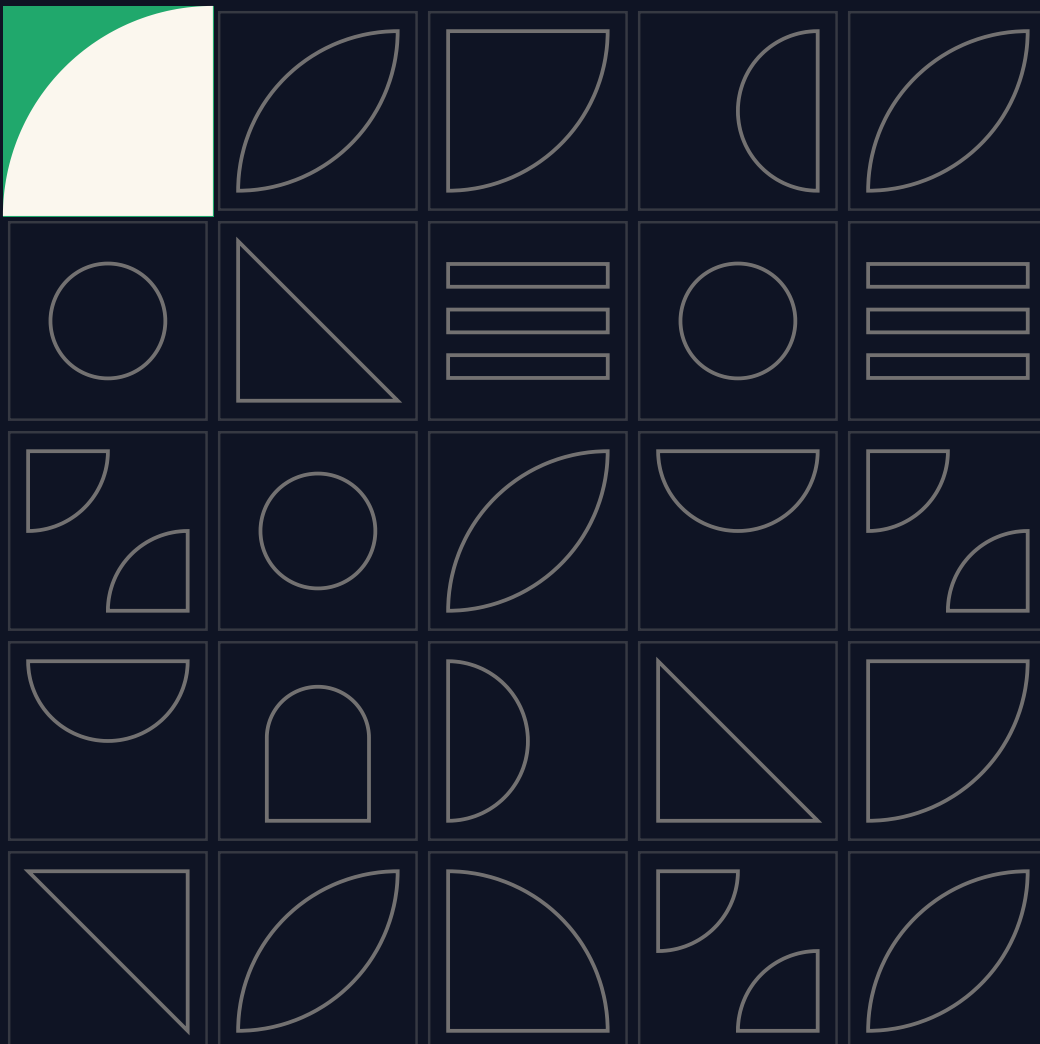


3.3% यूजर बचे 30वें दिन — वेलनेस ऐप शेयर नहीं होते

जीरो-क्रिंज शेयर

The Zero-Cringe Share

डॉ. अतुल असवानी; मुंबई के साइकियाट्रिस्ट और ट्रेंड रिज़ल्ट्स कोच
22 September 2026



3.3% यूजर बचे 30वें दिन — वेलनेस ऐप शेयर नहीं होते

जीरो-क्रिंज शेयर

The Zero-Cringe Share

इमोशनऐप (EmotionApp) एक नॉन-क्लिनिकल इमोशनल फिटनेस (Emotional Fitness) कोचिंग प्लेटफॉर्म है। यह क्लिनिकल सेवा नहीं है। यह diagnosis या treatment नहीं देता। परेशान यूजर को संकट-लेन पर भेजा जाता है। वह लेन हर शेयर कार्ड से बाहर रहता है।

ज्यादातर वेलनेस प्रोग्राम शेयर नहीं होते। वो संघर्ष दिखाते हैं। पाँच बातों का नाप — गिने जा सकने वाला रेप, साफ नतीजा, पहचान का बैज, बिना शर्म का शेयर, पहले से मौजूद दर्शक — यही प्रोग्राम को लिंकडइन पर फैलाता है।

इस पेपर में

01 Executive summary

02 The problem in India

03 Why current approaches fail

04 The emotional-fitness model applied

05 Score your own programme

06 Measurement

07 Implementation

08 One-page checklist the reader can run this week

09 FAQ

10 References

लेखक

डॉ. अतुल असवानी; मुंबई के साइकियाट्रिस्ट और ट्रेड रिज़ल्ट कोच

प्रकाशित

22 September 2026 • हिंदी संस्करण • emotionapp.in/research/the-zero-cringe-share

01

Executive summary

ज्यादातर मेंटल-हेल्थ ऐप दिन 30 पर सिर्फ 3.3 फ्रीसदी यूजर बचाते हैं। शेयर-योग्यता रुब्रिक (Shareability Rubric) (R·S·B·C·A) पाँच बातें नापता है — Countable Rep, Sunny Output, Badge of Identity, Zero-Cringe Share, Built-In Audience। हर बात 0–3। वायरल इंडेक्स (Virality Index) 0–15। लिंकडइन पर पोस्ट से पहले प्रोग्राम को यह टेस्ट पास करना होता है।

