

Sažetak

Elementima opreme tekstova u vremenu postistine i uvjetima raznovrsne medijske ponude pridaje se sve veća pozornost. Cilj je rada istražiti kakva je struktura opreme tekstova, koji se elementi opreme teksta koriste u tisku, a koji na internetskim portalima, koje vrste naslova se koriste u tisku, a koje na internetskim portalima, kolika je raznolikost u odabiru elemenata opreme tekstova i vrstama naslova u rubrikama dnevnih novina i u izbornicima internetskih portala, koje se strategije koriste u *clickbait* naslovima, postoje li „lažni naslovi“ u dnevnim novinama i na internetskim portalima u bosanskohercegovačkim i hrvatskim dnevnim novinama *Večernji list BiH*, *Dnevni avaz*, *Jutarnji list* i *24sata*, kao i na internetskim portalima ovih novina, a to su avaz.ba, vecernji.ba, jutarnji.hr i 24sata.hr. U radu će biti izložen teorijski okvir elemenata opreme tekstova, a drugi dio će se odnositi na analizu sadržaja. Analizirano je po sedam brojeva svakih od navedenih dnevnih novina i internetskih portala u razdoblju od mjesec dana, a zajednički uzorak je temeljen na broju od 1627 tekstova.

Ključne riječi: *oprema tekstova; naslov; rubrika; tisak; internetski portal*

Summary

In the context of the post-truth era and an increasingly diverse media landscape, the design elements of news texts are receiving growing attention. The aim of this research is to explore how these elements are structured and used in both print and online journalism. The study examines which design features are commonly found in newspapers and which on news websites, what types of headlines dominate in each medium, and how varied these elements are across newspaper sections and online categories. It also investigates clickbait strategies and whether misleading or "false" headlines appear in daily newspapers and on their corresponding online portals in Bosnia and Herzegovina and Croatia. The research focuses on the following outlets: *Večernji list BiH*, *Dnevni avaz*, *Jutarnji list*, and *24sata*, along with their websites (avaz.ba, vecernji.ba, jutarnji.hr, and 24sata.hr). The paper consists of a theoretical framework on text design elements, followed by a content analysis. Seven issues of each of the listed daily newspapers and online portals were analysed over a one-month period, yielding a combined sample of 1,627 articles.

Keywords: *paratextual elements; headline; section; print media; online portal*

