

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2022 - Февраль 2023



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 418,2	100%	100
Пол			
женщины	953,3	67%	121
мужчины	465,0	33%	74
Возраст			
16-24	105,4	7%	72
25-34	180,9	13%	71
35-44	286,4	20%	96
45-54	241,0	17%	106
55-64	242,7	17%	111
65+	361,9	26%	133
Пол / возраст			
жен/16-24	76,2	5%	111
жен/25-34	90,1	6%	67
жен/35-44	156,0	11%	100
жен/45-54	134,6	10%	111
жен/55-64	199,1	14%	157
жен/65+	297,3	21%	163
муж/16-24	29,2	2%	38
муж/25-34	90,8	6%	75
муж/35-44	130,3	9%	91
муж/45-54	106,3	8%	100
муж/55-64	43,6	3%	47
муж/65+	64,6	5%	73
Занятость			
не работают	554,1	39%	96
работают	864,2	61%	102
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	466,0	33%	104
не хватает денег на еду	17,1	1%	60
полный достаток, не ограничены в средствах	83,5	6%	111
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	709,8	50%	99
хватает на еду, но не на одежду	134,0	9%	106
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	586,2	41%	104
Нет детей в семье	831,1	59%	97
Образование			
высшее	467,9	33%	85
н. среднее	29,2	2%	60
среднее	921,2	65%	113
Округ			
Дальневосточный	79,3	6%	117
Приволжский	306,0	22%	112
Северо-Западный	127,8	9%	85
Северо-Кавказский	43,5	3%	76
Сибирский	157,5	11%	98
Уральский	140,6	10%	119
Центральный	469,2	33%	100
Южный	94,3	7%	79
Семейное положение			
женат / замужем	805,4	57%	97
холост / не замужем	612,8	43%	105
Социальный статус			
безработные	32,6	2%	62
домохозяйки, молодые мамы	46,9	3%	52
иное (старт-ап, фриланс)	0,0	#ЗНАЧ!	0
пенсионеры	432,5	31%	123
рабочие	223,0	16%	97
руководители	203,0	14%	105
самозанятый	26,6	2%	101
служащие	105,9	8%	87
специалисты	278,3	20%	114
студенты, учащиеся	29,5	2%	45

