**Diskussion, vurdering og perspektivering i SOP**

***Sammenligning og vurdering - Design og engelsk***

Eksemplet her er vellykket, fordi sammenligningen mellem to boligkomplekser er  foretaget på baggrund af konkrete punkter og teori. Sammenligningen bliver også begrundet, og der er løsningsforslag.

Man kan sammenligne Gorbals og 8-huset på Amager i København, på den måde at de begge er lejlighedskomplekser der huser mange boliger og de ligger i udkanten af en by, ellers er de helt forskellige.  8-huset der er designet af den danske Arkitekt Bjarke Ingels, er en helt anden måde at samle mange boliger på, end der blev gjort med Gorbals. 8-huset ligger i udkanten af storbyen, dog omringet af natur på den ene side og by på den anden side. 8-huset opfylder alle Gehls’ kriterier om god byplanlægning, både med: beskyttelse, komfort og herlighedsværdier. Jeg har valgt at sammenligne disse to, da de ligger i hver sin ende på en kvalitetsskala af boligbyggerier. 8-huset gør meget af det Gorbals skulle have gjort med byplanlægningen.

***Første afsnit af diskussionen - Kommunikation/IT og Idéhistorie***

Nedenstående er et vellykket eksempel på, at diskussionen skal fortsætte, hvor analysen gav slip, så opgaven kan bevæge sig op på et højere taksonomisk niveau. Det viste afsnit er som sagt det første ud af en diskussion på 3½ side. Bemærk at afsnittets overskrift er både taksonomisk (“Diskussion”) og betydende (det diskussionen handler om) - en god og overbliksskabende teknik. Bemærk også at der nogle få steder i opgaven, særligt i diskussionen, benyttes “jeg”-form. Det kan lykkes i en meget selvstændig opgave på højt niveau, men er ret risikabelt – en del censorer bryder sig ikke om det.

Diskussion: Hvorfor var politik så substansløst?

Jeg har nu etableret, at det er vigtigt for politikerne at få mange stemmer, og at det indirekte er årsagen til, at politikerne beskæftiger sig meget med irrelevante sager. Dog vil jeg gerne finde ud af noget mere om, hvorfor det er så vigtigt at vinde stemmer, og ikke at beskæftige sig med de mere ’tørre’, men alvorlige sager. Et godt sted at starte, er at undersøge om populismen har en betydelig finger med i spillet. Mads Vestergaard har åbent indrømmet, at brugen af ’bissetricks’ var en del af partiets strategi.31 Dét at bruge nuttede dyr var en nem måde at tiltrække vælgere på, da mange mennesker har et ’soft spot’ for dyr i deres hjerter. Dette er en højrepopulistisk måde at kommunikere på, hvor man let kan appellere til folket. [...]

***En anden måde at starte diskussionsafsnittet på - Kommunikation/IT og Idéhistorie***

Nedenstående eksempel viser en anden teknik til at binde opgaven sammen og vise, at man taksonomisk bygger videre på de foregående afsnit. Her startes (lidt tørt, men praktisk) med en form for disposition for afsnittet, og dernæst følger en tragtindledning til diskussionen, som starter med at give nødvendig kontekst og derefter zoomer ind til analysens fokusområde (fremhævet i teksten) og diskuterer dette.

I det følgende stykke vil det blive diskuteret, hvordan der  kommunikeres politisk i Danmark i vores tid, hvordan denne kommunikation har ændret sig, og hvilken rolle Dansk Folkeparti har i det politiske mediebillede.

Meget er sket siden årtusindeskiftet, og måden hvorpå politik kommunikeres har ændret sig markant. Det skyldes i høj grad fremgangen for tovejskommunikationsmedier som Facebook og Twitter, som partierne ikke blot kan kommunikere deres budskaber på, men også kan bruge til at lytte til vælgernes bekymringer på. Dette kommunikationsmæssige paradigmeskifte har sit udspring umiddelbart efter folketingsvalget i 2011 og ændrede Christiansborg-politikernes måde at kommunikere på. Helt overordnet er kommunikationen blevet mere populistisk og målrettet politisk storytelling end formidling af det konkrete politiske indhold. Efter valget i 2011, er politiske emner som samfundsreformer og fordelingspolitik blevet byttet ud med flygtningeøer og burkaer, der sætter værdipolitikken før alt andet. Fokus er efter valget i 2011 også rykket væk fra at producere indhold til de etablerede medier, til i stedet for at producere politisk materiale, som vælgerne lægger mærke til. Det ser vi bl.a. i den føromtalte kampagne. Denne form for politisk kommunikation er med til at give partiet en identitet, noget der er blevet særligt vigtigt i dagens politiske landskab.

[...]