

# Forbrukerens forståelse av «mangel», sammenlignet med det juridiske innholdet av begrepet

«Loven skal være... passende og nyttig og tydelig, så at alle kan vide og forstå, hvad loven siger»

... fortalen til den Jyske lov av 1241, Codex Holmiensis

Kandidatnummer: 652

Leveringsfrist: 25.11.17

Antall ord: 17943



# Innholdsfortegnelse

<b>1</b>	<b>INNLEDNING.....</b>	<b>1</b>
1.1	Bakgrunnen for undersøkelsen.....	1
1.2	Klarspråk.....	2
1.3	Utvalg av tidligere klarspråkforskning .....	3
1.4	Om lovtekster.....	6
1.5	Krav til en klarspråklovtekst .....	7
1.6	Forbrukerkjøpslovens utgangspunkt.....	8
<b>2</b>	<b>FORSKNINGSRAMMENE.....</b>	<b>10</b>
2.1	Forskningsspørsmål .....	10
2.2	Metodeinnledning .....	10
2.3	Vurderingstemaer.....	11
<b>3</b>	<b>CASENE .....</b>	<b>12</b>
<b>4</b>	<b>DET JURIDISKE INNHOLDET I MANGELSBEGREPET.....</b>	<b>13</b>
4.1	Den rettsdogmatiske fremstillingen .....	13
4.2	Loven .....	13
4.3	Forarbeid .....	15
4.4	Tvisteløsningspraksis .....	17
4.5	Teori .....	19
4.6	Kan den rettsdogmatiske metoden være et hinder mellom jurister og forbrukere? .....	21
<b>5</b>	<b>METODE OG FORSKNINGSOPPSETT.....</b>	<b>23</b>
5.1	Bakgrunn.....	23
5.2	Oppbygning.....	24
5.3	Spørreundersøkelsen .....	27
5.3.1	Tekniske og rettslige hensyn .....	27
5.3.2	Respondentene.....	28
5.3.3	Fremgangsmåte.....	29
5.3.4	Teknisk analyse av spørreundersøkelsen.....	30
5.4	Fokusgruppene .....	31
5.4.1	Metodisk synsvinkel .....	31
5.4.2	Gruppene .....	32

<b>6</b>	<b>ANALYSE AV DE EMPIRISKE UNDERSØKELSENE</b> .....	<b>36</b>
6.1	Resultater fra spørreundersøkelsen .....	36
6.1.1	Bakgrunnsdata .....	36
6.1.2	Mangelstolkningen og håndheving.....	38
6.1.3	Vurdering av lovteksten.....	46
6.2	Fokusgruppene .....	49
6.2.1	Fenomenologisk tolkning .....	49
6.2.2	Diskursiv tolkning .....	50
6.2.3	Oppsummering fokusgruppene.....	50
<b>7</b>	<b>RESULTAT OG DRØFTELSE AV REGRESJONSANALYSEN</b> .....	<b>52</b>
7.1	Utslagsgivende faktorer .....	52
7.2	Alder.....	52
7.3	Kjønn.....	53
7.4	Utsatte grupper .....	53
7.5	Norsk bakgrunn.....	54
7.6	En lovtekst som er forståelig for alle? .....	55
7.7	Majoriteten av respondentene .....	57
7.8	Praktiske utfordringer – interessemotsetninger .....	58
<b>8</b>	<b>KONKLUSJON</b> .....	<b>60</b>
	<b>LITTERATURLISTE</b> .....	<b>61</b>

# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunnen for undersøkelsen

Denne avhandlingen er en del av klarspråkprosjektet som har til hensikt å styrke arbeidet med klart språk innenfor juridisk utdanning og forskning.<sup>1</sup> Ambisjonen er å fremme forståelig lov-språk slik at borgeren selv kan forutsi sin rettsstilling, uten assistanse fra forvaltningen eller advokat.

Ved hjelp av empirien vil denne studien undersøke om forbrukere har en sammenfallende oppfatning av hva som utgjør en mangel ved et produkt som det lovteksten åpner for. Hypotesen for studien er at forbrukernes forståelse av mangelsbegrepet er snevrere enn det juridiske. Ved hjelp av kvantitative og kvalitative metoder har jeg konstruert undersøkelser som tester forbrukerens evne til å lese og forstå lovtekst. Resultatene fra studien kan gi en pekepinn på hva som er årsakene til at forbrukere forstår eller ikke forstår sin rettsstilling.

Jeg har utført en spørreundersøkelse samt gjennomført flere fokusgruppeintervjuer. Spørreundersøkelsen vil kunne gi en antydning på tendenser, mens fokusgruppene vil kunne bekrefte at statistikk tallene forklarer riktig fenomen. Den rettsdogmatiske metode er lite egnet for å undersøke spørsmål om hvordan mennesker oppfatter fenomener.

Resultatene vil kunne avklare om lovforberedernes<sup>2</sup> mål om en allmenn forståelig lovtekst er oppnådd. En vil kunne vurdere om forbrukerkjøpsloven på nåværende tidspunkt holder et tilfredsstillende forståelsesnivå, eller om det bør foretas endringer. Forutsetningen er imidlertid at forbrukerne klarer å oppsøke relevant lovtekst. Noe som kan være et hinder for mange, selv om lovtekst er på sitt tilgjengelige høydepunkt via Lovdata. Til sist kan studien være en nyttig bidragsyter i undersøkelsen om «klarspråklover» har den ønskelige effekt – nemlig forståelse hos mottakeren.

---

<sup>1</sup> Kommunal- og moderniseringsdepartementet (2016)

<sup>2</sup> De som har utformet lovutkastene.

## 1.2 Klarspråk

En tekst som er skrevet i klart språk fører til at leseren finner, forstår og kan bruke teksten til ønsket formål.<sup>3</sup> Overført til forbrukerkjøpsloven betyr dette at borgerne skal kunne finne gjeldende paragraf, og forstå denne slik at de kan anvende regelen på eget forhold. Denne studien vil fokusere på å forstå og anvende lovtekst.

Historisk er ikke klarspråk et nytt fenomen, men praktiseringen har tatt mange former. På 1500-tallet ble en engelsk dommer svært oppgitt over et dokument som økte fra 16 til 120 sider. Han beordret derfor å kutte et ovalt hull i dokumentet slik at avsenderen skulle gå tredd med dokumentet over hodet i rettsalen.<sup>4</sup> Dette er en interessant teknikk for å kutte ned på omfangsrik tekst med innslag av pønale virkemidler. Med en humoristisk sans illustrer historien at et budskap bør fremkomme klart og konsist, hvis ikke risikerer man at argumentene aldri vil nå frem.

Viktigheten av klar lovtekst har også tidlige spor i Norge. I fortalen til den Jyske lov av 1241, Codex Holmiensis stod det «Loven skal være... passende og nyttig og tydelig, så at alle kan vide og forstå, hvad loven siger».<sup>5</sup> Foruten slike intensjonsutsagn har klarspråk utviklet seg til en egen disiplin i nyere tid med konkrete anvisninger for et godt språk. Klarspråk er særlig utbredt i de nordiske landene med Sverige i spissen, men slik det fremkommer av historikken er klarspråk internasjonalt.<sup>6</sup>

Ifølge Höög kan klarspråkutviklingen i Sverige inndeles i fem epoker.<sup>7</sup> Det startet på 1970-tallet der fokuset var på statens maktspråk og borgeren som mottaker. Den stilistisk grammatisk tekstanalyse var dominerende med en metode rettet mot ord og meninger. Kritikken mot denne metoden er at teksten som helhet ikke blir undersøkt, kun språk og stil. På 1980-tallet gikk en derfor inn for å undersøke teksten som helhet. Teksten ble delt opp i mange flere komponenter, som krevde større språkkunnskaper. Denne metoden var likevel ikke tilstrekkelig for å undersøke om teksten oppnådde sitt formål. En gikk derfor vekk fra teoretiske tekstanalyser

---

<sup>3</sup> Språkrådet (2017)

<sup>4</sup> Campbell (1999) s. 335

<sup>5</sup> Wikipedia (2017)

<sup>6</sup> Språkrådet (2017)

<sup>7</sup> Höög (2009) s. 9

og søkte isteden å undersøke om en tekst oppfylte sine sjangerformål ved virkelighetsnære lesesituasjoner.

Med 1980-tallets erfaringer vokste det etnografiske perspektivet frem på 1990-tallet. En startet med fokusgrupper, der leserne fortalte om sine reaksjoner.<sup>8</sup> På 2000-tallet videreførte man teoriene med nye teknikker for å undersøke klarspråk med en voksende bevissthet om særpreg ved elektronisk kommunikasjon. Denne trenden fortsetter på 2010-tallet med fremvekst av spørreundersøkelser, der leseren blir spurt om hvilke alternativer som kan hjelpe for å gjøre teksten mer forståelig. Slike spørreundersøkelser ble f.eks. brukt i en svensk utredning om fortroligheten til domstolene (SOU:2008:106).<sup>9</sup>

Videre påpeker Höög at tidligere tekstanalytisk kunnskap som forutsetter at en tekst blir lest fra A til Å, ikke lenger er til like stor hjelp ved elektronisk kommunikasjon.<sup>10</sup> Dette følger av at borgerens elektroniske lesemønster er mer punktvis; de leser sjeldent hele teksten og går heller videre ved hjelp av tilgjengelige hyperlenker. Dette medfører et behov for ny forskning på borgerens leseatferd ved elektronisk tekst. Et annet aspekt ved elektronisk kommunikasjon er at borgeren har liten mulighet for å gi personlige tilbakemeldinger på tekstens forståelighet. Dessuten ønsker Höög et paradigmeskifte i klarspråk med fokus på funksjonell grammatikk.<sup>11</sup>

### **1.3 Utvalg av tidligere klarspråkforskning**

Studien min er inspirert av Vilhelm Aubert sine funn i hushjelplov-undersøkelsen (hushjelpundersøkelsen) fra 1950.<sup>12</sup> Han skisserte fire årsaker som fører til at en lovtekst ikke fungerer etter sin hensikt. Undersøkelsen fokuserte hovedsakelig på om loven ble formidlet til borgerne, og om den ble overholdt i praksis. Funnene viste at det var lite kunnskap om loven, og at det generelt var få som kjente til lovens eksistens. I dag er samfunnet mer rettsliggjort enn i 1950. Likevel er det sannsynlig at aktuelle funn vil ha en del likhetstrekk med 1950-funnene. Denne studien vil se nærmere på ett av Auberts funn, og undersøke om lovteksten faktisk er til hjelp dersom borgeren får tilgang på den.

---

<sup>8</sup> Höög (2009) s. 10

<sup>9</sup> Höög (2009) s. 10

<sup>10</sup> Höög (2009) s. 11

<sup>11</sup> Höög (2009) s. 11

<sup>12</sup> Mathiesen (2011) s. 56

Det vil være av interesse å undersøke en lov som lovforberederne allerede mener er klar, forståelig og anvendelig. På første studieår ved UiO lærer studentene at forbrukerkjøpsloven er mer tilgjengelig enn andre lover. En vil da kunne se om teorien og anvisningene fra klarspråk faktisk fungerer som antatt. I tillegg utgjør alle borgere forbrukere, dermed er utvalgsmulighetene gode. Slik som i Auberts studie, der hushjelpene og huseierne hadde en relasjon til de forholdene loven regulerte uten å kjenne til rettsreglene, vil alle ha et forhold til mangler. Dette fører til at en kan prøve om mangelsbegrepet er sammenfallende for lekfolk og lovtekst.

Resultatene fra denne studien vil imidlertid ikke kunne gi et helhetlig svar på om forbrukere klarer å gjøre bruk av rettsreglene. Det er flere fallgruver som kan være årsaken til at rettighetene forankret i lovtekst ikke når frem til borgeren.<sup>13</sup> Først må forbrukere ha kjennskap til at det eksisterer en lov som regulerer området. For det andre må borgeren klare å finne fram til loven og de aktuelle paragrafene. For det tredje kan borgeren ha vanskeligheter med å oppfatte hvordan lovteksten skal forstås. Til sist, som fjerde punkt, kan det være uklart hvordan borgeren kan håndheve sine rettigheter etter loven. Denne studien vil hovedsakelig se på det tredje punktet, men også på det fjerde, ved forbrukerens direkte håndheving ovenfor selger.

Gunnarsson undersøkte i sin doktorgradsavhandling om arbeidere forstod sine rettigheter i den svenske arbeidsmiljøloven angående retten til medlemskap i fagforbund.<sup>14</sup> Hennes forskning er på den ene siden klassisk i klarspråkøyemed, idet hun prøver den offisielle lovteksten opp mot en omskrevet lovtekst i klarspråkformat. Dette gjør også Campbell i sin studie av kontrakter med rettsvirkninger.<sup>15</sup> På den annen side er Gunnarssons studie nyskapende siden ingen har undersøkt forståelsen av lover, paragrafer og rettsregler før henne.<sup>16</sup>

En del forståelighetsforskning baserer seg på memorering av tekst og fremkallelse av denne eller av preposisjoner i teksten. I Charrows studie, som Gunnarsson referer til skulle deltakerne gjenkalle en tekst i sin helhet.<sup>17</sup> Som Gunnarsson påpeker er det i seg selv ikke et mål på om

---

<sup>13</sup> Mathiesen (2011) s. 56

<sup>14</sup> Gunnarsson (1982) s. 179

<sup>15</sup> Campbell (1999) s. 335

<sup>16</sup> Gunnarsson (1984) s. 98

<sup>17</sup> Gunnarsson (1984) s. 99

deltakerne har forstått teksten. Campell og forskning hun gjentar baserer seg i stor grad på antall preposisjoner som er gjenkalt.<sup>18</sup> Dette som eneste mål på forståelighet er kanskje unyansert og muligens misvisende. Selv om det kan være en viss korrelasjon mellom hvor mye en husker og hva en forstår trenger denne ikke nødvendigvis alltid å være overlappende. Et annet aspekt som ikke blir undersøkt er om forståelsen kan anvendes på praktiske problemstillinger.

En undersøkelse som gir deltakeren få paragrafer og en konkret case å anvende sin forståelse på, undersøker etter min mening forståelsen godt. Deltakeren vil få fire svaralternativer (delvis-strukturerte svar) som egner seg til å understreke nyansene i forståelsen. Både deltakerne til Gunnarsson og Campell hadde liten mulighet til å kunne nyansere forståelsen sin der mange av spørsmålene skulle besvares med et «ja» eller «nei».<sup>19</sup>

Min undersøkelse legger ikke noen begrensninger på gjennomføringstiden, men mest sannsynlig vil deltakerne lese lovteksten en til to ganger, og eventuelt noe i tillegg ved behov. Deltakerne vil trolig ikke slå opp ord eller foreta «rettskildesøk» i annen litteratur for å forstå lovteksten ytterligere. Dermed vil undersøkelsen prøve hvilken forståelse en forbruker har av mangelsbegrepet etter en gjennomlesing av loven. En slik studie har høstet kritikk fra enkelte hold, noe som Nordrum uttrykker i forelesningen: «Er klart lovspråk det samme som godt lovspråk?».<sup>20</sup> Der uttaler han at en undersøkelse som måler forståelsen av en lovtekst etter en gjennomlesning, ikke vil være et egnet mål på hvor god loven eller regelen er. Nordrum uttrykker at en god lov blir til over tid. Det presumeres at han sikter til klassiske norske lover som er korte og svært åpne, der rettspraksis sliper til detaljene.

Etter min mening bør man likevel vurdere rettsikkerhetssituasjonen for borgere ved «klassiske norske lover». Et kjent eksempel er Passbåtdommen (Rt. 1973 s. 433), hvor Høyesterett strakk ordlydsforståelsen av «skip» svært langt da de anså en 17 fots passbåt med 115 hk motor som et «skip». Det var uforutsigbart hvem som kunne bli rammet av straffebestemmelsen, og den nærmere avklaringen av ordet «skip» måtte skje i rettspraksis. Straffeområdet ble gradvis utvidet ved en ordlydsfortolkning blandet med preventive hensyn helt ned til 14 fots elvebåter med

---

<sup>18</sup> Campell (1999) s. 348

<sup>19</sup> Gunnarsson (1982) s. 183

<sup>20</sup> Nordrum (2016)



4 hk motorer jf. Elvebåtdommen (Rt. 1995 s. 1734). For å vise i perspektiv hvor langt straffeområdet hadde utviklet seg kan en påpeke at barn under 16 år kan føre båter på opptil 9,9 hk, uten sertifikat. Lovgiver mener at det er trygt å la barn uten sertifikat føre båter på 9,9 hk, samtidig som domstolen ilegger straff for promillekjøring med 4 hk motorer forankret i en utvidet ordlydsfortolkning. Mitt argument er derfor at kort lov med vag ordlyd kan, og har, ført til svært uklare rettstilstander. Det gjør det vanskelig å innrette seg etter gjeldende rett, og en slik tilstand bør ikke være ønskelig i et velfungerende styresett.

I moderne tid fører rettsliggjøringen til at staten må formidle mer komplekse rettigheter til borgeren, som medfører et større ansvar for staten med hensyn til formidlingen. En kostnadseffektiv måte å oppfylle denne plikten på er å skrive i klarspråk, slik at borgeren forstår det som kommuniseres uten ytterligere assistanse. Det er med andre ord lite forenelig å legge til grunn Nordrums forståelse av en god lov med de krav klarspråk setter til en god tekst. På bakgrunn av klarspråkkravene, altså tekstforståelse hos borgeren mener jeg at prøving av forståelsen etter en til to gjennomlesninger kan gi en indikasjon på om lovteksten er forståelig. Ved positivt resultat vil lovteksten til en viss grad være god. Dette utelukker derimot ikke at andre former for prøving kan gi et like godt, eller bedre bilde av en regel.

#### **1.4 Om lovtekster**

Forskjellige lover har ulike målgrupper. Sammenlignet med andre litterære sjangre er lovtekster ofte mer avanserte og tyngre. Eckhoffs begrunnelse har vært at en prøver å tydeliggjøre og spesifisere hva som menes i den enkelte regel.<sup>21</sup> Det betyr at en må bruke til dels presise og beskrivende ord som i mange tilfeller ikke har sin naturlige plass i dagligspråket. Dette er en av faktorene som fører til at lovspråket kan oppfattes som tungt. Videre argumenterte Eckhoff for at det alltid vil foreligge tvilsspørsmål, fordi det ikke er mulig å oppnå et helt klart lovspråk uansett hvor utførlig og anstrengt en uttrykker seg.<sup>22</sup>

I teorien skal det være slik at oppdeling i flere paragrafer, ledd, punktum og bruk av nummererte opplister bidrar til å gjøre lovverket mer oversiktlig og håndgripelig.<sup>23</sup> Forbrukerkjøpsloven

---

<sup>21</sup> Eckhoff (2001) s. 62

<sup>22</sup> Eckhoff (2001) s. 62

<sup>23</sup> Backer (2013) s. 126

er bygget opp på denne måten, og derfor er det av interesse å undersøke empirisk om tekstoppsettet som skal gjøre lovtteksten mer brukervennlig treffer leseren. Backer skriver eksempelvis at «Godt lovspråk er enkelt, presist og konsist».<sup>24</sup> Denne type utsagn vil trolig de fleste være enig i, men spørsmålet om hva som oppfattes som enkelt, presist og konsist gjenstår.

### **1.5 Krav til en klarspråklovtekst**

Det er flere vilkår som må være tilfredsstillende for at en lov kan sies å være skrevet i klarspråk. Den følgende framstillingen bygger på Borisovas artikkel om klarspråk i engelske lovttekster. Det er to hovedkategorier av vilkår som hver for seg inneholder flere momenter.<sup>25</sup> Den første hovedkategorien er kravet om at en lovttekst må være godt organisert og strukturert. I dette kravet ligger det vilkår om at loven må inndeles i kapitler og delkapitler. Ved lange lover bør det også foreligge en innholdsfortegnelse. Videre bør det gjøres bruk av overskrifter og underoverskrifter. Tekstens lengde skal være passende, og teksten må oppdeles i avsnitt. Til slutt bør det også rettes fokus mot det typografiske og tekstens oppsett.<sup>26</sup> I artikkelen fremheves viktigheten av at lovgiver gjør aktiv bruk av formålsbestemmelser.<sup>27</sup> Dette gjelder både i innledningen av loven, men også utover i kapitlene. Borisova mener formålsbestemmelsene vil gi borgeren et innblikk i hva som vil bli behandlet, samtidig som navigasjonen i lovtteksten blir lettere. Avsluttende i denne kategorien nevnes bruk av definisjoner og plasseringen av dem i lovtteksten.<sup>28</sup> I denne kontekst anbefaler Borisova å utarbeide et eget kapittel for definisjoner, og ved mange definisjoner anbefaler hun å sette opp en tabell med ordet som skal defineres i venstre kolonne og forklaringen til høyre.<sup>29</sup>

Den andre hovedkategorien av krav til klarspråk retter seg mot et godt språk.<sup>30</sup> Det stilles krav om god grammatikk og et klart vokabular.<sup>31</sup> En bør helst unngå ord som er arkaiske, latinske

---

<sup>24</sup> Backer (2013) s. 125

<sup>25</sup> Borisova (2013) s. 142

<sup>26</sup> Borisova (2013) s. 142

<sup>27</sup> Borisova (2013) s. 142

<sup>28</sup> Borisova (2013) s. 142

<sup>29</sup> Borisova (2013) s. 142

<sup>30</sup> Borisova (2013) s. 142

<sup>31</sup> Borisova (2013) s. 142

og neologismer.<sup>32</sup> Det oppfordres til å bruke aktiv presens og modaler som «må» i stedet for «skal». Klarspråkteorien har også kritisert bruken av rettslige standarder.

Fra et juridisk standpunkt kan en likevel dvele over den juridiske effekten av å sette inn flere formålsbestemmelser i en lov. For det første så bærer en selvstendig paragraf en viss rettskraft i seg selv. For det andre kan en slik paragraf være med på å binde opp fortolkningen til de kommende bestemmelser, som igjen setter store føringer på utformingen av bestemmelsen. For det tredje, bidrar de rettslige standardene til at lovteksten blir stående over tid.

## **1.6 Forbrukerkjøpslovens utgangspunkt**

I dagens massekjøpssamfunn overtas det sannsynligvis flere mangelfulle produkter daglig av forbrukeren. Derav har det oppstått et behov for å regulere forholdet mellom forbruker og selger mer detaljert. Forbrukerkjøpsloven er moderne på mange måter, og den følger flere av retningslinjene for lovtekst i klarspråk.

