

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2024 - Июль 2024



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Affinity
Аудитория	14 924,4	100%	100
Пол			
женщины	10 093,5	68%	124
мужчины	4 830,9	32%	71
Возраст			
16-24	1 618,3	11%	101
25-34	2 331,6	16%	93
35-44	2 565,4	17%	87
45-54	2 434,3	16%	101
55-64	2 768,8	19%	111
65+	3 206,0	22%	109
Пол / возраст			
жен/16-24	1 126,1	8%	143
жен/25-34	1 368,2	9%	111
жен/35-44	1 517,8	10%	101
жен/45-54	1 573,8	11%	124
жен/55-64	2 033,8	14%	145
жен/65+	2 474,0	17%	126
муж/16-24	492,2	3%	60
муж/25-34	963,4	7%	75
муж/35-44	1 047,6	7%	72
муж/45-54	860,5	6%	75
муж/55+	1 467,1	10%	71
Занятость			
не работают	6 193,4	42%	99
работают	8 731,0	59%	100
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	4 922,2	33%	100
не хватает денег на еду	183,3	1%	61
полный достаток, не ограничены в средствах	807,6	5%	81
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	7 324,4	49%	105
хватает на еду, но не на одежду	1 585,7	11%	116
Образование			
высшее	3 549,5	24%	81
н. среднее	859,6	6%	91
среднее	10 515,3	71%	109
Округ			
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ	935,2	6%	113
ПРИВОЛЖСКИЙ	3 171,8	21%	105
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ	1 137,6	8%	83
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ	1 195,1	8%	121
СИБИРСКИЙ	1 657,4	11%	95
УРАЛЬСКИЙ	1 205,8	8%	95
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ	4 031,1	27%	96
ЮЖНЫЙ	1 590,5	11%	107
Семейное положение			
женат / замужем	8 901,0	60%	102
холост / не замужем	6 015,2	40%	98
Социальный статус			
безработные	365,7	3%	64
домохозяйки, молодые мамы	1 274,7	9%	111
пенсионеры	3 881,1	26%	104
рабочие	2 616,0	18%	100
руководители	1 396,8	9%	89
самозанятый	981,9	7%	112
служащие	1 201,4	8%	99
специалисты	2 175,5	15%	102
студенты, учащиеся	590,8	4%	88

