

Spel framför substans

Journalistisk gestaltning i amerikanska och svenska medier under demokraternas primärval 2020

Emma Ricknell

Game over substance – journalistic framing in US and Swedish media during the 2020 Democratic primary election

The journalistic framing of politics as a game, as opposed to focus on the issues, has long been discussed in terms of consequences for potential voters and in the long run, democracy. Research shows that the game frame is especially prevalent in highly market-driven media systems such as in the United States, but that it also appears, albeit to a lesser degree, in systems marked by a mix of public service and commercial media, such as Sweden. This paper examines news stories in both US and Swedish media, covering the well-publicized 2020 Democratic primary election in order to elucidate patterns of journalistic framing. The results indicate that the game frame is indeed in frequent use in both systems, and that with notable exceptions, when it comes to a foreign election such as a US primary, Swedish media focuses less on the issues compared to a selection of US media.

Inledning

Den 24 juni 2020 twittrade den amerikanska kommunikationsvetaren Dannagal Young en uppmaning till sina över 12 000 följare: “Show me ONE. SINGLE. STORY. about Biden’s issue positions and policy proposals. SHOW. ME”. En provocerande överdrift i sann twitteranda, men hon fick inte många svar på det hon efterfrågade. Det hon helst hade velat se var exempel från etablerade medier som fokuserade på den demokratiska presidentkandidaten Joe Bidens politiska ståndpunkter och faktiska policyförslag. Problemet, menar Young (2017) är att den amerikanska politiska nyhetsjournalistiken konstant väljer att gestalta politik som ett spel, där två ytterligheter ställs mot varandra,

Emma Ricknell är doktorand vid Institutionen för statsvetenskap, Linnéuniversitetet.
E-post: emma.ricknell@lnu.se

och där en vinner och en förlorar (Aalberg et al. 2012; Cappella & Jamieson 1997; Patterson 1994).

Detta mönster har länge diskuterats inom forskningen. Till exempel har konsekvenser för väljare studerats, där en journalistik som ramar in politik som ett spel kan medföra att väljare går miste om substantiell information inför ett politiskt val (Graber 1994; Lawrence 2000), att de tappar intresse för politik överlag (de Vreese & Elenbaas 2008), eller börjar misstro politiker som framställs som själviska strateger, vilket i sin tur kan bidra till ökad cynism (Cappella & Jamieson 1997; de Vreese 2004; Schuck et al. 2013). I förlängningen kan således ett journalistiskt fokus på rivalitet och politik som spel och strategi på bekostnad av sakpolitisk debatt och diversifierad information ha negativa följder för demokratin (Zoizner 2018).

Svensk politisk nyhetsbevakning är inte undantagen sådana analyser. Effekter av spelgestaltning såsom cynism och minskat politiskt intresse (Shehata 2014) samt försvagat förtroende för media (Hopmann et al. 2015) har påvisats i svensk kontext. Forskningen visar även att nyheter som gestaltar politik som sak inte bara fått mindre utrymme över tid i Sverige utan också tenderar att minska ju närmare valdagen kommer, när väljare har som störst informationsbehov för att kunna göra ett informerat val (Strömbäck & Nord 2017). I jämförelse med amerikanska medier visar forskningen dock att spelgestaltning i svenska medier alltså är mindre förekommande under valrörelser (Strömbäck & Dimitrova 2006).

En förklaring till denna skillnad har sökts i betydelsen av mediasystem, där en starkt marknadsdriven ordning, präglad av en hög nivå av kommersialisering, visat sig vara en viktig del i ett utbrett användande av spelgestaltning i nyhetsbevakningen (Aalberg et al. 2012; Strömbäck & Van Aelst 2010). USA är ett typexempel på ett sådant mediasystem, medan det svenska systemet karakteriseras mer av en blandning, med både kommersiell media och en framträdande roll för public service (Hallberg & Mancini 2004).

Den här studien placerar sig i ett sammanhang där två i många avseenden vitt skilda länder, inte minst när det gäller medias roll (Strömbäck & Dimitrova 2006), står inför en händelse som kommit att göra avtryck i nyhetsrapporteringen: 2020 års amerikanska primärval. Olika mediasystem till trots har ett antal amerikanska och svenska medier det gemensamt att de fick rannsaka sig själva efter förra gången det begav sig, det vill säga 2016, då det visade sig att ett fokus på opinionsmätningar – det vill säga på vem som vann och förlorade kapplöpningen mot presidentposten – gav dålig utdelning. Valresultatet blev det totalt motsatta jämfört med vad prognoserna sa (Kulturnytt i P4 2016; se även Vestin & Öhrvall i denna volym). Även från akademiskt håll riktades specifik kritik mot bristen på fokus på sakfrågor i den svenska bevakningen (Bladh 2016). Men varken bevakningen av valrörelser eller valrörelserna själva är statiska och ensartade, utan kan variera över tid.

Förutsättningarna år 2020 jämfört med 2016 är t.ex. att enbart ett parti, demokraterna, höll ett omfattande primärval, medan antalet demokrater som ställde upp och deltog i partiets många direktsända debatter å andra sidan var rekordstort (Jeffery & Higgins 2020).

Med 2016 års valbevakning och förändrade förutsättningar i bakgrunden söker den här studien reda ut hur bevakningen såg ut 2020 i fråga om journalistisk gestaltning. Den ämnar besvara följande två frågor: Hur stora skillnader, om några, var det i bevakningen mellan amerikanska och svenska medier i avseendet journalistisk gestaltning? Fick det svenska mediasystemet genomslag även i bevakningen av ett utländskt val, vilket skulle betyda mindre inslag präglade av politik som spel och strategi i jämförelse med de amerikanska medierna?

Gestaltning och bilden av verkligheten

Ett påstående om att den politiska medierapporteringen innehåller gestaltning av politik som ett spel, och att detta kan ha negativa konsekvenser, har inget markant nyhetsvärde. Ett exempel på en studie som tidigt problematiserade förekomsten av nyhetsrapportering präglad av spelgestaltning i amerikanska medier är Doris Grabers (1971) analys av 1968 års amerikanska presidentval, där Graber fann att personliga kvalitéer hos kandidaterna (66 procent) förekom betydligt oftare i rapporteringen jämfört med sakfrågor (34 procent).

