

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Май 2022 - Октябрь 2022



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	707,9	100%	100
Пол			
женщины	638,3	90%	162
мужчины	69,7	10%	22
Возраст			
16-24	99,1	14%	138
25-34	105,8	15%	78
35-44	115,7	16%	80
45-54	190,1	27%	171
55-64	105,0	15%	94
65+	92,2	13%	69
Пол / возраст			
жен/16-24	72,2	10%	208
жен/25-34	84,9	12%	121
жен/35-44	110,3	16%	146
жен/45-54	179,6	25%	303
жен/55-64	101,6	14%	157
жен/65+	89,6	13%	99
муж/16-24	26,9	4%	73
муж/25-34	20,9	3%	32
муж/35-44	5,4	1%	8
муж/45-54	10,4	2%	20
муж/55-64	3,4	1%	7
муж/65+	2,6	0%	6
Занятость			
не работают	233,1	33%	84
работают	474,9	67%	111
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	269,3	38%	121
полный достаток, не ограничены в средствах	33,8	5%	90
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	336,8	48%	95
хватает на еду, но не на одежду	49,4	7%	75
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	315,2	45%	111
Нет детей в семье	392,7	56%	93
Образование			
высшее	244,7	35%	89
н. среднее	20,9	3%	91
среднее	442,3	63%	108
Округ			
Дальневосточный	49,5	7%	147
Приволжский	99,4	14%	72
Северо-Западный	42,3	6%	56
Северо-Кавказский	21,5	3%	76
Сибирский	108,7	15%	135
Уральский	42,0	6%	72
Центральный	277,0	39%	118
Южный	67,7	10%	114
Семейное положение			
женат / замужем	446,9	63%	108
холост / не замужем	261,0	37%	89
Социальный статус			
безработные	25,4	4%	106
домохозяйки, молодые мамы	32,4	5%	73
пенсионеры	130,9	19%	76
рабочие	103,4	15%	83
руководители	128,6	18%	119
служащие	52,2	7%	82
специалисты	181,6	26%	148
студенты, учащиеся	38,7	6%	118