

знаме". Но те достигаха до всички деца и юноши благодарение на големия тираж - едно заглавие през 1989 г. излиза средно през годината в 1 млн. и 649 хил. екземпляра. През 1990 г., когато се появяват и нови заглавия, тиражът е все още висок - 1 заглавие излиза средногодишно в 1 млн. и 667 хил. броя. През 1992 г. (39 загл.) тиражът спада - 1 заглавие се издава средно през годината само в 46 хил. екземпляра. Постепенно спират ежедневниците "Клас" (приемник на "Средношколско знаме"), "Младеж" и "Диалог" (приемници на "Народна младеж"). Мястото им заемат седмични и месечни издания за тийнейджъри - "Тийнейджър Love", "Свалката", "Първата любов", "Пубър", "Teen Маня" и др. От 1998 г. годишният тираж на 1 заглавие започва да нараства, като през 1999 г. е 23.6 хил., а през 2000 - 19.6 хил. Това е време, когато училищата (предимно частните) започнаха да издават вестничета за собствена информация. Движението за деца "Рицари на познанието" вече пета година (2001) издава интересното информационно и забавно издание "Любопитко", предназначено за деца, родители и учители.

В трета група водещи са регионалните вестници. На тях се дължи и големият брой заглавия, и големият годишен тираж на 1 заглавие. Вестниците на ВУЗ нарастват право пропорционално на появата на нови висши училища. Докато през 1989 г. 12 издания излизат с ГТ/1 заглавие - 23.3 хил., през 2000 г. 42 заглавия са със среден ГТ/1 заглавие - само 1283. При "Вестници на заводи, предприятия и учреждения" обратно, от 44 заглавия през 1989 г. с ГТ/1 заглавие - 67.7 хил. през 2000 г. остават само 5 различни заглавия.

В първа група, с изключение на 1989 и 1990 г., четири са основните разновидности, които са с най-голям абсолютен и относителен дял за съответната година (фиг. 2). На първо място през по-голямата част от периода са вестниците от групата "Политика. Икономика". Раздвижването на политическите пластове след 1989 г., честото провеждане на избори - парламентарни, президентски, за местно управление - се предхождат от засилена активност на кандидатите за власт чрез всички средства за масова информация, особено чрез печата. И икономическата тематика, която е включена в същата група, обхваща много вестници ("Икономически живот" продължава да излиза от 1965 г.). Структурната реформа обясняват "Интелект", "Бълис", "Къде и как в масовата приватизация", "Акционер", "Монопол", "Инвести-