कर्मचारी वेलनेस प्रोग्राम engagement वहीं अटकता है जहाँ शेयर की चीज़ एक घाव हो। देर रात गुरुग्राम की एक प्रोडक्ट मैनेजर ऐप का मूड चेक-इन पूरा करती है। एक बटन उसे पोस्ट करने को कहता है। वह ऐप बंद कर देती है। वेलबीइंग प्रोग्राम में हिस्सा कैसे बढ़े — यह ज़ोर की कैंपेन से नहीं होता। शेयर की इकाई बदलनी होती है। एक रेप। एक बैज। एक पैटर्न।

वायरल कर्मचारी वेलबीइंग तब चलता है जब कार्ड शेयर करने लायक हो। भेजे गए थैंक-यू की गिनती। फ्लो मिनट। छोटी जीत की स्ट्रीक। मूड स्कोर नहीं। जर्नल की लाइन नहीं।

भारत में अटकना ढांचे में है। सिर्फ 14 फ्रीसदी संगठन वेलबीइंग प्रोग्राम में ऊँचा जुड़ाव बताते हैं। 70 फ्रीसदी से ज्यादा बजट बढ़ा चुके हैं। लिंकडइन पर पहले से 15 करोड़ भारतीय मेंबर हैं। अगली सुबह वही मैनेजर उस साथी को थैंक-यू भेजती है जिसने उसका क्लाइंट डेमो संभाला था। फिर इस महीने भेजे गए थैंक-यू की गिनती पोस्ट करती है। खुशी तीन डिग्री तक चलती है। पास का दोस्त खुश हो तो आपके खुश होने की संभावना 25 फ्रीसदी बढ़ती है। फ्रेमिंगहैम में सहकर्मी के बीच यह असर नहीं मिला। ऑफिस नेटवर्क नहीं है। शेयर कार्ड है। हर कार्ड को अंक दें। 10/15 या ऊपर ही चलाएँ। 8/15 से नीचे छिपाएँ। संकट-लेन कार्ड से बाहर रखें।

02

The problem in India

भारतीय कंपनियों ने कैटेगरी खरीद ली। फैलाव नहीं खरीदा। People Matters और Truworth Wellness ने 300 से ज्यादा संगठनों का सर्वे किया। रिपोर्ट: The Great Wellbeing Shift: India's Corporate Health Study 2026। 83 फ्रीसदी के पास

ढांचा है। 70 फ़ीसदी से ज्यादा ने बजट बढ़ाया। ऊँचा जुड़ाव सिर्फ 14 फ़ीसदी में है। व्यवहार वाले प्रोग्राम में ऊँचा हिस्सा 20 फ़ीसदी से कम बताते हैं। करीब 35 फ़ीसदी डैशबोर्ड हाजिरी से आगे देखते हैं। जोखिम पहले से नापने वाले सिर्फ 11 फ़ीसदी हैं।

उसी स्टडी की ट्रेड कवरेज कहती है। 83 फ़ीसदी कंपनियाँ काउंसलिंग या EAP देती हैं। 81 फ़ीसदी सालाना हेल्थ चेक देती हैं। 66 फ़ीसदी डिजिटल वेलबीइंग प्लेटफॉर्म देती हैं। पहुँच रुकावट नहीं है। शेयर है।

FITPASS और ETHRWorld की रिपोर्ट: State of Fitness and Wellness in Corporate India 2023–24। 3,000 कर्मचारी और सीएचआरओ से पूछा गया। 76 फ़ीसदी मौजूदा वेलनेस प्रोग्राम से कटे लगे। 29 फ़ीसदी इसलिए नहीं जुड़े कि ऑफर उनके हिसाब का नहीं था। 44 फ़ीसदी संगठन अभी भी सिर्फ मेडिकल इंश्योरेंस जैसे रिएक्टिव कवर पर टिके हैं।

प्रोफेशनल नेटवर्क पहले से है। DataReportal की Digital 2025: India रिपोर्ट लिंकडइन ऐड टूल्स से निकली। 2025 की शुरुआत में भारत में 15 करोड़ लिंकडइन मेंबर थे। आबादी का 10.3 फ़ीसदी। 18 साल से ऊपर का 14.6 फ़ीसदी। इंटरनेट यूजर का 18.6 फ़ीसदी। 2024 की शुरुआत से 2025 की शुरुआत तक 3 करोड़ जुड़े। यानी 25 फ़ीसदी बढ़ोतरी। सितंबर 2025 में लिंकडइन के इंडिया कंट्री मैनेजर ने PTI से कहा — आँकड़ा 16 करोड़ पार कर चुका। ये दो अलग तारीखों के सैपशॉट हैं। एक मिला-जुला आँकड़ा नहीं। दोनों सूरत में यह फीड सीएचआरओ का सबसे बड़ा मुफ्त चैनल है।

