# Kortsvarsoppgave 1, lærerens modelltekst

**Kortsvar – Oppgave 1**

# Hode, skulder, kne, tå og rygg

I reklamen fra Ibux, *Hode, skuldre, kne og tå* er formålet å overbevise mottakerne om å kjøpe disse smertestillende tablettene. Målgruppa for denne reklamen er mennesker med vond rygg.

Produktet Ibux har sterk etos, det er en kjent smertestillende tablett. Et premiss i reklamen er at målgruppa allerede kjenner til Ibux, da det gis lite informasjon om produktet. Avsenderen sin troverdighet styrkes når det informeres om at produktet har flere virkninger enn det mange tror.

Reklamen fra Ibux er patosfylt. Den viser barnesangen *Hode, skuldre, kne og tå*. Sangen kan gi mottakeren assosiasjoner til barndommen, og den smertefrie bevegeligheten man følte da. Ordet «Rygg» gjentas tre ganger med rød tusj, for å skape oppmerksomhet rundt flere av produktets virkninger.

Ibux bruker logos for å overbevise målgruppa om å kjøpe produktet. Avsenderen spiller på at målgruppa allerede vet at produktet kan brukes mot hodepine. I tillegg bruker de fakta for å informere om at tablettene også er effektive mot muskel- og leddsmerter, for eksempel mot en vond rygg. Det kan være fornuftig å velge Ibux foran andre smertestillende tabletter, fordi produktet virker mot flere plager en kan få.

Jeg mener at reklamen når fram til målgruppa. Det er samspill mellom avsenderens sterke etos, at reklamen vekker patos ved å spille på barndomsfølelser, og de logiske argumentene for at produktet virker mot muskel- og leddsmerter. Dette er en reklame målgruppa vil legge merke til, og Ibux er et produkt de vil kjøpe.