

Швейцарцы - ранние пташки | Qui dort le moins et marche le plus?

Author: Лейла Бабаева, [Цюрих](#) , 02.09.2014.



В Цюрихе многие в 6.30 уже улыбаются утреннему солнцу ([bilan.ch](#))

Компания Jawbone, выпускающая спортивные браслеты Jawbone Up, которые помогают отслеживать физическую активность, провела исследование в разных странах мира на предмет здорового сна: швейцарцы одни из первых встают по утрам.

|

La compagnie Jawbone, fabricant des bracelets surveillant l'activité physique, a publié une étude sur le sommeil des habitants de différentes villes à travers le monde.

Qui dort le moins et marche le plus?

Дизайн «умного» браслета (появившегося на рынке несколько лет назад) разработан уроженцем Лозанны Ивом Беаром, который в настоящее время проживает в США, в штате

Калифорния, и возглавляет дизайнерскую фирму Fuseproject, а также занимает должность главного креативного директора в компании Jawbone. Журнал Форбс недавно назвал создателя «смартслетов» «самым влиятельным промышленным дизайнером мира».

Умный браслет на запястье следит за деятельностью человека, подсказывая ему, переедает ли он или ест в меру, достаточно ли он двигается, а также играет роль будильника, «поднимая» хозяина, когда тот находится в фазе поверхностного сна (при таком пробуждении человек чувствует себя гораздо лучше). Информацию о своем здоровом (или, увы, вредном!) образе жизни, полученную при помощи браслета, можно в любое время просматривать на собственном смартфоне, на который предварительно следует установить соответствующее приложение.

Благодаря последнему компания Jawbone и получила возможность – при согласии владельцев чудо-браслетов – собрать сведения об активности множества людей, проживающих в разных уголках мира. Аналитики компании обработали данные и сгруппировали их по географическим зонам, пишет экономический журнал Le Bilan.

Исследование было масштабным: сведения компания получила из 45 городов и 19 стран, информацию собирали с 1 июня 2013 года по 1 июня 2014-го.

Исследователи сделали вывод, что Цюрих – лидер среди западных городов, жители которых встают раньше всех: в будние дни в 6.30 утра больше половины участников исследования в городе на Лиммате уже на ногах, при этом 78% из них еще видят сны в 5.45. По сравнению с ними, населению Рима повезло больше (или меньше – как пожелает читатель), так как в 6.30 в стране снов пребывают 65% жителей итальянской столицы, еще ласковее судьба относится к парижанам (80%) и мадридцам (82%).

В Токио распорядок дня похож на расписание в Цюрихе: в половине седьмого утра здесь не спит 41% обладателей Jawbone Up. При этом трудолюбивые японцы вообще спят мало: в среднем 5 часов 46 минут в сутки. Сон больше других ценят в Дубае, так как 10% пользователей браслетов в 11 утра еще досматривают сладкие грезы.

После обеда в Мадриде – сиеста, когда многие отходят ко сну, в Пекине сотрудники любят немного вздремнуть прямо на рабочем месте. Хотя в Мельбурне спят гораздо дольше, чем в Токио (в среднем 6 часов 58 минут), но австралийцы отличились и в графике сна: используемые в Брисбене браслеты зафиксировали, что их хозяева раньше всех ложатся и раньше всех встают – в 22.57 и 6.29 соответственно. От Мельбурна ненамного отстают Москва, где средний сон составил 6 часов 42 минуты, но также отмечено самое позднее время отхода ко сну – 00.46.

Примечательно, что компания собрала данные не только о графике сна своих клиентов, но и, среди прочего, о количестве шагов в день. Известно, что среди участников исследования меньше всех ходят жители Сан-Паулу (Бразилия), делая в среднем 6254 шага в день, а больше всех – стокгольмцы (8876 шагов). Москвичи с электронными браслетами шагают в среднем 7885 раз в день. (Интересно, сказались ли подсказки браслетов о том, какая физическая нагрузка полагается хозяину, на количестве пройденных шагов в разных частях мира?)

Компания отметила на своем сайте, что в каждом городе международного значения в исследовании принимали участие более 5000 человек. При этом браслеты не

учитывали время, проведенное в постели уже проснувшимся хозяином.

Конечно, с результатами исследования можно поспорить, указав на то, что умные браслеты покупают себе представители более обеспеченных слоев общества, и, вероятнее всего, представители молодежи, но собранная информация все же наводит на интересные размышления...

[биометрические исследования](#)

Source URL: <http://www.nashagazeta.ch/node/18205>