

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Май 2021 - Октябрь 2021



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 866,1	100%	100
Пол			
женщины	1 371,5	74%	132
мужчины	494,6	27%	60
Возраст			
16-19	55,6	3%	65
20-24	82,6	4%	79
25-34	256,0	14%	68
35-44	303,0	16%	82
45-54	312,8	17%	109
55-64	392,4	21%	132
65+	463,6	25%	134
Пол / возраст			
жен/16-19	38,1	2%	93
жен/20-24	67,1	4%	131
жен/25-34	177,3	10%	91
жен/35-44	206,8	11%	107
жен/45-54	202,6	11%	132
жен/55-64	309,1	17%	179
жен/65+	370,5	20%	159
муж/16-19	17,5	1%	39
муж/20-24	15,6	1%	29
муж/25-34	78,7	4%	44
муж/35-44	96,2	5%	54
муж/45-54	110,2	6%	83
муж/55-64	83,3	5%	67
муж/65+	93,1	5%	82
Занятость			
не работают	726,4	39%	99
работают	1 139,7	61%	101
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	559,7	30%	94
не хватает денег на еду	45,9	3%	102
нет ответа	34,4	2%	99
полный достаток, не ограничены в средствах	92,3	5%	98
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	906,2	49%	101
хватает на еду, но не на одежду	227,7	12%	116
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	788,5	42%	106
Нет детей в семье	1 076,5	58%	96
нет ответа	0,0		0
Образование			
высшее	641,9	34%	88
н. среднее	51,2	3%	89
среднее	1 173,1	63%	109
Округ			
Дальневосточный	89,5	5%	101
Приволжский	466,8	25%	129
Северо-Западный	158,3	9%	80
Северо-Кавказский	45,4	2%	62
Сибирский	172,5	9%	81
Уральский	155,6	8%	101
Центральный	597,7	32%	96
Южный	180,1	10%	115
Семейное положение			
женат / замужем	1 123,9	60%	104
нет ответа	0,0		0
холост / не замужем	742,2	40%	95
Социальный статус			
безработные	24,6	1%	37
домохозяйки, молодые мамы	98,3	5%	84
нет ответа	16,7	1%	40
пенсионеры	533,4	29%	118
рабочие	369,4	20%	116
руководители	245,0	13%	89
служащие	169,3	9%	94
специалисты	343,9	18%	104
студенты, учащиеся	65,4	4%	80