Begreppet kapploppsjournalistik (*horse-race journalism*) hör till den ursprungliga terminologin inom fältet, men är bara ett av flera som använts. Begreppet har vidare främst applicerats i analyser av ett begränsat innehåll där opinionsundersökningar är i fokus, när rapporteringen under en valrörelse har betydligt fler inslag som också faller in i kategorin journalistik som beskriver politik som en kapploppning om röster (Toff 2020). Termer som täcker ett bredare innehåll har också använts, såsom strategigestaltning (*strategic game frame* eller *strategy frame*) (Capella & Jamieson 1997) och strategiska nyheter (*strategic news*) (de Vreese 2003), och även en slags kombination i hästkapploppning/strategi (*horse race/strategy*) (Kerbel et al. 2000). De spretiga begreppen till trots är termen gestaltning här central, och hänvisar till den inom kommunikationsvetenskapen mest framstående teori i avseendet politisk nyhetsbevakning, dess innehåll och effekter, alltså gestaltningsteorin (*framing theory*) (Shehata 2015).

Gestaltningsteorin har en interdisciplinär bakgrund (Borah 2011) och innefattar olika metodologiska angreppssätt (Reese 2007), men präglas av ett grundläggande socialkonstruktivistiskt perspektiv som handlar om att människan i sin obegränsade verklighet behöver organisera sin kommunikation. Mänsklig interaktion, och således kommunikation, handlar i sin tur om meningsskapande (Shehata 2015). När journalister, via nyhetsrapportering, kommunicerar med läsarna formas ett fönster mot omvärlden, ett fönster som präglas av

subjektivitet (Tuchman 1978). Journalister gör alltså olika antingen medvetna eller omedvetna val när de gestaltar ett skeende (Strömbäck & Nord 2017).

Trots att journalister kan välja mellan flertalet olika gestaltningar har forskningen över tid identifierat ett antal som dominerar. Rapportering under en valrörelse där fokus ligger på en gestaltning av politik utan fokus på specifika händelser eller sakfrågor beskrivs som en generell gestaltning (*generic news frames*) (de Vreese 2003). Inom ramen för denna slags gestaltning har olika typer identifierats: gestaltningen av politik som spel och strategi och gestaltningen av politik som sak (Aalberg et al. 2012; Aalberg et al. 2017; Cappella & Jamieson 1997). Spel och strategi hänvisar till de tidigare studierna presenterade ovan, i vilka forskare identifierat ett mönster i nyhetsrapporteringen under valrörelser, nämligen att politik reduceras till ett spel politiker kämpar om att vinna. I utvecklingen av denna typ av gestaltning i en valkontext har en rad vanliga inslag identifierats, t.ex. hur politiker presterar i olika situationer, vilka strategiska motiv som ligger bakom deras handlingar och politiska förslag, val av kampanjstrategier, hur politiken överlag bedrivs utan fokus på faktiskt innehåll och olika slags rapportering och analys av opinionsundersökningar (Aalberg et al. 2012). Språket innehåller ofta krigs- och sportmetaforer (Strömbäck & Nord 2017), vilket ger gestaltningen ett intryck av pågående konflikt eller kamp. Med gestaltningen av politik som sak i en valkontext, oberoende av vilken, avses i kontrast journalistik med fokus på politiska förslag och innehåll och t.ex. hur olika politiker ställer sig till vissa samhälleliga problem eller sakfrågor.

En anledning till att forskningen analyserat förekomsten av olika typer av gestaltningar är deras effekter. När en väljare i mindre utsträckning exponeras för politikens faktiska substans, riskerar fönstret till världen att blir mer begränsat och endimensionellt. Med begränsad kunskap om olika sakpolitiska frågor och samhälleliga problem, är det svårare att skapa välgrundade åsikter inför ett politiskt val, och dessutom att ställa politiska beslutsfattare till svars (Graber 1994; Lawrence 2000). Istället kan exponering för gestaltning av politik som ett själviskt, strategiskt spel om röster starta en spiral av cynism (Cappella & Jamieson 1997), där intresset för politik riskerar att sjunka och misstron för politiker växa, och väljarna blir mer eller mindre bortkopplade från den politiska processen (de Vreese 2004; de Vreese & Elenbaas 2008; Schuck et al. 2013; Valentino et al. 2001; Jackson 2011). En meta-analys visar att effekten cynism håller i sig även efter kontroll för mediasystem, mediatyp och valkontext (Zoizner 2018). Forskningen visar vidare att kvinnliga politiska kandidater missgynnas när spelgestaltning dominerar, då de ofta betonar var de står i olika politiska sakfrågor som del av kampanjen (Conroy 2015).

I en studie av svenska medier inför riksdagsvalet 2010 drar Shehata (2014) i linje med tidigare forskning slutsatsen att gestaltningen av politik som spel i högsta grad existerar i Sverige, även om det varierar mellan olika mediekällor, och konstaterar också att exponering av den typen av journalistik bidrar till att

läsarna blir cyniska och mindre politiskt intresserade. Genom en panelstudie genomförd i Sverige kan även Hopmann et al. (2015) visa hur förtroendet för media generellt sjunker ju mer läsare exponeras för sådan slags gestaltning. Dessa effekter har studerats under en tid då utvecklingen gått mot att svensk media åtminstone under valrörelser i ökad grad tenderar att använda sig av spelgestaltningar, medan sakfrågepolitiska gestaltningar minskat (Strömbäck & Nord 2017; Strömbäck 2013).

Helt entydig är dock inte forskningen om spelgestaltningens effekter. Efter- som inslag i nyhetsrapportering om politiska strategier inför dramatik i bevakningen, kan det på olika sätt attrahera läsare. Det kan öka intresset för politisk nyhetsrapportering vilket i förlängningen kan leda till ökad kunskap om politik och ökat engagemang (Norris 2000; Zhao & Besker 1998). Rapportering om vem som vinner och förlorar utifrån vad opinionsundersökningar förutspår kan vidare ha en katalyserande effekt, som också kan göra att väljare vill veta mer om sakfrågorna bakom prognoser och undersökningar (Meyer & Potter 1998). Negativa effekter har dessutom inte jämn spridning bland alla åldersgrupper (Toff 2020) utan kan modifieras av ålder (Elenbaas & de Vreese 2008). Det har även hävdats från amerikanskt journalistiskt håll att kapplöpingsjournalistik i primärvalens tidiga skeden kan vara viktig för väljare för att kunna sätta sig in i processen (Marx 2011). Ett argument är också att det inte går att komma runt att t.ex. ett primärval *är* en tävling med vinnare och förlorare, varvid det inte är negativt att journalister till viss del fokuserar på opinionsundersökningar, kampanjdonationer osv., eftersom det är ett sätt för politiker att visa potentiella väljare hur stort stöd han eller hon har (Schafer 2019).

