

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Май 2024 - Октябрь 2024



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Affinity
Аудитория	611,5	100%	100
Пол			
женщины	458,3	75%	137
мужчины	153,2	25%	55
Возраст			
16-24	107,9	18%	164
25-34	93,4	15%	91
35-44	146,7	24%	121
45-54	66,4	11%	67
55-64	94,1	15%	92
65+	103,0	17%	85
Пол / возраст			
жен/16-19	22,1	4%	142
жен/20-24	39,4	6%	235
жен/25-34	78,0	13%	154
жен/35-44	93,0	15%	151
жен/45-54	56,0	9%	107
жен/55-64	75,7	12%	132
жен/65+	94,1	15%	117
муж/16-24	46,4	8%	139
муж/25-34	15,4	3%	29
муж/35-44	53,8	9%	90
муж/45-54	10,4	2%	22
муж/55+	27,2	5%	32
Занятость			
не работают	229,3	38%	90
работают	382,2	63%	107
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	304,0	50%	150
не хватает денег на еду	0,0	0%	0
полный достаток, не ограничены в средствах	27,6	5%	67
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	254,8	42%	90
хватает на еду, но не на одежду	25,1	4%	44
Образование			
высшее	191,7	31%	107
н. среднее	7,8	1%	20
среднее	412,0	67%	105
Семейное положение			
женат / замужем	348,9	57%	99
холост / не замужем	255,9	42%	100
Социальный статус			
безработные	0,0	0%	0
домохозяйки, молодые мамы	68,1	11%	163
иное (старт-ап, фриланс)	19,3	3%	486
пенсионеры	117,2	19%	74
рабочие	62,0	10%	59
руководители	97,2	16%	148
самозанятый	29,3	5%	76
служащие	51,7	9%	110
специалисты	122,7	20%	140
студенты, учащиеся	33,7	6%	116
Округ			
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ	12,4	2%	37
ПРИВОЛЖСКИЙ	149,2	24%	120
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ	60,9	10%	108
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ	16,2	3%	40
СИБИРСКИЙ	80,4	13%	113
УРАЛЬСКИЙ	31,6	5%	61
Центральный	206,4	34%	119
ЮЖНЫЙ	54,5	9%	90

