

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2022 - Февраль 2023

Оракул

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	725,7	100%	100
Пол			
женщины	554,6	76%	137
мужчины	171,1	24%	53
Возраст			
16-24	52,0	7%	70
25-34	146,1	20%	112
35-44	126,1	17%	82
45-54	156,8	22%	135
55-64	107,6	15%	96
65+	137,0	19%	99
Пол / возраст			
жен/16-24	35,6	5%	101
жен/25-34	93,3	13%	135
жен/35-44	105,9	15%	133
жен/45-54	125,2	17%	201
жен/55-64	75,0	10%	116
жен/65+	119,5	17%	128
муж/16-24	16,5	2%	42
муж/25-34	52,8	7%	85
муж/35-44	20,2	3%	28
муж/45-54	31,6	4%	58
муж/55-64	32,6	5%	69
муж/65+	17,5	2%	39
Занятость			
не работают	249,8	34%	85
работают	475,8	66%	110
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	227,7	31%	100
не хватает денег на еду	5,4	1%	37
полный достаток, не ограничены в средствах	33,6	5%	87
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	400,9	55%	109
хватает на еду, но не на одежду	52,8	7%	82
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	333,6	46%	116
Нет детей в семье	392,1	54%	90
Образование			
высшее	305,3	42%	108
н. среднее	0,0		0
среднее	409,0	56%	98
Округ			
Дальневосточный	26,4	4%	76
Приволжский	142,9	20%	102
Северо-Западный	59,2	8%	77
Северо-Кавказский	31,7	4%	109
Сибирский	56,2	8%	68
Уральский	80,1	11%	133
Центральный	219,5	30%	91
Южный	109,6	15%	179
Семейное положение			
женат / замужем	428,7	59%	101
холост / не замужем	296,9	41%	99
Социальный статус			
безработные	7,8	1%	29
домохозяйки, молодые мамы	57,1	8%	123
иное (старт-ап, фриланс)	0,0	#ЗНАЧ!	0
пенсионеры	165,5	23%	92
рабочие	99,3	14%	84
руководители	110,8	15%	112
самозанятый	12,5	2%	93
служащие	53,0	7%	85
специалисты	183,0	25%	146
студенты, учащиеся	19,4	3%	57

