

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2018 - Июль 2018



Звезды и советы

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	475,6	100%	100
Пол			
женщины	376,1	79%	142
мужчины	99,5	21%	47
Возраст			
16-19	18,1	4%	87
20-24	30,8	7%	95
25-34	107,2	23%	102
35-44	72,6	15%	83
45-54	66,9	14%	92
55-64	66,8	14%	88
65+	113,4	24%	140
Пол / возраст			
жен/16-19	14,1	3%	144
жен/20-24	12,5	3%	76
жен/25-34	81,6	17%	150
жен/35-44	50,0	11%	110
жен/45-54	60,9	13%	155
жен/55-64	63,5	13%	142
жен/65+	93,4	20%	171
муж/16-19	3,9	1%	36
муж/20-24	18,3	4%	115
муж/25-34	25,6	5%	51
муж/35-44	22,5	5%	53
муж/45-54	5,9	1%	18
муж/55-64	3,3	1%	10
муж/65+	20,0	4%	76
Занятость			
не работают	215,1	45%	114
работают	260,5	55%	91
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	161,5	34%	110
не хватает денег на еду	4,0	1%	42
нет ответа	9,2	2%	75
полный достаток, не ограничены в средствах	31,4	7%	154
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	228,2	48%	96
хватает на еду, но не на одежду	41,4	9%	87
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	183,5	39%	103
Нет детей в семье	291,5	61%	98
нет ответа	0,6	0%	31
Образование			
высшее	167,8	35%	91
н. среднее	12,0	3%	62
среднее	295,7	62%	109
Округ			
Дальневосточный	7,8	2%	43
Приволжский	97,1	20%	104
Северо-Западный	46,0	10%	91
Северо-Кавказский	0,0	0%	0
Сибирский	31,6	7%	53
Уральский	28,4	6%	72
Центральный	246,9	52%	158
Южный	17,8	4%	44
Семейное положение			
женат / замужем	263,3	55%	97
нет ответа	0,1	0%	6
холост / не замужем	212,2	45%	105
Социальный статус			
безработные	19,4	4%	115
домохозяйки, молодые мамы	38,6	8%	131
нет ответа	12,0	3%	74
пенсионеры	136,9	29%	119
рабочие	91,0	19%	107
руководители	44,6	9%	67
служащие	33,9	7%	88
специалисты	83,4	18%	100
студенты, учащиеся	15,7	3%	63



MEDIA GROUP