

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2022 - Февраль 2023



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 031,9	100%	100
Пол			
женщины	779,5	76%	136
мужчины	252,4	25%	55
Возраст			
16-24	236,3	23%	223
25-34	166,6	16%	90
35-44	130,7	13%	60
45-54	154,0	15%	93
55-64	158,1	15%	99
65+	186,2	18%	94
Пол / возраст			
жен/16-24	150,1	15%	300
жен/25-34	97,3	9%	99
жен/35-44	103,4	10%	91
жен/45-54	122,8	12%	139
жен/55-64	133,4	13%	145
жен/65+	172,5	17%	130
муж/16-24	86,2	8%	154
муж/25-34	69,3	7%	79
муж/35-44	27,2	3%	26
муж/45-54	31,3	3%	41
муж/55-64	24,7	2%	37
муж/65+	13,7	1%	21
Занятость			
не работают	405,7	39%	97
работают	626,3	61%	102
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	322,2	31%	99
не хватает денег на еду	23,1	2%	112
полный достаток, не ограничены в средствах	82,4	8%	150
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	520,4	50%	99
хватает на еду, но не на одежду	65,7	6%	71
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	398,2	39%	97
Нет детей в семье	633,7	61%	102
Образование			
высшее	330,6	32%	82
н. среднее	51,9	5%	148
среднее	649,4	63%	109
Округ			
Дальневосточный	33,8	3%	68
Приволжский	206,6	20%	104
Северо-Западный	110,5	11%	101
Северо-Кавказский	55,3	5%	133
Сибирский	57,2	6%	49
Уральский	92,2	9%	108
Центральный	412,9	40%	121
Южный	63,4	6%	73
Семейное положение			
женат / замужем	558,0	54%	92
холост / не замужем	473,4	46%	111
Социальный статус			
безработные	20,7	2%	55
домохозяйки, молодые мамы	39,7	4%	60
иное (старт-ап, фриланс)	0,0	#ЗНАЧ!	0
пенсионеры	273,8	27%	107
рабочие	146,7	14%	88
руководители	130,0	13%	93
самозанятый	13,1	1%	69
служащие	85,4	8%	96
специалисты	236,1	23%	133
студенты, учащиеся	66,0	6%	137

