

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Декабрь 2017 - Апрель 2018



Народный совет

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	371,4	100%	100
Пол			
женщины	298,3	80%	144
мужчины	73,1	20%	44
Возраст			
16-19	6,1	2%	38
20-24	20,3	6%	81
25-34	52,1	14%	64
35-44	47,8	13%	70
45-54	53,6	14%	94
55-64	89,2	24%	150
65+	102,4	28%	162
Пол / возраст			
жен/16-19	1,3	0%	17
жен/20-24	6,9	2%	55
жен/25-34	38,2	10%	90
жен/35-44	35,7	10%	100
жен/45-54	44,7	12%	146
жен/55-64	80,0	22%	229
жен/65+	91,4	25%	214
муж/16-19	4,8	1%	57
муж/20-24	13,4	4%	107
муж/25-34	13,8	4%	35
муж/35-44	12,1	3%	37
муж/45-54	8,9	2%	34
муж/55-64	9,1	3%	37
муж/65+	11,0	3%	54
Занятость			
не работают	177,2	48%	119
работают	194,2	52%	87
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	63,9	17%	57
не хватает денег на еду	15,6	4%	231
нет ответа	7,9	2%	75
полный достаток, не ограничены в средствах	18,9	5%	122
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	202,1	54%	107
хватает на еду, но не на одежду	63,0	17%	166
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	120,9	33%	86
Нет детей в семье	247,6	67%	108
нет ответа	2,9	1%	196
Образование			
высшее	114,1	31%	79
н. среднее	5,0	1%	33
среднее	252,3	68%	119
Округ			
Дальневосточный	10,8	3%	77
Приволжский	61,7	17%	85
Северо-Западный	66,9	18%	169
Северо-Кавказский	1,3	0%	9
Сибирский	14,7	4%	32
Уральский	12,7	3%	41
Центральный	181,1	49%	149
Южный	22,2	6%	71
Семейное положение			
женат / замужем	201,9	54%	94
нет ответа	0,0		0
холост / не замужем	169,6	46%	110
Социальный статус			
безработные	18,1	5%	145
домохозяйки, молодые мамы	22,2	6%	93
нет ответа	3,9	1%	31
пенсионеры	128,9	35%	144
рабочие	76,2	21%	119
руководители	29,4	8%	58
служащие	26,8	7%	81
специалисты	57,9	16%	89
студенты, учащиеся	8,0	2%	40



BAUER
MEDIA GROUP