

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Май 2022 - Октябрь 2022



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 555,8	100%	100
Пол			
женщины	1 048,8	67%	121
мужчины	507,0	33%	74
Возраст			
16-24	103,7	7%	66
25-34	192,6	12%	65
35-44	306,5	20%	96
45-54	325,1	21%	133
55-64	285,3	18%	117
65+	342,6	22%	116
Пол / возраст			
жен/16-24	64,7	4%	85
жен/25-34	95,6	6%	62
жен/35-44	185,7	12%	112
жен/45-54	202,8	13%	156
жен/55-64	213,3	14%	150
жен/65+	286,7	18%	144
муж/16-24	39,0	3%	48
муж/25-34	97,0	6%	69
муж/35-44	120,8	8%	79
муж/45-54	122,3	8%	108
муж/55-64	71,9	5%	70
муж/65+	55,9	4%	58
Занятость			
не работают	609,0	39%	100
работают	946,8	61%	100
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	569,7	37%	116
полный достаток, не ограничены в средствах	86,3	6%	105
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	757,3	49%	97
хватает на еду, но не на одежду	113,6	7%	79
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	632,0	41%	101
Нет детей в семье	923,8	59%	100
Образование			
высшее	562,6	36%	93
н. среднее	25,0	2%	49
среднее	968,1	62%	108
Округ			
Дальневосточный	111,3	7%	150
Приволжский	290,5	19%	96
Северо-Западный	142,6	9%	87
Северо-Кавказский	50,8	3%	82
Сибирский	157,0	10%	89
Уральский	147,2	10%	114
Центральный	517,4	33%	100
Южный	139,0	9%	106
Семейное положение			
женат / замужем	981,3	63%	108
холост / не замужем	574,5	37%	90
Социальный статус			
безработные	39,8	3%	75
домохозяйки, молодые мамы	79,3	5%	81
пенсионеры	454,1	29%	121
рабочие	255,9	16%	94
руководители	224,7	14%	95
служащие	146,6	9%	104
специалисты	296,8	19%	110
студенты, учащиеся	23,6	2%	33