

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2022 - Февраль 2023



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	963,0	100%	100
Пол			
женщины	682,8	71%	127
мужчины	280,2	29%	66
Возраст			
16-24	68,2	7%	69
25-34	167,4	17%	97
35-44	139,5	15%	69
45-54	178,5	19%	116
55-64	154,6	16%	104
65+	254,7	27%	138
Пол / возраст			
жен/16-24	34,9	4%	75
жен/25-34	84,4	9%	92
жен/35-44	102,8	11%	97
жен/45-54	129,7	14%	157
жен/55-64	108,2	11%	126
жен/65+	222,7	23%	179
муж/16-24	33,2	4%	64
муж/25-34	83,0	9%	101
муж/35-44	36,7	4%	38
муж/45-54	48,8	5%	68
муж/55-64	46,4	5%	74
муж/65+	32,0	3%	53
Занятость			
не работают	413,0	43%	106
работают	550,0	57%	96
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	294,5	31%	97
не хватает денег на еду	6,5	1%	34
полный достаток, не ограничены в средствах	62,7	7%	123
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	514,5	53%	105
хватает на еду, но не на одежду	76,2	8%	89
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	412,3	43%	108
Нет детей в семье	550,7	57%	95
Образование			
высшее	345,2	36%	92
н. среднее	11,4	1%	35
среднее	606,4	63%	109
Округ			
Дальневосточный	25,5	3%	55
Приволжский	211,3	22%	113
Северо-Западный	96,7	10%	95
Северо-Кавказский	37,1	4%	96
Сибирский	66,3	7%	61
Уральский	81,6	9%	102
Центральный	316,3	33%	99
Южный	128,2	13%	158
Семейное положение			
женат / замужем	591,4	61%	105
холост / не замужем	371,6	39%	93
Социальный статус			
безработные	35,0	4%	99
домохозяйки, молодые мамы	29,6	3%	48
иное (старт-ап, фриланс)	0,0	#ЗНАЧ!	0
пенсионеры	332,8	35%	139
рабочие	119,9	12%	77
руководители	108,0	11%	82
самозанятый	20,9	2%	118
служащие	82,8	9%	100
специалисты	191,5	20%	115
студенты, учащиеся	8,9	1%	20