Mediesystem och graden av kommersialisering

Trots att forskningen inte pekar enbart i en riktning när det gäller effekterna av spelgestaltning, är de varnande orden kring dess negativa effekter ihållande. Hur det kommer sig att den politiska journalistiken uppvisar detta mönster är dock ett relativt mindre utforskat ämne (Dunaway 2015). En förklaring kommer från analyser av journalistikens egna rutiner och visar hur spelgestaltning kan vara ett användbart verktyg för journalister för att skapa ett sammanhängande narrativ med dramatiskt innehåll, när verkligheten är mer eller mindre kaotisk, såsom under en valrörelse (Cappella & Jamieson 1997; Fallows 1997). Spelgestaltningen passar väl in i en nyhetsmedielogik där läsarens uppmärksamhet för en så billig penning som möjligt är hårdvaluta (Strömbäck 2015), vilket också kan göra att medier med vinstmotiv är mer benägna att använda sig av spelgestaltning (Aalberg et al. 2017; Patterson 2000; Strömbäck & Dimitrova 2011; Strömbäck & Van Aelst 2010), då "horcerace news sells" (Iyengar et al. 2004: 174) och är den typ av nyhetsrapportering åtminstone människor som är politiskt intresserade föredrar (Trussler & Soroka 2014).

Det är dock inte så att spelgestaltning inte förekommer i icke-kommersiella medier under valrörelser i både USA (Kerbel et al. 2000) och Sverige (Strömbäck & Nord 2017). Skillnaderna mellan länderna är dock förekomsten överlag, där amerikanska medier använder spelgestaltning mer flitigt i valtider (Strömbäck & Dimitrova 2006), även om de förekommer även i den svenska rapporteringen (se t.ex. Johansson & Strömbäck 2019; Strömbäck 2008). Här har forskningen visat att olika mediesystem har ett samband med denna generella skillnad.

Hallin och Mancini (2004) har i en systematisk klassificering av olika mediesystem kunnat utkristallisera tre stycken huvudsakliga kategorier: mediesystem som präglas av marknadsliberalism, demokratisk korporativism samt polariserad pluralism. Det amerikanska mediesystemet hamnar i den förstnämnda kategorin, där valmöjligheterna i partisystemet är begränsade i kontrast till ett omfattande antal individuella politiska kandidater. En betydande del av hela mediesystemet är marknadsdrivet med en hög nivå av kommersialisering och självständighet gentemot den politiska makten. Det svenska mediesystemet, likt det i övriga nordiska länder, räknas till de som präglas av demokratisk korporativism, som bland annat kännetecknas av konsensusinriktad politik, jämförelsevis starkare partier, med en historiskt stark dagspress, framträdande roll för public service samt en viss grad av inblandning från staten.

Det är en grov indelning, särskilt med tanke på att mediesystem inte är statiska över tid. Det idag mer eller mindre konstanta inflödet av nya medieformer och förändrade medievanor skapar även frågor kring sådana kategoriseringar. Forskningen visar dessutom blandade resultat när det gäller kommersialiserad media som en definitiv förklaring till förekomsten av spelgestaltningar i nyhetsrapporteringen vid val (Strömbäck 2007), samt att det finns viktiga skillnader även mellan de länder som anses tillhöra samma mediesystem (Aalberg et al. 2010). Dock har klassificeringen stått sig över tid och fortsatt applicerats i en rad studier (Hallin & Mancini 2017). Relativt färsk forskning om journalistisk gestaltning även under icke-valtider visar dessutom att ett mediesystem som i större utsträckning präglas av public service tenderar att ha mindre inslag av spelgestaltning (Aalberg et al. 2017).

Studiens förväntningar

Denna studie försöker inte utröna orsakerna till olika slags journalistiska gestaltningar, utan fokuserar på själva förekomsten och jämförelser mellan rapporteringen i USA och Sverige. Däremot spelar potentiella anledningar till utvecklingen roll i uppställandet av studiens förväntningar.

En första förväntning gäller förekomsten av spelgestaltning i de två länderna. Strömbäck och Dimitrova (2006) jämför förekomsten av spelgestaltning i olika former under två val i USA respektive Sverige i början av 2000-talet och

visar som ovan att förekomsten genomgående är högre i de amerikanska medierna. Specifikt dominerade gestaltningen av politik som ett spel i 62 procent av de amerikanska tidningsartiklarna, jämfört med 51 procent i de svenska. Ser man till forskning från det allra senaste nationella valet är Pattersons (2016) studie av den amerikanska rapporteringen av primärvalet 2016 ytterligare ett exempel på det amerikanska mönstret, då den visar en dominans av rapportering som utgår från en gestaltning av politik som spel (56 procent). Med en rapportering som till ytterligare 33 procent fokuserade på kampanjprocessen fick sådant som kandidaternas policypositioner, personliga- och ledarskapskvaliteter och olika bakgrundsinformation ett utrymme motsvarande 11 procent i rapporteringen i åtta olika nyhetskällor. Trots att tidigare forskning utgått från rapportering av amerikansk respektive svensk rapportering av respektive nationella val är hypotesen att mönstret återspeglas även när det gäller svensk rapportering av ett utländskt val såsom det amerikanska primärvalet då mediasystemen i de båda länderna är fortsatt gällande. Den marknadsliberala prägeln i den amerikanska kontexten förväntas främja förekomsten av spelgestaltning jämfört med den svenska motsvarigheten där public service har en betydligt mer framträdande roll (Hallin & Mancini 2004), vilket alltså forskning även under icke-valtider kan bekräfta (Aalberg et al. 2017).

H1: Spelgestaltning i bevakningen av det amerikanska primärvalet 2020 är mer utbredd bland de amerikanska medierna jämfört med de svenska.

Som diskuterats ovan är dock inte svensk media främmande för spelgestaltning. I en studie av gestaltningen av politik i nyhetsrapporteringen under den svenska valrörelsen 2018 visar Johansson och Strömbäck (2019) att spelgestaltningar överlag var något vanligare än sakfrågestaltningar, som dessutom sjönk drastiskt under slutet av valrörelsen ju närmare valdagen. Skillnaderna var dock relativt stora mellan medietyper, där kvällspressen drog upp snittet i jämförelse med morgonpress och etermedier, och i linje med tidigare forskning, skedde motsvarande när det gäller kommersiell media (*TV4 Nyheterna*) i jämförelse med public service (*Rapport*). Skillnaderna mellan medietyper i avseendet spel- och sakfrågestaltningar har även påvisats av Strömbäck (2007) för 1998 och 2002 års valrörelser, av Strömbäck och Nord (2017) när det gäller 2002, 2006, 2010 och 2014 års valrörelser, samt även av Shehata (2014) när det gäller 2010 års valrörelse. Denna studie fokuserar återigen inte på den svenska valrörelsen, som självfallet får mer uppmärksamhet jämfört med utländska valrörelser. Samma övergripande mönster förväntas dock när det gäller kommersiella medier i jämförelse med public service även i rapporteringen av det amerikanska primärvalet:

H2: Spelgestaltning i bevakningen av det amerikanska primärvalet 2020 är mer förekommande i svenska kommersiella medier jämfört med public service.

