

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2022 - Июль 2022

Оракул

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	854,6	100%	100
Пол			
женщины	611,1	72%	128
мужчины	243,5	29%	64
Возраст			
20-24	47,1	6%	100
25-34	154,3	18%	95
35-44	137,0	16%	78
45-54	188,9	22%	141
55-64	149,1	18%	111
65+	134,9	16%	83
Пол / возраст			
жен/20-24	20,9	2%	92
жен/25-34	94,4	11%	111
жен/35-44	98,9	12%	109
жен/45-54	144,9	17%	202
жен/55-64	123,1	14%	158
жен/65+	106,6	13%	98
муж/20-24	26,2	3%	108
муж/25-34	60,0	7%	77
муж/35-44	38,2	5%	46
муж/45-54	43,9	5%	71
муж/55-64	26,0	3%	46
муж/65+	28,2	3%	53
Занятость			
не работают	301,9	35%	89
работают	552,7	65%	107
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	290,8	34%	113
не хватает денег на еду	8,2	1%	41
полный достаток, не ограничены в средствах	39,5	5%	90
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	451,9	53%	105
хватает на еду, но не на одежду	59,2	7%	68
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	370,0	43%	106
Нет детей в семье	484,6	57%	96
Образование			
высшее	342,7	40%	103
н. среднее	27,2	3%	87
среднее	484,7	57%	99
Округ			
Дальневосточный	41,5	5%	102
Приволжский	145,5	17%	88
Северо-Западный	58,5	7%	65
Северо-Кавказский	38,4	5%	113
Сибирский	124,0	15%	128
Уральский	96,9	11%	137
Центральный	234,3	27%	83
Южный	115,5	14%	161
Семейное положение			
женат / замужем	516,6	61%	103
холост / не замужем	336,3	39%	96
Социальный статус			
безработные	33,0	4%	113
домохозяйки, молодые мамы	55,5	7%	97
пенсионеры	156,3	18%	77
рабочие	143,5	17%	95
руководители	130,6	15%	100
служащие	76,3	9%	99
специалисты	196,7	23%	135
студенты, учащиеся	46,1	5%	113

