

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2022 - Июль 2022



Аудитория	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 631,0	100%	100
Пол			
женщины	1 089,4	67%	120
мужчины	541,7	33%	75
Возраст			
20-24	58,4	4%	65
25-34	159,4	10%	51
35-44	321,7	20%	96
45-54	382,4	23%	150
55-64	348,8	21%	136
65+	334,5	21%	108
Пол / возраст			
жен/20-24	32,9	2%	76
жен/25-34	92,2	6%	57
жен/35-44	199,7	12%	115
жен/45-54	222,7	14%	163
жен/55-64	259,4	16%	174
жен/65+	278,5	17%	134
муж/20-24	25,4	2%	55
муж/25-34	67,3	4%	45
муж/35-44	122,0	8%	76
муж/45-54	159,6	10%	134
муж/55-64	89,4	6%	83
муж/65+	55,9	3%	55
Занятость			
не работают	635,9	39%	99
работают	995,1	61%	101
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	537,0	33%	109
не хватает денег на еду	29,1	2%	76
полный достаток, не ограничены в средствах	52,2	3%	62
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	818,3	50%	100
хватает на еду, но не на одежду	181,5	11%	109
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	674,1	41%	101
Нет детей в семье	957,0	59%	99
Образование			
высшее	588,4	36%	92
н. среднее	14,7	1%	25
среднее	1 027,9	63%	110
Округ			
Дальневосточный	94,7	6%	122
Приволжский	270,7	17%	86
Северо-Западный	146,4	9%	85
Северо-Кавказский	71,5	4%	110
Сибирский	172,0	11%	93
Уральский	130,7	8%	97
Центральный	610,6	37%	113
Южный	134,5	8%	98
Семейное положение			
женат / замужем	1 055,2	65%	110
холост / не замужем	575,8	35%	87
Социальный статус			
безработные	56,5	4%	101
домохозяйки, молодые мамы	96,7	6%	88
пенсионеры	454,4	28%	117
рабочие	287,6	18%	100
руководители	237,5	15%	95
служащие	164,3	10%	112
специалисты	259,5	16%	93
студенты, учащиеся	19,3	1%	25