Metod och material

Studien utgår från en kvantitativ innehållsanalys av nyhetsrapporteringen av det amerikanska primärvalet våren 2020 under tidsperioden 1 januari–31 mars, i både amerikanska och svenska mediekällor. Urvalet av källor baseras på att nyhetsbevakningen i båda länder produceras i medielandskap som kännetecknas av ett betydligt bredare utbud jämfört med tidigare, där antingen helt nya digitala aktörer etablerat sig på nyhetsmarknaden, eller traditionella medier anpassat sig till den nya situationen och existerar både i traditionell form och på nätet (Andersson 2018). Trots de nya förutsättningarna och föränderliga medievanor bland läsarna och tittarna så behåller de medier som tidigare dominerat marknaden ofta sina positioner, om än alltså i annorlunda form när de finns tillgängliga via Internet. Till exempel visar Mediebarometern 2019 att under en vanlig dag tar 46 procent av den svenska befolkningen del av nyheter via *Sveriges Television (SVT)*, vilket alltså betyder både tablålagd tv liksom digitalt. SVT följdes av *Sveriges Radio* (39 procent), *TV4* (33 procent), morgontidningar (23 procent) och kvällstidningar (23 procent) (Nordicom 2020). I denna mix av public service och kommersiell media finns det åtta specifika nyhetsmedier som svenskar i högst utsträckning tar del av: *Aftonbladet*, *Expressen*, *Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet*, *Aktuellt*, *Rapport*, *TV4 Nyheterna* och *Ekot* (sändning kl. 16.45) (Oscarsson & Strömbäck 2019), vilka med tillägget *SVT Nyheter* (svt.se) ingår i denna studies urval. Studien omfattar enbart pappersupplagorna bland de tryckta tidningarna och inte nyhetsbevakningen som publicerades på respektive webbsida. Skillnaden mellan pappersupplaga och respektive tidnings webbsida är dock inte markant (Ghersetti 2014).

När det gäller urvalet bland de amerikanska källorna är en motsvarighet till de svenska svår att uppnå, inte bara för att det amerikanska utbudet är betydligt bredare men som diskuterat ovan handlar det om två i huvudsak olika mediasystem, där t.ex. public service inte alls har samma framträdande roll i nyhetsförmedlingen i USA. Pew Research Center (2020) har under lång tid undersökt medievanor bland amerikaner och utifrån de 30 medier de idag tillfrågar sina respondenter om har fyra valts ut: *New York Times* och *Washington Post*, två av de större tidningarna med nationell spridning samt välbesökta webbsidor, *CNN*, TV-kanal och nyhetssite och *Vox*, en nyhetssite vars nyheter publiceras enbart digitalt.

Utöver källor begränsades urvalet till artiklar, radio- och nyhetsinslag där de kandidater vars kandidaturer sträckte sig till mars månad nämndes, således Pete Buttigieg, Amy Klobuchar, Mike Bloomberg, Elizabeth Warren, Tulsi Gabbard, Bernie Sanders och Joe Biden (Ballotpedia 2020). Även en av de kandidater vars kampanj sträckte sig in i februari månad samt deltog i majoriteten av debatter fram till den punkten inkluderades, Andrew Yang (Dovere 2020). För att inkluderas krävdes dock att de främst fokuserade på primärvalet och inte andra händelser under tidsperioden (för ytterligare urvalskriterier, se Appendix).

Mediearkivet, även kallat Retriever Research, användes för materialinsamling för samtliga medier förutom Vox, vars sökfunktion på vox.com istället användes för manuell sökning. Förväntningen när det gäller materialinsamlingen var att de utvalda amerikanska medierna i betydligt högre utsträckning skulle generera material jämfört med de svenska. Men med tanke på den väldigt omfattande mediebevakningen under 2016 års amerikanska valrörelse bland svenska medier (Alsén 2016; Törner & Frick 2016), samt att den nuvarande amerikanske presidenten Donald Trump figurerade i svensk media i nivå med de tre mest uppmärksammade svenska partiledarna tillsammans (Stefan Löfven, Ulf Kristersson och Annie Lööf) under ett svenskt valår (Retriever 2018), förväntades även något som det amerikanska primärvalet uppmärksammas tillräckligt i den svenska rapporteringen för att utgöra ett godtagbart underlag för studien.

I linje med tidigare forskning och utifrån studiens huvudsakliga syfte om förekomsten av spel- respektive sakfrågegestaltning kodades varje analysenhet (dvs. tidningsartikel, text från nyhetssite, radio- eller TV-inslag) utifrån vilken gestaltning som *dominerade* i texten. *Spelgestaltning* kodades i de fall där analysenheten främst fokuserade på vem som vunnit/förlorat, vem som leder/ligger efter, på personliga omständigheter istället för vilka sakfrågor kandidaten står för, olika strategiska val kandidaten genomför under valrörelsen, konflikter mellan kandidaterna med grund i annat än sakfrågor, uppgifter om kampanjfinansiering samt tillkännagivanden av vem som stöder vem. Det har inom forskningen framförts argument till varför *spel* respektive *strategi* bör kodas separat (Aalberg et al. 2012; Aalberg et al. 2017), men för denna studies syfte är dock kontrasten mellan de två huvudsakliga gestaltningarna av främsta intresse, varvid kategorin spelgestaltning i studien är relativt bred. Analysenheter kodades som *sakfrågegestaltning* i de fall där en sakfråga, ett policyförslag, politisk positionering i en viss fråga/frågor eller en politisk åtgärd utifrån ett samhällsproblem genomsyrade texten eller inslaget. I de fall där en dominerande gestaltning inte kunde avgöras användes en tredje kategori, *blandad gestaltning*.

Slutligen kodades även ett antal underkategorier för respektive huvudsaklig gestaltningstyp, i syftet att på ett övergripande sätt belysa vilka slags texter och innehåll studien omfattar. Analysenheterna kodades utifrån fyra huvudsakliga journalistiska genrer: nyhet och reportage, kolumn/opinionstext, opinion- och röstredovisning och övriga, där bland annat intervjuer återfinns. Med opinion- och röstredovisning menas t.ex. en artikel som besvarar vem som antingen leder i opinionen eller vann utifrån antalet röster, men inte gör djupare analys eller förklarar varför en kandidat leder eller har vunnit utifrån kandidatens position i en viss sakfråga eller liknande. Analysenheter som dominerades av sakfrågegestaltning kodades även för vilken sakfråga som låg i fokus, och som en blandad kategori ifall flertalet sakfrågor berördes.