स्टिग्मा अभी तय करता है कि फीड पर क्या आए। Naukri Pulse 2025 में 19,650 जॉबसीकर्स से पूछा गया। 80 इंडस्ट्री। सिर्फ 28 फ़ीसदी प्रोफेशनल मानसिक स्वास्थ्य की छुट्टी का नाम साफ लिखते हैं। 45 फ़ीसदी उसे साधारण सिक लीव लिखते हैं। 31 फ़ीसदी डरते हैं कि लोग उन्हें नाकाबिल समझेंगे। Brohan और साथियों ने वर्कप्लेस डिस्कलोजर की 48 स्टडी देखीं। लोगों को भेदभाव का डर रहता है। इसलिए संघर्ष निजी रहता है। 72 फ़ीसदी छुट्टी का नाम लेने में हिचकते हैं। लो-मूड कार्ड वो पोस्ट नहीं करेंगे।

How to increase wellbeing program participation: score the share object

यहाँ लिंकडइन ही प्रोफेशनल शेयर सतह है। व्हाट्सऐप स्टेटस मिट जाता है। इंटरनेट पोस्ट फायरवॉल के अंदर रहता है। लिंकडइन पोस्ट भर्ती बाजार में बैज बनता है। इसलिए फैक्टर C एक सतर्क प्रोफेशनल की हिचक से नापा जाता है। प्राइवेट चैट से नहीं। कार्ड वहाँ नहीं टिक सकता तो प्रोग्राम नहीं चलेगा। नीचे की टेबल भारतीय कॉर्पोरेट वेलबीइंग को पब्लिक हैबिट ऐप और नेटवर्क साइंस से मिलाती है। फासला बजट का नहीं है। शेयर की चीज़ का है।

Signal	India corporate wellbeing	Public comparator
High engagement / retention	14% संगठन ऊँचा जुड़ाव बताते हैं; व्यवहार वाले प्रोग्राम में ऊँचा हिस्सा <20%	93 मेंटल-हेल्थ ऐप पर औसत 30-दिन रिटेंशन: 3.3%। रोज़ खोलने की दर: 4.0%
Budget versus behaviour	>70% ने वेलबीइंग बजट बढ़ाया; 83% के पास ढांचा है	इंस्टॉल बड़े दिखते हैं। इस्तेमाल नहीं टिकता। 15-दिन रिटेंशन: 3.9%
Digital offer	66% डिजिटल वेलबीइंग प्लेटफॉर्म; 83% काउंसलिंग या EAP	Baumel पैनल में 93 ऐप; औसत ~1 लाख इंस्टॉल
Professional network	2025 की शुरुआत में भारत में 15 करोड़ लिंकडइन मेंबर; सालाना +25%	चुने हुए रिश्ते बैज ले जाते हैं। बगल वाली कुर्सी नहीं
Felt disconnection	76% कर्मचारी मौजूदा प्रोग्राम से कटे लगते हैं	WHPP स्टडी में दर बताने वाली 37 में से 20 का औसत हिस्सा 50% से कम
Social spread available	लिंकडइन पहले से दर्शक है; ऑफ्ट-इन कार्ड उसे इस्तेमाल कर सकते हैं	खुशी तीन डिग्री तक चलती है; पास का दोस्त +25%। फ्रेमिंगहैम में सहकर्मी असर नहीं

टेबल के स्रोत References में पूरे हैं। इमोशनऐप का कोई प्राइवेट इस्तेमाल डेटा नहीं दिया गया।

दुनिया में भी यही पैटर्न है। Bensa और Širok की 2023 स्कोपिंग रिव्यू वर्कप्लेस हेल्थ-प्रमोशन प्रोग्राम पर है। 58 पेपर में से सिर्फ 37 ने हिस्सेदारी बताई। उन 37 में से 20 का औसत 50 फ़ीसदी से कम रहा। कैटेगरी में पैसा है। शेयर कम है।

03

Why current approaches fail

वेलनेस ऐप संघर्ष दिखाते हैं, इसलिए कोई शेयर नहीं करता

तीन आदतें प्रोग्राम को निजी रखती हैं। तीनों देखभाल लगती हैं। तीनों कर्मचारी से घाव छपवाती हैं।

वेलबीइंग ऐप की डिफॉल्ट चीज़ एक हालत है। मूड स्कोर। स्ट्रेस स्लाइडर। रात 11 बजे लिखी जर्नल लाइन। निजी कमरे में यह काम की है। प्रोफेशनल फीड पर यह जहर है। Brohan की रिव्यू साफ है। लोग मानते हैं कि मानसिक स्वास्थ्य बताने से नौकरी, इज्जत और चुपचाप मिला सम्मान जाएगा। Naukri का 28 फ़ीसदी आँकड़ा भारत का अनुवाद है। 72 फ़ीसदी छुट्टी का सही नाम भी नहीं लिखते। लो-मूड कार्ड वो नहीं डालेंगे।

Pennebaker का एक्सप्रेसिव राइटिंग काम (1997) ऑफिस प्रोग्राम में खींच लिया जाता है। सबूत यह कि “लिख डालो तो फर्क पड़ता है।” निजी इस्तेमाल में इस तरीके की लंबी रिसर्च है। शेयर प्रॉम्प्ट बनते ही रुब्रिक की पाँच में से चार बातें गिर जाती हैं। नतीजा प्रोसेसिंग है। धूप नहीं। बैज नहीं। शेयर खुद घाव है। बिना कीमत के लेने वाला दर्शक नहीं। निजी प्रैक्टिस ग्रोथ लूप नहीं है।

लो-मूड चेक-इन के बाद
शेयर प्रॉम्प्ट

प्रोडक्ट टीम “कैसा महसूस कर रहे हो, शेयर करो” बटन जोड़ती है। पहुँच चाहिए होती है। बटन चेक-इन से चिपकता है। क्योंकि यूजर ने वहीं लिखा। क्रम ही गलती है। प्रॉम्प्ट तब चलता है जब चीज़ सबसे कम शेयर-योग्य हो। कम स्कोर पर लगा दर्शक समुदाय नहीं है। यह एक्सपोजर है। Poddar और Chhajer की 2024 भारतीय क्वालिटेटिव स्टडी — पंद्रह इंटरव्यू, सिर्फ थीम, प्रिवलेंस का दावा नहीं — वही हिसाब लिखती है। जजमेंट का डर। छिपाना। शक कि संगठन सुनकर संभाल भी पाएगा।