Formålet med forbrukerkjøpsloven er at borgere selv skal kunne finne fram i loven, forutsi sin rettsstilling og løse eventuelle tvister på egenhånd.<sup>33</sup> Forarbeidene beskriver flere virkemidler for å oppnå disse målsettingene. Lovteksten skal gi klare og lett forståelige løsninger på praktiske problemer. Vurderingene skal i minst grad bero på rimelighet, rettslige standarder bør unngås, og loven skal kunne anvendes på de fleste tilfeller. I tillegg ønsker utvalget at loven skal være enkel å praktisere, og at forbrukerens egen tvisteløsning skal gi bedre resultater enn ved hjelp fra profesjonelle parter.<sup>34</sup> Kjernen for studien vil være å undersøke om lovgiver har oppnådd sine mål med forbrukerkjøpsloven. Nøkkeltema vil være forbrukerens selvstendige evne til å løse tvister, som også er hovedkravet til en klarspråktekst. Det etnografiske perspektivet, som studerer forståelsen ut fra hvordan teksten faktisk anvendes vil bli brukt for å undersøke om klarspråkmålene er oppnådd.<sup>35</sup>

---

<sup>32</sup> Borisova (2013) s. 144

<sup>33</sup> NOU 1993:27 s. 11

<sup>34</sup> NOU 1993:27 s. 11

<sup>35</sup> Höög (2009) s. 11

Forbrukerkjøpsloven er valgt av flere grunner. Først er loven skrevet med tanke på forbrukeren, så de på egenhånd skal kunne forutberegne sin rettsstilling. Dette gjør loven til et egnet undersøkelsesobjekt, idet en kan vurdere om lovgivers anstrengelser har den ønskede effekt. Loven er skrevet med sikte på forbrukere som ikke har kjennskap til den juridiske metode. Det vil derfor være av interesse å undersøke om forbrukere subsumerer likt ved en alminnelig tolkning, eller om den juridiske metoden er uunnværlig for forståelsen av rettighetenes spekter.

For det andre er hele Norges befolkning brukere av loven, ved at alle forbrukere må ta stilling til om varen deres oppfyller innholdet i den forutgående avtalen ved kjøpet. Når enhver person i Norge utgjør en aktuell kandidat for undersøkelsen, forenkler dette utvelgelsesprosessen metodisk. Den demografiske spredningen av brukere er jevn, noe som betyr at en ikke behøver å ta spesielle hensyn til svake grupper. Dermed utelukkes en feilkilde som en ujevn demografisk spredning kan medføre ved dannelse av generelle slutninger om rettighetsforståelse.

På grunn av overnevnte er den tredje fordelen ved å velge forbrukerkjøpsloven muligheten til å undersøke hvordan gjennomsnittet av befolkningen opplever loven. Dermed oppstår det en anledning for å danne slutninger om hvordan den generelle rettighetsforståelsen er hos befolkningen.

Den fjerde årsaken som gjør forbrukerkjøpsloven til et godt undersøkelsesobjekt er at casene<sup>36</sup> kan gjøres virkelighetsnære. Virkelighetsnære caser og testsituasjoner er svært viktige for å eliminere feilkilder, dette understreker Gunnarsson i «Lagtexters begripelighet».<sup>37</sup> En vil kunne utlede mer pålitelige slutninger fra resultatene ved virkelighetsnære testsituasjoner, og kritikken om at forsøkspersonene ville handlet annerledes i en reell situasjon vil begrenses.

---

<sup>36</sup> «Case» vil bli brukt om de hypotetiske typetilfellene som deltakerne måtte ta stilling til. Kjernen i ordlyden viser til et fiksert forskningsobjekt.

<sup>37</sup> Gunnarsson (1982) s. 182

## **2 Forskningsrammene**

### **2.1 Forskningsspørsmål**

Som det fremgår av tittelen og fremstillingen ovenfor antar jeg (etter den induktive metode), at forbrukeren vil ha en snevrere forståelse av mangelsbegrepet enn hva det juridiske innholdet av begrepet åpner for. Etter et samlet inntrykk av både observasjoner i det daglige og min intuisjon, har jeg en teori om at forbrukere enten ikke er kjent med at mindre åpenbare feil på produkter fortsatt kan utgjøre en mangel som selger hefter for, eller at forbrukeren er klar over mangelen, men av forskjellige grunner ikke ønsker å reklamere.

### **2.2 Metodeinnledning**

I denne delen vil jeg kort redegjøre for hvordan jeg vil tilnærme meg forskningsspørsmålet. For en fullstendig fremstilling av fremgangsmåte, forskningsoppsett og resultatbeskrivelse henviser jeg til kapittel 5 og 6.

For å kunne danne et bilde av hvordan den gjennomsnittlige borger forstår lovtekst, er en avhengig av deltakere med variert demografisk spredning. Dette kan enklest oppnås ved en spørreundersøkelse som vil danne grunnlaget for den kvantitative delen av studien. Ved kvantitativ forskning bruker man en falsifiserbar hypotese. Min hypotese er: forbrukerne har en snevrere forståelse av mangelsbegrepet enn det juridiske innholdet fordi de tolker ordlyden i bestemmelsen snevert, eller at de ikke forstår at en rettighet faktisk kommer til anvendelse.

For å gjøre testsituasjonen virkelighetsnær har jeg omskrevet avgjørelser fra Forbrukertvistutvalget, og brukt dem som caser. Denne spørreundersøkelsen vil derfor undersøke forbrukerens evne til å ta i bruk lovtekst, og gi en pekepinn på om lovteksten er like tilgjengelig for borgeren som det lovgiver og lovforberederne har tilstrebet.

En underproblemstilling av forskningsspørsmålet vil være hvorfor forbrukeren eventuelt har en annen oppfatning av mangelsbegrepet enn det juridiske innholdet. For å forstå hva den avvikende oppfatningen skyldes, og om denne kan være grunnet manglende bruk av den rettsdogmatiske metoden, behøver man innsikt i forbrukerens resonnering. Dette får man delvis ved å bruke delstrukturerte svar i spørreundersøkelsen, men også ved anvendelse av kvalitative studier som fokusgruppeintervjuer. For en gjennomførbar forskningsprosess valgte jeg ut en av

casene i spørreundersøkelsen, og gjennomførte fire fokusgruppeintervjuer på grupper med fire til syv personer.

### Fagterminologi

I denne avhandlingen velger jeg å bruke statistisk terminologi ved ord som: falsifisere, respondenter, validere, replisere og reliabel.<sup>38</sup> Selv om ordene virker vanskelige, utgjør innholdet i dem en forutsetning for gyldig empirisk vitenskap.

## **2.3 Vurderingstemaer**

Resultatene kan også vise at forbrukeren evner å subsumere lovtekst på casene riktig, men likevel ikke ønsker å håndheve mangelsbeføyelsene. Flere årsaksforklaringer kan være bakenforliggende, slik som tid og kostnad, mangel på håndhevelseskunnskap eller en antagelse om at kravet ikke vil vinne frem.

I den videre fremstillingen vil casene bli presentert, deretter fulgt av en rettsdogmatisk behandling av mangelsbegrepet og dets grenser. Dette vil gi leseren muligheten til å fortløpende vurdere forskningsspørsmålet ved presentasjonen av empirien i kapittel 5, 6 og 7.

---

<sup>38</sup> Langdridge (2006) s. 3

### **3 Casene**

I det følgende vil casene som respondentene fikk i oppgave å anvende lovtekst på bli presentert. De vil bli gjengitt kortfattet, se vedlegg 1 for undersøkelsesfremstillingen. Videre presenteres den aktuelle jussen i kapittel 4 for å gi leseren et bakteppe ved fremstillingen av forskningsoppsettet i kapittel 5, og deretter presentasjonen av analysen og resultatene i kapittel 6 og 7.

Den første casen omhandler en bruktbil. Selger informerer om at den ene frontdøren er veldig pent omlakkert. Det er grått og regnvær ved overtakelsen, man kan dermed ikke se at store deler av bilen er synlig omlakkert. Det vil koste rundt 60 000 kr å rette på lakken. Det foreligger en mangel ved varen.

Den andre casen gjelder et genserkjøp over internett for 900 kr. Ved overtakelse har genseren et mindre hull på fremsiden. Det foreligger en mangel ved varen.

Tredje case gjelder kjøp av et bestikksett. I produktinformasjonsvedlegget opplyses det om at bestikket bør vaskes for hånd. Imidlertid vasker forbrukeren det et par ganger i oppvaskmaskinen, for så å oppdage at skaftet på bestikket har blitt ødelagt. Det foreligger ingen mangel på varen, men feil stell av forbrukeren.

Den fjerde og siste casen handler om en smart-telefon på 32 GB, kjøpt for 6 990 kr seks måneder tidligere. Den skrur seg av når man bruker et par applikasjoner mens telefonen ligger i jakkelommen, og utetemperaturen er på et par minusgrader. Det foreligger en mangel ved varen. Denne casen ble også forelagt fokusgruppene og er den juridisk mest avanserte.

## **4 Det juridiske innholdet i mangelsbegrepet**

### **4.1 Den rettsdogmatiske fremstillingen**

I denne delen vil jeg utrede hvor langt det juridiske innholdet av mangelsbegrepet rekker ved hjelp av rettsdogmatisk metode. I det følgende vil Eckhoffs rettskildelære bli fulgt, og de forskjellige juridiske kildene vil bli omtalt som «faktorer».<sup>39</sup> Kunnskap fra denne delen vil, etter en sammenligning med forbrukernes forståelse av mangelsbegrepet kunne gi svar på forskningsspørsmålet.

Nedenfor vil de sentrale rettskildefaktorene som har betydning for mangelsspørsmålet bli gjennomgått. Dette er faktorer som påvirker tolkningen av lovteksten: ordlyden, forarbeider, praksis og teori. I den rettsdogmatiske metode kan en teoretisk sett utlede rettigheter fra alle faktorene. Denne fremstillingen vil avgrense mot å undersøke hvilke rettigheter som kan utledes fra andre faktorer enn ordlyden, siden deltakerne kun har tilgang på denne. Søket i faktorene tar heller sikte på å finne uttalelser eller forutsetninger som lovgiver har hatt om hva som skal fremkomme av ordlyden. Det avgrenses mot en alminnelig fremstilling av mangelsreglene.<sup>40</sup> Denne fremstillingen søker primært å finne og fremheve de kildene som kan belyse hva lovgiver ønsket å oppnå med lovteksten, samt å vise til de vurderingene som forutsettes for subsumsjonen.

### **4.2 Loven**

Undersøkelsesobjektet for denne studien vil være lov 21. juni 2002 nr. 34 om forbrukerkjøp (forbrukerkjøpsloven), også forkortet til «fkjl.». Nærmere bestemt § § 15 og 16, ordlyden er gjengitt nedenfor:

#### § 15. Tingens egenskaper

Tingen skal være i samsvar med de krav til art, mengde, kvalitet, andre egenskaper og innpakning som følger av avtalen.

Hvis det ikke følger noe annet av avtalen, skal tingen

- a) passe for de formål som tilsvarende ting vanligvis brukes til
- b) svare til det som forbrukeren har grunn til å forvente ved kjøp av en slik ting når det gjelder holdbarhet og andre egenskaper
- c) passe for et bestemt formål som selgeren var eller måtte være kjent med da kjøpet ble inngått, hvis selgeren har akseptert dette formålet eller forbrukeren ellers har hatt rimelig grunn til å bygge på selgerens sakkunnskap og vurdering
- d) ha egenskaper som selgeren har vist til ved å legge frem en prøve eller modell
- e) være pakket på vanlig eller annen forsvarlig måte som trengs for å bevare og beskytte tingen

---

<sup>39</sup> Eckhoff (2001) s. 22

<sup>40</sup> Se Hagstrøm og Martinussen.



- f) være i samsvar med offentligrettslige krav som stilles i lovgivningen eller offentlig vedtak i medhold av lov på den tid kjøpet inngås, hvis ikke forbrukeren har til hensikt å anvende tingen på en slik måte at kravet er uten betydning
- g) være fri tredjepersons rett i tingen, for eksempel eiendomsrett eller panterett. Likeså skal tingen være fri tredjepersons krav på å ha rett i tingen når dette bestrides, unntatt når kravet er klart ugrunnet.

#### § 16.Mangel

Tingen har en mangel dersom

- a) den ikke er i samsvar med ett eller flere av kravene i § 15
- b) selgeren ved kjøpet har forsømt å opplyse om forhold ved tingen eller dens bruk som han eller hun burde kjenne til, og som forbrukeren hadde grunn til å regne med å få, dersom unnlåtelsen kan antas å ha virket inn på kjøpet
- c) den ikke svarer til opplysninger som selgeren i sin markedsføring eller ellers har gitt om tingen eller dens bruk, dersom selgeren ikke viser at opplysningene før kjøpet er rettet på en tydelig måte, eller at de ikke kan ha innvirket på kjøpet
- d) nødvendige opplysninger om installering, montering, bruk, stell og oppbevaring ikke følger med tingen.
- Første ledd bokstav c gjelder tilsvarende for opplysninger noen annen enn selgeren har gitt på tingens innpakning, i annonse eller annen markedsføring på vegne av selgeren eller tidligere salgslødd.
- Forbrukeren kan ikke gjøre gjeldende som en mangel noe han eller hun kjente eller måtte kjenne til ved kjøpet.
- Forbrukeren kan ikke gjøre gjeldende som en mangel noe som har sin årsak i materialer som er levert av forbrukeren. Dette gjelder likevel ikke dersom selgeren på grunn av materialenes uegnethet burde ha frarådet bruken av dem.

Idet ordet «mangel» eksisterer i ordbøkene betyr det at ordet i det minste foreligger i borgerens dagligtale. Bokmålsordboka på nett lister opp to forståelser av ordet «mangel».<sup>41</sup> Den første forståelsen viser til det å være uten noe som en trenger. Eksempelvis mangel på erfaring for å kvalifisere til en stilling. Den andre forståelsen er derimot langt på vei den juridiske forståelsen av ordet. Synonymer som: feil og lyte brukes, og begrepet eksemplifiseres slik: «det er en mangel ved huset at det er så utett», og «boka har visse feil og mangler». Begge ordforståelsene er også gjengitt i Stor norsk ordbok ved søk i ordnett.no, bare med andre eksempler.

I forlengelsen av argumentet ovenfor kan en forvente at ordet «mangel» ikke er totalt fremmed, men noenlunde kjent for borgeren. Ordbokeksemplene viser til vesentlige og ikke ubetydelige mangler. Spørsmålet vil dermed være om borgeren forstår at en mangel som fremstår som ubetydelig og liten, fortsatt kan utgjøre en mangel i juridisk forstand? Mangel i sin enkleste form kan betegnes som et avvik fra det avtalte.<sup>42</sup>

Lovgiver har valgt å angi mangelsbestemmelsen positivt. Det vil si at om forholdene ved lovteksten stemmer foreligger det en mangel.<sup>43</sup> Fra et klarspråkperspektiv er dette bra fordi det er

---

<sup>41</sup> Språkrådet (2017)

<sup>42</sup> Hagstrøm (2011) s. 135 og (2015) s. 61

<sup>43</sup> Tverberg (2008) s. 211

enklere for lovbrukeren å forstå når det foreligger en mangel. Motsetningsvis hadde det vært mer anstrengende å foreta en antitetisk slutning for å vurdere om lovteksten passet på et tilfelle. En slik løsning krever at lov-brukeren tenker abstrakt og hypotetisk, noe som kan føre til at færre forstår lovteksten.

Imidlertid kan forståelsen av mangelsbestemmelsen i § 16 kompliseres ved at bestemmelsen henviser til andre bestemmelser, nemlig «kravene i § 15», og andre forutsetninger som «markedsføring eller ellers». Paragraf 15 beskriver abstrakt hvilke egenskaper en ting skal ha for at den skal være kontraktsmessig. Derfor må borgeren først skape seg et bilde av den aktuelle tingen uten mangler, for deretter å sammenligne det mot eget produkt. Til slutt må borgeren konkludere om det foreligger et avvik mellom mangelfri vare og egen ting. Det eventuelle avviket kan konstatere en mangel. Borgeren må altså hele tiden veksle i en tankeprosess som går fra «positiv» tenking til antitetisk for deretter å konkludere positivt.

### **4.3 Forarbeid**

NOU 1993:27 Forbrukerkjøpslov

Sent på 1980-tallet satte man fokus på forbrukerens behov for å kunne kreve kontraktoppfyllelse, eller mangelsbeføyelser ved uteblivelse av naturaloppfyllelse. Forbrukerkjøpsutvalget ble oppnevnt for å fremlegge et utkast til en lov om forbrukerkjøp.<sup>44</sup> Bakgrunnen for igangsettelsen med lovgivningsarbeidet var den internasjonale utviklingen, den gang spesielt i EF. Tiden var også moden for revisjon av den daværende fragmentariske kjøpslov som bestod av alminnelige bestemmelser om kjøp, og særlige preseptoriske bestemmelser for forbrukerkjøp. Situasjonen var ikke brukervennlig for den alminnelige borger. Utvalget så det som en av sine *hovedoppgaver* «å finne fram til en hensiktsmessig utforming»<sup>45</sup> av rettsreglene. De var klar over at en stor andel av lovens brukere ville være juridisk ufaglærte. Dermed vektla de «oversiktighet, lesbarhet og praktisk anvendbarhet» for at borgeren selvstendig skal kunne forutsi sin rettsstilling og løse tvister.<sup>46</sup> For å oppnå dette foreslo utvalget en lovteknisk endring ved å opprette en

---

<sup>44</sup> NOU 1993:27 s. 9

<sup>45</sup> NOU 1993:27 s. 11

<sup>46</sup> NOU 1993:27 s. 11

bestemmelse som skulle fastsette når varen var mangelfull, i tillegg til at den tidligere bestemmelsen om varens egenskaper ble videreført med noen justeringer. Begrunnelsen for to lovbestemmelser var at fremtidige endringer ville la seg tilpasse mer oversiktlig.

Utvalgets vurdering av mangelsbegrepet og bestemmelsen

På utredningstidspunktet inneholdt kjøpsloven av 1988 en generell bestemmelse om varens egenskaper i § 17. Utvalget uttrykket uenighet angående hensiktsmessigheten av en slik generell mangelsdefinisjon.<sup>47</sup> De anerkjente problematikken som oppstår for borgere uten kyndighet i lovtekst til å anvende generelle regler på konkrete problemstillinger. De så også de lovtekniske begrensningene ved at det ikke ville være mulig med en uttømmende regulering der ethvert tilfelle vil passe til lovteksten.<sup>48</sup>

Utvalget kom til at mangelsvurderingen fortsatt bør være en konkret skjønnsmessig vurdering ut fra den konkrete varen, avtalen, forventinger og forhold på selgersiden.<sup>49</sup> Der det ikke foreligger spesifikk avtaleregulering, mente utvalget at vurderingen som oftest vil falle ned på kjøperens berettigede forventninger, noe de mente var viktig å fremheve i den nye loven. De la dermed et større ansvar enn tidligere over på selger og hans opplysningsplikt dersom en vare ikke «presterer» innenfor normalforventningen.

Ved tilfeller der kjøperen selv henter varen fra butikkhyllen, og tar den med til kassen uten å komme i kontakt med en selger bemerker utvalget at selgeren må merke produktet på et vis for å oppfylle sin informasjonsplikt, se § 16 (1) bokstav c.<sup>50</sup> Denne betraktningen vil ha betydning for bestikksett-casen der informasjon angående rengjøring var vedlagt pakken, § 16 (1) bokstav d kommer til anvendelse i casen.

Paragraf 15 forteller forbrukeren hva en kan forvente av varen. Første ledd henviser til avtalen mellom kjøper og selger. Utvalget presiserer at avtalefrihetsprinsippet fortsatt gjelder, og at det

---

<sup>47</sup> NOU 1993:27 s. 59

<sup>48</sup> NOU 1993:27 s. 60

<sup>49</sup> NOU 1993:27 s. 60

<sup>50</sup> NOU 1993:27 s. 124

er mulighet for å avtale seg bort fra forskjellige egenskaper ved varen som ellers ville utgjort en mangel.<sup>51</sup>

Annet ledd gjelder der avtalen er taus, noe utvalget anerkjenner ofte vil være tilfellet ved forbrukerkjøp. Opplistingen av momentene i § 15 (2) er ikke uttømmende.<sup>52</sup> Ved § 15 (2) bokstav b bemerker utvalget at tingen skal «oppfylle en viss generell standard», som vil være et av de tyngste momentene ved mangelsvurderingen i casene. I smart-telefoncasen vil vurderingen i stor grad bero på fastsetting av alminnelig utholdenhet for en smart-telefon i 7000 kronersklassen. Det sies også eksplisitt at der gjenstanden brukes til flere formål, må alle disse være intakte.<sup>53</sup> Subsumert til smart-telefonen betyr dette at den bør tåle å kjøre flere applikasjoner simultant, samtidig som man utfører andre telefon- og SMS-tjenester. Dette bekreftes ved at utvalget nevner ytterlige faktorer ved vurderingen som pris og de forventninger selger skaper ved sin kommunikasjon.<sup>54</sup>

#### **4.4 Twisteløsningspraksis**

Det foreligger lite høyesterettspraksis som kan illustrere hvor grensen for hva som utgjør en mangel trekkes for de forskjellige varetypene i spørreundersøkelsen. Det foreligger noe høyesterettspraksis på mangler, men mange av dommene omhandler andre forhold enn hva som utgjør en mangel. De dommene som imidlertid behandler spørsmålet om det foreligger en mangel i snever forstand, er svært spesifikke og vil ha begrenset overføringsverdi til andre saker. Den største andelen av avgjørelser ved spørsmål om mangel er fattet av Forbrukerrådet og Forbrukerklageutvalget.<sup>55</sup> Dette er vederlagsfrie megle- og tvisteløsningsorganer underlagt forvaltningen. Avgjørelser fattet av Forbrukerklageutvalget blir rettskraftige etter fire uker.<sup>56</sup> Siden forvaltningsnemdene er vederlagsfrie, og kostnadene på forbrukergjenstander ikke vil være proporsjonale med advokat- og rettsgebyrer vil det dermed være få tvister om forbrukergjenstander i norske domstoler. Innføringen av forskjellige prosesspor som småkravsprosess og gruppesøksmål aktualiserer imidlertid de alminnelige domstoler i større grad enn tidligere.

---

<sup>51</sup> NOU 1993:27 s. 120

<sup>52</sup> NOU 1993:27 s. 121

<sup>53</sup> NOU 1993:27 s. 121

<sup>54</sup> NOU 1993:27 s. 122

<sup>55</sup> Martinussen (2016) s. 19

<sup>56</sup> Forbrukertvistutvalget (2017)

Forbrukerklageutvalget (FKU), tidligere Forbrukertvistutvalget (FTU).

Ved lovendring av første mars 2017 trådte ny forbrukerklagelov i kraft, som utvider kompetanseområdet til det domstollignende forvaltningsorgan.<sup>57</sup> Nå håndhever organet også håndverkertjenester og angrerett. Organet har også byttet navn fra Forbrukertvistutvalget (FTU) til Forbrukerklageutvalget (FKU). Tidligere rettspraksis fra organet vil fortsatt ha samme rettskildemessig vekt i det de behandler tvister om varer etter gjeldende forbrukerkjøpslov. I det følgende vil jeg bruke forkortelsen «FTU» om både Forbrukertvistutvalget og nåværende Forbrukerklageutvalg. Eksemplene i spørreundersøkelsen min er hentet eller inspirert fra FTU. Dette er gjort for å sikre et «korrekt» juridisk svar som muliggjør sammenligning med borgernes bedømmelser.

