

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2022 - Июль 2022



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	336,8	100%	100
Пол			
женщины	203,9	61%	108
мужчины	133,0	40%	89
Возраст			
20-24	45,5	14%	246
25-34	48,1	14%	75
35-44	28,5	9%	41
45-54	25,7	8%	49
55-64	60,0	18%	113
65+	109,8	33%	172
Пол / возраст			
жен/25-34	16,5	5%	49
жен/35-44	12,9	4%	36
жен/45-54	14,7	4%	52
жен/55-64	46,1	14%	150
жен/65+	93,5	28%	217
муж/20-24	33,4	10%	350
муж/25-34	31,6	9%	103
муж/35-44	15,5	5%	47
муж/45-54	11,0	3%	45
муж/55-64	14,0	4%	63
муж/65+	16,4	5%	78
Занятость			
не работают	156,8	47%	118
работают	180,0	53%	88
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	109,8	33%	108
не хватает денег на еду	34,5	10%	435
полный достаток, не ограничены в средствах	19,4	6%	112
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	143,0	43%	85
хватает на еду, но не на одежду	30,1	9%	87
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	99,0	29%	72
Нет детей в семье	237,8	71%	119
Образование			
высшее	90,9	27%	69
среднее	228,7	68%	118
Округ			
Дальневосточный	34,4	10%	214
Приволжский	78,3	23%	120
Северо-Западный	21,1	6%	59
Сибирский	28,9	9%	75
Уральский	15,4	5%	55
Центральный	113,2	34%	101
Южный	31,1	9%	110
Семейное положение			
женат / замужем	172,3	51%	87
холост / не замужем	164,5	49%	120
Социальный статус			
домохозяйки, молодые мамы	6,3	2%	28
пенсионеры	121,0	36%	151
рабочие	48,9	15%	82
руководители	57,2	17%	111
служащие	18,4	6%	61
специалисты	55,5	17%	96