

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2022 - Февраль 2023



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 050,0	100%	100
Пол			
женщины	726,4	69%	124
мужчины	323,6	31%	70
Возраст			
16-24	43,9	4%	41
25-34	146,9	14%	78
35-44	222,3	21%	100
45-54	187,2	18%	111
55-64	180,8	17%	111
65+	268,9	26%	134
Пол / возраст			
жен/16-24	30,1	3%	59
жен/25-34	103,3	10%	104
жен/35-44	101,0	10%	88
жен/45-54	106,2	10%	118
жен/55-64	148,3	14%	158
жен/65+	237,6	23%	175
муж/16-24	13,8	1%	24
муж/25-34	43,6	4%	49
муж/35-44	121,4	12%	114
муж/45-54	81,0	8%	103
муж/55-64	32,5	3%	48
муж/65+	31,3	3%	48
Занятость			
не работают	391,7	37%	92
работают	658,3	63%	105
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	394,2	38%	119
не хватает денег на еду	8,1	1%	39
полный достаток, не ограничены в средствах	59,3	6%	106
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	492,4	47%	92
хватает на еду, но не на одежду	78,7	8%	84
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	435,0	41%	104
Нет детей в семье	615,1	59%	97
Образование			
высшее	360,3	34%	88
н. среднее	11,2	1%	31
среднее	678,5	65%	112
Округ			
Дальневосточный	88,4	8%	176
Приволжский	149,7	14%	74
Северо-Западный	98,2	9%	89
Северо-Кавказский	26,4	3%	63
Сибирский	131,4	13%	110
Уральский	102,9	10%	118
Центральный	332,2	32%	95
Южный	120,8	12%	137
Семейное положение			
женат / замужем	678,4	65%	110
холост / не замужем	371,7	35%	86
Социальный статус			
безработные	11,9	1%	31
домохозяйки, молодые мамы	43,6	4%	65
иное (старт-ап, фриланс)	0,0	#ЗНАЧИ!	0
пенсионеры	327,2	31%	125
рабочие	184,6	18%	108
руководители	120,3	12%	84
самозанятый	13,0	1%	67
служащие	105,7	10%	117
специалисты	216,2	21%	119
студенты, учащиеся	5,5	1%	11