Resultat

Studien omfattar totalt 2 633 inslag i bevakningen av det amerikanska primärvalet 2020 i de utvalda amerikanska och svenska medierna. Trots att färre amerikanska källor studeras i jämförelse med antalet svenska, står de amerikanska för de allra flesta inslagen (2 308). Dessa proportioner är dock inte överraskande med tanke på att de svenska medierna bevakar ett utländskt val i jämförelse med de amerikanska. Då urvalet av de svenska källorna dock täcker en betydande del av det i jämförelse mycket mer begränsade utbudet av nationella medier svenskar i störst utsträckning söker sig till för att ta del av nyheter (Oscarsson & Strömbäck 2019), ger 325 analysenheter fortfarande en bevakning om 3-4 inslag dagligen under den valda tidsperioden. Det största antalet analysenheter från respektive lands medier var *Washington Post* (845) samt *Svenska Dagbladet* (75).

I studiens första hypotes förväntades spelgestaltning vara mer utbredd bland de amerikanska medierna jämfört med de svenska. Ser man till den procentuella fördelningen av spel- respektive sakfrågegestaltning i de amerikanska och svenska medierna (Tabell 1 och 2 nedan) visar resultatet att hypotesen inte får stöd. Resultaten visar att de amerikanska tidningarna och nyhetssiterna, inte de svenska, i genomsnitt fokuserade i högre grad på sakfrågor.

Dock är det problematiskt att lägga alltför mycket vikt vid ett genomsnitt, då de utvalda medierna inte är varandras nationella motsvarigheter. Ett betydligt smalare urval bland svenska medier hade kunnat möjliggöra en mer rättvis jämförelse, med risken att antalet analysenheter dock blir väldigt begränsat. Eftersom den här studien tar ett bredare grepp om de svenska mediernas bevakning går det å andra sidan att utifrån resultaten konstatera att det är stora skillnader bland dem. Morgontidningarna ligger i nivå med de amerikanska källorna när det gäller sakfrågegestaltning, medan övriga ligger långt under. Kanske mest iögonfallande är public service övertygande fokus på spelgestaltning. Ifall bevakningen i public service visat samma mönster när det gäller gestaltning som under svenska valrörelser (t.ex. Johansson & Strömbäck 2019; Shehata 2014) skulle alltså *Aktuellt*, *Rapport*, *Ekot* och *SVT:s* nyhetssite i betydligt större utsträckning fokuserat på sakfrågor. Detta resultat relaterar till studiens andra hypotes, som bygger på antagandet att det finns skillnader i rapporteringen beroende på ifall mediekällan är av kommersiell typ eller tillhör public service. Inte heller denna hypotes får således stöd utifrån resultaten, då sakfrågegestaltningen i public service är genomgående låg och i nivå med t.ex. *TV4 Nyheterna*.

Tabell 1. Spel- och sakfrågegestaltningar av det amerikanska primärvalet 2020 i den amerikanska nyhetsbevakningen fördelat på mediekälla (procent)

	New York Times	Washington Post	CNN	Vox
Sakfrågegestaltning	22	17	15	20
Spelgestaltning	78	83	85	80
Summa procent	100	100	100	100
N	515	845	643	305

Kommentar: Artiklar där varken spel- eller sakfrågegestaltning dominerar (blandad gestaltning) har uteslutits från analysen (42). N = 2308.

Tabell 2. Spel- och sakfrågegestaltningar av det amerikanska primärvalet 2020 i den svenska nyhetsbevakningen fördelat på mediekälla (procent)

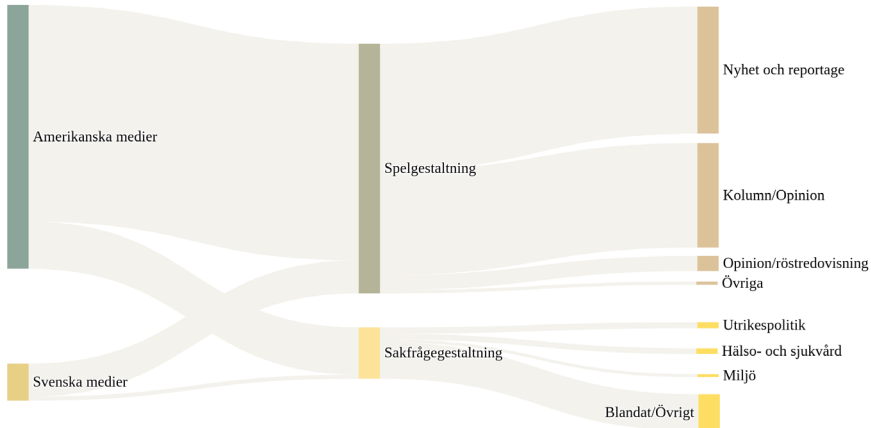
	AB	Expr.	DN	SvD	Aktuellt	Rapport	TV4 Nyh.	Ekot	SVT Nyh.
Sakfrågegestaltning	11	5	19	17	0	10	6	0	10
Spelgestaltning	89	95	81	83	100	90	94	100	90
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	38	41	42	75	9	20	33	7	60

Kommentar: Artiklar där varken spel- eller sakfrågegestaltning dominerar (blandad gestaltning) har uteslutits från analysen (3). N = 325.

Det övergripande mönstret när det gäller resultaten presenterade i Tabell 1 och 2 är således att spelgestaltningar är betydligt mer förekommande än sakfrågegestaltningar, och att detta gäller även för de svenska medierna i deras bevakning av det amerikanska primärvalet. Ett sankey-diagram (Figur 1) visar proportionerna utifrån antal istället för procent, och tydliggör den dominerande gestaltningen om politik som spel. I flödet visas även fördelningen utifrån journalistisk genre när det gäller analysenheter som dominerades av spelgestaltning. Materialet består främst av nyhetsinslag samt reportage kring en händelse under kampanjen, men även till stor del av olika slags opinionstexter eller kolumner där en journalistisk tolkning eller analys presenteras. I materialet dominerar opinionstexter från *Washington Post* (420 st.). När det gäller de analysenheter som dominerades av sakfrågegestaltning redovisas inte motsvarande siffror då andelen analysenheter som inte är nyheter och reportage är väldigt begränsat (t.ex. enbart knappt 5 procent av de svenska artiklarna och inslagen). Istället redovisas de tre mest vanligt förekommande policyområdena i de fall enbart ett policyområde berördes i texten eller inslaget: utrikespolitik, hälso- och sjukvård samt miljö. Stora delar av primärvalskampanjen präglades av coronapandemin, vilket får genomslag i resultatet; diskussioner

kring hälso- och sjukvård fördes upp på agendan och gav kandidaterna tillfälle att kommentera både övergripande problem med nuvarande system och dagsaktuella händelser, samt presentera lösningar.

