

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Май 2022 - Октябрь 2022



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	462,7	100%	100
Пол			
женщины	368,3	80%	143
мужчины	94,4	20%	46
Возраст			
16-24	121,7	26%	259
25-34	84,4	18%	96
35-44	43,4	9%	46
45-54	64,7	14%	89
55-64	48,6	11%	67
65+	99,9	22%	114
Пол / возраст			
жен/16-24	86,2	19%	380
жен/25-34	55,3	12%	120
жен/35-44	32,4	7%	66
жен/45-54	49,1	11%	127
жен/55-64	47,0	10%	111
жен/65+	98,4	21%	166
муж/16-24	35,5	8%	146
муж/25-34	29,1	6%	69
муж/35-44	11,0	2%	24
муж/45-54	15,7	3%	46
муж/55-64	1,6	0%	5
муж/65+	1,5	0%	5
Занятость			
не работают	180,1	39%	99
работают	282,5	61%	101
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	205,4	44%	141
полный достаток, не ограничены в средствах	21,3	5%	87
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	175,7	38%	76
хватает на еду, но не на одежду	38,3	8%	89
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	220,6	48%	118
Нет детей в семье	242,1	52%	88
Образование			
высшее	138,5	30%	77
н. среднее	25,7	6%	171
среднее	298,4	65%	112
Округ			
Дальневосточный	32,0	7%	145
Приволжский	68,0	15%	76
Северо-Западный	50,3	11%	103
Северо-Кавказский	12,6	3%	68
Сибирский	39,6	9%	75
Уральский	28,2	6%	73
Центральный	201,4	44%	131
Южный	30,6	7%	79
Семейное положение			
женат / замужем	241,7	52%	89
холост / не замужем	221,0	48%	116
Социальный статус			
безработные	15,3	3%	98
домохозяйки, молодые мамы	16,9	4%	58
пенсионеры	105,1	23%	94
рабочие	77,0	17%	95
руководители	57,1	12%	81
служащие	36,4	8%	87
специалисты	100,5	22%	125
студенты, учащиеся	42,0	9%	196