Corrigan का काम आने-बाहर आने को रणनीति बताता है। बताना महंगा है। वक्त चुनकर होता है। शेयर प्रॉम्प्ट सहमति नहीं है। हर कार्ड पर ऑफ्ट-इन न्यूनतम है। लो स्कोर के बाद ऑटो-शेयर वह नाकामी है जिसके खिलाफ यह पेपर है।

हार वाली स्ट्रीक सजा

स्ट्रीक चलती है। सजा भी देती है। Duolingo के Form 10-K में साल खत्म 31 December 2025। करीब 4.3 करोड़ रोज़ाना सक्रिय यूजर की सात दिन या ज्यादा की स्ट्रीक। करीब 1.5 करोड़ की 365 दिन या ज्यादा की स्ट्रीक। पहले के आधिकारिक इंजीनियरिंग नोट में बात यह है। सात दिन की स्ट्रीक वाले अगले दिन लौटने की संभावना 2.4 गुना ज्यादा। 2024 में कंपनी ने कहा। कम से कम एक Friend Streak वाले डेली लेसन पूरा करने की संभावना 22 फ़ीसदी ज्यादा।

यह धूप वाला रूप है। गिनती बैज बन जाती है। दूसरा रूप Snapchat है। April 2024 में कंपनी ने लिखा। यूजर को स्ट्रीक बचाने के लिए जवाब देने का दबाव महसूस हुआ। खोई स्ट्रीक वापस लाना आसान किया गया। तरीका रिश्ते पर टैक्स बन गया। Johnson और साथियों की 2016 रिव्यू गेमिफिकेशन पर है। सेहत और वेल्बीइंग। 19 एम्पिरिकल पेपर। 59 फ़ीसदी पॉजिटिव। 41 फ़ीसदी मिले-जुले। सबूत सेहत व्यवहार पर ज्यादा मजबूत। सोच के नतीजों पर कम। पॉइंट और स्ट्रीक व्यवहार तब हिलाते हैं जब नतीजा साफ रहे। टूटी स्ट्रीक और छोटी शर्म जब पब्लिक चीज़ बने तो उलटा पड़ता है।

स्ट्रीक याद रखने वाला गिना रेप है। संख्या बनकर शेयर हो तो बैज है। हार बनकर शेयर हो तो तारीख लगा घाव है।

कंपनी वाला रूप वह टीम चैनल है जो बताए कौन मेडिटेशन लीडरबोर्ड से गिरा। गिनती साफ थी। फ़्रेम नहीं था। शर्म फैलाने की रणनीति नहीं है।

04

The emotional-fitness model applied

खास बात

पास का दोस्त खुश हो तो आपके खुश होने की संभावना 25 फ़ीसदी बढ़ती है। फ्रेमिंगहैम में सहकर्मी असर नहीं मिला।

इमोशनऐप इमोशनल फ़िटनेस को जिम की ताकत की तरह लेता है। इकाई एक गिना जा सकने वाला रेप है। नतीजा साफ है। पहचान वह बैज है जो इंसान ऑफ़िस में पहन सके। शेयर बिना शर्म का है। दर्शक प्रोडक्ट में या लिंकडइन पर पहले से है। हर तरीका कार्ड की लाइन यही है — गिनती, इकबाल नहीं। प्लेटफॉर्म व्हाट्सऐप-फर्स्ट है। 23 भारतीय भाषाओं में। डेटा भारत में रहता है। DPDP-compliant डिजाइन। एआई कोच के साथ इंसान को सौंपने का रास्ता। ISO 9001 और ISO 13485 के नीचे बना। कार्ड अगर घाव पड़े तो इनमें से कुछ काम नहीं आता।

The Shareability
Rubric (R•S•B•C•A)

हर फैक्टर को 0–3 अंक दें। जोड़ें। वही वायरल इंडेक्स है। 0–15।

Factor	What a 3 looks like
R Countable Rep	एक साफ काम, एक संख्या के साथ। भेजे गए थैंक-यू। फ्लो मिनट। छोटी जीत। पटाखा जवाब। भावना नहीं।
S Sunny Output	सत्र से निकलता है आगे बढ़ना, शुक्र, महारत या योगदान। संकट नहीं। निजी हिसाब नहीं।
B Badge of Identity	इंसान बिना हिचके कह सके — मैं नोटिसर हूँ / डिलिवरर हूँ / गहरे काम का रखवाला हूँ।
C Zero-Cringe Share	सीएचआरओ वीपी के लिंकडइन पर यह कार्ड देखकर सहज रहे। मूड टेक्स्ट नहीं। जर्नल लाइन नहीं। मदद माँग नहीं।
A Built-In Audience	कोई पहले से काम पा रहा हो — धन्यवाद पाया साथी, स्क्वाड बोर्ड — या चुना प्रोफेशनल नेटवर्क पा सके।

पाँच अंक वाले उदाहरण

ये सिखाने वाले अंक हैं। लैब माप नहीं। सेक्शन 4 में सिर्फ पाँच उदाहरण हैं। सेक्शन 5 की शीट आम प्रोग्राम टाइप जोड़ती है।