Figur 1. Fördelning av spel- och sakfrågegestaltningar utifrån amerikanska och svenska medier



Slutsatser och diskussion

Utgångspunkten i den här studien var att bevakningen av 2020 års amerikanska primärval skulle vara omfattande och likt tidigare präglas av en inramning av politik som spel istället för sak, men att de svenska medierna skulle upprätthålla en jämförelsevis lägre nivå av sådan slags gestaltning. Resultaten visar mycket riktigt att förekomsten av spelgestaltning är utbredd i de amerikanska medier som studerats, men att så är fallet även i svenska medier, inklusive public service. Mönstret gällande konsekvensen av att journalistiken i de två länderna bedrivs i två helt olika mediesystem, där det svenska och mindre kommersialiserade förväntades stävja förekomsten av spelgestaltning, uteblev således. Morgontidningarna *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* stod för undantagen, då gestaltningen i de källorna låg på motsvarande nivåer för respektive huvudkategori som de amerikanska medierna. Dannagal Youngs frustration över bristen på sakfrågor i den amerikanska journalistiska gestaltningen lär inte minska efter 2020 års val. När det gäller svenska läsare och tittare som vill lära sig mer om var amerikanska politiker i ett primärval står i olika politiska frågor och vilken slags politik de vill genomföra, gäller det att söka sig till rätt källor.

Så vad ska svenska medier göra då, under något så intensivt som ett amerikanskt primärval? Ska de ignorera dramaturgin inbakad i att bevaka människor som arbetar dag och natt i flera månader för att vinna röster, satsar allt de har för att nå nomineringen och slutmålet presidentposten, förlorar och blir

besvikna för att kanske göra sensationell comeback i nästa delstat, där förut-sättningarna och opinionen är annorlunda? Och hur är det med alla konflikter, ska medierna ignorera dem när kandidater öppet och i mer eller mindre hårda ordalag kritiserar varandra i direktsända debatter? Den strida ström av olika konfliktkonstellationer som uppstod under 2020 års primärval är svår att undvika (t.ex. Elizabeth Warren vs. Bernie Sanders, Bernie Sanders vs. alla, Amy Klobuchar och Elizabeth Warren vs. Mike Bloomberg, Amy Klobuchar vs. Pete Buttigieg och även Kamala Harris vs. Joe Biden).

I valet av hur en utländsk valkampanj ska bevakas indikerar resultaten i den här studien möjligen att ett längre format såsom är möjligt i morgontidningar gynnar gestaltningar av politik som sak. I bedömningen av vad bevakningen i de förhållandevis kortare inslagen på TV och i radio har plats för, hamnar själva händelseförloppet i jämförelse oftare främst. En mening om politiska förslag och positioner kan flikas in här och där, men det större greppet om sakfrågorna faller åt sidan i konkurrens med dramat, spelet och de kittlande opinionsundersökningarna där vinnare och förlorare presenteras i svart och vitt.

I ett försvar av kapploppsjournalistiken under 2020 års primärval menar en journalist vid New York Times opinionsredaktion att sådan slags journalistik har ett syfte, då förklaringar till varför en kandidat vinner medan andra ligger efter är ett sätt att hålla sig i takt med läsarna och kan leda till insikt av mer substans (Smith 2020). Sådana potentiella effekter behöver undersökas ytterligare. I linje med Schafers (2019) argument ovan är det onekligen svårt att undvika att behandla något som ett primärval som en tävling, och ett drastiskt annorlunda fokus skulle möjligen avskräcka vissa läsare. Framtida jämförande studier kan även undersöka fler amerikanska källor, särskilt TV och radio, för att ytterligare förtydliga skillnader och likheter i bevakningen i de två olika mediasystemen. Även alternativa medier, nyhetskommentering via YouTube och andra sociala medier samt onlinefora bör studeras för en bättre bild av vad läsare och tittare fick med sig från bevakningen under primärvalet 2020, eller för den delen, av den efterföljande presidentvalskampanjen.

Referenser

- Aalberg, Toril, de Vreese, Claes H. & Strömbäck, Jesper, 2017. "Strategy and game framing", s. 33–49 i de Vreese, Claes H., Esser, Frank & Hopmann, David Nicholas (red.), *Comparing political journalism*. London: Routledge.
- Aalberg, Toril, Strömbäck, Jesper & de Vreese, Claes H., 2012. "The framing of politics as strategy and game: a review of concepts, operationalizations and key findings", *Journalism* 13(2), s. 162–178. DOI: 10.1177/1464884911427799.
- Aalberg, Toril, Van Aelst, Peter & Curran, James, 2010. "Media systems and the political information environment: a cross-national comparison", *International Journal of Press/Politics* 15(3), s. 255–271. DOI: 10.1177/1940161210367422.

- Alsén, Daniel, 2016. "Massivt svenskt intresse för USA-val", *TT Nyhetsbyrån*, 2016-11-02, citerad 2020-08-12.
- Andersson, Ulrika, 2018. "Det prasslar inte lika mycket om tidningsläsningen som förr", s. 213-231 i Andersson, Ulrika, Carlander, Anders, Lindgren, Elina & Oskarson, Maria (red.), *Sprickor i fasaden*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.
- Ballotpedia, 2020. "Timeline of announcements in the presidential election, 2020", tillgänglig på https://ballotpedia.org/Timeline_of_announcements_in_the_presidential_election,_2020, citerad 2020-06-06.
- Bladh, Viveca, 2016. "Professor kritiserar valbevakningen", *Kulturnytt i P4*, 2016-11-09, tillgänglig på <https://sverigesradio.se/artikel/6559312>, citerad 2020-08-12.
- Borah, Porismita, 2011. "Conceptual issues in framing theory: a systematic examination of a decade's literature", *Journal of Communication* 61(2), s. 246-263. DOI:10.1111/j.1460-2466.2011.01539.x.
- Capella, Joseph N. & Jamieson Hall, Kathleen, 1997. *Spiral of cynicism: the press and the public good*. New York: Oxford University Press.
- Conroy, Meredith, 2015. *Masculinity, media, and the American presidency*. London & New York: Palgrave Macmillan.
- de Vreese, Claes H., 2003. *Framing Europe: television news and European integration*. Amsterdam: Aksant.
- de Vreese, Claes H., 2004. "The effects of strategic news on political cynicism, issue evaluations, and policy support: a two-wave experiment", *Mass Communication & Society* 7(2), s. 191-214. DOI: 10.1207/s15327825mcs0702_4.
- de Vreese, Claes. H. & Elenbaas, Matthijs, 2008. "Media in the game of politics: effects of strategic metacoverage on political cynicism", *The International Journal of Press/Politics* 13(3), s. 285-309. DOI: 10.1177/1940161208319650.
- Dovere, Edward-Isaac, 2020. "Andrew Yang is dropping out. Here's why", *The Atlantic*, 2020-02-11, tillgänglig på <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2020/02/andrew-yang-drops-out/606352/>, citerad 2020-06-02.
- Dunaway, Johnna & Lawrence, Regina G., 2015. "What predicts the game frame? Media ownership, electoral context, and campaign news", *Political Communication* 32(1), s. 43-60. DOI: 10.1080/10584609.2014.880975.
- Fallows, James M., 1997. *Breaking the news*. New York, NY: Vintage.
- Ghersetti, Marina, 2014. "Still the same?", *Journalism Practice* 8(4), s. 373-389. DOI: 10.1080/17512786.2013.813201.
- Graber, Doris. A., 1971. "Press coverage patterns of campaign news: the 1968 presidential race", *Journalism Quarterly* 48(3), s. 502-512. DOI: 10.1177/107769907104800313.
- Graber, Doris A., 1994. "Why voters fail information tests: can the hurdles be overcome?", *Political Communication* 11(4), s. 331-346. DOI: 10.1080/10584609.1994.9963044.
- Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo, 2004. *Comparing media systems: three models of media and politics*. New York: Cambridge University Press.
- Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo, 2017. "Ten years after comparing media systems: what have we learned?", *Political Communication* 24(2), s. 155-171. DOI: 10.1080/10584609.2016.1233158-.
- Hopmann, David Nicolas, Shehata, Adam & Strömbäck, Jesper, 2015. "Contagious media effects: how media use and exposure to game-framed news influence media trust", *Mass Communication and Society* 18(6), s. 776-798. DOI: 10.1080/15205436.2015.1022190.