Hoveddelen av tvistene for FTU angår mangler og de aktuelle rettsvirkningene av disse.<sup>58</sup> Organet er derfor svært relevant for den juridiske forståelsen av hvor langt innholdet av mangelsbegrepet strekker seg. Det er en forberedende og avsluttende saksbehandlingsprosess, der standpunktene i avgjørelsen ofte er inngående begrunnet av et utvalg bestående av en professor og to interesserepresentanter fra hver side. Sammensetningen vil være et argument for å legge vekt på utvalgets avgjørelser, og særlig idet spørsmålene sjelden kommer opp for domstolene.<sup>59</sup> Lovgiver har også forutsatt at utvalget har stor rettskildemessig betydning, og dette bekreftes også av juridisk teori.<sup>60</sup> Tvistene som kommer opp for FTU blir som oftest løst ved et av de forberedende stadier etter Forbrukerrådets meglingsforslag.<sup>61</sup>

Tverberg gjengir en sak behandlet av FTU 2005/183, som vil ha betydning for rettsbedømmelsen av smart-telefoncasen i min oppgave. Saken gjaldt en mobiltelefon kjøpt til 3392 kr der batterikapasiteten etter fire måneders bruk var gått ned fra fem dager til under 20 timer. Slik situasjonen også er i dag foreslo selger at det forelå fuktskade som kunne tilbakeføres til kjøperen. Det rettslige spørsmålet var dermed om «om telefonen på kjøpstidspunktet har svart til det kjøperen kunne forvente mht. bestandighet mot fuktskader».<sup>62</sup> Utvalget konkluderte med at

---

<sup>57</sup> Forbrukertvistutvalget (2017)

<sup>58</sup> Andenæs (1983) s. 40

<sup>59</sup> NOU 1993:27 s. 33

<sup>60</sup> NOU 1993:27 s. 32 og Andenæs (1983) s. 1

<sup>61</sup> Andenæs (1983) s. 38

<sup>62</sup> Tverberg (2008) s. 227

en generelt kan forvente at en mobiltelefon skal tåle å bli benyttet utendørs, også i fuktig klima og dermed utgjør den lave batterikapasiteten en mangel.<sup>63</sup>

#### 4.5 Teori

Utgangspunktet for mangelsvurderingen vil ifølge Martinussen være avtalen mellom partene. Imidlertid erkjenner han at denne nesten alltid må suppleres med andre opplysninger, som: muntlige opplysninger fra selger, avisannonser, brosjyrer, innpakninger, bruksanvisninger og garantisedler.<sup>64</sup> Denne fremstillingen er etter min mening ikke heldig juridisk, jf. §§ 15 og 16, med videre henvisninger til forarbeidene, fordi det vil foreligge begrensninger på hva man kan «innfortolke» i avtalen. Videre er bestemmelsene spesialiserte, og tar over der avtalen er intet-sigende. Det vil dermed ikke foreligge noe behov for å innfortolke momenter i avtalen der forholdet er eksplisitt regulert av en bestemmelse. Fremstillingen til Martinussen er myntet på alminnelige borgere og juss-studenter, en kan dermed forstå at han ønsker å vise leseren at de juridiske vurderingene er komplekse med mange varierende momenter for den enkelte tvist.

Til tross for at pris er en viktig faktor som kan indikere hvilke egenskaper og holdbarhet man kan forvente av varen, bør en fremheve at varen skal kunne brukes til dens tilsiktede hensikt selv ved en rimelig sum.<sup>65</sup> Dermed vil det foreligge en juridisk mangel selv om en vare innehar mindre defekter som ikke er av betydning. Martinussen skriver at pris er en viktig faktor i mangelsvurderingen fordi den gjenspeiler en «balanse mellom partenes ytelser».<sup>66</sup> Videre eksemplifiserer han dette med et bruktbilkjøp, hvor bilen har omfattende rustangrep. Han anfører at rusten bør lettere la seg akseptere ved en kjøpesum på 50 000 kr enn ved 100 000 kr. Dette er i utgangspunktet korrekt, men om bilen hadde vært ny og kostet 50 000 kr, ville enhver form for rust utgjort en mangel. Dette er nettopp situasjoner hvor jussen blir veldig prosedabel, og flere løsninger kan fortsatt føre til et «korrekt» juridisk svar. På en side kan dette bety at man bør ha lave forventninger til hvordan borgerne vil besvare undersøkelsen. På den andre siden kan det hende at borgerne har klare formeninger der jussen er åpen. Hvis sistnevnte skulle være tilfelle oppstår spørsmålet om rettstilstanden skal bestå eller om den bør endres over tid, i tråd med forbrukerens oppfatning.

---

<sup>63</sup> Tverberg (2008) s. 227

<sup>64</sup> Martinussen (2016) s. 82

<sup>65</sup> Martinussen (2016) s. 83

<sup>66</sup> Martinussen (2016) s. 88

Når det gjelder eksempelet med bestikket påpeker Martinussen at for en korrekt juridisk bedømmelse, må en alltid tolke bruksanvisningen konkret og vurdere om det av den fremgår tydelig nok hvordan varen skal behandles, jf. Stige-dommen,<sup>67</sup> Rt. 1974 s. 41.<sup>68</sup> Ordlyden i produktinformasjonsheftet i bestikkoppgaven er: «anbefalt å vaske bestikket for hånd». Hensikten ved denne casen er å illustrere kontraktmessig oppfyllelse – en ikke-mangel. Hensynet bak oppgaven var å undersøke om forbrukeren klarer å skille mellom egen feil-bruk og feil fra selgerens side. Hvis en ser på ordlyden snevert, kan det påberopes at «anbefalt» ikke betyr påbudt. Det vil si at anbefalt kun er en sterk oppfordring til å vaske bestikket for hånd, men at det ikke betyr at en *må* gjøre det. Til tross for innvendingen mener jeg at oppgaven undersøker det ovennevnte spørsmål. Dette underbygges av flere momenter. Oppgaveteksten skal være muntlig og speile borgerens dagligtale og tenkemåte for at de skal forstå teksten. Faglige og kommanderende ord bør unngås for å ikke påvirke respondentens svar. Videre er responstiden for de fleste respondentene på eller under estimert responstid. Det indikerer at de ikke kan ha brukt så lang tid på å dvele ved ordlyden, idet undersøkelsen inneholdt flere spørsmål og en nokså omfattende tekst. Av hensyn til forbrukeren skal en legge til grunn vanlig og naturlig språkbruk også ved bruksanvisninger. Selgeren kan dermed ikke påberope seg en teknisk forståelse som kan være innskrenkende fra den naturlige forståelsen av budskapet.<sup>69</sup>

Når det gjelder henvisningen til at varen må svare til det «tilsvarende ting vanligvis brukes til», jf. § 15 (2) bokstav a, siktes det til alle egenskaper som er relevante med hensyn til de formål tilsvarende ting brukes til.<sup>70</sup> Det betyr at alle egenskaper som er relevante med hensyn til tingens bruksområde må være i stand. Videre skriver Tveberg at tingens navn vil gi en indikasjon på hvilket bruksformål som er det vanlige.<sup>71</sup> Anført på smart-telefoncasen betyr det blant annet at navnet «smart-telefon» indikerer et videre bruksområde enn en vanlig mobiltelefon. Smart-produkter skal være mer allsidige og alt-i-ett produkter som kan utføre flere tjenester enn deres forgjengere. Det vil si at en alminnelig smart-telefon skal kunne kjøre flere applikasjoner samtidig under normale forhold uten å kortslutte. Dermed kan det sies å foreligge en mangel ved

---

<sup>67</sup> Dommen gjelder erstatningsansvar, men uttalelsene angående bruksanvisningstolkning vil analogisk være gjeldende tilsvarende i forbrukerkjøp.

<sup>68</sup> Martinussen (2016) s. 93

<sup>69</sup> Martinussen (2016) s. 103

<sup>70</sup> Tveberg (2008) s. 220

<sup>71</sup> Tveberg (2008) s. 222

smart-telefoneksempelen når telefonen bruker opp batterikapasiteten og skrur seg av ved igangsetting av flere applikasjoner.

Det neste spørsmålet ved en juridisk vurdering vil være om en skal legge til grunn den ideelle bruk av tingen eller om den gjennomsnittlige normale bruken er tilstrekkelig. I Rt. 2007 s. 1274 kom Høyesterett frem til en kan legge til grunn den normale bruken, så lenge den ikke avviker atskillig fra den ideelle. Spørsmålet i saken var om en mobiltelefon ved «*vanlig bruk*» var ment å vare «*vesentlig lenger*» enn to år jf. f.kjl. § 27 (2). Dersom det skulle være slik at en mobiltelefon ikke tåler å bli brukt i alminnelige forhold utendørs, uttalte FTU i sak 2003/292 at kjøper skulle vært gjort uttrykkelig oppmerksom på dette ved *kjøpet*. Jeg kursiverer «*kjøpet*» fordi dette er informasjon som svært sannsynlig vil virke inn på handelen. Det er alminnelig antatt at en ønsker å bruke mobiltelfonen *mobilt*, og dermed er det til liten hjelp for forbrukeren å få slik informasjon senere ved bruksanvisningen. Ved ny informasjon etter gjennomført kjøp står forbrukeren uten mulighet til å velge et annet produkt.

Annen litteratur skriver at en mangel foreligger når det er avvik fra avtalen med andre opplysninger, og disse ikke kan bebreides kjøper.<sup>72</sup> Foruten om overnevnte er litteraturen knapp ved behandlingen av mangelsbegrepets innhold som sådan.<sup>73</sup>

#### **4.6 Kan den rettsdogmatiske metoden være et hinder mellom jurister og forbrukere?**

Forbrukerne kjenner ikke til den rettsdogmatiske slutningsprosessen. Kan dette føre til forskjellige resultater i forståelsen av ord og ordlydsgrenser?

Slik Tverberg skriver har Høyesterett uttalt i Rt. 1998 s. 774<sup>74</sup> at mangelsbegrepet må tolkes ut fra loven sammenholdt med rettspraksis, alminnelige rettsgrunnsetninger og teori.<sup>75</sup> Det betyr at en må sammenholde en rekke rettskilder som ikke er direkte tilgjengelige for borgeren, for å kunne danne seg et helhetlig bilde av situasjonen. En må kople sammen alle disse rettskildene

---

<sup>72</sup> Hagstrøm (2011) s. 135 og (2015) s. 61

<sup>73</sup> Hagstrøm (2011) og (2015)

<sup>74</sup> Dommen omhandler mangler i kjøpsloven, men poenget er illustrerende.

<sup>75</sup> Tverberg (2008) s. 210



for å kunne formulere gjeldende rettssetning. Deretter må også borgeren klare å subsumere denne rettssetningen på det aktuelle tilfellet.

Allerede her foreligger det flere hindre for borgeren. Først er det svært tvilsomt om den alminnelige borger er klar over at man må supplere loven med andre rettskildefaktorer for å få et klart bilde av situasjonen. For det andre kan en spørre om de nevnte kildene er forståelige for borgeren. Det tredje spørsmålet er om borgeren klarer å sile ut de generelle rettslige kriteriene oppstilt i de forskjellige rettskildene, for å så kople dem sammen til en rettssetning. Deretter må borgeren anvende denne rettssetningen på sitt forhold, som vil medføre flere vurderinger og nyanser. Til sammen vil dette utgjøre en krevende prosess der man må skille mellom utledelsen av rettssetningene og subsumsjonen.

Et viktig poeng er at lovens mangelsdefinisjon ikke er uttømmende.<sup>76</sup> Det betyr at forbrukerens mangelsbegrep kan utvikle seg til et rettslig holdbart krav dersom oppslutningen rundt den er stor, samt at den varer over en viss tid. Dersom forbrukere over tid godtar at smart-telefoner ikke har holdbare batterier, vil det føre til at tingen brukes med den forutsetning om at batteriet har lav levetid, jf. § 15 (2) bokstav a. Dermed vil den lave batteritiden også være forventet av forbrukeren, jf. § 15 (2) bokstav b.<sup>77</sup> Avtaleloven er et annet eksempel som viser forbrukerens «rettskildekraft». Etter avtaleloven § 37 (1) nr. 3 skal et avtalevilkår som ikke er individuelt fremforhandlet, ved uklarhet tolkes i den svake medkontrahents favør – presumert forbrukeren.<sup>78</sup> I lys av denne oppgaven vil det bety at forbrukerens egne oppfatninger og forutsetninger får direkte rettsvirkninger. I virkeligheten er det nok sjeldent slik at klausulene er så uklare at forbrukerens forutsetninger blir påberopt og at de får gjennomslag.

---

<sup>76</sup> Tverberg (2008) s. 210

<sup>77</sup> Per, november 2017 har det kommet jakker på markedet med «oppvarmbare» lommer, for at batteritiden på mobilen skal vare lenger. En slik markedsføring kan dermed føre til at forbrukerne godtar den lave batteritiden, og dermed vil rettstilstanden på sikt endres. Slik at lav batteritid ikke vil utgjøre en mangel.

<sup>78</sup> Tverberg (2008) s. 216

## 5 Metode og forskningsoppsett

### 5.1 Bakgrunn

En må ta i bruk empiriske metoder for å besvare forskningsspørsmålet og hypotesen. For å kunne danne en generalisert påstand om forbrukerne, må en ha tilgang på kvantitative data som oppnås ved spørreundersøkelser. Spørreundersøkelser er egnet, ved et stort antall respondenter, til å fange opp forbrukeres forståelse av mangelsbegrepet.

Dette forskningsoppsett skiller seg fra de engelskspråklige forsøkene på forståelse, ved at min studie setter søkelyset på å subsumere lovtekst på konkrete tilfeller. Tradisjonell klarspråkforskning fokuserer på memorering av teksten som sådan, eller av preposisjoner.<sup>79</sup> Der spørreundersøkelser tas i bruk, er det oftest i form av et kontrollverktøy for å validere resultatene fra memoreringen.<sup>80</sup> En memoreringstest vil ikke kunne undersøke hvordan forbrukeren tolker mangelsbegrepet, og jeg har derfor valgt andre testmetoder.

En litt mer moderne, men fortsatt klassisk måte å undersøke forståelighet på er å «renskrive» en lovtekst eller et rettslig dokument over til klarspråk. Deretter tester man originalen på en gruppe respondenter, og klarspråkversjonen på en annen gruppe. Så sammenligner man resultatene for eventuelt å konkludere med at forståeligheten øker med «klarspråk-renskrivning». Dette er hovedstudien til både Gunnarsson<sup>81</sup> og Campell<sup>82</sup>.

Gunnarssons studie bygger på en spørreundersøkelse som hovedverktøy. Hennes forskningsoppsett består i å teste 16 paragrafer på seks forskjellige caser med 14 tilhørende spørsmål som omhandler forskjellige problematikker.<sup>83</sup> Gunnarsson benytter seg av åpne spørsmål der respondenter angir sitt svar fritt, og av ja/nei spørsmål.<sup>84</sup> Foruten bruken av spørreundersøkelser så skiller våre studier seg betraktelig. For det første så omskriver jeg ikke paragrafene jeg undersøker i en «klarspråkversjon». Forbrukerkjøpsloven er allerede ment å stå i klarspråk, derfor ønsker jeg å se hvordan forståeligheten er ved opprinnelig lovtekst. For det andre så har jeg et betraktelig lavere antall paragrafer. I denne studien undersøkes bare to paragrafer som regulerer

---

<sup>79</sup> Campell (1999) s. 348

<sup>80</sup> Campell (1999) s. 344

<sup>81</sup> Gunnarsson (1982) s. 182

<sup>82</sup> Campell (1999) s. 341

<sup>83</sup> Gunnarsson (1984) s. 89

<sup>84</sup> Gunnarsson (1984) s. 90

mangelsspørsmålet. Dette utgjør en stor forskjell når det gjelder forskningsobjekt. Dermed vil denne studien gå mer i dybden i å undersøke hvordan brukeren tolker bestemmelsene syntaktisk og semantisk. Svakheten ved Gunnarssons studie er at forsøkspersonen kan bli forvirret av mengden av bestemmelser.<sup>85</sup> Det kan føre til unøyaktigheter ved subsumsjonen idet respondenten kan svare på bakgrunn av et helhetlig inntrykk, og man får mindre innsikt i hvilke bestemmelser som oppfattes vanskelige. Hennes case-omfang er betraktelig større og casene omhandler forskjellige situasjoner, mens min studie fokuserer på den samme problemstillingen.

Formålet ved å utforme studien på denne måten er å få en dypere forståelse av hvor vidt eller snevert forbrukerens mangelsbegrepet er. Ved behandling av flere temaer i forbrukerkjøpsloven ville en ikke kunne målt like nøyaktig hvordan forbrukeren oppfatter et bestemt begrep. Studien ville da ha vært en mer generell undersøkelse av om loven er «brukbar» for forbrukeren. Endelig skiller spørreundersøkelsene seg i formen respondenten kan avgi svar. Gunnarsson bruker åpne spørsmål som impliserer flere utfordringer ved systematisering, koding, og dermed også hvilke sikre statistiske slutninger en kan trekke.<sup>86</sup> Hennes ja/nei-svaralternativer løser de statistiske utfordringene, men svarene gir ikke optimal innsikt i respondentens forståelse.<sup>87</sup> I tillegg vil det være 50 % sjans for å svare riktig dersom man er usikker, som igjen fører til en feilkilde. Nedenfor redegjør jeg for min løsning med delvis strukturerte svar. Som et tilleggsverktøy, for å komme nærmere inn på forbrukerens tolkning av mangelsbegrepet har jeg brukt fokusgrupper. Dette er et kvalitativt innslag i studien, som vil supplere statistikken.

## 5.2 Oppbygning

Undersøkelser som baserer seg på gjenkalling og bedømmelser av en tekst, kommer ikke i dybden på en handlingsorientert tekst (som lovtekst) slik nevnt i del 1.2. For å undersøke forbrukerens evne til å kunne gjøre «bruk» av lovteksten var det viktig å utarbeide en kvantitativ undersøkelse som var mest mulig virkelighetsnær.<sup>88</sup>

---

<sup>85</sup> Gunnarsson (1982) s. 181

<sup>86</sup> Gunnarsson (1982) s. 183

<sup>87</sup> Gunnarsson (1982) s. 183

<sup>88</sup> Gunnarsson (1982) s. 181

I virkeligheten blir forbrukeren først konfrontert med en tvist: foreligger det mangel/ikke-mangel ved en gjenstand. Deretter må forbrukeren undersøke den aktuelle rettstilstanden til gjenstanden. En spørreundersøkelse passer for denne situasjonen, fordi man kan presentere forbrukeren med en hypotetisk tvist, for deretter å presentere de aktuelle paragrafene som kommer til anvendelse på tvisten. Forbrukeren må svare på hvordan han/hun oppfatter at situasjonen stiller seg med hensyn til loven ved hjelp av fire på forhånd gitte svaralternativer.<sup>89</sup> Jeg har brukt delvis strukturerte svar i spørreundersøkelsen for å gi forbrukeren et handlingsrom ved besvarelse, samtidig som fastsatte svar gjør koding og opprettelse av forsvarlig statistikk enklere.<sup>90</sup> Ved å be forbrukeren om å subsumere utvalgt lovtekst på forskjellige typetilfeller kan en studere en handlingsorientert tekst, og komme nærmere inn på forbrukerens forståelse av mangelsbegrepet.<sup>91</sup>

Spørreundersøkelsen vil i hovedsak bestå av tre deler. Den første delen skal undersøke forbrukerens evne til å forutsi sin rettsstilling i konkrete tilfeller. Denne delen vil være den viktigste ved studien, og den ligger i kjernen av problemstillingen. Her må forbrukeren ta stilling til fire forskjellige caser som omhandler vidt forskjellige produkter. Casene som respondentene blir presentert i spørreundersøkelsen er basert på faktiske tvister som FTU har behandlet, se avsnitt 4.3 for utvalgets rettskildeverdi. Fra et metodisk standpunkt har jeg valgt typetilfeller med en juridisk konklusjon framfor helt oppdiktete tilfeller.<sup>92</sup> Ved oppdiktete komplekse tilfeller kan det juridiske svaret variere. Dermed hadde det vært vanskelig å måle om forbrukeren forstod lovteksten, idet en ikke ville hatt en fasit å måle opp mot – om forbrukerens subsumsjon er korrekt eller feil.<sup>93</sup>

Bruk av forskjellige produkter i casene er gjort bevisst for å gi alle respondenter en nærmest lik mulighet til å besvare spørreundersøkelsen korrekt.<sup>94</sup> Alminnelige produkter er valgt slik at forbrukeren skal forstå hva produktet er og hva det brukes til. Disse valg fører til at studien vil være mer pålitelig.<sup>95</sup> En feilkilde ved bruk av alminnelige kjente produkter, er at respondenten

---

<sup>89</sup> Langdridge (2006) s. 73

<sup>90</sup> Langdridge (2006) s. 73

<sup>91</sup> Langdridge (2006) s. 74

<sup>92</sup> Langdridge (2006) s. 43

<sup>93</sup> Langdridge (2006) s. 46

<sup>94</sup> Langdridge (2006) s. 75

<sup>95</sup> Langdridge (2006) s. 43

kan basere sin avgjørelse av om det foreligger mangel eller ikke uten hjelp fra lovverket, men kun basert på erfaring.<sup>96</sup> Dette er likevel noe spørreundersøkelsen må bære over med; alternativet ville vært å teste visse produkttyper på en gruppe respondenter som har erfaring med produktet. Ved en slik utforming kan det oppstå problemer med å finne et representativt utvalg.<sup>97</sup> Grunnet ressurs- og tidsbegrensninger vil dermed alminnelige kjente produkter gi en mest mulig representativ studie.<sup>98</sup>

Forskningsoppsettet er lagt opp slik at to av casene i utgangspunktet skal ha «klare» svar.<sup>99</sup> Bil-tilfellet vil være en «klar» mangel, mens bestikksettet vil være en klar «ikke-mangel». Begrunnelsen for å legge inn to «klare» tilfeller er å undersøke om forbrukeren har en grunnleggende forståelse i utgangspunktet.<sup>100</sup> Dersom casene bare hadde bestått av tvilstilfeller ville det utgjort en feilkilde ved at tilfellene hadde vært vanskelige, og dermed kunne de svake respondentene muligens svart riktig ved en tilfeldighet.<sup>101</sup> Betegnelsen «klare» brukes idet disse tilfellene fremstår som klare for et juridisk trent øye. Imidlertid er det ikke opplagt at en forbruker ser det slik.

Den andre delen i spørreundersøkelsen vil ta for seg hva forbrukeren ønsker å gjøre basert på sin konklusjon fra casene. Hensikten er å kartlegge om forbrukeren ønsker å reklamere på mangelen. Denne delen er viktig for å undersøke om forbrukere forstår sin rettsstilling, og om de er villige til å gjøre noe med en eventuell mangel.<sup>102</sup> Spørsmål om forbrukeren ønsker å håndheve sine eventuelle rettigheter, vil gi innsikt i skillet mellom forbrukeren som forstår sin rettsstilling og ikke ønsker å håndheve den, og dem som ikke forstår sin rettsstilling.

Den tredje delen vil omhandle forbrukerens opplevelse med lovteksten. Denne delen vil kunne gi en pekepinn på om lovteksten i seg selv er for avansert.<sup>103</sup> Ved hjelp av del to og tre vil en få undersøkt hvor utfordringene med å kunne forutsi sin rettsstilling forekommer.