Example	R	S	B	C	A	Index
The Thank-You Ambush	3	3	2	3	2	13 / 15
The Zone Dial	3	3	3	3	1	13 / 15
Match the Firecracker	3	3	2	3	1	12 / 15
Tiny Wins, Big Flywheel	3	2	3	2	1	11 / 15
Private expressive writing	1	0	0	0	1	2 / 15

The Thank-You Ambush — 13/15

एक साफ थैंक-यू लिखें। अपने शेयर शीट से भेजें। गिनती है — भेजे गए थैंक-यू। महसूस किया शुक्र उड़ जाता है। पहुँचा शुक्र दोनों तरफ बैठता है। शेयर सतह गिनती है। या नोट का भेजना खुद। यह प्रोफेशनल है। यह साफ है। पाने वाला एक का दर्शक है। लिंकडइन कार्ड जो कहे “इस महीने 3 थैंक-यू पहुँचे” — उसे इकबाल की जरूरत नहीं।

The Zone Dial — 13/15

एक काम चुनें। कठिनाई ऐसी रखें कि खिंचे, हो भी जाए। रुकावट हटाएँ। डूबने का समय नापें। गिनती फ्लो मिनट है। और दिन के किस पहर पैटर्न। “स्टैंड-अप से पहले 47 फ्लो मिनट” कारीगरी का बैज है। दर्शक कमजोर फैक्टर रहता है जब तक टीम बोर्ड न जुड़े। मिनट शेयर हैं। अंदर का मौसम नहीं।

Match the Firecracker — 12/15

कोई अच्छी खबर बताए तो ऊर्जा मिलाएँ। अपने बारे में बोलने से पहले दो सच्चे सवाल पूछें। गिनती है — दर्ज पटाखा जवाब। अच्छी खबर का जवाब रिश्ता बेहतर बताता है। बुरी खबर के जवाब से भी ज्यादा। साप्ताहिक कार्ड “11 में से 9 मैच” बिना शर्म का है। दर्शक 1 रहता है जब तक दूसरा इंसान चुना प्राप्तकर्ता न गिना जाए।

Tiny Wins, Big Flywheel — 11/15

अगला कदम इतना छोटा करें कि शर्म आए। करें। लिखें। स्ट्रीक चक्का घुमाए। गिनती छोटी जीत और स्ट्रीक की लंबाई है। पहचान बिल्डर की है। टीम ऑप्ट-इन करे तब दर्शक बढ़े। माफी प्रोडक्ट में रहे। पब्लिक रीसेट की शर्म नहीं।

Private expressive writing — 2/15

सत्र पर टिक लग सकती है। बस इतनी गिनती। नतीजा प्रोसेसिंग है। ऐसा बैज नहीं जिसे प्रोफेशनल पहने। टेक्स्ट शेयर करना घाव खोलता है। डिजाइन से दर्शक नहीं। इसे रखें। इस पर शेयर बटन न लगाएँ। यह उलटा उदाहरण है। मारने वाला प्रोडक्ट नहीं। हर शेयर सतह से दूर रखने वाला प्रोडक्ट है।

Share-surface guardrails

सिर्फ गिनती, स्ट्रीक और आर्केटाइप।

कार्ड पर रेप्स की संख्या हो सकती है। स्ट्रीक की लंबाई। चुना पहचान शब्द — Noticer, Deliverer, Zone-keeper। मूड स्कोर नहीं। चेक-इन वाक्य नहीं। जर्नल का टुकड़ा नहीं। इस रेप की जरूरत क्यों पड़ी, यह नहीं।

हर कार्ड पर ऑप्ट-इन।

सहमति एक बार की प्राइवसी पॉलिसी नहीं। हर कार्ड पूछे। डिफॉल्ट बंद। रेप पूरा होना पोस्ट नहीं है। इंसान कार्ड चुने। चैनल चुने। वक्त चुने। यूजर की अपनी शेयर शीट पाइप है। संपर्क सुरक्षित और चाहा हुआ लगे। प्रोडक्ट शेयर की चीज़ एक संख्या या एक आर्केटाइप में न कह सके तो वह शेयर की चीज़ नहीं।

संकट-लेन हर शेयर सतह से बाहर।

कोई संकट में हो तो प्रोडक्ट मदद की तरफ भेजे। वह रास्ता पोस्ट नहीं। टेली-मानस 14416 भारत का पब्लिक साइनपोस्ट है। EAP नंबर उसी लेन में रह सकता है। दोनों लिंकडइन कार्ड पर नहीं। हेल्पलाइन को शेयर प्रॉम्प्ट में मिलाना संगठन को सिखाता है कि संघर्ष कंटेंट है।

Christakis और Fowler ने दिखाया। भाव चुने रिश्तों से तीन डिग्री तक चलते हैं। फ्रेमिंगहैम में सहकर्मियों के बीच नहीं चले। चुने दर्शक के लिए डिजाइन करें। ओपन-प्लान फ्लोर पर भरोसा न करें।

05

Score your own programme

रुब्रिक छापें। हर चलते कार्ड को अंक दें। ये दस उदाहरण इमोशनऐप के तरीके और आम प्रोग्राम टाइप मिलाते हैं। ताकि औजार सिखाए। अंक सिखाने वाले हैं। 10/15 या ऊपर चलाएँ। 8/15 से नीचे छिपाएँ या रास्ता बदलें। संकट-लेन शेयर कार्ड पर कभी न डालें।

Card	R	S	B	C	A	Index	Share surface
Thank-You Ambush	3	3	2	3	2	13	3 thank-yous delivered
Zone Dial	3	3	3	3	1	13	47 flow minutes
Match the Firecracker	3	3	2	3	1	12	Matched 9 of 11
Tiny Wins streak	3	2	3	2	1	11	12-day tiny-win streak
Team flow-minutes board	3	3	3	3	3	15	Squad flow minutes this week
Gratitude-count board (no note text)	3	3	2	3	3	14	Team thank-yous delivered
Step-count / walk club	3	2	2	3	3	13	Walk-days this week
Badge-of-the-month (archetype)	2	3	3	3	2	13	This month I am a Noticer
Private expressive writing	1	0	0	0	1	2	None. Correct.
Mood check-in + auto-share	1	0	0	0	1	2	A low score on LinkedIn. Kill it.

