

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2022 - Февраль 2023



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 646,0	100%	100
Пол			
женщины	1 123,6	68%	122
мужчины	522,4	32%	72
Возраст			
16-24	195,3	12%	116
25-34	212,3	13%	72
35-44	211,9	13%	61
45-54	265,2	16%	101
55-64	329,3	20%	129
65+	432,0	26%	137
Пол / возраст			
жен/16-24	137,9	8%	173
жен/25-34	132,3	8%	85
жен/35-44	159,3	10%	88
жен/45-54	156,1	10%	111
жен/55-64	228,7	14%	155
жен/65+	309,3	19%	146
муж/16-24	57,4	4%	64
муж/25-34	80,0	5%	57
муж/35-44	52,5	3%	32
муж/45-54	109,1	7%	89
муж/55-64	100,6	6%	94
муж/65+	122,7	8%	119
Занятость			
не работают	685,0	42%	103
работают	961,0	58%	98
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	541,4	33%	105
не хватает денег на еду	53,7	3%	163
полный достаток, не ограничены в средствах	66,1	4%	76
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	799,3	49%	96
хватает на еду, но не на одежду	158,6	10%	108
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	591,0	36%	90
Нет детей в семье	1 055,0	64%	107
Образование			
высшее	560,2	34%	87
н. среднее	41,2	3%	73
среднее	1 044,6	64%	110
Округ			
Дальневосточный	32,7	2%	41
Приволжский	363,1	22%	114
Северо-Западный	142,4	9%	82
Северо-Кавказский	102,9	6%	155
Сибирский	184,8	11%	99
Уральский	120,5	7%	88
Центральный	596,1	36%	109
Южный	103,5	6%	75
Семейное положение			
женат / замужем	892,2	54%	93
холост / не замужем	753,7	46%	111
Социальный статус			
безработные	31,2	2%	52
домохозяйки, молодые мамы	90,6	6%	86
иное (старт-ап, фриланс)	0,0	#ЗНАЧ!	0
пенсионеры	518,3	32%	127
рабочие	271,6	17%	102
руководители	177,1	11%	79
самозанятый	33,0	2%	109
служащие	119,7	7%	85
специалисты	332,7	20%	117
студенты, учащиеся	44,8	3%	58

