# Rødekros kampanje gave

I denne oppgaven skal en sammensatt tekst fra en Rødekros kampanje presenteres. Rødekros er en veldedighets organisasjon som spesialiserer seg i å hjelpe mennesker som er i krigssoner.

Appellformen brukt minst er logos. Selv om logos ikke er brukt i lik grad med etos eller patos er det fortsatt brukt på en effektiv og konsis måte. Et eksempel på logos i teksten er: Over 8.7 millioner mennesker i Syria har ikke nok mat. Dette appellerer til fornuft fordi det er ren fakta. Det tallfester også hvor viktig dette er.

Rødekros har også valgt å bruke *etosen* også. Etos kan utrykkes på mange måter. Hær bruker de etos gjennom navnet *Røde kors*. Røde kors er kjent, jeg ville sågar sakt selv 10 åringer vet hvem de er. Derfor, når vi ser en røde kors logo vet vi at dette er noe vi kan tro på.

Selv med dette er fortsatt patos brukt hyppig. Patos er bygd på det instinktet av å hjelpe medmennesket. Det mest visuelle (både litteralt og metaforisk) patosbruket er bildene. Det er et bilde av en liten jente som henter mat, dette spiller på empatien vår kraftig, men det er mer patos bruk. På framsiden har de også et bilde, dette er ikke et bilde som får oss til gråten; det spiller nemlig på humor. Humor er viktig, spesielt i en kairos der et kort hadde blitt gitt som for eksempel en fest.

Gjennom alle disse virkemidlene har man en veldig suksessfull tekst, men, hvis man ser den så er den allerede suksessfull. Formålet med teksten er veldig tydelig å hjelpe barn i Syria. Dette har de jo klart når man leser den fordi da er den allerede kjøpt til deg. Derfor ville jeg sagt målgruppen er både mottakeren, men også kjøperen.