आखिरी दो पंक्तियाँ जोड़े में पढ़ें। निजी लेखन 2 इसलिए है कि काम का है और शेयर नहीं होता। मूड चेक-इन प्लस ऑटो-शेयर 2 इसलिए है कि पतला दर्शक घाव पर लगा है। दर्शक खराब चीज़ नहीं बचाता। उसे बढ़ाता है।

शीट के ठीक बाहर एक और उदाहरण है। लो-मूड चेक-इन के बाद “हफ्ता कठिन था” पोस्ट। R, S, B, C पर 0। दर्शक है। इसलिए चलता है। गलत दिशा में चलता है। EAP पोस्टर और क्यूआर संकट-लेन के लिए जरूरी है। फैलाने के औजार के रूप में बेकार है। रखें। शेयर सतह से दूर रखें।

06

Measurement

नियोक्ता का डैशबोर्ड कोई क्लिनिकल डेटा नहीं रखता। चार चीजें रखता है जिन्हें बोर्ड पेपर में बचाया जा सके। रेप्स। स्ट्रीक। शब्द-भंडार की चौड़ाई। हिस्सेदारी। इंसान ने निजी में क्या लिखा, क्या महसूस किया, क्या नाम लिया — वह लकीर पार नहीं करता।

What the employer sees

तरीके और टीम के हिसाब से जोड़ी रेप गिनती

स्ट्रीक लंबाई का बंटवारा (नाम लेकर शर्म की लिस्ट नहीं)

इमोशनल शब्द-भंडार की चौड़ाई: समूह कितने अलग भाव-शब्द इस्तेमाल कर सकता है, एक संख्या

हिस्सेदारी: ऑफ्ट-इन यूजर, हफ्ते में प्रति यूजर रेप्स, स्वैच्छिक शेयर

हर चलते कार्ड का वायरल इंडेक्स, तिमाही समीक्षा

What the employer never sees

थैंक-यू का टेक्स्ट, जर्नल लाइन, चेक-इन

किसकी स्ट्रीक टूटी, और क्यों

शब्द खुद, किसी व्यक्ति से चिपके

मूड स्कोर, संकट झंडे, मदद माँगने की घटनाएँ

कोई भी फील्ड जो संघर्ष कर रहे इंसान की पहचान खोले

शब्द-भंडार की चौड़ाई चुप मीट्रिक है। जो टीम बारह अलग काम के हाल नाम ले सके वह उस टीम से ज्यादा फिट है जो सिर्फ “ठीक” और “स्ट्रेसड” कहे। डैशबोर्ड कोश का आकार दिखाता है। वाक्य नहीं। नाप और निगरानी में यही फर्क है।

हिस्सेदारी एक दर है। मूड नहीं। ऑफ्ट-इन यूजर गिनें। हफ्ते में प्रति यूजर रेप्स गिनें। स्वैच्छिक शेयर को रेप्स के हिस्से के रूप में गिनें। टारगेट बनाकर मत बढ़ाएँ। 13/15 कार्ड पर शेयर-दर बढ़ना सेहत है। 3/15 कार्ड पर शेयर-दर बढ़ना लीक है।

भारत में डेटा और DPDP पालन फर्श हैं। कहानी नहीं। कहानी यह है कि नियोक्ता जिम देख सके। लॉकर न पढ़े।

07

Implementation

नब्बे दिन काफी हैं। अंक देने, काटने, पायलट करने और नॉन-क्लिनिकल डैशबोर्ड पढ़ने के लिए। इतने छोटे भी हैं कि कोई “कल्चर चेंज” स्लाइड के पीछे न छिपे — वही स्लाइड जो हर तिमाही रिव्यू में बिना बदले फिर आ जाती है। मालिक भूमिकाएँ हैं। वेंडर नहीं।

Week	Owner	Action	Metric
1–2	CHRO + internal comms	हर चलते कार्ड को R·S·B·C·A पर अंक दें। 8/15 से नीचे छिपाएँ या बंद करें।	Baseline Virality Index
3–4	Product / vendor	शेयर सतह से मूड टेक्स्ट और लो-मूड प्रॉम्प्ट हटाएँ। गिनती, स्ट्रीक, आर्केटाइप रखें। संकट को सतह से बाहर भेजें।	Share-surface audit: 0 wound fields
5–6	Comms + one function lead	दो ऊँचे अंक वाले कार्ड का पायलट (Thank-You Ambush, Zone Dial)। सिर्फ ऑफ्ट-इन।	% opted in; reps completed; voluntary shares
7–8	People managers	बना-बनाया दर्शक: साप्ताहिक हडल सिर्फ गिनती पढ़ें। कहानी नहीं।	Team participation rate
9–10	Internal comms	लिंकडइन-रेडी कार्ड दें (रेप / बैज / पैटर्न)। संघर्ष वाला कॉपी नहीं।	Organic posts and impressions
11–12	CHRO	नॉन-क्लिनिकल डैशबोर्ड पढ़ें। बढ़ाने या रोकने का फैसला करें।	30-day participation vs week-1
13	CHRO + comms	आफ्टर-एक्शन। कार्ड उठाएँ या हटाएँ। इंडेक्स का बदलाव छापें।	Virality Index delta