---

<sup>96</sup> Langdridge (2006) s. 76

<sup>97</sup> Langdridge (2006) s. 46

<sup>98</sup> Langdridge (2006) s. 46

<sup>99</sup> Langdridge (2006) s. 72

<sup>100</sup> Langdridge (2006) s. 72

<sup>101</sup> Langdridge (2006) s. 80

<sup>102</sup> Langdridge (2006) s. 75

<sup>103</sup> Langdridge (2006) s. 71

Den kvantitative delen, spørreundersøkelsen, vil danne grunnlaget for studien. Det vil imidlertid foreligge begrensninger ved en nokså enkel spørreundersøkelse på hvilke slutninger man kan trekke ved spørsmål om hvorfor forbrukeren svarte slik de gjorde. Denne begrensningen vil bli oppveid ved hjelp av den kvalitative delen av studien, gjennom fokusgruppesamtaler.

Innenfor avhandlingens rammer, ble det vurdert at fire fokusgrupper ville gi nok innsikt i forbrukerens resonnering.<sup>104</sup> Fire til syv personer i hver fokusgruppe ble ansett som en optimal gruppe, der mangfold i mennesketypen i fokusgruppen har vært tillagt vekt, for å kunne danne et bredest mulig slutningsgrunnlag fra gruppediskusjonen. Fokusgruppen ble presentert en case, som de hadde 30 minutter til å diskutere og begrunne. Bruktbilcasen fra spørreundersøkelsen ble anvendt. Deltakerne forble anonyme og kun deres kjønn, alder og yrke ble loggført.

### **5.3 Spørreundersøkelsen**

For å undersøke konkret hvordan forbrukeren oppfatter mangelsbegrepet opprettet jeg en spørreundersøkelse, samtidig som det er en enkel og ressurseffektiv måte å innhente ønsket informasjon på. Spørreundersøkelser tillater forskeren å danne statistisk signifikante påstander.<sup>105</sup> Dersom resultatene ikke vil være signifikante, kan en utforme tendensbeskrivelser, som igjen kan danne grunnlag for videre forskning.

Spørreundersøkelsens hovedhensikt var å undersøke hvordan forbrukere oppfattet forskjellige varer, og hvordan tingens egenskaper stilte seg i forhold til loven. Casene ble hentet fra FTU, som muliggjorde en sammenligning mellom forbrukernes og jussens svar.

#### **5.3.1 Tekniske og rettslige hensyn**

Nettskjema – en digital tjeneste tilbudt av UiO ble anvendt for å utforme spørreundersøkelsen. Den digitale gjennomføringen appellerer til dagens mennesker, og sosiale medier åpner opp for å nå ut til svært mange.

---

<sup>104</sup> Langdridge (2006) s. 27

<sup>105</sup> Langdridge (2006) s. 71

I utgangspunktet var ikke spørreundersøkelsen min meldepliktig idet IP-adressene til respondentene ble lagret på en harddisk som jeg ikke hadde tilgang til, jf. personopplysningsloven § 31 og Nettskjemas tolkning av krav til innrapportering ved identifiserbare opplysninger. Norsk senter for forskningsdata (NSD) tolket «personopplysninger» etter personopplysningsloven vidt og krevde at spørreundersøkelser som min innrapporteres, noe jeg gjorde. NSD konkluderte ved vedtak 03.04.17 at mine undersøkelser ikke var meldepliktige med vilkår om at respondentens anonymitet ble opprettholdt. Jeg oppfylte vilkåret ved å unnlate å spørre om informasjon som kan tilbakeføres den enkelte respondent, og ved bruk av tekniske løsninger som unnlater å registrere e-postadresser i Nettskjema, samt å fjerne respondentenes mulighet til å legge denne inn.

Spørreundersøkelsen ble visuelt utformet slik at hvert spørsmål ble åpnet på en ny side. Dette er et virkemiddel for å gjøre teksten og spørsmålene mer oversiktlige for respondentene. I tillegg gir det respondentene en følelse av fremgang ved å se fullføringsprosenten øke for hvert sidetall. Et slikt oppsett er også lettere å håndtere ved besvarelse over mobiltelefonen. Mange respondenter ble rekruttert gjennom en SMS, der en hyperlenke til spørreundersøkelsen var vedlagt.

### 5.3.2 Respondentene

For å kunne skille respondentene fra hverandre må en sortere dem ut fra forskjellige bakgrunnsdata uten å krenke anonymiteten. Hensikten med gruppeinndelinger er å få innsikt i om det foreligger noen årsaksfaktorer som er bestemmende for om en bruker evner å forutsi sin rettsstilling bedre enn andre.<sup>106</sup> Faktorer som jeg på forhånd tenkte kunne ha innvirkning på forbrukerens forståelse av lovtekst var alder, kjønn, utdanning, jobbsektor og «norsk»-oppvekst/nærmiljø.

Deretter ble casene til spørreundersøkelsen utvalgt med omhu. For et høyest mulig antall fullførte spørreundersøkelser, ble det lagt vekt på en lav mengde av eksempler, samt at teksten for hvert eksempel ikke skulle være for omfattende.<sup>107</sup> Faren ved å fokusere på kort og konsis tekst

---

<sup>106</sup> Langdridge (2006) s. 47

<sup>107</sup> Langdridge (2006) s. 71

er at det kan gå utover presisjonen og objektet for undersøkelsen. Avveiningen falt likevel på å prioritere konsis tekst for å innhente et forsvarlig antall respondenter på bakgrunn av dagens digitale tidsperspektiv.<sup>108</sup> Spørreundersøkelsen ble vellykket i sin utforming, ved at casene ble konsise, men illustrerende, konkrete og utfordret respondentene til å resonnerere.

### 5.3.3 Fremgangsmåte

Spørreundersøkelsen ble forhåndstestet på fire ikke-jurister før den ble sendt ut til respondentene. Etter deres tilbakemeldinger ble undersøkelsen finjustert og deretter startet rekrutteringsprosessen.

Ved rekrutteringen av respondenter til spørreundersøkelsen anvendte jeg snøballmetoden, i likhet med Campell.<sup>109</sup> Snøballmetoden går ut på at den ene respondenten verver en eller flere respondenter i sin omgangskrets.<sup>110</sup> Målet er å få en lineær økning av respondenter til et representativt utvalg nås. En trenger 1000 respondenter for et representativt svar ved spørsmål som omfatter flere enn 1 million mennesker.<sup>111</sup> Som oftest er det de profesjonelle byråene som vil ha mulighet til å oppnå et representativt utvalg ved en så stor befolkning. Ved denne studiens tids- og ressursbegrensinger, ble et mål på 100 respondenter satt. Dette medfører at studien ikke vil være statistisk representativ, men svarene som innhentes kan likevel gi en pekepinn på reelle virkelighetstendenser.<sup>112</sup>

For å rekruttere respondenter ble sosiale medier hovedsakelig brukt, i tillegg til tekstmeldinger. Jurister og andre med juridisk kompetanse ble utelukket fra spørreundersøkelsen grunnet deres opplæring i rettsdogmatisk metode. Deres deltakelse ville skissert et falskt bilde av forbrukere, ved at de ville vært bedre til å forutsi sin rettsstilling enn det forholdene faktisk tilsier.

---

<sup>108</sup> Langdridge (2006) s. 71

<sup>109</sup> Campell (1999) s. 342

<sup>110</sup> Langdridge (2006) s. 49

<sup>111</sup> Langdridge (2006) s. 50

<sup>112</sup> Langdridge (2006) s. 47



Graderte svar, som ble brukt i spørreundersøkelsen, er forskjellige «ytringer» som respondenten kan velge mellom.<sup>113</sup> Respondenten ble oppfordret til å velge det svaralternativet som lå nærmest ens egen oppfatning, se vedlegg 1 for eksempler. Ulempen med dette svaralternativet, som antydte tidligere, er at respondenten må fikse svaret sitt til nærmeste svaralternativ. Det vil si at det kan foreligge forskjeller mellom det respondenten faktisk mener, og det svaralternativ en velger. Den positive siden er at en har mulighet til å kode svaralternativene slik at det kan utføres valide statistiske tester. Et annet moment er at graderte svar til sammenligning med ja/nei svar gir større innsikt i hvilken grad respondentene mener at det foreligger en mangel. Graderte svar kan generere flere fullførte besvarelser, idet spørreundersøkelsen er enkel å besvare for respondenten da en ikke trenger å formulere egne svar, kun velge det mest nærliggende alternativ.

Til slutt bør det også bemerkes at lovteksten ble presentert for hver case. Det begrunnes med at respondenten ikke skal behøve å memorere lovteksten, og belage seg på en «vag» hukommelsesoppfatning. Dette sikrer også at man undersøker forbrukerens *tolkning* av mangelsbegrepet for hver case. Det foreligger også et teknisk hensyn bak lovtekstfremvisningen. Ved kun en presentasjon av lovteksten, ville dette muligens medført til at respondenten hadde svart etter rettighetsfølelsen, eller at de ville søkt seg tilbake til lovteksten med navigasjonsknappene, noe som kunne bydd på tekniske utfordringer. Antall fullførte besvarelser ville derav muligens ha sunket.

#### 5.3.4 Teknisk analyse av spørreundersøkelsen

Spørreundersøkelsen oppnådde 177 respondenter, som er et godt antall basert på målet (100 stykker), samt tidsfristen en masteravhandling er underlagt. Jeg har selv foretatt deskriptiv statistisk analyse, laget grafer, krysstabeller og beregnet hvor mange som svarte «hva» på de forskjellige spørsmålene.

Professor Malcolm Langford har bistått med regresjonsanalyser ved hjelp av dataprogrammet «Stata». Jeg har stått for utvalg av analyse spørsmål. Regresjonsanalyser kartlegger hvordan

---

<sup>113</sup> Langdridge (2006) s. 73

forskjellige forbrukergrupper har respondert på casene, og sammenligner dem opp mot hverandre. Resultatene indikerer tendenser som kan forutsi hvordan forskjellige grupper evner å lese lovtekst.

## **5.4 Fokusgruppene**

Hensikten med fokusgruppene er å få bedre innsikt i hvordan den alminnelige forbruker resonnerer når de prøver å avgjøre et konkret rettsspørsmål. En fokusgruppe er en sammensetning av flere personer som gir tilbakemeldinger kollektivt på en problemstilling eller spørsmål.

Ved gjennomføringen av den kvalitative undersøkelsen ble en av casene ved den kvantitative undersøkelsen anvendt. Ved å bruke samme case som i spørreundersøkelsen kan svarene på den kvalitative undersøkelsen gi en dypere forståelse av resonneringen bak svarene i spørreundersøkelsen.

Smart-telefoncasen fra spørreundersøkelsen ble brukt i fokusgruppene. Casen egner seg som et diskusjonstema idet casen er den mest komplekse i spørreundersøkelsen. Casen er utfordrende fordi deltakeren må kunne abstrahere fra lovteksten i mye større grad enn ved de andre casene. Alle generasjoner og kjønn bruker mobiltelefoner, dermed har samtlige deltakere et forhold til produktet. Smart-telefoncasen er teknologisk avansert, og egner seg dermed til å kunne påvise et mulig holdningsskille mellom yngre og eldre grupper, norsk og annen kultur. Til sist må forbrukeren gjøre seg opp en mening om hvordan en «tilsvarende» vare bør holde/yte. Det er nettopp i denne casen at skillet mellom forbrukerens forståelse og det juridiske innholdet av bestemmelsen kan inntre.

### **5.4.1 Metodisk synsvinkel**

Ved undersøkelser av forbrukerens kognitive forståelse av en tekst, kan en ved bruk av to metodesynsvinkler innhente kunnskap om tekstens klarhet, og forbrukerens subjektive menings-  
skapelse.<sup>114</sup>

---

<sup>114</sup> Langdridge (2006) s. 253

Den tradisjonelle tilnærmingen er den fenomenologiske. Som tar sikte på å studere fenomenets subjektive betydning, uten å på forhånd presumere et hierarki eller en gitt mønsterbesvarelse hos deltakerne.<sup>115</sup> Ved svar fra respondentene presumerer tilnærmingen at de referer til fenomener og tolkninger som allerede finnes i respondentens bevissthet.

Den alternative tilnærmingen vil være diskursiv. Til forskjell fra fenomenologien, mener diskurstilnærmingen at det ikke finnes noen fast bestemte fenomener i bevisstheten, men at teksten som en leser i seg selv bidrar aktivt til å danne et virkelighetsbilde.<sup>116</sup> Teksten skaper bilder, assosiasjoner og meninger som danner en formening, som igjen påvirker tolkningen. Den fenomenologiske tilnærmingen vil være behjelpelig med å påvise et skille mellom forbrukerens tolkning av mangelsbegrepet og det juridiske innholdet. Den diskursive tilnærmingen vil kaste lys over språket –, om det i seg selv kan føre til at et skille oppstår mellom forbrukere og jussen.

#### 5.4.2 Gruppene

Fokusgrupper på 4 til 7 personer ble anvendt for å danne en diskusjon som kan gi innsikt i forbrukernes resonnering og holdning om smart-telefonen. Det ble til sammen gjennomført fire fokusgrupper, der hver gruppe representerte diverse undergrupper av forbrukere. Der de to første gruppene skal representere den «gjengse» forbruker ved en yngre og eldre representasjon. De resterende gruppene er ment som perspektivgrupper for å undersøke om det foreligger kulturelle forskjeller på hva en forventer av en vare og lovteksten.

Den ene gruppen av «gjengse forbrukere» inneholdt deltakere i en alder fra 30 til 60 år. Den andre gruppen av «gjengse forbrukere» inneholdt deltakere fra 24 til 32 år. Den tredje gruppen inneholdt deltakere med polsk bakgrunn, og den fjerde gruppen bestod av deltakere fra anglo-amerikanske land. Også de to sistnevnte gruppene er norsktalende, og dermed unngås feilkilder som kan oppstå ved oversettelse. Tanken bak en slik inndeling var å få større innsyn i hvordan forskjellige aldersgrupper og kulturer resonnerer ved forståelse av faktum og dens innvirkning på om lovteksten kommer til anvendelse.

---

<sup>115</sup> Hyden (1984) s. 73

<sup>116</sup> Langdridge (2006) s. 311

Amerikanere er kjent for sin rettighetsbevissthet og større tilbøyelighet for å løse tvister i rettsapparatet enn nordmenn. Det vil være interessant å se om det faktisk er slik, og om det foreligger forskjeller sett mot den yngre og eldre gruppen av nordmenn. Polen er medlem av EU, og per i dag utgjør polakker den desidert største minoriteten i Norge.<sup>117</sup> I dette øyemed kan en undersøke om en kultur som er mer sivilrettslig preget utgjør en forskjell i rettighetsbevisstheten til borgerne. I tabellene under presenteres sammensetningen av de fire forskjellige gruppene.

For å overholde de etiske retningslinjer for god forskning forble deltakerne anonyme, jf. personvernopplysningsloven § 31, og Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi.<sup>118</sup> Informasjon om kjønn, alder og yrkesstilling ble innhentet for å kunne sortere de forskjellige gruppene og sammenligne svar. Deltakerne til fokusgruppene ble i likhet med respondentene til spørreundersøkelsen innhentet ved hjelp av snøballmetoden.

---

<sup>117</sup> Wikipedia (2017)

<sup>118</sup> De nasjonale forskningsetiske komiteene (2016) s. 12

### Tabeller som viser deltakerfordelingen i fokusgruppene

Hver rute representerer en fokusgruppe. Hver fokusgruppe er nummerert øverst i ruten og gitt et navn som avspeiler sammensetningen. Videre har hver rute en kolonne for kjønn, alder og yrke.

Gruppe	1	Voksne	
<u>Kjønn</u>	<u>alder</u>	<u>Yrke</u>	
Mann	46	Klinisk sosionom	
Mann	45	Psykolog	
Kvinne	53	Klinisk pedagog	
Kvinne	60	Klinisk sykepleier	
Kvinne	53	Sekretær	
Kvinne	34	Sekretær	
Kvinne	57	Klinisk pedagog	

Gruppe	2	Unge	
<u>Kjønn</u>	<u>alder</u>	<u>yrke</u>	
Mann	31	Journalist	
Mann	30	Programutvikler	
Mann	27	Konsulent	
Mann	30	Stipendiat	
Kvinne	25	Grafisk designer	
Kvinne	25	Student	

Gruppe	3	Polakker	
<u>Kjønn</u>	<u>alder</u>	<u>Yrke</u>	
Mann	69	Elektroingeniør	
Mann	58	Lektor	
Kvinne	38	Gastronom	
Kvinne	57	Psykolog	
Kvinne	35	Pedagog	

Gruppe	4	Anglo-amerikanere		
<u>Kjønn</u>	<u>alder</u>	<u>yrke</u>		
Mann	42	Adjunkt	Lærer	
Mann	36	Adjunkt	Lærer	
Kvinne	36	Adjunkt	Lærer	
Kvinne	62	Adjunkt	Lærer	
Kvinne	35	Adjunkt	Lærer	

#### 5.4.2.1 Gjennomføringen av fokusgruppeundersøkelsen

På samme måte som i spørreundersøkelsen fikk fokusgruppedeltakerne utdelt ett ark der smart-telefoncasen og de to aktuelle paragrafene var presentert, se vedlegg 1. Begrunnelsen for utformingen av tekst, oppsett og rettsregler er ellers sammenfallende med den kvantitative undersøkelsen. Der undersøkelsesoppsettet er identisk med tidligere forsøk minimeres faren for feilkilder som at resultatet kan skyldes utenforliggende faktorer, eksempelvis spørsmålsstillingen. Dette gjør studien mer reliabel og replikabel.<sup>119</sup> Feltnotater ble gjort for hånd, der fokuset lå på deltakernes oppfatning av situasjonen, deres forventninger, deres anvendelse og forståelse av lovtekst.<sup>120</sup>

Etter at deltakerne hadde fått lest casen og paragrafene ble de spurt om hvordan de oppfattet situasjonen. Samtalen ble styrt inn på to hovedspørsmål: hva de tenkte om varen, og hvilke rettsregler som eventuelt kom til anvendelse på tilfellet. Deretter lot jeg samtalen i størst mulig grad flyte fritt. Der deltakerne spurte om de hadde resonnert juridisk korrekt, ble ikke spørsmålet besvart, men de ble i stedet betrygget om at det er deres resonnering som er det interessante i undersøkelsen.

#### 5.4.2.2 Transkribering og koding

Etter endt undersøkelse transkriberte jeg feltnotatene i samsvar med anbefalingene til Langdrige.<sup>121</sup> Deretter ble dataene kodet, som betyr at man organiserer og tolker dataene.<sup>122</sup> Den største forskjellen mellom kvalitativ og kvantitativ forskning er at analysen ved kvalitativ forskning alltid må være styrt av dataene, og ikke av forskerens ønsker om å beholde en liste med forskjellige koder.<sup>123</sup> I motsetning til kvantitativ forskning der strukturering av forskjellige variabler bør utformes på forhånd.

---

<sup>119</sup> Langdrige (2006) s. 41

<sup>120</sup> Langdrige (2006) s. 56

<sup>121</sup> Langdrige (2006) s. 261

<sup>122</sup> Langdrige (2006) s. 258

<sup>123</sup> Langdrige (2006) s. 262

## 6 Analyse av de empiriske undersøkelsene

### 6.1 Resultater fra spørreundersøkelsen

#### 6.1.1 Bakgrunnsdata

Det var totalt 177 respondenter som fullførte spørreundersøkelsen. 6 av disse hadde en juss-relevant utdanning og ble derfor tatt ut fra spørreundersøkelsen. Av de resterende 171 respondentene var 64 menn (37,4 %) og 107 kvinner (62,6 %). Selv om en 50-50 % fordeling hadde vært ideelt, så er den nåværende fordelingen akseptabel.

Det er 35 respondenter (20,5 %) som svarte at de selv eller en av deres foreldre er født i et annet land enn Norge. Det vil si at 136 respondenter (79,5 %) er født i Norge med norske foreldre. I denne undersøkelsen er dette av betydning fordi norske lover baserer seg på en normal norsk ordlydsforståelse. Ved å være oppvokst i et norsk hjem bør den naturlige ordlydsforståelsen være bedre enn ved tillært språk i senere alder.

Aldersfordelingen blant respondentene er vist i tabellen nedenfor. Som det fremkommer av tabellen øker aldersintervallet for nesten hver kategori. Det presumeres at i enkelte alderskategorier vil erfaringsgrunlaget være nokså likartet på tross av noe ulik alder. Den første kolonnen i tabellen viser aldersintervallene som deltakerne har blitt sortert utfra. Den andre kolonnen viser hvor mange deltakere som var innenfor de forskjellige alderskategoriinndelingene (første kolonne). Den tredje kolonnen viser prosentfordelingen av deltakere mellom de forskjellige alderskategoriinndelingene.

Alderskategori	antall	prosent
20- 25 år	35	20,50
26- 30 år	38	22,20
31- 40 år	34	19,90
41- 60 år	47	27,50
61- 80 år	17	9,90

Tabell 1, Aldersfordeling

Fordelingen av respondentenes utdanningsnivå presenteres i tabellen nedenfor. Der første kolonne beskriver utdanningsnivået. Den andre kolonnen viser hvor mange deltakere som hadde den type utdanning og tredje kolonne viser prosentfordelingen blant respondentene.

<b>Utdanning</b>	<b>Antall</b>	<b>Prosent</b>
Grunnskole	3	1,80
Videregående	23	13,50
Årsenhet	14	8,20
Høyskole	22	12,90
Uni. Bachelor	45	26,30
Uni. Master	59	34,50
Ph.D	4	2,30
Annet	1	0,60

*Tabell 2, Utdanningsnivå*

Tabellen nedenfor viser en grov arbeidssektorfordeling mellom respondentene. Første kolonne viser de forskjellige arbeidssektorene, der andre kolonne viser hvor mange som jobber innenfor den enkelte sektor. Den tredje kolonnen viser prosentfordelingen blant arbeidssektorene.

<b>Yrkessektor</b>	<b>Antall</b>	<b>Prosent</b>
Student	30	17,50
Arb.ledig/Uføre	8	4,60
Helsesektoren	23	13,50
Off. Administrasjon	16	9,40
Privat Næring	21	12,30
Transport/Marin	10	5,80
Utdanning/Media	52	30,40
Annet	11	6,40

*Tabell 3, Arbeidssektorfordeling*

Kategoriene ovenfor utgjør variablene jeg har systematisert forbrukergruppene etter, for å få nærmere innsikt i hvilke faktorer som kan ha betydning for lovtekstforståelsen.

I den videre fremstillingen vil jeg først presentere deskriptiv statistikk. Dette er statistikk som beskriver hvordan forbrukerne og enkelte grupper besvarte spørsmålene. Deskriptiv statistikk er nyttig for å kunne danne et oversiktlig bilde av undersøkelsen. Deretter vil jeg vise til noen hovedtrekk fra fokusgruppesamtalene. Til slutt vil jeg oppsummere funnene ved hjelp av noen regresjonsanalyser. Disse kan belyse hvordan enkelte grupper presterte sammenlignet med andre grupper av respondenter. Regresjonsanalysene vil i samhold med resultatene fra spørreundersøkelsen og fokusgruppen gi et helhetlig bilde av studien.



## 6.1.2 Mangelstolkningen og håndheving

I det følgende vil forbrukernes mangelstolkning og valg av eventuelle mangelsbeføyelser på casene bli presentert, se vedlegg 1 for faktum og rettsregler.

