

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2022 - Июль 2022



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	526,8	100%	100
Пол			
женщины	316,4	60%	108
мужчины	210,4	40%	90
Возраст			
20-24	62,8	12%	217
25-34	81,9	16%	82
35-44	75,9	14%	70
45-54	89,1	17%	108
55-64	84,3	16%	102
65+	92,2	18%	92
Пол / возраст			
жен/20-24	16,0	3%	114
жен/25-34	36,1	7%	69
жен/35-44	45,3	9%	81
жен/45-54	60,3	11%	137
жен/55-64	61,0	12%	127
жен/65+	82,9	16%	123
муж/20-24	46,8	9%	313
муж/25-34	45,8	9%	96
муж/35-44	30,6	6%	59
муж/45-54	28,9	6%	75
муж/55-64	23,3	4%	67
муж/65+	9,3	2%	29
Занятость			
не работают	168,6	32%	81
работают	358,2	68%	112
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	167,7	32%	106
полный достаток, не ограничены в средствах	32,3	6%	119
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	270,0	51%	102
хватает на еду, но не на одежду	48,0	9%	89
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	253,2	48%	118
Нет детей в семье	273,6	52%	88
Образование			
высшее	140,5	27%	68
н. среднее	30,5	6%	158
среднее	355,8	68%	118
Округ			
Дальневосточный	33,8	6%	134
Приволжский	116,3	22%	114
Северо-Западный	38,0	7%	68
Северо-Кавказский	0,0	0%	0
Сибирский	69,8	13%	116
Уральский	42,2	8%	97
Центральный	173,4	33%	99
Южный	53,4	10%	120
Семейное положение			
женат / замужем	311,6	59%	100
холост / не замужем	215,2	41%	100
Социальный статус			
безработные	3,4	1%	19
домохозяйки, молодые мамы	48,3	9%	137
пенсионеры	82,6	16%	66
рабочие	132,5	25%	143
руководители	58,0	11%	72
служащие	43,5	8%	91
специалисты	109,8	21%	122
студенты, учащиеся	23,8	5%	94