

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2022 - Февраль 2023



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 992,5	100%	100
Пол			
женщины	1 367,8	69%	123
мужчины	624,6	31%	71
Возраст			
16-24	91,4	5%	45
25-34	283,7	14%	79
35-44	440,6	22%	105
45-54	338,5	17%	106
55-64	358,3	18%	116
65+	480,0	24%	126
Пол / возраст			
жен/16-24	60,1	3%	62
жен/25-34	172,4	9%	91
жен/35-44	260,1	13%	119
жен/45-54	212,2	11%	124
жен/55-64	255,7	13%	144
жен/65+	407,2	20%	159
муж/16-24	31,2	2%	29
муж/25-34	111,3	6%	66
муж/35-44	180,5	9%	90
муж/45-54	126,2	6%	85
муж/55-64	102,6	5%	79
муж/65+	72,7	4%	58
Занятость			
не работают	765,8	38%	95
работают	1 226,7	62%	103
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	702,9	35%	112
не хватает денег на еду	41,5	2%	104
полный достаток, не ограничены в средствах	92,3	5%	87
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	944,0	47%	93
хватает на еду, но не на одежду	183,1	9%	103
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	785,5	39%	99
Нет детей в семье	1 207,0	61%	101
Образование			
высшее	675,8	34%	87
н. среднее	32,7	2%	48
среднее	1 284,0	64%	112
Округ			
Дальневосточный	144,3	7%	151
Приволжский	360,5	18%	94
Северо-Западный	217,4	11%	103
Северо-Кавказский	25,8	1%	32
Сибирский	217,9	11%	96
Уральский	202,0	10%	122
Центральный	623,8	31%	94
Южный	200,8	10%	120
Семейное положение			
женат / замужем	1 206,7	61%	104
холост / не замужем	785,4	39%	95
Социальный статус			
безработные	31,8	2%	43
домохозяйки, молодые мамы	100,2	5%	79
иное (старт-ап, фриланс)	4,6	0%	81
пенсионеры	599,0	30%	121
рабочие	391,6	20%	121
руководители	222,4	11%	82
самозанятый	27,9	1%	76
служащие	177,2	9%	104
специалисты	360,0	18%	105
студенты, учащиеся	18,1	1%	20