हफ्ता 7–8 वह जगह है जहाँ ज्यादातर प्रोग्राम चाल चलते हैं। सोमवार के हडल में मैनेजर “एक छोटी कहानी” माँगता है। मना करें। हडल गिनती है। कहानी माँगते ही कार्ड 8/15 से नीचे गिरता है। मेज़ के आखिर में बैठी चुप एनालिस्ट अपने रेप्स दर्ज करना बंद कर देती है।

08

One-page checklist the reader can run this week

- 01** हर चलते वेलनेस कार्ड, प्रॉम्प्ट और पोस्टर की लिस्ट बनाएँ। लिस्ट नहीं तो अंक नहीं।
- 02** हर एक को R·S·B·C·A पर अंक दें। पाँच अंक लिखें। फिर जोड़।
- 03** 8/15 से नीचे हर कार्ड पर घेरा डालें। इस हफ्ते शेयर बटन छिपाएँ। वेंडर रोडमैप का इंतजार न करें।
- 04** लो-मूड चेक-इन के बाद शेयर प्रॉम्प्ट वाले कार्ड घेरें। प्रॉम्प्ट मिटाएँ। निजी चेक-इन रखना हो तो रखें।
- 05** जो पब्लिक स्ट्रीक टूटने का ऐलान करे उसे घेरें। टूटना निजी दृश्य में ले जाएँ। गिनती शेयर करें। गिरना नहीं।
- 06** संकट-लेन का नाम लिखें। टेली-मानस 14416। अपना EAP नंबर। पक्का करें कि शेयर कार्ड पर कहीं न हो।
- 07** 10/15 या ऊपर के दो कार्ड चुनें। एक फंक्शन में दो हफ्ते ऑफ्ट-इन चलाएँ।
- 08** मैनेजर को ब्रीफ करें: हडल गिनती, स्ट्रीक और आर्केटाइप पढ़ें। “कैसा लगा” न पूछें।
- 09** चार टाइल वाला डैशबोर्ड खड़ा करें: रेप्स, स्ट्रीक, शब्द-भंडार की चौड़ाई, हिस्सेदारी। क्लिनिकल फील्ड नहीं।
- 10** कैम्पेन से पहले लिंकडइन कार्ड लिखें। अपने नाम से न डाल सकें तो प्रोग्राम नहीं फैलेगा।

09

FAQ

Q1 लोग हमारा वेल्नेस प्रोग्राम लिंकडइन पर क्यों नहीं डालते?

क्योंकि शेयर की चीज़ एक घाव है। सिर्फ 28 फ़ीसदी भारतीय प्रोफेशनल मानसिक स्वास्थ्य की छुट्टी का सही नाम लिखते हैं। लो-मूड कार्ड उनसे पब्लिक में उससे ज्यादा माँगता है। चीज़ बदलें। रेप, बैज या पैटर्न शेयर करें।

Q2 ऐप और EAP तो है। हिस्सेदारी फिर कम क्यों?

पहुँच फैलाव नहीं है। सिर्फ 14 फ़ीसदी भारतीय संगठन ऊँचा जुड़ाव बताते हैं। 70 फ़ीसदी से ज्यादा बजट बढ़ा चुके हैं। 93 मेंटल-हेल्थ ऐप पर औसत 30-दिन रिटेंशन 3.3 फ़ीसदी है। कार्ड को अंक दें। अटकना अक्सर 2/15 शेयर सतह होती है।

Q3 स्ट्रीक सिर्फ गेमिफिकेशन है ना? और गेमिफिकेशन चलता है?

कभी-कभी। Johnson की 2016 रिव्यू में 19 पेपर। 59 फ़ीसदी पॉजिटिव। 41 फ़ीसदी मिले-जुले। सेहत व्यवहार पर ज्यादा मजबूत। Duolingo की 4.3 करोड़ सात-दिन स्ट्रीक धूप वाला रूप है। Snapchat का जवाब-दबाव हार वाला रूप है। गिनती शेयर करें। टूटना न छापें।

Q4 ऑफ़िस में पॉजिटिविटी शेयर करने से कुछ फैलता भी है?

चुने रिश्तों से हाँ। पास का दोस्त खुश हुआ तो आपके खुश होने की संभावना 25 फ़ीसदी बढ़ी। तीन डिग्री तक। फ्रेमिंगहैम में सहकर्मी असर नहीं मिला। लिंकडइन और ऑप्ट-इन टीम बोर्ड के लिए डिजाइन करें। 15 करोड़ भारतीय मेंबर पहले से नेटवर्क पर हैं। ओपन-प्लान फ्लोर के लिए नहीं।

Q5 लाइन पार किए बिना कंपनी क्या देख सकती है?