### 6.1.2.1 Bruktbilcasen

Bruktbilcasen var en «standard» mangelsoppgave. Tilfellet fremstiller en nokså klar mangel, og det ser ut til at de fleste av respondentene oppfattet det slik. Hele 70,8 % mente at det forelå en mangel, og 24 % trodde det forelå en mangel. Dette er et godt resultat fordi det indikerer at de fleste subsumerte loven riktig. Førøvrig må det påpekes at de som svarte at de trodde det forelå en mangel, svarte også korrekt. Denne gruppen var imidlertid ikke like sikker i sin konklusjon. Tabellen nedenfor viser respondentenes oppfatning av mangelsspørsmålet, og fordelingen mellom de forskjellige svaralternativene.

Tabellene ut kapittel 6.1.2.4 vil ha følgende oppsett: første kolonne viser svaralternativene, andre kolonne viser hvor mange som valgte det aktuelle svaret, og tredje kolonne viser prosentfordelingen blant respondentene med en søyle. Det følger en egen forklaring til krystabellene.

#### Hva mener du om bruktbilhandelen? \*

Svar	Antall	Prosent
Ja, her er det en mangel ved varen	121	70,8 % 
Jeg tror det foreligger en mangel ved varen.	41	24 % 
Litt dårlig vare, men ingen mangel.	7	4,1 % 
Nei, her er det ingenting galt.	2	1,2 % 

Tabell 4, Mangelstolkning, bruktbilcasen

Tabellen nedenfor illustrerer hvor mange respondenter som ønsket å reklamere på mangelen, eller som kjente til en slik mulighet.

#### Ville du klaget på bilen? \*

velg det alternativet som passer best.

Svar	Antall	Prosent
Ja, alltid	135	78,9 % 
Ja kanskje, kommer an på om det er lettvent for meg	29	17 % 
Egentlig ikke, men hvis det er ekstraordinære tilfeller	3	1,8 % 
Nei, jeg gidder ikke	3	1,8 % 
Nei jeg tenkte ikke over denne muligheten	1	0,6 %

Tabell 5, Håndheving, bruktbilcasen

Ordet «klage» ble brukt i spørreundersøkelsen for å ikke lede eller forvirre respondenten med ordet «reklamasjon». «Reklamasjon» forutsetter dessuten at det foreligger en mangel. Det var også interessant å undersøke om noen respondenter ønsket å reklamere selv om de mente at det ikke forelå en mangel.

Tabellene ovenfor viser at hele 78,9 % av respondentene kom helt sikkert til å klage, mens «bare» 70,8 % var sikre på at det forelå en mangel. Det betyr at en del flere respondenter kom til å klage selv om de ikke var helt sikre på om det forelå en mangel. Krysstabellen nedenfor fordeler respondentene utfra hvordan de vurderte mangelsspørsmålet opp mot om de kom til å reklamere. Tabellene viser at av de 121 respondentene som mente at det klart forelå en mangel, ville kun 101 av dem reklamere. Av de 41 respondentene som trodde at det forelå en mangel, ville kun 29 stykker helt sikkert reklamere. Det var også 4 stykker som ikke trodde det forelå en mangel, men som helt sikkert ville reklamere.

Forklaring på de blå krysstabellene.

Den første loddrette kolonnen viser respondentenes svaralternativer på mangelsspørsmålet og den vannrette linjen viser svaralternativene ved håndhevingsspørsmålet. I de resterende rutene fordeles antall respondenter på de forskjellige kombinasjonsmulighetene. Det bør også nevnes at en respondent har falt fra i krysstabellstatistikken ved opprettelsen i dataprogrammet «Stata».

<b>Bruktbil-</b> <b>len</b>	<b>Alltid</b> <b>klage</b>	<b>Kanskje,</b> <b>lettvint</b>	<b>Egentlig</b> <b>ikke</b>	<b>Gidder</b> <b>ikke</b>	<b>Visste</b> <b>ikke</b>	<b>Total</b>
<b>Mangel</b>	101	16	2	1	0	120
<b>Tror ja</b>	29	10	0	1	1	41
<b>Tror ikke</b>	4	3	0	0	0	7
<b>Nei</b>	0	0	1	1	0	2
<b>Total</b>	134	29	3	3	1	170

Tabell 6, Krysstabell mellom mangel og håndheving


Det er noe underlig hvorfor tallene ikke er høyere på reklamasjonsspørsmålet, siden mangelen utgjør en betydelig verdiforringelse av varen. En tenkelig forklaring kan være at forbrukeren ikke tror at en klage vil føre frem. Muligens har respondenten liten tro på klaging generelt, eller det kan være det spesifikke forhold, slik som det at handelen gjelder bruktbil kjøp, der forventningen til en mangelfri vare kan være uklar.

### 6.1.2.2 Gensercasen

Gensercasen var ment som en «åpenbar» mangel, men presentert på en subtil måte. Casen ble valgt for å undersøke om forbrukeren tolker og subsumerer lovtekst korrekt på de helt enkle tilfellene. Dersom svaret er positivt, kan en jobbe videre med den eksisterende lovtekst. Dersom svaret er negativt, må studien undersøkes nærmere og repliseres. Ved videre bekreftelse måtte en revurdert forbrukerkjøpslovens klarspråkighet. Dersom studien kun hadde brukt kompliserte caser, ville det utgjort en feilkilde idet resultatet kunne gitt et skjevt bilde av den generelle mangelforståelsen hos befolkningen.<sup>124</sup>

Tabellene nedenfor viser foredlingen av respondentene på mangels- og håndhevingsspørsmålet. Av resultatene (tabell 7) fremkommer det at enda flere respondenter enn ved bileksempelen forstod at det klart forelå en mangel ved varen. Hele 86 % var sikre i sin sak og 9,9 % trodde det forelå en mangel. I tillegg er det kun én respondent som har besvart casen feil. Dette er et svært ønskelig resultat som bekrefter at forbrukerne forstår at det foreligger en mangel ved den «opplagte» casen.


#### Hva tenker du om genseren du har fått tilsendt? \*

Svar	Antall	Prosent
Ja, her er det en mangel ved varen.	147	86 % 
Jeg tror det foreligger en mangel ved varen.	17	9,9 % 
Litt dårlig vare, men ingen mangel.	6	3,5 % 
Nei, her er det ingenting galt.	1	0,6 %

Tabell 7, Mangelstolkning, gensercasen

#### Ville du klaget på genseren? \*

velg det alternativet som passer best.

Svar	Antall	Prosent
Ja, alltid	115	67,3 % 
Ja kanskje, kommer an på om det er lettvisst for meg	41	24 % 
Egentlig ikke, men hvis det er ekstraordinære tilfeller	8	4,7 % 
Nei, jeg gidder ikke	7	4,1 % 
Nei jeg tenkte ikke over denne muligheten	0	0 %

Tabell 8, Håndheving, gensercasen

Tabellen ovenfor viser at kun 67,3 % ville helt sikkert reklamere, sammenlignet med 78,9 % i bileksempelen. Dette til tross for at 86 % var klare på at det forelå en mangel, mens kun 70,8 %

<sup>124</sup> Langdridge (2006) s. 76

mente tilsvarende i bileksempellet. En mulig forklaring på at færre ønsket å reklamere på mangelen i gensertilfellet er at det økonomiske tapet er betraktelig lavere enn i bileksempellet.

Krysstabellen nedenfor bekrefter at det er hovedsakelig dem som var helt sikre på at det forelå en mangel som kom til å reklamere. Imidlertid viser tabellen at det er et frafall på 41 personer som ikke nødvendigvis kom til å reklamere, men flesteparten (32 stykker) ville reklamere dersom det var bekvemmelig.


Genseren	Alltid klage	Kanskje, lettvint	Egentlig ikke	Gidder ikke	Visste ikke	Total
<b>Mangel</b>	106	32	5	3	0	146
<b>Tror ja</b>	7	7	1	2	0	17
<b>Tror ikke</b>	1	2	2	1	0	6
<b>Nei</b>	0	0	0	1	0	1
<b>Total</b>	114	41	8	7	0	170

Tabell 9, Krysstabell mellom mangel og håndheving

### 6.1.2.3 Bestikksett-casen

Bestikksett-casen var også ment som en «test» på respondentene. I motsetning til gensercasen skulle bestikksett-casen eksemplifisere en «åpenbar» ikke-mangel. Dermed vendes tabellen, og gjør de to nederste svarene riktige. De riktige svarene vil derfor være «ingenting er galt» og «ingen mangel». Tabellen nedenfor illustrer tolkningen av mangelspørsmålet fordelt mellom respondentene.

**Hva tenker du om bestikket? \***

Svar	Antall	Prosent
Ja, her er det en mangel ved varen.	17	9,9 % 
Jeg tror det foreligger en mangel ved varen.	10	5,8 % 
Litt dårlig vare, men ingen mangel.	77	45 % 
Nei, her er det ingenting galt.	67	39,2 % 

Tabell 10, Mangelstolkning, bestikksettcasen

Her er det flere punkter som er verdt å merke seg. For det første kan man konkludere med at denne oppgaven ikke var like enkel for respondentene som de to forutgående. Kun 39,2 % var sikre på at det ikke forelå en mangel. Dette er et betraktelig lavere antall «korrekte» besvarelser i forhold til de to forutgående casene. En mulig forklaring på resultatene er at problemstillingen

endret seg. Denne problemstillingen krevde antitetiske slutninger og evne til å resonnerer fra det abstrakte til det konkrete, muligens også noe hypotetisk. Det aktive og positivt rettede språket i lovteksten passet ikke umiddelbart på casen. Videre må man lese helt til § 16 (1) bokstav d, for å finne den aktuelle bestemmelsen. Fra denne må man slutte antitetisk for å konkludere med at det ikke foreligger en mangel.

For det andre er det langt færre som er sikre på den korrekte påstanden (39,2 %). Imidlertid har denne casen flest antall nølende respondenter med riktig svar (45 %). Dette kan indikere at respondentene hadde noe problemer med avtaletolkningen, og de implisitte vilkårene i denne. Alternativt hadde ikke respondentene gjort seg godt nok kjent med alle bestemmelsene. Resultatet indikerer uansett at noe ble oppfattet som vanskelig eller uforståelig idet saken er nokså opplagt juridisk.

For det tredje har denne casen det høyeste antallet med direkte feil svar (9,9 %). Tabellen nedenfor viser om forbrukeren ønsket å reklamere på varen. Resultatet viser den jevneste fordelingen av respondenter mellom svaralternativene, sammenlignet med de andre casene. Dette kan indikere at respondentene var usikre på mangelsspørsmålet.

#### Ville du klaget på bestikksettet? \*

velg det alternativet som passer best.

Svar	Antall	Prosent
Ja, alltid	23	13,5 %
Ja kanskje, kommer an på om det er lettvent for meg	31	18,1 %
Egentlig ikke, men hvis det er ekstraordinære tilfeller	56	32,7 %
Nei, jeg gidder ikke	32	18,7 %
Nei jeg tenkte ikke over denne muligheten	29	17 %

Tabell 11, Håndheving, bestikksettcasen

Krysstabellen nedenfor bekrefter at bestikksettoppgaven var utfordrende for respondentene.

Bestikket	Alltid klage	Kanskje, lettvent	Egentlig ikke	Gidder ikke	Visste ikke	Total
Mangel	2	7	25	14	18	66
Tror ja	4	16	30	16	11	77
Tror ikke	8	2	0	0	0	10
Nei	9	6	1	1	0	17
<b>Total</b>	23	31	56	31	29	170

Tabell 12, Krysstabell mellom mangel og håndheving

Resultatene skiller seg fra det forutgående materialet. Av krysstabellen fremkommer det at 9 respondenter mente at det klart ikke forelå en mangel (riktig svar), men de kom likevel helt sikkert til å klage. Det samme gjelder for 8 respondenter som trodde at det ikke forelå en mangel (riktig svar). Imidlertid er det hele 55 respondenter som mente eller trodde at det forelå en mangel (feil svar), men som ikke kom til å reklamere. 30 respondenter mente eller trodde det forelå en mangel (feil svar) men ville ikke ta seg bryet med å reklamere.

Svarene fra respondentene er nokså selvmotsigende, særlig blant dem som mente at det forelå en mangel. En kan spørre hvorfor de ikke ønsket å reklamere på varen? En forklaring kan være at de mente selger burde opplyst om varens stell før kjøpet, og derfor forelå det en mangel. Samtidig var de usikre på hvordan de skulle forholde seg til opplysningen om at bestikket bør vaskes for hånd. Det kan nok tenkes at de respondentene som mente det ikke forelå en mangel, men som likevel skulle reklamere på varen, bare prøvde seg. De innså at en ikke hadde noe å tape på å kontakte selgeren, og valgte dermed å gi det et forsøk.

Der problemstillinger er formulert slik at respondenten må tolke og slutte antitetisk, i tillegg til å måtte konkretisere abstrakte og generelle budskap, oppstår det et avvik mellom forbrukerens forståelse av mangelsbegrepet og det juridiske. Avviket består nødvendigvis ikke i forståelsen av hvem som bærer risikoen for mangelen, men heller av hvilke sanksjonsmuligheter som kan utøves. Dette er en klassisk utfordring ved en lovs etterlevelse som Aubert avdekket i hushjelpslovsundersøkelsen. Den utgjør også en av de fire årsakene til at en lov ikke får den ønskede effekt i samfunnet, denne gjelder uklarheter rundt reglens sanksjonsmuligheter.<sup>125</sup>

#### 6.1.2.4 *Smart-telefoncasen*


Smart-telefoncasen var ment å være den mest utfordrende og avanserte. Resultatene kan tilsi at dette stemte med respondentenes opplevelse av casen. Juridisk forelå det en mangel ved smart-telefonen. Tabellen nedenfor viser respondentenes oppfatning av mangels spørsmålet.

---

<sup>125</sup> Mathiesen (2011) s. 56

### Hva mener du om smart-telefonen? \*

Velg det alternativet som passer best.

Svar	Antall	Prosent
Ja, her er det en mangel ved varen.	52	30,4 % 
Jeg tror det foreligger en mangel ved varen.	68	39,8 % 
Litt dårlig vare, men ingen mangel.	35	20,5 % 
Nei, her er det ingenting galt.	16	9,4 % 

Tabell 13, Mangelstolkning, smart-telefoncasen

Av svarene fremkommer det at hele 29,9 % svarte feil, da de mente at det ikke forelå en mangel ved smart-telefonen. Resultatet underbygger at casen var den mest utfordrende, idet andelen av korrekte svar (30,4 %) og samlet korrekte svar (70,2 %) var den laveste blant alle casene. Til sammenligning svarte 70,8 % helt korrekt i bileksempelen, og andelen samlet korrekt var på 94,8 %.

Tabellen nedenfor viser fordelingen av om respondentene ønsket å handle.

### Ville du klaget på smart-telefonen? \*

velg det alternativet som passer best.

Svar	Antall	Prosent
Ja, alltid	96	56,1 % 
Ja kanskje, kommer an på om det er lett vint for meg	37	21,6 % 
Egentlig ikke, men hvis det er ekstraordinære tilfeller	18	10,5 % 
Nei, jeg gidder ikke	7	4,1 % 
Nei jeg tenkte ikke over denne muligheten	13	7,6 % 

Tabell 14, Håndheving, smart-telefoncasen

Sammenlignet med de to første casene ser man at andelen respondenter som alltid kom til å klage sammenlignet med andelen av respondenter som besvarte at det klart forelå en mangel er høyere i smart-telefoncasen. Det var hele 25,7 % flere respondenter som kom til å klage enn det var respondenter som besvarte at det klart forelå en mangel. Sammenlignet med bilcasen økte bare andelen med 8,1 % og i gensercasen sank andelen med 18,7 %. I krysstabellen nedenfor kan man se at det er særlig mange som mente det forelå en mangel, og som kom til å klage.

Smart-te- lefonen	Alltid klage	Kanskje, lettvint	Egentlig ikke	Gidder ikke	Visste ikke	Total
<b>Mangel</b>	48	2	1	1	0	52
<b>Tror ja</b>	36	25	3	3	0	67
<b>Tror ikke</b>	7	8	10	2	8	35
<b>Nei</b>	4	2	4	1	5	16
<b>Total</b>	95	37	18	7	13	170

Tabell 15, Krysstabell mellom mangel og håndheving

Forklaringen på at det i denne, i motsetning til i de to første casene, var en større andel respondenter som helt sikkert kom til å klage i forhold til mangelvurderingen, kan ha årsakssammenheng med produktets natur.

I dag er smart-telefoner avanserte elektroniske verktøy som den jevne forbruker trolig ikke har fullstendig innsikt i når det gjelder hva som utgjør en mangel og tålegrense ved ytre påvirkning. Gjenstandene i de andre casene har vært på markedet i et lengre tidsrom. Dermed har forbrukerne over tid som enkeltpersoner og i kollektiv, gjennom historien opparbeidet seg kunnskaper om deres bruksområder, berettigede forventinger og tåleevner. Dette gjør forbrukeren tryggere i sin konklusjon. Motsetningsvis blir forbrukeren usikker i smart-telefoncasen, samtidig som de fortsatt har en oppfatning om at varen ikke holder stand. Altså kan forklaringen på hvorfor prosentandelen stiger være at forbrukeren mener at produktet burde, på tross av teknisk usikkerhet holde mål, og dermed klager de.

Dersom man slår sammen de to riktige svarene for hver case ser man at: 94,8 % svarte riktig i bilcasen, 95,9 % i gensercasen, 84,2 % i bestikkcasen og 70,2 % i smarttelefoncasen. En mulig årsaksforklaring for synkende prosenttall i sistnevnte case, kan være dens vanskelighetsgrad. Smart-telefoncasen krever flere juridiske vurderinger i forhold til de andre casene. En smart-telefon har et større bruksområde enn en tradisjonell telefon, og dermed må man vurdere hvor godt alle disse funksjonene skal yte, både i forhold til hverandre og mot ytre omstendigheter. Samtidig må det gjøres en vurdering av pris, alder, normal bruk og andre forhold.



### 6.1.3 Vurdering av lovteksten

Det siste spørsmålet i spørreundersøkelsen studerte respondentenes opplevelse av lovteksten. Tabellen nedenfor viser fordelingen blant respondentene. Første kolonne viser en forenklet versjon av de forskjellige meningsytringene respondentene kunne velge mellom.<sup>126</sup> Annen kolonne viser hvor mange respondenter som valgte den enkelte meningsytring, og den tredje kolonnen viser hvilken prosentfordeling det enkelte valg utgjør.

Hvordan opplevde du lovteksten		
total		
Hvordan	antall	prosent
klar	41	24 %
kronglete, ja	90	52,60 %
avansert, usikker	38	22,20 %
forstod ingen ting	2	1,20 %

Tabell 16, Respondentenes opplevelse av lovteksten

24 % opplevde lovteksten som uproblematisk, og 52,6 % mente de klarte å gjøre bruk av lovteksten. 22,2 % mente lovteksten var avansert, og dermed var de usikre på om de hadde forstått den korrekt. 1,2 % mente de ikke forstod noe av lovteksten.

Generelt kan man si at dette er et veldig godt resultat for forbrukerkjøpsloven. Hele 76,6 % mente at de forstod, og kunne gjort bruk av lovteksten. Dette indikerer at lovforberederne har oppnådd sitt mål, og teksten kan sies å være skrevet i klarspråk. Det vil si at meningsinnholdet forbrukeren danner seg av mangelbegrepet ved å lese lovteksten, er i samsvar med det juridiske begrepet.

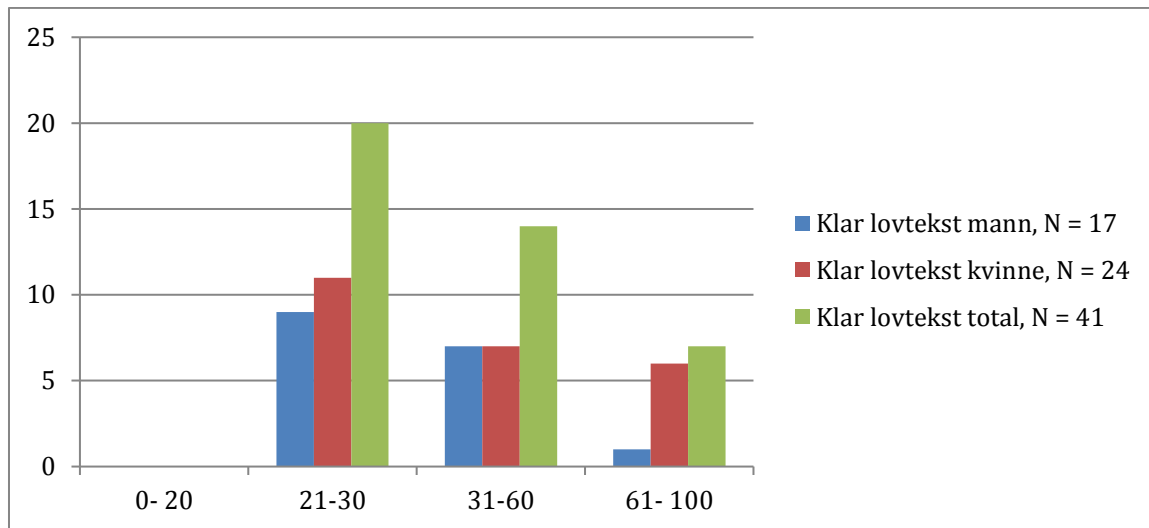
#### Den klare lovtekst

41 respondenter besvarte at de forstod lovteksten og rettighetene sine umiddelbart. Disse ønsket jeg å kartlegge for å undersøke om meningsoppfatningen gjelder en spesiell gruppe, eller om meningen er spredt på tvers av alder, utdanningsnivå og yrke. Av den deskriptive statistikken fremkommer det en jevn fordeling mellom kjønnene, særlig hvis man tar i betraktning at flere kvinner besvarte spørreundersøkelsen enn menn. Tabellen nedenfor viser fordelingen mellom

<sup>126</sup> Se vedlegg 1 for den fullstendige meningsytringen.

