

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Май 2022 - Октябрь 2022

Оракул

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	769,8	100%	100
Пол			
женщины	542,0	70%	126
мужчины	227,7	30%	67
Возраст			
16-24	77,8	10%	100
25-34	147,3	19%	101
35-44	129,5	17%	82
45-54	157,4	20%	131
55-64	140,3	18%	116
65+	117,5	15%	80
Пол / возраст			
жен/16-24	46,0	6%	122
жен/25-34	87,3	11%	114
жен/35-44	102,7	13%	125
жен/45-54	120,0	16%	186
жен/55-64	97,3	13%	138
жен/65+	88,7	12%	90
муж/16-24	31,8	4%	79
муж/25-34	60,1	8%	86
муж/35-44	26,7	4%	35
муж/45-54	37,4	5%	67
муж/55-64	43,0	6%	85
муж/65+	28,8	4%	60
Занятость			
не работают	246,8	32%	82
работают	523,0	68%	112
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	252,1	33%	104
полный достаток, не ограничены в средствах	40,6	5%	100
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	409,2	53%	106
хватает на еду, но не на одежду	55,8	7%	78
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	350,5	46%	113
Нет детей в семье	419,3	55%	91
Образование			
высшее	319,8	42%	106
н. среднее	16,2	2%	64
среднее	433,9	56%	98
Округ			
Дальневосточный	37,3	5%	102
Приволжский	152,8	20%	102
Северо-Западный	36,5	5%	45
Северо-Кавказский	37,9	5%	123
Сибирский	116,7	15%	133
Уральский	81,3	11%	127
Центральный	213,9	28%	84
Южный	93,4	12%	144
Семейное положение			
женат / замужем	459,7	60%	102
холост / не замужем	308,4	40%	97
Социальный статус			
безработные	22,9	3%	88
домохозяйки, молодые мамы	45,1	6%	93
пенсионеры	141,9	18%	76
рабочие	144,1	19%	107
руководители	134,5	18%	115
служащие	70,8	9%	102
специалисты	165,3	22%	124
студенты, учащиеся	32,8	4%	92