- Iyengar, Shanto, Norpoth, Helmut & Hahn, Kyu S., 2004. "Consumer demand for election news: the horserace sells", *The Journal of Politics* 66(1), s. 157–175. DOI: 10.1046/j.1468-2508.2004.00146.x.
- Jackson, Dan, 2011. "Strategic media, cynical public? Examining the contingent effects of strategic news frames on political cynicism in the United Kingdom", *International Journal of Press/Politics* 16(1), s. 75–101. DOI: 10.1177/1940161210381647.
- Jeffery, Adam & Higgins, Tucker, 2020. "Here's a look at the historic 2020 Democratic primary race", *CNBC*, 2020-04-09, tillgänglig på <https://www.cnb.com/2020/04/09/2020-democratic-primary-heres-a-look-back-at-the-historic-race.html>, citerad 2020-08-12.
- Kerbel, Matthew R., Apee, Sumaiya & Ross, Marc Howard, 2000. "PBS ain't so different", *The Harvard International Journal of Press/Politics* 5(4), s. 8–32. DOI: 10.1177/1081180X00005004002.
- Kulturnytt i P4, 2016. "Självkritik bland svenska medier efter Trump-skrällen", tillgänglig på <https://sverigesradio.se/artikel/6559087>, citerad 2020-08-12.
- Lawrence, Regina G., 2000. "Game-framing the issues: tracking the strategy frame in public policy news", *Political Communication* 17(2), s. 93–114. DOI: 10.1080/105846000198422.
- Marx, Greg, 2011. "In defense of (the right kind of) horse race journalism", *Columbia Journalism Review*, 2011-09-06, tillgänglig på https://archives.cjr.org/campaign_desk/in_defense_of_the_right_kind_o.php, citerad 2020-07-14.
- Meyer, Philip & Potter, Deborah, 1998. "Preelection polls and issue knowledge in the 1996 U.S. presidential election", *The Harvard International Journal of Press/Politics* 3(4), s. 35–43. DOI: 10.1177/1081180X98003004005.
- Nordicom, 2020. *Mediebarometern 2019*. Göteborg: Nordicom.
- Norris, Pippa, 2000. *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Oscarsson, Henrik & Strömbäck, Jesper, 2019. "Political communication in the 2018 Swedish election campaign", *Statsvetenskaplig tidskrift* 121(3), s. 319–345.
- Patterson, Thomas E., 1994. *Out of order: an incisive and boldly original critique of the news media's domination of America's political process*. New York: Vintage Books.
- Patterson, Thomas E., 2000. "The United States: news in a free-market society", s. 241–265 i Gunther, Richard & Mughan, Anthony (red.), *Democracy and the media. A comparative perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Patterson, Thomas E., 2016. "News coverage of the 2016 general election: how the press failed the voters". Harvard Kennedy School Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy Working Paper No. RWP16-052. DOI: 10.2139/ssrn.2884837.
- Pew Research Center, 2020. "U.S. media polarization and the 2020 election: a nation divided", 2020-01-24, tillgänglig på <https://www.journalism.org/2020/01/24/u-s-media-polarization-and-the-2020-election-a-nation-divided>, citerad 2020-07-20.
- Reese, Stephen D., 2007. "The framing project: a bridging model for media research revisited", *Journal of Communication* 57(1), s. 148–154. DOI:10.1111/j.1460-2466.2006.00334.x.
- Retriever, 2018. *Donald Trump överskuggar den svenska medierapporteringen* [pressmeddelande], 2018-12-30, tillgänglig på <https://www.retriever.se/pressrelease/donald-trump-overskuggar-den-svenska-medierapporteringen>, citerad 2020-08-05.
- Schafer, Alex, 2019. "Why horse-race political journalism is awesome", *Politico*, 2019-01-09, tillgänglig på <https://www.politico.com/magazine/story/2019/01/09/why-horse-race-political-journalism-awesome-223867>, citerad 2020-06-01.

