شکل می‌گیرد: احساس بی‌ارزشی، اضطراب و اندوه، پناه بـردن به غذا، تسـکین کوتاه‌مدت، احساس گناه و در نهایت تشدید بی‌ارزشی. البته این چرخه در همه افراد یکسان نیست و پرخوری همیشه نشانه خودتنبیهی یا عزت‌نفس پایین نیست؛ اما در برخی افراد، این دو تجربه به شکلی عمیق به یکدیگر گره‌می‌خورند.

سـه، چهار دهه پیش ما در شـهرهایی زندگی می کردیم که رسـتوران‌ها و مراکز فروش غذا واقعاً در اقلیت به سـر می‌بردند. آدم‌ها حتی ثروتمندان به ندرت در رسـتوران‌ها غذا می‌خوردند اما حالا مدام اشـتهای ما با این همه رنگ و تنوع دارد تحریک می‌شود. نقش مناسبات اجتماعی هم به نظرم قابل کتمان نیست.

ببینید صنعت غـذا و تبلیغات تجاری، لذت فوری را به یکی از در دسترس ترین کالاهای زندگی تبدیل کرده و اجـازه نمی‌دهد ما با مسائل روانی خود روبه‌رو شویم.

همچنان که مثلاً شبکه‌های اجتماعی هم کارکرد مشابهی دارند. من بـه جای اینکه بـا بی‌حوصلگی‌ام روبه‌رو شـوم ویدیوهای کوتاه یک دقیقه‌ای در اینستاگرام می‌بینم.

بله، آن ویدئو در خیابان به یک غذای فسـت فودی تبدیل می‌شـود. غذاهای آماده، تنقلات رنگارنگ و خوراکی‌های پرکالری، راهی سریع‌تر از بسـیاری از راه‌های دستیابی به رضایت روانی در اختیار ما قرار می‌دهند. از طرف دیگر، زندگی مدرن با کاهش روابط عمیق انسانی، فشار اقتصادی، رقابت اجتماعی، مقایسه دائمی در شبکه‌های اجتماعی و فرسودگی شغلی همراه شده است. انسان امروز ممکن است ساعت‌ها در معرض تصاویری از زندگی‌های ظاهراً موفق و بی‌نقص دیگران قرار بگیرد و هم‌زمان احساس کند از زندگی خود عقب مانده است. در چنین شرایطی، مصرف غذا می‌تواند به یکی از معدود لذت‌های قابل خرید تبدیل شود؛ لذتی که نه به تأیید دیگران نیاز دارد، نه مستلزم تلاش طولانی است و نه برای دستیابی به آن باید شایستگی خاصی را اثبات کرد.

یعنی مثلاً من به عنوان پدر خانواده می‌گویم نمی‌توانم لذت یک مسافرت آن چنانی را برای خانواده خودم تأمین کنم اما دست کم غذاگردی ـ گیرم ناسالم ـ را که می‌توانم.

شاید به همین دلیل اسـت که گاهی یک وعده غذای ناسالم، برای انسانی خسـته از تلاش برای اثبات ارزشمندی خود، به پناهگاهی موقت تبدیل می‌شود.

اگر بخواهـم این وضعیـت را تغییر دهم چه رویکردی می‌تواند درست باشد؟

شـاید مهم‌ترین پرسـش وقتی به خوردن غذا بدون حس گرسـنگی روی می‌آورم این باشـد که «در این لحظه چه احساسـی را تجربه می‌کنم؟» آیا خسـته‌ام؟ تنها هستم؟ احسـاس طردشـدگی دارم؟ از خودم ناراضی‌ام؟ نیاز دارم کسی مرا ببیند، تحسـینم کند یا به من اطمینان بدهد که دوست‌داشتنی هستم؟

البته نباید هر تمایل به خوردن تنقلات را نشـانه یک مشکل روانشناختی دانست. خواب ناکافی، محدودیت غذایی شدید، تغییرات هورمونی به ویـژه در زنان، برخـی داروها و عوامل جسمانی نیز می‌توانند بر اشـتها و میل به غذا تأثیر بگذارند. همچنین افسردگی در بعضی افراد اشتها را افزایش می‌دهد و در برخی دیگر آن را کاهش می‌دهد. از این زاویه شاید راه رهایی از پرخوری هیجانی، پیش از آنکه در رژیم‌های سخت غذایی و کنترل وسواس گونه کالری‌ها جست‌وجو شود، در بازسازی رابطه انسان با خودش باشد.

یعنی من وقتی خودم را بـی‌ارزش می‌دانم نیازی هم بـه مراقبت از بدنـم یا حتی بدن فرزندم حس نمی‌کنم.

بله، کسی که خود را دوست‌داشـتنی نمی‌داند، ممکن است حتی مراقبت از بدنش را نیز به تعویق بیندازد. کسی که دائماً خود را سـرزنش می‌کند، احتمالاً در مواجهه با لغزش‌های غذایی نیز به جای درک نیازهایش، خودش را مجازات خواهد کرد. البته مراقبت از خود، صرفاً به معنای انتخاب غذای سالم نیست؛ بلکه به معنای پذیرفتن این حقیقت است که بدن ما حتی در روزهای شکسـت، اندوه، ناکامی و بی‌حوصلگی نیز شایسته مراقبت است.

شاید لازم باشد به جای آنکه با هر بار پرخوری از خود بپرسیم «چرا این‌قدر بی‌اراده‌ام؟» سـؤال دیگری مطرح کنیم: «چه چیزی در زندگی من آن‌قدر کم‌رنگ شده که برای تجربه چند دقیقه آرامش، به غذا پناه می‌برم؟» از این زاویه یکی از مهم‌ترین قدم‌های بلوغ روانی این است که یاد بگیریم گرسنگی عاطفی خود را با غذا پاسخ ندهیم؛ همانطور که نباید با محروم کردن خود از غذا، احساس بی‌ارزشی‌مان را تنبیه کنیم.