

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2022 - Февраль 2023



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 268,6	100%	100
Пол			
женщины	867,0	68%	123
мужчины	401,6	32%	72
Возраст			
16-24	184,6	15%	142
25-34	192,1	15%	84
35-44	158,1	13%	59
45-54	206,0	16%	101
55-64	239,2	19%	122
65+	288,6	23%	119
Пол / возраст			
жен/16-24	93,4	7%	152
жен/25-34	140,7	11%	117
жен/35-44	90,3	7%	65
жен/45-54	138,2	11%	127
жен/55-64	176,5	14%	156
жен/65+	227,9	18%	139
муж/16-24	91,2	7%	133
муж/25-34	51,4	4%	48
муж/35-44	67,8	5%	53
муж/45-54	67,7	5%	72
муж/55-64	62,7	5%	76
муж/65+	60,8	5%	77
Занятость			
не работают	540,0	43%	105
работают	728,6	57%	97
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	465,5	37%	117
не хватает денег на еду	18,5	2%	73
полный достаток, не ограничены в средствах	48,9	4%	73
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	638,6	50%	99
хватает на еду, но не на одежду	90,4	7%	80
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	558,4	44%	111
Нет детей в семье	708,9	56%	93
Образование			
высшее	484,7	38%	98
н. среднее	40,6	3%	94
среднее	743,3	59%	102
Округ			
Дальневосточный	74,6	6%	123
Приволжский	238,9	19%	97
Северо-Западный	182,2	14%	136
Северо-Кавказский	31,2	3%	61
Сибирский	157,5	12%	109
Уральский	119,5	9%	113
Центральный	421,4	33%	100
Южный	43,3	3%	41
Семейное положение			
женат / замужем	766,4	60%	103
холост / не замужем	501,9	40%	96
Социальный статус			
безработные	15,2	1%	33
домохозяйки, молодые мамы	75,7	6%	93
иное (старт-ап, фриланс)	0,0	#ЗНАЧ!	0
пенсионеры	393,7	31%	125
рабочие	168,6	13%	82
руководители	165,7	13%	96
самозанятый	25,0	2%	107
служащие	103,0	8%	95
специалисты	250,8	20%	115
студенты, учащиеся	55,4	4%	94