

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Май 2022 - Октябрь 2022



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Сумма по полю Affinity
Аудитория	1 067,9	100%	100
Пол			
женщины	781,3	73%	131
мужчины	286,6	27%	61
Возраст			
16-24	255,7	24%	236
25-34	184,5	17%	91
35-44	127,3	12%	58
45-54	170,3	16%	102
55-64	145,0	14%	86
65+	185,1	17%	91
Пол / возраст			
жен/16-24	164,0	15%	313
жен/25-34	97,3	9%	92
жен/35-44	101,7	10%	89
жен/45-54	128,9	12%	144
жен/55-64	114,8	11%	118
жен/65+	174,6	16%	128
муж/16-24	91,7	9%	164
муж/25-34	87,2	8%	90
муж/35-44	25,7	2%	25
муж/45-54	41,4	4%	53
муж/55-64	30,2	3%	43
муж/65+	10,5	1%	16
Занятость			
не работают	415,2	39%	99
работают	652,6	61%	101
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	374,4	35%	111
полный достаток, не ограничены в средствах	55,6	5%	99
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	498,1	47%	93
хватает на еду, но не на одежду	97,0	9%	98
Наличие в семье детей до 16 лет			
Есть дети в семье	440,1	41%	102
Нет детей в семье	627,8	59%	99
Образование			
высшее	319,1	30%	77
н. среднее	55,3	5%	159
среднее	693,5	65%	112
Округ			
Дальневосточный	38,0	4%	75
Приволжский	168,7	16%	82
Северо-Западный	111,0	10%	98
Северо-Кавказский	28,1	3%	66
Сибирский	76,3	7%	63
Уральский	84,0	8%	95
Центральный	478,6	45%	135
Южный	83,2	8%	93
Семейное положение			
женат / замужем	581,9	55%	93
холост / не замужем	485,5	46%	110
Социальный статус			
безработные	29,9	3%	83
домохозяйки, молодые мамы	46,2	4%	69
пенсионеры	243,4	23%	94
рабочие	215,9	20%	116
руководители	143,6	13%	88
служащие	80,9	8%	84
специалисты	197,8	19%	107
студенты, учащиеся	91,5	9%	185

