

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2025 - Февраль 2026

Оракул

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Affinity
Аудитория	1 605,9	100%	100
Пол			
женщины	1 118,7	70%	127
мужчины	487,2	30%	67
Возраст			
16-24	266,1	17%	146
25-34	168,9	11%	72
35-44	421,0	26%	128
45-54	280,4	18%	105
55-64	226,6	14%	89
65+	242,9	15%	72
Пол / возраст			
жен/16-24	150,3	9%	170
жен/25-34	84,6	5%	72
жен/35-44	315,8	20%	187
жен/45-54	212,5	13%	151
жен/55-64	177,8	11%	125
жен/65+	177,8	11%	81
муж/16-24	115,8	7%	123
муж/25-34	84,4	5%	71
муж/35-44	105,2	7%	65
муж/45-54	67,9	4%	54
муж/55+	114,0	7%	50
Занятость			
не работают	511,4	32%	77
работают	1 094,5	68%	116
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	602,3	38%	114
не хватает денег на еду	9,2	1%	21
полный достаток, не ограничены в средствах	92,8	6%	116
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	746,7	47%	97
хватает на еду, но не на одежду	155,0	10%	95
Образование			
высшее	484,9	30%	86
н. среднее	113,6	7%	125
среднее	1 007,5	63%	106
Семейное положение			
женат / замужем	791,6	49%	87
холост / не замужем	814,0	51%	118
Социальный статус			
безработные	60,7	4%	80
домохозяйки, молодые мамы	73,2	5%	68
иное (старт-ап, фриланс)	74,1	5%	506
пенсионеры	294,4	18%	74
рабочие	274,7	17%	103
руководители	185,1	12%	109
самозанятый	97,7	6%	96
служащие	110,0	7%	95
специалисты	328,7	21%	129
студенты, учащиеся	81,8	5%	118
Округ			
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ	127,1	8%	147
ПРИВОЛЖСКИЙ	335,6	21%	104
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ	123,7	8%	84
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ	88,6	6%	82
СИБИРСКИЙ	176,5	11%	96
УРАЛЬСКИЙ	216,0	14%	160
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ	378,9	24%	82
ЮЖНЫЙ	159,5	10%	99