- Schuck, Andreas R.T., Boomgaarden, Hajo G. & de Vreese, Claes H., 2013. "Cynics all around? The impact of election news on political cynicism in comparative perspective", *Journal of Communication* 63(2), s. 287–311. DOI: 10.1111/jcom.12023.
- Shehata, Adam, 2014. "Game frames, issue frames, and mobilization: disentangling the effects of frame exposure and motivated news attention on political cynicism and engagement", *International Journal of Public Opinion Research* 26(2), s. 157–177. DOI: 10.1093/ijpor/edto34.
- Shehata, Adam, 2015. "Journalistikens dagordningar och gestaltningar", s. 353–371 i Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper (red.), *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur.
- Smith, Talmon Joseph, 2020. "From Opinion: behind the horse race", *New York Times* [On Politics newsletter], 2020-03-05, tillgänglig på <https://www.nytimes.com/2020/03/05/us/politics/amy-klobuchar-exit-interview.html>, citerad 2020-08-12.
- Strömbäck, Jesper, 2007. "Marketplace of ideas and marketplace of money: a study of commercialism and the Swedish election news coverage in 1998 and 2002", *Nordicom Review* (Jubilee Issue) 28, s. 51–62.
- Strömbäck, Jesper, 2008. "Folkets röst eller redskap för journalistiken?", s. 168–199 i Petersson, Olof (red.), *Medierna: folkets röst?: Demokratirådets rapport 2008*. Stockholm: SNS Förlag.
- Strömbäck, Jesper 2013. "Den medialiserade valrörelsejournalistiken", s. 119–149 i Strömbäck, Jesper & Nord, Lars (red.), *Kampen om opinionen. Politisk kommunikation under svenska valrörelser*. Stockholm: SNS Förlag.
- Strömbäck, Jesper, 2015. "Politisk nyhetsjournalistik", s. 299–316 i Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper (red.), *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur.
- Strömbäck, Jesper & Dimitrova, Daniela V., 2006. "Political and media systems matter: a comparison of election news coverage in Sweden and the United States", *Harvard International Journal of Press/Politics* 11(4), s. 131–147. DOI: 10.1177/1081180X06293549.
- Strömbäck, Jesper, & Dimitrova, Daniela V., 2011. "Mediatization and media interventionism: a comparative analysis of Sweden and the United States", *The International Journal of Press/Politics* 16(1), 30–49. DOI: 10.1177/1940161210379504.
- Strömbäck, Jesper & Nord, Lars, 2017. *Mest spelgestaltningar och strukturell partiskhet – En analys av svensk valrörelsejournalistik 2002–2014*. DEMICOM Rapport nr 33. Sundsvall: Mittuniversitetet.
- Strömbäck, Jesper & Van Aelst, Peter, 2010. "Exploring some antecedents of the media's framing of election news: a comparison of Swedish and Belgian election news", *International Journal of Press/Politics* 15(1), s. 41–59. DOI: 10.1177/1940161209351004.
- Toff, Benjamin, 2020. "Horse-race and game-framed journalism's effects on turnout, vote choice, and attitudes toward politics", s. 478–492 i Suhay, Elizabeth, Grofman, Bernard & Trechsel, Alexander H. (red.), *The Oxford Handbook of Electoral Persuasion*. Oxford: Oxford University Press. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780190860806.013.24.
- Trussler, Marc & Soroka, Stuart, 2014. "Consumer demand for cynical and negative news frames," *The International Journal of Press/Politics* 19(3), s. 360–79. DOI:10.1177/1940161214524832.
- Tuchman, Gaye, 1978. *Making news: a study of the construction of reality*. New York: Free Press.

- Törner, Amanda & Frick, Hanna, 2016. "Så hårdbevakar medierna USA-valet", 2016-11-04, *Dagens Media*, tillgänglig på <https://www.dagensmedia.se/medier/sa-hardbevakar-medierna-usa-valet-6802070>, citerad 2020-08-12.
- Valentino, Nicholas A., Beckman, Matthew N. & Buhr, Thomas A., 2001. "A spiral of cynicism for some: the contingent effects of campaign news frames on participation and confidence in government", *Political Communication* 18(4), s. 347-367. DOI: 10.1080/10584600152647083.
- Young, Dannagal G., 2017. "Stop covering politics as a game". *NiemanLab predictions for journalism 2018*, tillgänglig på <https://www.niemanlab.org/2017/12/stop-covering-politics-as-a-game/>, citerad 2020-06-18.
- Zhao, Xinshu & Bleske, Glen L., 1998. "Horse-race polls and audience issue learning", *International Journal of Press/Politics* 3(4), s. 13-34. DOI:10.1177/1081180X98003004004.
- Zoizner, Alon, 2018. "The consequences of strategic news coverage for democracy: a meta-analysis", *Communication Research*. DOI: 10.1177/0093650218808691.

Appendix

URVALSKRITERIER

Följande slags artiklar och video-inslag exkluderas från studien: insändare, guider med information om respektive kandidat i omfång motsvarande en notis, reportage inriktade på person, historia och bakgrund snarare än valet, kortare videor och nyhetsklipp som inte bearbetats av journalist.

Följande TV-inslag exkluderas från studien: inslag som sändes i fler än en sändning under en och samma dag (endast ett exempel inkluderades).

KODNING AV JOURNALISTISK GESTALTNING

Kodningen av journalistisk gestaltning baseras på vilken gestaltning som *dominerar* i texten eller inslaget utifrån de två huvudsakliga alternativen *spelgestaltning* och *sakfrågestaltning*. I de fall en dominerande gestaltning inte går att avgöra används ett tredje alternativ, *blandad gestaltning*. Artiklar med blandad gestaltning inkluderas inte i resultaten.

Artiklar och inslag som domineras av spelgestaltning karakteriseras av ett fokus på vinnare och förlorare, ofta med sport- och krigsmetaforer och både med och utan referenser till och analys av opinionsundersökningar och faktiska röstresultat. Kandidater framställs som delaktiga i en ständig kamp om röster där olika strategier för att locka väljare används, såsom att satsa extra mycket resurser för att vinna röster från en viss befolkningsgrupp och inklusive att kritisera och ingå i konflikt med andra kandidater. Nyheter om kampanjstrategier,

hur mycket pengar kampanjen samlat in och vilka kända personer eller politiker som stöder respektive kampanj räknas också in som spelgestaltning.

Artiklar och inslag som domineras av sakfrågestaltning karakteriseras av att sakfrågan, en policy eller politiskt förslag står i centrum. Det gäller även de fall där två eller flera kandidater är oense om en viss sakfråga, och när en opinionstext kritiserar en eller flera kandidaters position eller handling inom ett eller flera politikområden.

Ofta, men inte alltid, är rubriker en indikation på vilken slags gestaltning som dominerar. Exempel på rubriker från artiklar och inslag där spelgestaltning dominerar: "Under criticism, Buttigieg changes plans", "Mike Bloomberg's ad strategy is kind of working", "3 winners and 2 losers from the Nevada caucuses", "Warren's team will do anything to help her win", "Amy Klobuchar compares 'cool newcomer' Pete Buttigieg to Trump", "78-åringarnas kamp när Bloomberg utmanar Sanders", "Det är Bernie Sanders hemliga vapen", "Alla mot Bernie när Demokraterna går mot sin ödesdag", "Ingen slår Sanders i pengar och fotfolk", "Bidens seger i South Carolina öppnar för en ny falangstrid".

Rubriker är ofta talande även när det gäller sakfrågestaltning, men kan ibland också vara missvisande varvid hela texten eller inslaget alltid måste studeras. Tydliga exempel där rubriken reflekterar innehållet väl är "Is there a 'Warren doctrine'", "Mike Bloomberg's immigration plan is very moderate", "Bernie Sanders and Medicare for All are at a crossroads", "How Donald Trump and Bernie Sanders both reject the reality of climate change", "Social security: where do the 2020 candidates stand?", "Det vill Amy Klobuchar", "Topplamansens viktigaste punkter", "Vem är Michael Bloomberg?".