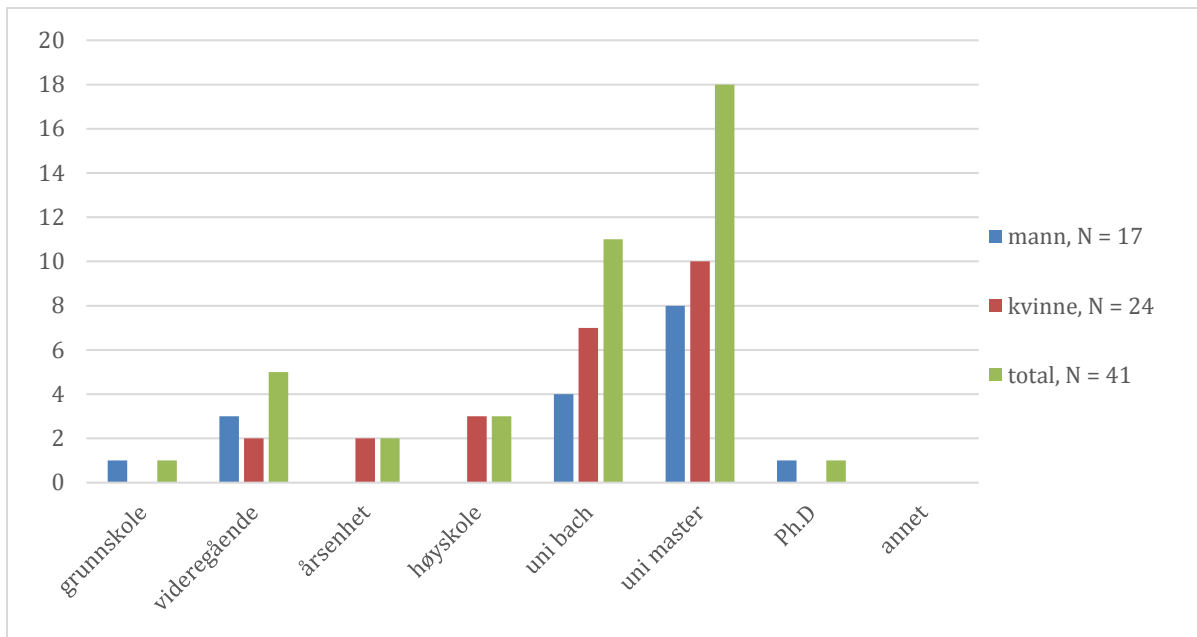
kjønnene, og mellom aldersgruppene. Den indikerer at det er flest unge som opplever lovteksten som klar.

Tabell 17, 18 og 19 vil ha en søyle for kvinner, menn og sammenlagt (total). Den vannrette aksene vil ha forskjellige inndelinger etter alder, utdanning og jobbsektor. Den lodrette aksene vil vise antall respondenter for hver kategori i den vannrette aksene.

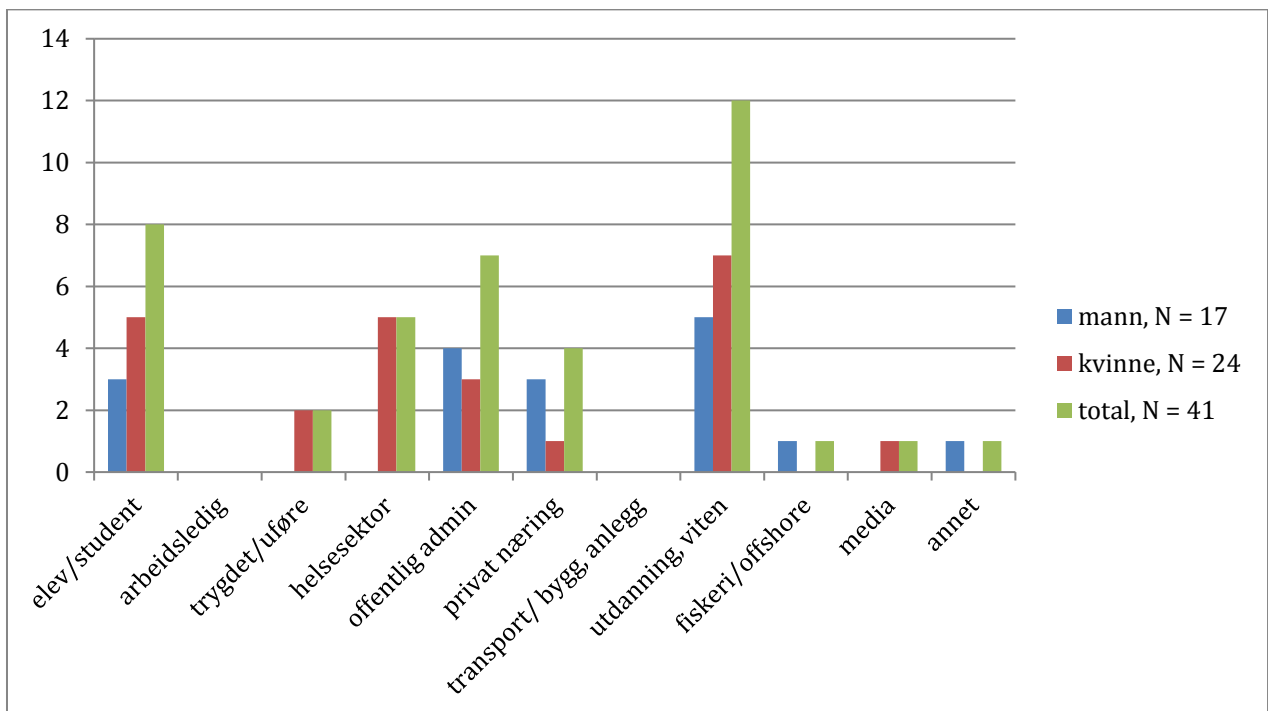


Tabell 17, *Kjønns- og aldersfordeling mellom «klar lovtekst»-respondentene*

De fleste av respondentene som opplevde klar lovtekst, har en utdanning på master- eller bachelornivå, se tabellen nedenfor. Disse er enten studenter, eller så jobber de innenfor utdanning og vitenskap. Se tabell 19, som viser yrkessektorfordelingen blant respondentene som besvarte at lovteksten oppleves klar. En gjennomgang viser at flesteparten av disse respondentene har besvart casene korrekt, variasjonen ligger i hvor sikre respondentene har vært i sitt svar.



Tabell 18, Utdanningsnivåfordeling mellom «klar lovtekst»-respondentene



Tabell 19, Yrkessektorfordeling mellom «klar lovtekst»-respondentene

Oppsummert kan en si at gruppen som opplever lovteksten som klar skiller seg ut fra helheten av respondenter. De er unge, utdannede og de er enten studenter eller så jobber de innenfor utdanning. En forklaring på hvorfor denne gruppen mener at lovteksten er klar kan være at de selv bruker mye tid på tekst generelt, og at det gir dem en fordel i lovtekstanvendelse fremfor

andre respondenter. En antitetisk slutning fra resultatet kan gi et viktig signal til lovgiver, nemlig at en bør utforme forståelige lovtekster også for dem som ikke jobber like tekstbasert.

## **6.2 Fokusgruppene**

### **6.2.1 Fenomenologisk tolkning**

Ved å legge den fenomenologiske retning til grunn, kan en sammenligne gruppene med hverandre. Utfra sammenligningen kan en trekke noen generelle linjer som fremkommer av fokusgruppediskusjonene.

De yngre deltakerne var mer rettighetsbevisste enn de andre gruppene. I resonneringen brukte de lovverket mye mer aktivt til å begrunne sine standpunkt, som kom til uttrykk i mine feltnotater. Diskusjonen dreide seg om hva telefonen bør tåle: «§ 16 a, § 16 c og § 15 a og b er anvendelige. Passer til formål som tingen vanligvis brukes til. Ha med ut. Forventer det i punkt b». De yngre skilte også i mye større grad om informasjonen angående telefonens egenskaper ble gitt før eller etter kjøpet, og hvor klart opplysningene kom frem. «Et skriv i pakningen opplyst eller ikke. Litt for sent, på forhånd. Kjøp av produktet. Bokstav f. Offentligrettslige krav forbrukerkjøpsloven. 5 år, tåle, lov. Markedsføring. Må det opplyses klart og tydelig».

Den eldre norske og polske gruppen brukte mye av tiden på å diskutere hvilke forventninger en stiller til en smart-telefon, og hva som hypotetisk kan stå i pakningsvedlegget. Slik resonnererte den eldre norske gruppen: «Emballasjen sier en kan forvente. Dette kan skje, beskrevet, veiledningen selv om det er under jakkelommen, flere applikasjoner samtidig». De fleste i denne gruppen kom likevel til at det forelå en mangel, utenom en deltaker. Av bestemmelsene ble § 16 nevnt generelt, men også tredje ledd spesifikt: «vanskelig, ikke markedsført i § 16». Gruppen mente at en av bokstavene i § 15 kom til anvendelse: «ett av kravene i § 15», men særlig bokstav a og b: «kommer greit under det, grunn for å forvente ved kjøp i Norge». Det samme meningsinnholdet kom omtrentlig fra den polske gruppen. Først diskuterte de batteriet: «Det er kulde her. Denne har ikke noe å si for at den skrur seg av, det er en feil som ikke kan aksepteres. Det er ikke en gammel telefon. Situasjonen er ikke akseptert, at den skrur seg av». Også her mente alle unntatt én at det forelå en mangel. Til forskjell fra de «eldre-norske», så var den polske gruppen mer bestemt på hvilke bestemmelser som kom til anvendelse: «§ 16 a og deretter § 15 b».

Den angloamerikanske gruppen uttrykte ved flere anledninger at teksten var lite tilgjengelig ved følgende utsagn: «vanskelig å velge hvilken paragraf», «relevant lov, veldig vanskelig», «vokabularet, forstå det, juridisk», «vanskelig å få fatt på lovspråket». Av bestemmelsene var de innom de fleste bokstavene i § 15, men diskuterte ikke § 16 noe særlig. Denne gruppen konstaterte i likhet med de andre gruppene at kuldegradene ikke var vesentlige. Jeg oppfattet at

det forelå en konsensus om at varen ikke fungerte som den burde. Imidlertid baserte denne gruppen seg på en mer praktisk holdning, ved at de bare ville gå tilbake til butikken og høre med selger. De la til grunn at selger ville ha forskjellige rutiner, og reklamasjonsregler for å kunne oppnå en mangelfri vare.

### 6.2.2 Diskursiv tolkning

Dersom en tolker fokusgruppene fra et diskursivt standpunkt kan en tydelig se at lovteksten skapte et inntrykk i deltakernes bevissthet som påvirket deres valg av hvilke bestemmelser de ønsket å påberope.

Dette gjelder flere grupper, men særlig den eldre norske gruppen som mente det forelå en mangel på grunnlag av § 15 bokstav c. I juridisk forstand får bestemmelsen selvstendig betydning først der forbrukeren har et bruksformål som avviker fra det vanlige formål tingen vanligvis brukes til.<sup>127</sup> Da fokusgruppen mente denne bestemmelsen kom til anvendelse var det trolig på grunn av ordet «formål». Den første assosiasjonen til dette ordet er tingens opprinnelige hensikt. Imidlertid er det ikke slik bestemmelsen forstås juridisk. Det fremgår ikke klart av bestemmelsens ordlyd, men det siktes til andre formål som selger måtte være kjent med. Dette fremkommer av en kontekstuell tolkning, i lys av de andre bestemmelsene, og til dels ved anti-tetiske slutninger. Det ligger også noe logikk bak resonneringen, idet bokstav c er meningsløs dersom bokstav a konsumerer virkeområdet. Den juridiske utdannelsen trener jurister opp i den skisserte resonneringsmåten. I lys av den diskursive fortolkningsskolen er det derfor forståelig at ordet «formål» i lovteksten dannet et bilde i forbrukerens bevissthet som førte til at de mente bestemmelsen § 15 bokstav c var anvendelig. Denne feilen vil antagelig ikke ha store praktiske innvirkninger, så lenge forbrukeren forstår at det foreligger en rettslig mangel ved varen. Forbrukeren vil få hjelp av sakkyndige enten ved forbrukerrådet, advokat eller domstolen til å anvende riktig bestemmelse, jf. offentliges- og domstolens veiledningsplikt.<sup>128</sup> Ved behandling direkte for forliksrådet kan det hende at feilen ikke blir rettet opp idet organet består av lekdommere.<sup>129</sup>

### 6.2.3 Oppsummering fokusgruppene

De klareste observasjonene fra fokusgruppene kan kort oppsummeres. Den yngre gruppen var mer rettighetsbevisst enn de andre gruppene. De mente at flere forhold er rettighetsfestet, og brukte disse rettighetene til å argumentere for subsumsjonen. De resterende gruppene, unntatt

---

<sup>127</sup> Tverberg (2008) s. 235

<sup>128</sup> Forvaltningsloven § 11 og tvisteloven § 11-5

<sup>129</sup> Forliksrådet (2017)

den angloamerikanske gruppen, brukte mye mer tid på å diskutere varen. Diskusjonen inneholdt problemstillinger om hva som konstaterer en mangelfri vare, hva som står i bruksanvisningen og hvilke rimelige forventinger en kan stille til en slik vare. Deretter diskuterte de noe fritt, for så å legge på lovteksten, nærmest som et tillegg til konklusjonen. Den angloamerikanske gruppen hadde språklige utfordringer, og forstod ikke helt meningsinnholdet i lovteksten. De baserte seg mer på hjemlandets kultur ved å oppsøke selger for å komme til en minnelig løsning.

## 7 Resultat og drøftelse av regresjonsanalysen

### 7.1 Utslagsgivende faktorer

Av resultatene fremkommer det at den viktigste og avgjørende faktoren for hvor godt en besvarer spørreundersøkelsen er alder. Desto eldre man er, desto mer øker sannsynligheten for at man vil besvare casene korrekt. Utdanning er den nest viktigste faktoren, siden høyere utdanning korrelerer med flere riktige svar.<sup>130</sup> Videre har norsk bakgrunn stor innvirkning på om en vil besvare spørsmålene korrekt. En interessant tendens er at menn gjør det generelt bedre enn kvinner, unntatt i bestikksettcasen. Resultatene indikerer at noen grupper er mer sårbare for lovttekstforståelse enn andre, der helse- samt bygg og anleggsarbeidere besvarer undersøkelsen dårligere enn andre yrkesgrupper.<sup>131</sup>

I fremstillingen av de forskjellige årsaksfaktorene vil det bli vist til funn fra Forbruksforskningsinstituttets (SIFO) undersøkelse utført juni 2017, om forbrukernes forståelse av differansen mellom reklamasjon og garanti, samt klager på rimelige klær. Denne undersøkelsen skiller seg fra klarspråkforskning idet den hovedsakelig fokuserer på hva forbrukeren mener. Oppsettet i undersøkelsen er lite egnet til å gi innsyn i forbrukernes tekstforståelse, fordi den ikke legger opp til problemløsning, men spør etter forbrukerens nåværende oppfatning. Resultatene fra den studien er likevel interessante, idet mange av forbrukerkategori-funnene er samsvarende med resultatene i denne studien. Siden begge undersøkelsene indikerer samme tendenser, samtidig som studiene ikke overlapper faglig, øker det resultatenes validitet og reliabilitet.<sup>132</sup>

### 7.2 Alder

Forklaringen på at alder er en predikasjonsfaktor for hvor godt en vil besvare undersøkelsen, kan ha direkte sammenheng med livserfaring. Erfaring med produktet vil trolig gi størst utslag, selv om livserfaring fra formelle systemer og reklamasjon/tilbakemelding generelt vil også ha innvirkning. Det vil si at man gjennom et livsløp opparbeider seg kunnskap om et produkts egenskaper, og hva det bør og ikke bør inneholde. Livserfaringen fører til at det blir enklere å anvende lovteksten, idet den ikke vil være like abstrakt og hypotetisk som for en person uten erfaring. Studien til Gunnarsson bekrefter også at den viktigste faktoren for å forutsi om man forstår rettighetene sine er erfaring.<sup>133</sup>

---

<sup>130</sup> Ufra tabell 2 innehar mange respondenter høy utdanning, ved replikasjon bør man innhente et jevnere utvalg.

<sup>131</sup> Se vedlegg 2 for regresjonsanalysetabellene. Grunnet avhandlingens rammer, henvises det til Langdrige i litteraturlisten for en helhetlig statistisk forklaring.

<sup>132</sup> Langdrige (2006) s. 79

<sup>133</sup> Gunnarsson (1984) s. 99

Imidlertid er det slik at flest unge opplevde lovteksten som klar og disse svarte korrekt på undersøkelsen. Dette står litt i motsetning til overnevnte. Resultatene i SIFOs undersøkelse viser at respondentene under 30 var dyktigere til å skille mellom garanti og reklamasjon.<sup>134</sup>

### 7.3 Kjønn

Studien viser en tendens til at menn gjør det generelt bedre enn kvinner. Resultatene bekreftes i SIFOs undersøkelse, der kjønnsforskjellen er svært tydelig.<sup>135</sup> Årsaken til resultatet kan muligens trekkes tilbake til de opprinnelige kjønnsrollene, da mannen hadde ansvar for det «fysiske arbeidet» og formelle ærender. I tillegg kan casene i undersøkelsene være rettet i større grad mot det tradisjonelle mannlige interesseområdet, slik som bruktbil- og telefoncasen. En annen mulig forklaring på at menn besvarte gensercasen bedre enn kvinner er en teori om at menn generelt kan være mer «firkantede» enn kvinner.<sup>136</sup> Det betyr at feilen fortsatt utgjør en mangel selv om den ikke danner noen funksjons- eller estetikksvikt.

I denne forbrukerkategorien foreligger det også et unntak fra hovedtendensen. Unntaket relaterer seg til bestikksettcasen, der kvinner besvarte oppgaven bedre enn menn. De tradisjonelle kjønnsrollefordelingene kan også her være en rimelig årsaksforklaring. Dersom en legger denne årsaksforklaringen til grunn, vil det være naturlig at kvinner har et større erfaringsgrunnlag med husholdningsvarer. Slik beskrevet i alderskategorien, har større erfaringsgrunnlag sterk korrelasjon med riktig subsumsjon. En alternativ forklaring på hvorfor kvinner scorer bedre enn menn i bestikksettcasen kan være at menn ikke tok seg tid nok til å lese enten faktum eller lovtekst. Paragraf 16 (1) bokstav d kommer til anvendelse, og bestemmelsen fremstår ganske klar, samtidig som den passer antitetisk på faktum. Det kan derfor tyde på at menn ikke har lest paragrafen møysommelig, og dermed bygd på en erfaringsbasert rettighetsfølelse.

### 7.4 Utsatte grupper

Helse- samt bygg- og anleggsarbeidere besvarte undersøkelsen dårligere enn de øvrige yrkesgruppene. En mulig forklaring på dette oppstår dersom en ser hen til de yrkesgruppene som presterte best. Det var hovedsakelig studenter og ansatte innen utdanning som presterte best, og fellesnevneren for disse to gruppene er at de jobber mye tekstbasert. Erfaring med tekst og problemløsning basert på hypotetiske og skriftlig beskrevne spørsmål, blir dermed en fordel i forhold til forbrukergrupper som ikke løser utfordringer til vanlig på denne måten.

---

<sup>134</sup> SIFO (2017) s. 42

<sup>135</sup> SIFO (2017) s. 44

<sup>136</sup> Syse (2017)



Den manglende teksterfaringen kan vanskelig oppveies fra lovgivers side, i hvert fall dersom man tenker på lovformidling på den tradisjonelle måten – gjennom lovtekst. Dersom Lovdata vil tilby opplesning av paragrafene i fremtiden, vil dette kunne bedre rettsikkerheten til mange funksjonsnedsatte grupper. Imidlertid er det lite sannsynlig at en opplesning vil bedre de «utsatte grupper» rettighetsforståelse. De «utsatte gruppene» arbeider praktisk ved å se pasienter eller gjenstander fysisk i hverdagen, det er dermed deres evne til abstraksjon som er lite trent sammenlignet med de gruppene som gjør det bedre. Dersom en ikke skal revolusjonere måten lovtekst blir formidlet på, bør rettighetenes hjelpe- og formidlingssider forbedres. Det siktes til informasjon formidlet fra det offentlige til borgeren gjennom digitale medier.

## 7.5 Norsk bakgrunn

Det fremkommer av regresjonsanalysen at respondenter med norsk bakgrunn besvarte spørreundersøkelsen bedre enn dem uten norsk bakgrunn. Resultatet er positivt siden loven er skrevet på norsk og «myntet» på norske borgere.

Lavere lovtekstforståelse for respondenter uten norsk bakgrunn kan forklares med miljøet de har vokst opp i og kanskje fortsatt omgås. Flerspråklighet kan gå på bekostning av et rikere ordforråd i ett språk.<sup>137</sup> I tillegg er det muligheter for at ordlydsforståelsen og forståelsen for ordlydens grenser svekkes. Ved å vokse opp i et norsk miljø vil man omgås ett språk der en er nødt til å ta i bruk ordforrådet for å uttrykke nyanser; man sosialiseres i det norske språk. Ved flerspråklighet er det fare for at man bruker de ord og uttrykk som lettest kommer til bevisstheten, altså at man snakker kreolspråk, og dermed stagnerer språkutviklingen. Ordlydsforståelse og dens grenser er avanserte språklige sondringer som ikke bare flerspråklige vil oppleve en utfordring med. Siden flerspråklige er mer språksårbare vil utfordringene lettere komme til uttrykk, slik som i denne studien.

Høgberg har forklart denne problematikken utførlig, som jeg i korte trekk vil gjengi. Utfordringene oppstår der lovteksten bruker vage termer og formuleringer som: «mangelfull ytelse», «vinnings hensikt», «habilitet» osv. fordi disse begrepene i utgangspunktet inneholder semantisk vaghet.<sup>138</sup> Forståelsen blir dermed svekket mellom termene og det termene referer til. Begreper har ofte en presis kjerne, men ordlydsgrensen kan bli svært vag. Det klassiske eksempelet er spørsmålet om hvor få trær som må til for å danne en skog? Er Universitetshagen, med sine få trær, en skog? Høgberg betegner vage ordlydsgrenser og begrepsgrenser som randsoner.<sup>139</sup>

---

<sup>137</sup> Vulchanova (2013) s. 2

<sup>138</sup> Høgberg (2015) s. 40

<sup>139</sup> Høgberg (2015) s. 40

Utfordringen med å forstå lovtekst settes på spissen når man beveger seg i gråsoner av ordlyden eller juridiske begreper. Da kan en ikke lenger anvende de alminnelige tolknings/avveiiingsmekanismene som ved ordlydens kjerne (motsetnings- og likhetsslutninger) for svar på om noe faller innenfor eller utenfor et begrep, eller ordlyden.<sup>140</sup> Høgberg betegner dette som «ransoneproblematikk».<sup>141</sup> Et kjøkkenglass som lekker fra bunnen kan tjene som illustrasjon. Her vil det være forholdsvis enkelt for forbrukeren å konstatere en mangel. Et glass brukes vanligvis til å oppbevare væske, og når det ikke innehar denne funksjonen er glasset et glass som ikke kan brukes til det glass vanligvis brukes til. Mangelen treffer altså kjerneområdet til tingens egenskap. Motsetningsvis blir mobiltelefon-casen vanskelig for forbrukeren av flere grunner. Først er smart-telefoner relativt nye «ting» på markedet, som flere ikke har et etablert forhold til hvilke egenskaper, og i hvilket omfang en smart-telefon bør inneha. Videre utgjør mangelen en svikt som er sammensatt; både værpåvirkning, batteriholdbarhet, og flere applikasjoner som brukes samtidig, må inngå i vurderingsgrunnet. Det kan være vanskelig for forbrukeren å kumulere disse forholdene til en egenskap ved tingen. En klar feil foreligger ikke, og dermed oppstår det grenseproblemer for lovanvenderen.