चार टाइल। रेप गिनती। स्ट्रीक का बंटवारा। शब्द-भंडार की चौड़ाई एक संख्या के रूप में। हिस्सेदारी। बस इतना डैशबोर्ड। मूड टेक्स्ट, जर्नल लाइन और मदद माँग इससे बाहर। फील्ड संघर्ष कर रहे इंसान की पहचान खोले तो उसकी जगह नहीं। संकट-लेन 14416 पर रखें। हर कार्ड से बाहर।

References

1. Baumel A, Muench F, Edan S, Kane JM. Objective user engagement with mental health apps: systematic search and panel-based usage analysis. *J Med Internet Res*. 2019;21(9):e14567. doi:10.2196/14567. <https://www.jmir.org/2019/9/e14567>
2. Bensa K, Širok K. Is it time to re-shift the research agenda? A scoping review of participation rates in workplace health promotion programmes. *Int J Environ Res Public Health*. 2023;20(3):2757. doi:10.3390/ijerph20032757. <https://www.mdpi.com/1660-4601/20/3/2757>
3. Brohan E, Henderson C, Wheat K, Malcolm E, Clement S, Barley EA, Slade M, Thornicroft G. Systematic review of beliefs, behaviours and influencing factors associated with disclosure of a mental health problem in the workplace. *BMC Psychiatry*. 2012;12:11. doi:10.1186/1471-244X-12-11. <https://bmcpsy psychiatry.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-244X-12-11>
4. Christakis NA, Fowler JH. The spread of obesity in a large social network over 32 years. *N Engl J Med*. 2007;357:370–379. doi:10.1056/NEJMsa066082. <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMsa066082>
5. Corrigan PW, Morris S, Larson J, et al. Self-stigma and coming out about one's mental illness. *J Community Psychol*. 2010;38(3):259–275. doi:10.1002/jcop.20363. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3831623/>
6. DataReportal. Digital 2025: India. 2025. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-india>
7. Duolingo, Inc. Form 10-K for the fiscal year ended 31 December 2025. Filed 26 February 2026. <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1562088/000162828026012494/duol-20251231.htm>
8. FITPASS and ETHRWorld. State of Fitness and Wellness in Corporate India 2023–24. Reported 8 August 2024. <https://hr.economictimes.indiatimes.com/news/industry/76-employees-ready-for-a-change-time-for-fitness-programmes-that-meet-their-needs/112362940>
9. Fowler JH, Christakis NA. Dynamic spread of happiness in a large social network: longitudinal analysis over 20 years in the Framingham Heart Study. *BMJ*. 2008;337:a2338. doi:10.1136/bmj.a2338. <https://www.bmj.com/content/337/bmj.a2338>
10. Johnson D, Deterding S, Kuhn KA, Staneva A, Stoyanov S, Hides L. Gamification for health and wellbeing: a systematic review of the literature. *Internet Interv*. 2016;6:89–106. doi:10.1016/j.invent.2016.10.002. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214782916300380>
11. Ministry of Health and Family Welfare, Government of India. Tele-MANAS. <https://telemanas.mohfw.gov.in/home>
12. Naukri.com. Mental health survey at work (Naukri Pulse 2025). <https://www.naukri.com/blog/mental-health-survey-at-work-by-naukri/>
13. Pattabiraman K, quoted in PTI / Financial Express. India emerges as LinkedIn's fastest-growing market with 16 crore users. 7 September 2025. <https://www.financialexpress.com/life/technology-india-emerges-as-linkedins-fastest-growing-market-with-16-crore-users-3969636/>
14. Pennebaker JW. Writing about emotional experiences as a therapeutic process. *Psychol Sci*. 1997;8(3):162–166. doi:10.1111/j.1467-9280.1997.tb00403.x. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1467-9280.1997.tb00403.x>
15. People Matters and Truworth Wellness. The Great Wellbeing Shift: India's Corporate Health Study 2026. <https://www.peoplesmatters.in/article/wellbeing/the-great-wellbeing-shift-indias-corporate-health-study-2026-47979>

16. Poddar A, Chhajer R. Detection and disclosure of workplace mental health challenges: an exploratory study from India. BMC Public Health. 2024;24. doi:10.1186/s12889-024-19422-9. <https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-024-19422-9>
17. Shuttleworth J. 5 product lessons we learned from building Friend Streak. Duolingo Blog. 20 September 2024. <https://blog.duolingo.com/product-lessons-friend-streak/>
18. Snap Inc. Best Friends, Streaks, and the Solar System. Snap Newsroom. 5 April 2024. <https://newsroom.snap.com/best-friends-streaks-and-the-solar-system>
19. Storyboard18. 83% of Indian companies now offer mental health support; chronic care still lagging. 27 November 2025. <https://www.storyboard18.com/how-it-works/83-of-indian-companies-now-offer-mental-health-support-chronic-care-still-lagging-84915.htm>
20. Duolingo. Improving the streak. Duolingo Blog. 19 November 2020. <https://blog.duolingo.com/improving-the-streak/>
- Pennebaker (1997) सिर्फ एक्सप्रेसिव राइटिंग की रिसर्च परंपरा के लिए उद्धृत है। जर्नल टाइटल में एक शब्द है जिसे यह पेपर बाकी जगह नहीं लिखता। तरीके का नाम यहाँ expressive writing है।

लेखक के बारे में

लेखक के बारे में

डॉ. अतुल असवानी; मुंबई के साइकियाट्रिस्ट और ट्रेंड रिज़ल्ट्स कोच

हवाला कैसे दें

Aswani A. The Zero-Cringe Share. EmotionApp White Paper 11 (Hindi edition). Mumbai: Tranquilo Meditek Sytems Private Limited; 2026. <https://emotionapp.in/research/the-zero-cringe-share>

अपडेट

Last updated 22 September 2026

नोट

इमोशनऐप एक नॉन-क्लिनिकल इमोशनल फिटनेस कोचिंग प्लेटफ़ॉर्म है। यह पेपर प्रैक्टिस, तरीकों और कोचिंग के बारे में है। यह थेरेपी, इलाज, डायग्नोसिस या मेडिकल सलाह नहीं है।

© 2026 Tranquilo Meditek Sytems Private Limited, Mumbai
• emotionapp.in

सुरक्षा नोट

अगर आप परेशानी में हैं, तो किसी योग्य प्रोफेशनल से या Tele-MANAS (14416) पर बात करें।