

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Сентябрь 2025 - Февраль 2026

НАША ИСТОРИЯ

	тысяч человек	доля от аудитории, %	Affinity
Аудитория	1 068,0	100%	100
Пол			
женщины	473,0	44%	81
мужчины	595,0	56%	123
Возраст			
16-24	342,1	32%	282
25-34	222,1	21%	142
35-44	142,5	13%	65
45-54	142,0	13%	80
55-64	106,8	10%	63
65+	112,7	11%	50
Пол / возраст			
жен/16-24	122,0	11%	207
жен/25-34	97,8	9%	125
жен/35-44	69,6	7%	62
жен/45-54	68,1	6%	73
жен/55-64	53,7	5%	57
жен/65+	61,8	6%	42
муж/16-24	220,0	21%	352
муж/25-34	124,3	12%	158
муж/35-44	72,9	7%	68
муж/45-54	73,9	7%	88
муж/55+	104,0	10%	68
Занятость			
не работают	348,4	33%	79
работают	719,6	67%	115
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	385,9	36%	109
не хватает денег на еду	14,3	1%	49
полный достаток, не ограничены в средствах	125,1	12%	234
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	490,1	46%	96
хватает на еду, но не на одежду	51,5	5%	48
Образование			
высшее	392,1	37%	105
н. среднее	59,7	6%	99
среднее	616,2	58%	97
Семейное положение			
женат / замужем	502,4	47%	83
холост / не замужем	565,5	53%	123
Социальный статус			
безработные	19,8	2%	39
домохозяйки, молодые мамы	75,0	7%	105
иное (старт-ап, фриланс)		0%	
пенсионеры	125,8	12%	48
рабочие	221,7	21%	125
руководители	160,5	15%	142
самозанятый	83,5	8%	123
служащие	33,5	3%	43
специалисты	192,1	18%	113
студенты, учащиеся	118,9	11%	257
Округ			
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ	80,6	8%	141
ПРИВОЛЖСКИЙ	227,6	21%	106
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ	56,4	5%	57
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ	145,3	14%	201
СИБИРСКИЙ	44,2	4%	36
УРАЛЬСКИЙ	37,7	4%	42
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ	413,0	39%	134
ЮЖНЫЙ	63,3	6%	59

