

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2022 - Июль 2022



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	391,1	100%	100
Пол			
женщины	313,1	80%	144
мужчины	78,0	20%	45
Возраст			
20-24	43,6	11%	203
25-34	84,8	22%	114
35-44	46,6	12%	58
45-54	72,3	19%	118
55-64	52,7	14%	86
65+	70,2	18%	95
Пол / возраст			
жен/20-24	30,2	8%	289
жен/25-34	61,5	16%	158
жен/35-44	38,9	10%	93
жен/45-54	59,0	15%	180
жен/55-64	52,0	13%	146
жен/65+	65,0	17%	130
муж/20-24	13,5	3%	122
муж/25-34	23,3	6%	66
муж/35-44	7,7	2%	20
муж/45-54	13,3	3%	47
муж/65+	5,2	1%	21
Занятость			
не работают	139,2	36%	90
работают	251,9	64%	106
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	162,2	42%	138
не хватает денег на еду	11,7	3%	127
полный достаток, не ограничены в средствах	23,8	6%	118
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	152,6	39%	78
хватает на еду, но не на одежду	34,2	9%	85
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	211,0	54%	132
Нет детей в семье	180,0	46%	78
Образование			
высшее	124,8	32%	82
н. среднее	13,7	4%	96
среднее	252,6	65%	113
Округ			
Дальневосточный	13,1	3%	70
Приволжский	73,5	19%	97
Северо-Западный	20,3	5%	49
Северо-Кавказский	10,8	3%	69
Сибирский	33,0	8%	74
Уральский	32,2	8%	99
Центральный	183,4	47%	141
Южный	24,7	6%	75
Семейное положение			
женат / замужем	265,8	68%	115
холост / не замужем	114,5	29%	72
Социальный статус			
безработные	14,1	4%	106
домохозяйки, молодые мамы	25,0	6%	95
пенсионеры	85,9	22%	93
рабочие	49,3	13%	72
руководители	59,2	15%	99
служащие	52,0	13%	147
специалисты	80,0	21%	120
студенты, учащиеся	13,3	3%	71