

Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2024 - Июль 2024



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Affinity
Аудитория	736,0	100%	100
Пол			
женщины	499,0	68%	124
мужчины	237,0	32%	71
Возраст			
16-24	130,3	18%	165
25-34	116,2	16%	94
35-44	145,9	20%	100
45-54	93,7	13%	79
55-64	96,1	13%	78
65+	153,9	21%	106
Пол / возраст			
жен/16-24	64,3	9%	166
жен/25-34	104,0	14%	171
жен/35-44	84,0	11%	113
жен/45-54	68,6	9%	109
жен/55-64	44,2	6%	64
жен/65+	133,9	18%	139
муж/16-24	66,0	9%	164
муж/25-34	12,2	2%	19
муж/35-44	61,9	8%	86
муж/45-54	25,1	3%	45
муж/55+	71,9	10%	70
Занятость			
не работают	288,0	39%	94
работают	448,0	61%	105
Материальное положение семьи			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	379,3	52%	156
не хватает денег на еду	0,0	0%	0
полный достаток, не ограничены в средствах	36,6	5%	74
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	280,7	38%	81
хватает на еду, но не на одежду	34,7	5%	51
Образование			
высшее	221,9	30%	103
н. среднее	16,9	2%	36
среднее	497,2	68%	105
Округ			
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ	28,4	4%	70
ПРИВОЛЖСКИЙ	165,8	23%	111
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ	76,7	10%	113
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ	37,0	5%	76
СИБИРСКИЙ	121,1	16%	141
УРАЛЬСКИЙ	18,9	3%	30
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ	244,8	33%	118
ЮЖНЫЙ	43,3	6%	59
Семейное положение			
женат / замужем	413,3	56%	96
холост / не замужем	317,7	43%	105
Социальный статус			
безработные	0,0	0%	0
домохозяйки, молодые мамы	102,0	14%	180
пенсионеры	147,7	20%	81
рабочие	99,5	14%	77
руководители	88,2	12%	114
самозанятый	26,1	4%	60
служащие	52,6	7%	88
специалисты	167,0	23%	158
студенты, учащиеся	32,9	5%	100