Forskjellen mellom forbrukere med norsk og ikke-norsk bakgrunn vil være at de med norsk bakgrunn gjennom sin sosialisering har bedre forutsetninger for å kunne fastlegge «ransonen» til de juridiske begrepene. Imidlertid utfordres også den norske forbruker når de juridiske begrepene begynner å henvise til hverandre. For å avhjelpe «ransoneproblematikken» foreslår Høgberg å definere rettslige begreper enten i lovtekst eller forarbeid.<sup>142</sup> Dette vil i hvert fall konsentrere kjernen av begrepet, samt langt på vei fastsette begrepets grenser. Med en formell definisjon, mener jeg at den i det minste bør forekomme i lovteksten. Bruk av forarbeider som vektige rettskildefaktorer er et særnorsk fenomen som ikke bidrar til borgerens selvstendige rettighetsforståelse. Betydningen av definisjoner og forekomsten av disse i selve lovteksten er beskrevet i kapittel 1.4.

## 7.6 En lovtekst som er forståelig for alle?

Ny leseforskning viser at borgerens lesemønster endres drastisk ved formidling av tekst digitalt.<sup>143</sup> Digitalt leser ikke borgeren tekst fra A til Å som på papir. Borgeren er her mer selektiv ved å lete etter ønskede ord og hyperlenker.<sup>144</sup> Deretter klikker de seg videre uten å ha lest hele budskapet. Dermed blir det viktig å skrive konsist, og muligens endre på tekstoppsettet ved å

---

<sup>140</sup> Høgberg (2015) s. 40

<sup>141</sup> Høgberg (2015) s. 40

<sup>142</sup> Høgberg (2015) s. 40

<sup>143</sup> Höög (2009) s. 13

<sup>144</sup> Höög (2009) s. 12

bruke avsnitt, kulepunkter og silingsfunksjoner. Faktorer som ordvalg, setningsbygning, rettskriving og tegnsetting har betydning for lovtekstens tilgjengelighet.<sup>145</sup>

Et viktig bidrag i denne sammenhengen vil være utbedringer av hjemmesidene til FTU. Et konkret eksempel kan være forbedringen av vedtakssiden.<sup>146</sup> Først bør siden der avgjørelser publiseres få en overskrift slik at forbrukeren forstår at avgjørelser fra faktiske tvister blir publisert, eksempelvis «avgjørelser». Deretter bør silingsfunksjonene forbedres. Per. 17 oktober foreligger det søkefelt for: saksnummer (antageligvis de færreste som kjenner til), fritekstsøk, og noen kategorier av klageobjekter. Den siste søkefunksjonen bør utbedres ved at alle sakene blir «emneknagget» med forskjellige stikkord som avgjørelsen omhandler i tillegg til relevante lover/paragrafer. Avgjørelsene bør også systemiseres etter hvilken varetype som vurderes, for eksempel kjøretøy, hvitevarer, elektronikk og så videre. Denne inndelingen bør videre gi forbrukeren et spesifiseringsvalg, som:

telefon → mobiltelefon → ytelse, skjerm, levering, fuktskade

eller: bil – ny bil eller bruktbil, deretter: kilometerstand, rust, svikt i noen av delene osv.

For så å til slutt ende opp med et utvalg av avgjørelser.

Et slikt navigasjonssystem vil sile ut de relevante sakene for forbrukeren og dermed gi lettere tilgang på aktuell informasjon. I dagens informasjonsflyt ligger problemet i mengden av tilgjengelig informasjon, og sortering av denne. Det trente juridiske øyet kan fort lese og forstå om en sak er relevant, men denne evnen vil ikke forbrukeren ha og teknologien kan i noen grad gjøre opp for den.

Dersom en skulle forbedret det teknologiske hjelpemiddelet ytterligere, kunne man ved de relevante avgjørelsene listet opp juridisk litteratur som behandler spørsmålet med direkte sidehenvisninger, og henvist til de relevante notene i Rettsdata. Imidlertid bør det presiseres at kun det strengt nødvendige skal komme med, og at teksten bearbeides for rask gjennomlesning. Dersom en ikke bearbeider tekstmengden vil det oppleves som informasjonsoverflod for borgeren, og en risikerer at enda mindre av budskapet når frem.

Den klassiske lovgivingsteknikken som Norge førte tidligere, resulterte i abstrakte og konsise lover, som kan føre til at borgeren ikke forstår at hans tvist er regulert i lovteksten.<sup>147</sup> Det vil være et dels filosofisk, moralsk og rettspolitisk spørsmål om en skal gjøre loven mer forståelig

---

<sup>145</sup> Backer (2013) s. 126

<sup>146</sup> [www.forbrukertvistutvalget.no/vedtak/](http://www.forbrukertvistutvalget.no/vedtak/)

<sup>147</sup> Backer (2013) s. 126

for de aller svakeste gruppene dersom dette vil føre til en mer omstendelig lovtekst. Utførligheten vil gå utover de andre borgerne som behersker et mer konsist og avansert språk, ved at det vil ta lengre tid å lese samt oppsummere rettighetsbildet. Et spørsmål som oppstår er om de svakeste gruppene vil forstå sine rettigheter ved et enklere språk, eller om det er andre forhold utenfor lovgivers kontroll som utgjør vanskeligheten. Faktorer som er utenfor lovgivers kontroll kan være: forståelse av eget faktum, evnen til å kunne anvende abstrakte setninger på et konkret tilfelle, tillit til lovtekst og lignende.

Denne undersøkelsen viser at utfordringene ligger i manglende erfaring, enten når det gjelder livsområdet (tingen) eller problemløsning basert på tekst. Manglende erfaring med tingens egenskaper kan vanskelig avhjelpes av lovgiver. Her må forbrukeren enten ved hjelp av «mengdeerfaring», eller litteratur, videoer og forum skaffe seg kunnskaper om tingens egenskaper. Tilsvarende gjelder dette jurister som skal løse en tvist; de må inneha diverse kunnskaper om tingens egenskaper for å kunne omgjøre den abstrakte lovteksten til en konkret subsumsjon. Når det gjelder den manglende erfaringen med å løse tekstbaserte problemstillinger viser jeg til de ovennevnte tiltak. Et annet tiltak kan være at borgeren trener på å lese lovtekst og å subsumere. Denne løsningen er nok en utopi, men det påpekes at utdanning er en viktig faktor som indikerer hvor godt en vil kunne besvare spørreundersøkelsen. Det viser at erfaring og trening i å løse tekstbaserte problemstillinger gir uttelling.

For komparativ inspirasjon kan en se hen til USA og «kjøpsloven» – Uniform Commercial Code. Det avgrenses mot jurisdiksjonsspørsmålet idet poenget retter seg mot lov- og regelformidlingen.<sup>148</sup> I de fysiske utgavene av kjøpsloven presenteres først regelen, for så å bli fulgt opp av tre eller fire omskrevne rettspraksiseksempler. Det ville vært av interesse å undersøke om rettspraksisemplifiseringen bidro til en bedre forståelse og evne til å anvende lovtekst. Det kan tenkes at en slik eksemplifisering veier noe opp for manglende erfaring.

## **7.7 Majoriteten av respondentene**

Studiens resultater peker i retning av at lovspråket forstås av forbrukeren, og at det foreligger en sammenfallende forståelse av mangelsbegrepet mellom forbrukeren og jussen. Totalt rangerte de riktige svarprosentene fra 70,2 % til 95,9 %, noe som indikerer en svært god forståelse.

Dette var ikke tilfellet i SIFOs undersøkelse der de konkluderte med at «en stor del av forbrukerne ikke kjenner til eller misforstår sine rettigheter».<sup>149</sup> En stor forskjell mellom studiene er imidlertid at respondentene i SIFOs undersøkelse ikke fikk noen informasjon om innholdet i

---

<sup>148</sup> UCC

<sup>149</sup> SIFO (2017) s. 44

garanti- og reklamasjonsretten. Respondentene skulle besvare spørsmål basert på sin erfaringskunnskap om disse rettighetene. SIFOs undersøkelse går heller ikke inn på forbrukerens forståelse av lovtekst, men undersøker hvilke rettigheter forbrukeren selv mener å inneha. Imidlertid er det viktig å påpeke at SIFOs undersøkelse bygger på et representativt utvalg, som muliggjør sikre statistiske slutninger. Denne undersøkelsen må vise til tendenser med ydmykhet, og ta forbehold om resultater ved replikasjon. utfordringene for forbrukerne er imidlertid samsvarende med denne studiens observasjoner. Når grensespørsmål oppstår angående reklamasjonsfristen eller vurderinger ved tingens egenskaper svarer mange av forbrukerne, og særlig kvinnene, feil.<sup>150</sup> Dette kan bekrefte at «randsoneproblematikk» er et reelt problem, og bør unngås ved hjelp av klarspråkreglene.

Det kan tenkes at forbrukerne i større grad hadde besvart spørsmålene i SIFOs undersøkelse korrekt ved tilgang på lovtekst eller rettighetsinformasjon. Det kan antyde, i tråd med Auberts funn at loven eller rettighetene ikke var godt nok formidlet.<sup>151</sup> Av den grunn kan det være hensiktsmessig å implementere undervisning om rettigheter i form av undervisning i og om Lovdata, både i grunnskolen og den videregående skole. Selv om både min og SIFOs undersøkelse viser at den unge gruppen er mest rettighetsbevisst, vil en alminnelig opplæring komme alle, og særlig de svake, til gode.

## 7.8 Praktiske utfordringer – interessemotsetninger

Følgelig er det slik at de fleste mangelssaker stopper ved at forbrukeren ikke kan godtgjøre ovenfor selgeren at mangelen var til stede ved leveringen, jf. f.kjl. §18 (1).<sup>152</sup> Martinussens teori er at selgeren vil hevde at saken skyldes andre forhold som kjøperen bærer risikoen for.<sup>153</sup> Dette er et argument som lett kan brukes av selger overfor forbrukeren ved tekniske varer. For forbrukeren vil det være vanskelig å bevise at mangelen ikke er en feil som en hefter for. Ved smart-telefoner har produsenten installert sensorer som skal avdekke vannskader fra ytre hold. Disse sensorene kan gå av ved å ha telefonen på badet mens man dusjer eller ved å ha telefonen ute i regnet i ett minutt. Etter mitt skjønn er det tvilsomt å markedsføre en mobiltelefon som *mobil*, dersom den i realiteten ikke kan anvendes mobilt uten å aktivere sensorene. Slike bransjekutymen gjør det nærmest umulig å håndheve rettigheter på egenhånd for en forbruker, jf. den unge fokusgruppen «de kommer bare til å si at det er fuktskader på den».

---

<sup>150</sup> SIFO (2017) s. 44

<sup>151</sup> Mathiesen (2011) s. 56

<sup>152</sup> Martinussen (2016) s. 92

<sup>153</sup> Martinussen (2016) s. 92

## Tankekurs

I forlengelsen av det ovennevnte poenget er det verdt å reflektere over hvor heldig det er å ha bransjestandarder som en relevant rettskildefaktor. En bransjestandard bestemmes i stor grad av markedet, altså etter forbrukernes handlingsmønster. God norsk innenriksøkonomi tillater forbrukere å bytte mobiltelfon/smarttelefon etter to år.<sup>154</sup> Det betyr at en smart-telefon til rundt 7000 kr byttes etter to år, og på denne bakgrunn er det ikke usannsynlig at bransjestandarden tilpasses etter forbrukernes handlingsmønster. Dermed vil de ha et incentiv til å produsere dårligere produkter som kun varer i to år til likedan pris, selv om det er teknisk påviselig at en mobiltelefon med gode komponenter kan vare i vesentlig lengre tid. I forlengelsen av argumentet kan en spørre om en slik bransjestandard uten videre skal være en gyldig rettskilde med dagens overforbruk og miljøproblem?

---

<sup>154</sup> SIFO (2017) s. 44

## 8 Konklusjon

Forbrukerkjøpsloven følger med hell opp mange av klarspråkprinsippene for en mer tilgjengelig lovtekst. Denne undersøkelsen viser stor oppslutning rundt forståelsen av det juridiske mangelsbegrepet. Studien viser at det generelt er liten forskjell mellom forbrukerens forståelse av mangelsbegrepet og det juridiske innholdet av begrepet. Det vil si at de fleste respondentene har en sammenfallende oppfatning av begrepet som lovtekstens rettslige innhold. Dette er et heldig resultat, idet borgeren evner å forstå sine rettigheter basert på lovteksten selv.

En tekst skrevet i klarspråk skal være tilpasset mottakeren, som i dette tilfellet utgjør hele befolkningen. Målet med å få alle til å forstå lovteksten er med andre ord ambisiøs. Undersøkelsen viser at rundt 95 % av respondentene forstår kjernerettighetene sine. Forståeligheten synker til 70 % ved mange vurderinger som avhenger av hverandre, også betegnet som «randsoneproblematikk».<sup>155</sup> Det viser at de som har erfaring enten på grunnlag av abstrakt tekstbasert problemløsning eller med tingens egenskaper har bedre forutsetninger enn dem uten erfaring.

Slik Gunnarssons og min studie kommer frem til, og som det indirekte bekreftes av SIFOs undersøkelse, vil Høgbergs utsagn være passende: «Det er vår kjennskap til språkbruken og det aktuelle området som sammen avgjør om en tolkning er nærliggende».<sup>156</sup>

---

<sup>155</sup> Høgberg (2015) s. 40

<sup>156</sup> Høgberg (2015) s. 35

## Litteraturliste

### Skriftlige kilder

Andenæs, Mads T, og Dag Bugge Norden. 1983. *Forbrukertvister*. Oslo: Universitetsforlaget.

Backer, Inge Lorange. 2013. *Loven -hvordan blir den til?* Oslo: Universitetsforlaget.

Borisova, Lidia. 2013. «How plain is legal English in statutes.» *Linguistica* s. 141-152.

Campbell, Nittaya. 1999. «How New Zealand Consumers Respond to Plain English.» *The Journal of Business Communication* s. 335-358.

De nasjonale forskningsetiske komiteene. 2016. *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi*. Oslo: Oktan Oslo AS.

Eckhoff, Torstein, og Jan E. Helgesen. 2001. *Rettskildelære*. 5. utg. Redigert av Jan E. Helgesen. Oslo: Universitetsforlaget.

Forbrukertvistutvalget. 2017. *Forbrukertvistutvalget*. 14 mars. Funnet 2 november, 2017. <http://www.forbrukertvistutvalget.no/om-forbrukerklageutvalget/>.

Forbruksforskningsinstituttet- SIFO. 2017. *Forbrukstrender 15. juni 2017*. Undersøkelse, Oslo: SIFO.

Forliksrådet. u.d. *Forliksrådet*. Funnet 6 november, 2017. [http://www.forliksraadet.no/index.php?page\\_id=30](http://www.forliksraadet.no/index.php?page_id=30).

Gunnarsson, Britt -Louise. 1984. «Functional comprehensibility of legislative texts: Experiments with a Swedish act of parliament.» *Text & Talk* s. 71-105.

Gunnarsson, Britt- Louise. 1982. *Lagtexters begriplighet*. Uppsala: LiberFörlag.

Hagstrøm, Viggo. 2005. *Kjøpsrett*. Oslo: Universitetsforlaget.

Hagstrøm, Viggo. 2011. *Obligasjonsrett*. 2. utgave. Oslo: Universitetsforlaget.

Hyden, Håkan, Ulf Stridbeck, og Karsten Åström. 1984. *Rätten som administrativt instrument*. lund: Hustrykkeriet Juridisk Fakultet Universitetet i Oslo.

Høgberg, Alf Petter. 2015. *I språkets bilde: elementære logiske emner i juridisk kontekst*. Oslo: Universitetsforlaget.

Höög, Catharina Nyström. 2009. *Medborgare och myndigheter*. Svenskans beskrivning rapport, Uppsala: Universitetstryckeriet.

Kommunal- og moderniseringsdepartementet. 2016. *Intensjonsavtale mellom Kommunal- og moderniseringsdepartementet og Universitetet i Oslo om klarspråk i juridisk utdanning og forskning*. 22 august. Funnet 29 august, 2017. <https://www.regjeringen.no/contentassets/10ddff716cb2407f8053df0cbbd5a017/intensjonsavtale.pdf>.



- Kunnskapsforlaget. u.d. *Ordnnett*. Funnet 23 august, 2017. <https://www.ordnett.no/search?language=no&phrase=mangel>.
- Langdridge, Darren. 2006. *Psykologisk forskningsmetode*. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.
- Martinussen, Roald. 2006. *Forbrukerkjøp*. 2. Utgave. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Mathiesen, Thomas. 2011. *Retten i samfunnet, - en innføring i rettssosiologi*. Oslo: Pax Forlag AS.
- Språkrådet. u.d. *Språkrådet*. Funnet 31 august, 2017. <http://www.sprakradet.no/Sprakarbeid/Det-offentlige/Klarsprak/>.
- Språkrådet. u.d. *Språkrådet*. Funnet 31 august, 2017. [http://www.sprakradet.no/Sprakarbeid/Det-offentlige/Klarsprak/Klarspraaksarbeid\\_i\\_andre\\_land/](http://www.sprakradet.no/Sprakarbeid/Det-offentlige/Klarsprak/Klarspraaksarbeid_i_andre_land/).
- Språkrådet, Universitetet i Bergen. 2017. *Bokmålsordboka*. Bergen, 23 september.
- Språkrådet. 2017. *Bokmålsordboka*. 23 august. Funnet 23 august, 2017. [http://ordbok.uib.no/perl/ordbok.cgi?OPP=mangel&ant\\_bokmaal=10&ant\\_nynorsk=5&begge=+&ordbok=begge&ava=ava](http://ordbok.uib.no/perl/ordbok.cgi?OPP=mangel&ant_bokmaal=10&ant_nynorsk=5&begge=+&ordbok=begge&ava=ava).
- Tverberg, Arnulf. 2008. *Forbrukerkjøpsloven med kommentarer*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Vulchanova, Mila, Maria F Asbjørnsen, Tor A. Åfarli, Brita Ramsevik Riksem, Juhani Järvikivi, og Valentin Vulchanov. 2013. *Flerspråkelighet i Norge*. <http://www.sprakradet.no/upload/Språkdagen%202012/Vulchanova%20endelig%20rapport%2025042013.pdf>, Språkrådet.
- Wikipedia. 2017. *Jyske Lov*. 3. oktober. Funnet 22 november, 2017. [https://da.wikipedia.org/wiki/Jyske\\_Lov#cite\\_note-6](https://da.wikipedia.org/wiki/Jyske_Lov#cite_note-6).
- Wikipedia. 2017. *Polakker i Norge*. 3 august. Funnet 5 november, 2017. [https://no.wikipedia.org/wiki/Polakker\\_i\\_Norge](https://no.wikipedia.org/wiki/Polakker_i_Norge).

## Rettskilder

### Lover og forskrifter

- 1918 Lov 31. mai 1918 nr. 4 om avslutning av avtaler, om fullmakt og om ugyldige viljeserklæringer (avtaleloven)
- 1967 Lov 10. februar 1967 om behandlingsmåten i forvaltningssaker (forvaltningsloven)
- 1988 Lov 13. mai 1988 nr. 27 om kjøp (kjøpsloven)
- 2000 Lov 14. april 2000 nr. 31 om behandling av personopplysninger (personopplysningsloven)
- 2002 Lov 21. juni 2001 nr. 34 om forbrukerkjøp (forbrukerkjøpsloven)
- 2005 Lov 17. juni 2005 nr. 90 om mekling og rettergang i sivile tvister (tvisteloven)
- 2017 Lov 17. februar 2017 nr. 7 om Forbrukerklageutvalget (forbrukerklageloven)

Uniform Commercial Code USA

### Forarbeider og andre dokumenter fra offentlig forvaltning

NOU 1993:27 Forbrukerkjøpslov

### Dommer

Rt. 1973 s. 433	Passbåtdommen	s. 6
Rt. 1974 s. 41	Stigedommen	s. 19
Rt. 1995 s. 1734	Elvebåtdommen	s. 6
Rt. 1998 s. 774		s. 21
Rt. 2007 s. 1274		s. 20

## Muntlige kilder

Nordrum, Jon Christian F. "*Er klart lovspråk det samme som godt lovspråk.*" [videoklipp], (5. 12. 2016) (Hentet fra <https://www.youtube.com/watch?v=OX6bJ3e14fw&feature=youtu.be&t=8111>)

Syse, Aslak "*Forklaring på resultater fra spørreundersøkelsen.*" [intervju], (22. 09. 2017)

# Vedlegg 1: Spørreundersøkelse

## Produkters egenskaper

Side 1

### Produkters egenskaper

Denne studien er en del av Klarspråkprosjektet\* ved UiO.

Resultatene av studien vil være en del av forskningsmaterialet i en masteroppgave ved det Juridiske Fakultet i Oslo.

**Spørreundersøkelsen vil se på forbrukerens forståelse av diverse egenskaper ved forskjellige produkter.**

Deltakerne vil være **anonyme** og hvert bidrag er svært ønskelig.

På forhånd takk for tiden du setter av til dette.

Estimert tid til gjennomføring av spørreundersøkelsen er rundt 10-15 minutter.

\*For mer informasjon om Klarspråkprosjektet vennligst se denne lenken:

<http://www.jus.uio.no/forskning/prosjekter/klarsprak/>

Opplysningene behandles konfidensielt.

Denne spørreundersøkelsen har blitt godkjent av personvernombudet for forskning se hjemmesidene: <http://www.nsd.uib.no/personvern/>

Den tekniske gjennomføringen av spørreskjemaundersøkelsen foretas av USIT. Forsker får utlevert data fra Nettskjema uten tilknytning til e-post/IP-adresse. Opplysningene vil være fullstendig anonyme.

Sideskift

Side 2

- **Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn? \***

Denne undersøkelsen ønsker å fange opp forbrukere som **ikke** har inngående kunnskaper om den juridiske reguleringen ved kjøp av varer.

Dersom du har en juridisk relevant utdanningsbakgrunn trenger du derfor ikke å fullføre spørreundersøkelsen.

Ja

Nei

Sideskift

Side 3

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Ja

- **Du er dessverre ikke i målgruppen for denne undersøkelsen**

Denne undersøkelsen ønsker å se på vurderinger foretatt av forbrukere som ikke har en juridiskfaglig bakgrunn.

Takk for at du tok deg tid til å besvare undersøkelsen.

Sideskift

Side 4

Du vil nå bli spurt et par generelle spørsmål om deg selv.

Velg det som passer best.

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

- **Hvilket kjønn er du? \***

Mann

Kvinne

Sideskift

Side 5

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

• **I hvilken alderskategori er du? \***

- 0-15 år
- 15-20 år
- 20-25 år
- 25-30 år
- 30-40 år
- 40-60 år
- 60-80 år
- 80-100 år

Sideskift

Side 6

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

• **Hva er ditt høyeste fullførte utdanningsnivå? \***

kryss av for det svaralternativet som passer best

- Grunnskole
- Videregående

- Årenhet (høyskole og universitet)
- Høyskole
- Universitet (bachelor, 3 årig)
- Universitet (master, 5 årig)
- Ph.D (Doktorgrad)
- Annet

Sideskift

Side 7

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

## • I hvilken yrkessektor jobber du i? \*

kryss av for det svaralternativet som passer best

- Elev/Student
- Arbeidsledig
- Trygdet/ Uføre
- Helsesektoren
- Offentlig Administrasjon
- Privat Næring
- Transport/ Bygg og anlegg
- Utdanning (lærer og vitenskapelige ansatte)
- Fiskeri/ Offshore
- Media
- Annet

Sideskift

Side 8

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

• **Er du eller dine foreldre født i et annet land enn Norge? \***

Ja

Nei

Sideskift

Side 9

Du vil bli presentert forskjellige historier/ caser med varekjøp og relevant lovtekst. Lovteksten vil være den samme for hver historie.

