

## Аудитория одного номера издания. Социально-демографический профиль

База данных: Март 2024 - Июль 2024



	тысяч человек	доля от аудитории, %	Affinity
<b>Аудитория</b>	839,9	100%	100
<b>Пол</b>			
женщины	646,1	77%	141
мужчины	193,8	23%	51
<b>Возраст</b>			
16-24	213,5	25%	236
25-34	201,4	24%	142
35-44	94,8	11%	57
45-54	120,6	14%	89
55-64	75,8	9%	54
65+	133,7	16%	81
<b>Пол / возраст</b>			
жен/16-24	156,3	19%	352
жен/25-34	156,9	19%	226
жен/35-44	70,7	8%	84
жен/45-54	91,2	11%	127
жен/55-64	55,0	7%	70
жен/65+	116,0	14%	105
муж/16-24	57,3	7%	124
муж/25-34	44,6	5%	62
муж/35-44	24,1	3%	29
муж/45-54	29,4	4%	46
муж/55+	38,4	5%	33
<b>Занятость</b>			
не работают	306,0	36%	87
работают	533,9	64%	109
<b>Материальное положение семьи</b>			
могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	431,3	51%	155
не хватает денег на еду	9,4	1%	55
полный достаток, не ограничены в средствах	32,9	4%	59
хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	272,1	32%	69
хватает на еду, но не на одежду	94,1	11%	122
<b>Образование</b>			
высшее	255,9	31%	104
н. среднее	39,4	5%	74
среднее	544,5	65%	101
<b>Округ</b>			
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ	43,9	5%	95
ПРИВОЛЖСКИЙ	148,2	18%	87
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ	102,7	12%	133
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ	60,0	7%	108
СИБИРСКИЙ	85,3	10%	87
УРАЛЬСКИЙ	29,1	4%	41
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ	310,2	37%	131
ЮЖНЫЙ	60,5	7%	73
<b>Семейное положение</b>			
женат / замужем	453,6	54%	92
холост / не замужем	386,2	46%	111
<b>Социальный статус</b>			
безработные	0,0	0%	0
домохозяйки, молодые мамы	100,5	12%	155
пенсионеры	129,4	15%	62
рабочие	77,3	9%	52
руководители	136,5	16%	154
самозанятый	72,1	9%	146
служащие	49,4	6%	73
специалисты	181,1	22%	150
студенты, учащиеся	70,0	8%	185