Lovteksten er tilstrekkelig for å kunne svare på spørsmålene.

Jeg ønsker din vurdering av situasjonen på bakgrunn av loven og historien.

Svar etter beste evne hva du mener er riktig.

Sideskift

Side 10

## **Kjøp av bruktbil**

**Du har kjøpt en bruktbil som er en 2015- modell. Av selger får du så vidt opplyst over telefonen at den ene front-døren på bilen er omlakkert. Du blir litt skeptisk, men selger forsikrer deg om at de er så pent utført at man ikke klarer å se det. Du lar deg overtale og drar til butikken for å hente bilen.**

**Ved overtakelsen regner det og det er grått ute. I dette været ser bilen ut som forventet.**

**Når du kommer hjem og har fått vasket bilen ser du imidlertid at store deler av bilen er omlakkert. Det er langt mer enn det som ble opplyst av selger. I tillegg er det gjort på en slik måte at enhver kan se det.**

**Du setter inn bilen på verksted og de estimerer rundt 60 000kr for å fikse bilen din slik at den skal se o.k/bra ut.**

**-- historie slutt--**

relevant lovtekst

#### § 15.Tingens egenskaper

Tingen skal være i samsvar med de krav til art, mengde, kvalitet, andre egenskaper og innpakning som følger av avtalen.

Hvis det ikke følger noe annet av avtalen, skal tingen

- a) passe for de formål som tilsvarende ting vanligvis brukes til
- b) svare til det som forbrukeren har grunn til å forvente ved kjøp av en slik ting når det gjelder holdbarhet og andre egenskaper
- c) passe for et bestemt formål som selgeren var eller måtte være kjent med da kjøpet ble inngått, hvis selgeren har akseptert dette formålet eller forbrukeren ellers har hatt rimelig grunn til å bygge på selgerens sakkunnskap og vurdering
- d) ha egenskaper som selgeren har vist til ved å legge frem en prøve eller modell
- e) være pakket på vanlig eller annen forsvarlig måte som trengs for å bevare og beskytte tingen
- f) være i samsvar med offentligrettslige krav som stilles i lovgivningen eller offentlig vedtak i medhold av lov på den tid kjøpet inngås, hvis ikke forbrukeren har til hensikt å anvende tingen på en slik måte at kravet er uten betydning
- g) være fri tredjepersons rett i tingen, for eksempel eiendomsrett eller panterett. Likeså skal tingen være fri tredjepersons krav på å ha rett i tingen når dette bestrides, unntatt når kravet er klart ugrunnet.

Relevant lovtekst

#### § 16.Mangel

Tingen har en mangel dersom

- a) den ikke er i samsvar med ett eller flere av kravene i § 15
- b) selgeren ved kjøpet har forsømt å opplyse om forhold ved tingen eller dens bruk som han eller hun burde kjenne til, og som forbrukeren hadde grunn til å regne med å få, dersom unnlåtelsen kan antas å ha virket inn på kjøpet
- c) den ikke svarer til opplysninger som selgeren i sin markedsføring eller ellers har gitt om tingen eller dens bruk, dersom selgeren ikke viser at opplysningene før kjøpet er rettet på en tydelig måte, eller at de ikke kan ha innvirket på kjøpet



d) nødvendige opplysninger om installering, montering, bruk, stell og oppbevaring ikke følger med tingen.

Første ledd bokstav c gjelder tilsvarende for opplysninger noen annen enn selgeren har gitt på tingens innpakning, i annonse eller annen markedsføring på vegne av selgeren eller tidligere salgsledd.

Forbrukeren kan ikke gjøre gjeldende som en mangel noe han eller hun kjente eller måtte kjenne til ved kjøpet.

Forbrukeren kan ikke gjøre gjeldende som en mangel noe som har sin årsak i materialer som er levert av forbrukeren. Dette gjelder likevel ikke dersom selgeren på grunn av materialenes uegnethet burde ha frarådet bruken av dem.

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

• **Hva mener du om bruktbilhandelen? \***

- Ja, her er det en mangel ved varen
- Jeg tror det foreligger en mangel ved varen.
- Litt dårlig vare, men ingen mangel.
- Nei, her er det ingenting galt.

Sideskift

Side 11

## **Kjøp av genser på internett.**

**Du surfer på nettet og kjøper en ny genser for 900kr. Du betaler med kort og får kvitteringen tilsendt på e-post. Noen dager senere får du genseren i posten. I det du åpner pakken ser du at genseren har et mindre hull midt på framsiden.**

**-- historie slutt--**

relevant lovtekst

### § 15.Tingens egenskaper

Tingen skal være i samsvar med de krav til art, mengde, kvalitet, andre egenskaper og innpakning som følger av avtalen.

Hvis det ikke følger noe annet av avtalen, skal tingen

- a) passe for de formål som tilsvarende ting vanligvis brukes til
- b) svare til det som forbrukeren har grunn til å forvente ved kjøp av en slik ting når det gjelder holdbarhet og andre egenskaper
- c) passe for et bestemt formål som selgeren var eller måtte være kjent med da kjøpet ble inngått, hvis selgeren har akseptert dette formålet eller forbrukeren ellers har hatt rimelig grunn til å bygge på selgerens sakkunnskap og vurdering
- d) ha egenskaper som selgeren har vist til ved å legge frem en prøve eller modell
- e) være pakket på vanlig eller annen forsvarlig måte som trengs for å bevare og beskytte tingen
- f) være i samsvar med offentligrettslige krav som stilles i lovgivningen eller offentlig vedtak i medhold av lov på den tid kjøpet inngås, hvis ikke forbrukeren har til hensikt å anvende tingen på en slik måte at kravet er uten betydning
- g) være fri tredjepersons rett i tingen, for eksempel eiendomsrett eller panterett. Likeså skal tingen være fri tredjepersons krav på å ha rett i tingen når dette bestrides, unntatt når kravet er klart ugrunnet.

Relevant lovtekst

#### § 16.Mangel

Tingen har en mangel dersom

- a) den ikke er i samsvar med ett eller flere av kravene i § 15
- b) selgeren ved kjøpet har forsømt å opplyse om forhold ved tingen eller dens bruk som han eller hun burde kjenne til, og som forbrukeren hadde grunn til å regne med å få, dersom unnlåtelsen kan antas å ha virket inn på kjøpet
- c) den ikke svarer til opplysninger som selgeren i sin markedsføring eller ellers har gitt om tingen eller dens bruk, dersom selgeren ikke viser at opplysningene før kjøpet er rettet på en tydelig måte, eller at de ikke kan ha innvirket på kjøpet
- d) nødvendige opplysninger om installering, montering, bruk, stell og oppbevaring ikke følger med tingen.

Første ledd bokstav c gjelder tilsvarende for opplysninger noen annen enn selgeren har gitt på tingens innpakning, i annonse eller annen markedsføring på vegne av selgeren eller tidligere salgsledd.

Forbrukeren kan ikke gjøre gjeldende som en mangel noe han eller hun kjente eller måtte kjenne til ved kjøpet.

Forbrukeren kan ikke gjøre gjeldende som en mangel noe som har sin årsak i materialer som er levert av forbrukeren. Dette gjelder likevel ikke dersom selgeren på grunn av materialenes uegnethet burde ha frarådet bruken av dem.

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

• **Hva tenker du om genseren du har fått tilsendt? \***

- Ja, her er det en mangel ved varen.
- Jeg tror det foreligger en mangel ved varen.
- Litt dårlig vare, men ingen mangel.
- Nei, her er det ingenting galt.

Sideskift

Side 12

## **Kjøp av et bestikksett**

**Du kjøper et bestikksett i butikken og går til kassen for å betale. Salgsmedarbeideren i butikken sier ikke noe særlig mer enn at hun ønsker deg en god dag videre. Ut fra bestikkets utseende ser det ut som de kan vaskes i oppvaskmaskinen. I esken til bestikket ligger det et lite hefte anmerket med produktinformasjon. Men det ser du ikke nærmere på og vasker bestikket i oppvaskmaskinen. I produktinformasjonen står det at det er anbefalt å vaske bestikket for hånd. Etter et par vask i oppvaskmaskinen oppdager du at skaftet på bestikket er i skrøpelig tilstand.**

**--historie slutt--**

relevant lovtekst

### § 15. Tingens egenskaper

Tingen skal være i samsvar med de krav til art, mengde, kvalitet, andre egenskaper og innpakning som følger av avtalen.

Hvis det ikke følger noe annet av avtalen, skal tingen

- a) passe for de formål som tilsvarende ting vanligvis brukes til
- b) svare til det som forbrukeren har grunn til å forvente ved kjøp av en slik ting når det gjelder holdbarhet og andre egenskaper
- c) passe for et bestemt formål som selgeren var eller måtte være kjent med da kjøpet ble inngått, hvis selgeren har akseptert dette formålet eller forbrukeren ellers har hatt rimelig grunn til å bygge på selgerens sakkunnskap og vurdering

- d) ha egenskaper som selgeren har vist til ved å legge frem en prøve eller modell
- e) være pakket på vanlig eller annen forsvarlig måte som trengs for å bevare og beskytte tingen
- f) være i samsvar med offentligrettslige krav som stilles i lovgivningen eller offentlig vedtak i medhold av lov på den tid kjøpet inngås, hvis ikke forbrukeren har til hensikt å anvende tingen på en slik måte at kravet er uten betydning
- g) være fri tredjepersons rett i tingen, for eksempel eiendomsrett eller panterett. Likeså skal tingen være fri tredjepersons krav på å ha rett i tingen når dette bestrides, unntatt når kravet er klart ugrunnet.

Relevant lovtekst

#### § 16.Mangel

Tingen har en mangel dersom

- a) den ikke er i samsvar med ett eller flere av kravene i § 15
- b) selgeren ved kjøpet har forsømt å opplyse om forhold ved tingen eller dens bruk som han eller hun burde kjenne til, og som forbrukeren hadde grunn til å regne med å få, dersom unnlåtelsen kan antas å ha virket inn på kjøpet
- c) den ikke svarer til opplysninger som selgeren i sin markedsføring eller ellers har gitt om tingen eller dens bruk, dersom selgeren ikke viser at opplysningene før kjøpet er rettet på en tydelig måte, eller at de ikke kan ha innvirket på kjøpet
- d) nødvendige opplysninger om installering, montering, bruk, stell og oppbevaring ikke følger med tingen.

Første ledd bokstav c gjelder tilsvarende for opplysninger noen annen enn selgeren har gitt på tingens innpakning, i annonse eller annen markedsføring på vegne av selgeren eller tidligere salgsledd.

Forbrukeren kan ikke gjøre gjeldende som en mangel noe han eller hun kjente eller måtte kjenne til ved kjøpet.

Forbrukeren kan ikke gjøre gjeldende som en mangel noe som har sin årsak i materialer som er levert av forbrukeren. Dette gjelder likevel ikke dersom selgeren på grunn av materialenes uegnethet burde ha frarådet bruken av dem.

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

- **Hva tenker du om bestikket? \***

- Ja, her er det en mangel ved varen.
- Jeg tror det foreligger en mangel ved varen.

- Litt dårlig vare, men ingen mangel.
- Nei, her er det ingenting galt.

Sideskift

Side 13

## Smart-telefon

Du kjøpte en smart-telefon for seks måneder siden med 32GB kapasitet. Den kostet 6.990 kroner. Denne har du brukt flittig i hele perioden. Denne vinteren har det vært kaldt ute, et par minusgrader. Du pleier å bruke telefonen når du er ute på byen. Som oftest bruker du den til å ringe, spille musikk på spotify, snappe og tekste. I det siste skrur telefonen seg av nokså ofte når du kjører flere applikasjoner samtidig mens du har den i jakkelommen. Dette skjer selv om du opprinnelig hadde over 70% batteritid igjen.

--historie slutt--

relevant lovtekst

### § 15.Tingens egenskaper

Tingen skal være i samsvar med de krav til art, mengde, kvalitet, andre egenskaper og innpakning som følger av avtalen.

Hvis det ikke følger noe annet av avtalen, skal tingen

- a) passe for de formål som tilsvarende ting vanligvis brukes til
- b) svare til det som forbrukeren har grunn til å forvente ved kjøp av en slik ting når det gjelder holdbarhet og andre egenskaper
- c) passe for et bestemt formål som selgeren var eller måtte være kjent med da kjøpet ble inngått, hvis selgeren har akseptert dette formålet eller forbrukeren ellers har hatt rimelig grunn til å bygge på selgerens sakkunnskap og vurdering
- d) ha egenskaper som selgeren har vist til ved å legge frem en prøve eller modell
- e) være pakket på vanlig eller annen forsvarlig måte som trengs for å bevare og beskytte tingen
- f) være i samsvar med offentligrettslige krav som stilles i lovgivningen eller offentlig vedtak i medhold av lov på den tid kjøpet inngås, hvis ikke forbrukeren har til hensikt å anvende tingen på en slik måte at kravet er uten betydning

g) være fri tredjepersons rett i tingen, for eksempel eiendomsrett eller panterett. Likeså skal tingen være fri tredjepersons krav på å ha rett i tingen når dette bestrides, unntatt når kravet er klart ugrunnet.

Relevant lovtekst

#### § 16.Mangel

Tingen har en mangel dersom

- a) den ikke er i samsvar med ett eller flere av kravene i § 15
- b) selgeren ved kjøpet har forsømt å opplyse om forhold ved tingen eller dens bruk som han eller hun burde kjenne til, og som forbrukeren hadde grunn til å regne med å få, dersom unnlåtelsen kan antas å ha virket inn på kjøpet
- c) den ikke svarer til opplysninger som selgeren i sin markedsføring eller ellers har gitt om tingen eller dens bruk, dersom selgeren ikke viser at opplysningene før kjøpet er rettet på en tydelig måte, eller at de ikke kan ha innvirket på kjøpet
- d) nødvendige opplysninger om installering, montering, bruk, stell og oppbevaring ikke følger med tingen.

Første ledd bokstav c gjelder tilsvarende for opplysninger noen annen enn selgeren har gitt på tingens innpakning, i annonse eller annen markedsføring på vegne av selgeren eller tidligere salgsledd.

Forbrukeren kan ikke gjøre gjeldende som en mangel noe han eller hun kjente eller måtte kjenne til ved kjøpet.

Forbrukeren kan ikke gjøre gjeldende som en mangel noe som har sin årsak i materialer som er levert av forbrukeren. Dette gjelder likevel ikke dersom selgeren på grunn av materialenes uegnethet burde ha frarådet bruken av dem.

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

#### • Hva mener du om smart-telefonen? \*

Velg det alternativet som passer best.

- Ja, her er det en mangel ved varen.
- Jeg tror det foreligger en mangel ved varen.
- Litt dårlig vare, men ingen mangel.
- Nei, her er det ingenting galt.

Sideskift

Side 14

Hvis du tenker på eksemplene ovenfor,

ville du gått tilbake til butikken eller kontaktet selgeren for å klage på varen?

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

• **Ville du klaget på bilen? \***

velg det alternativet som passer best.

- Ja, alltid
- Ja kanskje, kommer an på om det er lettvent for meg
- Egentlig ikke, men hvis det er ekstraordinære tilfeller
- Nei, jeg gidder ikke
- Nei jeg tenkte ikke over denne muligheten

Sideskift

Side 15

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

• **Ville du klaget på genseren? \***

velg det alternativet som passer best.

- Ja, alltid
- Ja kanskje, kommer an på om det er lettvent for meg
- Egentlig ikke, men hvis det er ekstraordinære tilfeller
- Nei, jeg gidder ikke
- Nei jeg tenkte ikke over denne muligheten

Sideskift

Side 16

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

• **Ville du klaget på bestikksettet? \***

velg det alternativet som passer best.

- Ja, alltid
- Ja kanskje, kommer an på om det er lettvint for meg
- Egentlig ikke, men hvis det er ekstraordinære tilfeller
- Nei, jeg gidder ikke
- Nei jeg tenkte ikke over denne muligheten

Sideskift

Side 17

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

• **Ville du klaget på smart-telefonen? \***

velg det alternativet som passer best.

- Ja, alltid
- Ja kanskje, kommer an på om det er lettvint for meg
- Egentlig ikke, men hvis det er ekstraordinære tilfeller
- Nei, jeg gidder ikke
- Nei jeg tenkte ikke over denne muligheten



Sideskift

Side 18

Dette elementet vises dersom et av følgende alternativer er valgt på spørsmål «Har du en jussrelatert utdanningsbakgrunn?»: Nei

• **Hvordan opplevde du lovteksten? \***

Hvordan synes du det var å finne fram i, lese og bruke lovteksten?

- Skjønte lovteksten, forstod rettighetene mine med en gang.
- Den var kronglete, men etter litt tid kom jeg til svaret
- Den var avansert, vet ikke helt om jeg skjønnte det
- For vanskelig, forstod ingenting, må nok få hjelp til å skjønne dette.

# Vedlegg 2: Regresjonsanalysen

## Regresjonsanalyse på de forskjellige casene

genserom	Odds Ratio	Std. Err.	P>z
kjonn	.5295178	.2868376	0.241
alder	1.229449	.2599307	0.329
utdanning	1.269948	.2049338	0.139
Jobb område			
0 elev			
1 arbeidsledig	.4210078	.555646	0.512
2 Helse	.2222022*	.1893775	0.078
3 offentlig ad	.7748465	.9976233	0.843
4 Privat Næring	.4198754	.35701	0.307
5 Transport/ Bygg og anlegg	.1242188*	.1460825	0.076
6 Utdanning & Media	.6172466	.593312	0.616
7 Annet	.2741765	.2687593	0.187
norsk	1.528801	.8474662	0.444

genserriktig	Odds Ratio	Std. Err.	z	P>z	[95% Conf.	Interval]
kjonn	.5554255	.2993217	-1.09	0.275	.1931563	1.597139
alder	1.204891	.2608414	0.86	0.389	.7882704	1.841707
utdanning	1.290192	.2140768	1.54	0.125	.932004	1.78604
Jobb område						
0 elev						
1 arbeidsledig	.4196375	.5567383	-0.65	0.513	.0311584	5.651634
2 Helse	.2055805	.1793273	-1.81	0.070	.0371947	1.136273
3 offentlig ad	.7275487	.9427884	-0.25	0.806	.0573904	9.223272
4 Privat Næring	.3913757	.3356615	-1.09	0.274	.0728727	2.101952
5 Transport/ Bygg og anlegg	.1347178	.1577199	-1.71	0.087	.0135796	1.336482
6 Utdanning & Media	.6350061	.6172111	-0.47	0.640	.0944996	4.267032
7 Annet	.2999469	.2968184	-1.22	0.224	.0431242	2.086257
norsk	1.430377	.8024038	0.64	0.523	.476375	4.294891
/cut1	-.9696688	1.649473			-4.202577	2.263239

bruktbilom	Odds Ratio	Std. Err.	z	P>z	[95% Conf.	Interval]
kjonn	.7355546	.2797831	-0.81	0.419	.3490142	1.550196
alder	1.206546	.2126963	1.07	0.287	.8540625	1.704505
utdanning	1.198574	.1616025	1.34	0.179	.9202341	1.561103
Jobb område						
0 elev						
1 arbeidsledig	3.407978	4.071343	1.03	0.305	.3277994	35.43116
2 Helse	3.87609*	2.983345	1.76	0.078	.8575151	17.52047
3 offentlig ad	.5110561	.3670129	-0.93	0.350	.1250782	2.088121
4 Privat Næring	1.597433	1.037307	0.72	0.471	.4473915	5.703711
5 Transport/ Bygg og anlegg	.5935489	.5431072	-0.57	0.569	.0987626	3.567141
6 Utdanning & Media	1.296449	.8291395	0.41	0.685	.3701454	4.540864
7 Annet	1.095816	.7807903	0.13	0.898	.2711686	4.428284
norsk	1.914602	.8429229	1.48	0.140	.8078459	4.537625
/cut1	-1.961199	1.418531			-4.741468	.8190703
/cut2	-.3962841	1.285987			-2.916771	2.124203
/cut3	1.733158	1.275763			-.767292	4.233608

bestikk	Odds Ratio	Std. Err.	z	P>z	[95% Conf.	Interval]
kjonn	1.90258**	.6147798	1.99	0.047	1.009938	3.584192
alder	.5874141***	.0885035	-3.53	0.000	.4372169	.7892085
utdanning	1.050589	.1194255	0.43	0.664	.840761	1.312783
Jobb område						
0 elev						
1 arbeidsledig	1.863513	1.517921	0.76	0.445	.3775618	9.19765
2 Helse	.5888069	.3504993	-0.89	0.374	.1833487	1.890897
3 offentlig ad	.9422893	.6391102	-0.09	0.930	.249376	3.560525
4 Privat Næring	.6000469	.3392406	-0.90	0.366	.1981311	1.817263
5 Transport/ Bygg og anlegg	.9008978	.7825804	-0.12	0.904	.164159	4.94409
6 Utdanning & Media	.9814204	.5562536	-0.03	0.974	.3231524	2.980593
7 Annet	3.372826*	2.345004	1.75	0.080	.863345	13.1766
norsk	1.717038	.66172	1.40	0.161	.806752	3.654432

bruktbilom Odds Ratio	Std. Err.	z	P>z	[95% Conf.	Interval]	
kjonn	.7890435	.3040443	-0.61	0.539	.3707704	1.679178
alder	1.175563	.212165	0.90	0.370	.825318	1.674442
utdanning	1.180188	.1604067	1.22	0.223	.9041893	1.540435
jobbom						
1	3.23183	3.878143	0.98	0.328	.3076242	33.95287
2	4.277761	3.337953	1.86	0.063	.9268741	19.74296
3	.4720983	.3432772	-1.03	0.302	.1135266	1.963213
4	1.56212	1.028126	0.68	0.498	.4300183	5.674688
5	.9209108	.8856632	-0.09	0.932	.1398284	6.065124
6	1.338017	.8683919	0.45	0.654	.3749904	4.774231
7	1.225691	.8834438	0.28	0.778	.2984414	5.033884
norsk	1.930715	.8595225	1.48	0.139	.8068215	4.620182
lovtekstom	1.631495*	.4162787	1.92	0.055	.9894644	2.690117

Krysstabeller mellom respondentenes svar på om det foreligger en mangel og om de kommer til å reklamere.

(bestikk )	2	3	4	5	Total		
1							
1	9	6	1	1	0		17
2	8	2	0	0	0		10
3	4	16	30	16	11		77
4	2	7	25	14	18		66
Total	23	31	56	31	29		170

(genser)	1	2	3	4	Total
1	0	0	0	1	1
2	1	2	2	1	6
3	7	7	1	2	17
4	106	32	5	3	146
Total	114	41	8	7	170

(bruktbil)	1	2	3	4	5	Total
1	0	0	1	1	0	2
2	4	3	0	0	0	7
3	29	10	0	1	1	41
4	101	16	2	1	0	120
Total	134	29	3	3	1	170

(telefon)	1	2	3	4	5	Total
1	4	2	4	1	5	16
2	7	8	10	2	8	35
3	36	25	3	3	0	67
4	48	2	1	1	0	52
Total	95	37	18	7	13	170