

Norsk som andrespråk i digital kommunikasjon på arbeidsplassen

Språklege praksisar blant litauiske arbeidsinnvandrere

Kristin Vold Lexander

Høgskolen i Innlandet

Samandrag

Denne artikkelen undersøker digital samhandling på fleirspråklege arbeidsplassar med utgangspunkt i eit økologisk syn på språk og media. Gjennom ein analyse av intervjudata, dømme på digital samhandling og deltakarane sine mediagram, studerer eg korleis litauiske arbeidsinnvandrere og deira arbeidsgivarar nyttar og oppfattar språklege, multimodale og digitale affordansar i arbeidskommunikasjonen sin. Korleis påverkar kommunikasjonen deira inkluderande og ekskluderande praksisar på arbeidsplassen og i arbeidslivet? Fokuset her er på tre arbeidsinnvandrere i ulike yrke og ein arbeidsgivar: ein reinhaldar, ein sosialarbeidar, ein fjøsavløysar og gardbrukaren han jobbar for. Resultata viser bevisst bruk av det språklege, teknologiske og modale handlingsrommet, medialiseringsspektret, for å bygge forståing og relasjonar i ein andrespråkskontekst. Desse praksisane kan ein òg forstå ved hjelp av omgrepet *entreprenør-sjølvet*: Deltakarane agerer gjennom denne kommunikasjonen for å motverke ekskludering og slik oppnå ønska roller og deltaking i arbeidslivet.

Nøkkelord: *digitale samtalar, fleirspråklege arbeidsplassar, SMS, emoji, affordansar*

Innleiing

Denne artikkelen tar for seg fleirspråklegheit og digital samhandling blant litauiske arbeidsinnvandrarar og deira arbeidsgivarar.¹ Den tar for det første utgangspunkt i at digitale verktøy har blitt ein del av den daglege språklege dynamikken i arbeidslivet (Skovholt & Svennevig, 2008), både på arbeidsplassar der arbeidsoppgåvene er direkte knytte til digitale verktøy og der dei ikkje er det. Med unntak av nokre undersøkingar på kontorbaserte jobbar (t.d. Jonsson & Blåsjö, 2020) er betydninga av denne typen kommunikasjon for det språklege samspelet likevel lite studert, og særleg finst det lite på arbeidsplassar med fysisk krevjande arbeid. Det andre utgangspunktet er rolla digitale verktøy kan spele i ein andrespråkskontekst, med sine affordansar (Hutchby, 2001; van Lier, 2000), eller tekniske handlingsmoglegheiter (Jonvik, Røssaak, Stien & Sunnanå, 2020), som kan nyttast til å skape forståing, som til dømes omsettingsfunksjonar, multimodalitet i form av bilete- og videodeling, emoji og retteprogram. Gjennom bruk av desse kan deltakarar i digital samhandling påverke verdsettinga av dei ulike språklege ressursane på arbeidsplassen, noko som har direkte økonomiske og sosiale implikasjonar og påverkar maktforholda mellom arbeidstakarane (Zhu, 2014, s. 233). Ein arbeidstakar kan til dømes bruke digitale verktøy til å nytte og tileigne seg språkleg kompetanse for å styrke eigen posisjon, medan ein arbeidsgivar kan bruke språkpolitikk til å kontrollere arbeidsstokken for å inkludere og ekskludere (jf. Kraft, 2020).

For det tredje blir det i andrespråksopplæringa lagt stor vekt på samarbeid med arbeidslivet, og vi treng meir kunnskap om kva som faktisk blir sagt og gjort i arbeidskommunikasjon for å vidareutvikle kunnskapen om korleis andrespråkstileigning skjer og kan skje på jobb (Lehtimaja, Virtanen & Suni, 2021). Lehtimaja et al. (2021) held også fram at vi må lytte til dei som har ulike roller i denne samhandlinga. Denne artikkelen svarar på oppfordringa deira ved å analysere autentisk digital arbeidskommunikasjon og ved å sjå han i lys av både arbeidstakar og arbeidsgivar sine perspektiv. Med utgangspunkt i det økologiske synet på språklæring og bruk av digitale verktøy, samt omgrepet «entreprenør-sjølvet» (Garrido & Sabaté-Dalmau, 2020), undersøker eg korleis

¹ Stor takk til deltakarane i studien og til to anonyme fagfellar som kom med nyttige innspel i arbeidet med artikkelen.

dei digitale språklege og multimodale praksisane verkar inkluderande og/eller ekskluderande på arbeidsplassen. Inkluderande og ekskluderande praksisar blir her forstått både i ein svært avgrensa forstand, som gradar av likeverdig deltaking i relasjonar og kommunikasjon på jobb, og i ein vidare forstand som opplevd likeverd i det norske samfunnet (jf. Felder, 2018). Analysen søker å svare på følgande spørsmål: Korleis blir ulike språklege, teknologiske og multimodale ressursar nytta i samhandling på fleirspråklege arbeidsplassar? Kva for profesjonelle og sosiale formål styrer bruken av desse ressursane? Korleis påverkar dette andrespråklæringa til deltakarane? Korleis påverkar den digitale samhandlinga relasjonar på jobb, og korleis får desse konsekvensar for inkluderande og/eller ekskluderande praksisar?

Den første delen av artikkelen tar for seg litteratur om fleirspråkleg samhandling i arbeidslivet og i digital kommunikasjon, samt det økologiske synet på språklæring (van Lier, 2000). Eg diskuterer så medialiseringensrepertoar (*mediational repertoire*, Lexander & Androutopoulos, 2021) for å grunngi og vidare beskrive metodar brukt i prosjektet som ligg til grunn for artikkelen, DigiMulti², om språkleg praksis i digital kommunikasjon hos litauiske arbeidsinnvandrere (Thyness & Lexander, 2023). Den påfølgande analysen kombinerer data frå digital samhandling og mediagram med data frå intervju med deltakarane, analysert i ei biografisk tilnærming med vekt på kjensler og opplevingar (Busch 2012). Eg nyttar også interaksjonell sosiolingvistik (Gumperz, 1982) for å analysere i alt tre kasus, først reinhaldsarbeidaren Greta, så barneverntilsette Jolanta og til slutt fjøsavløysaren Ignas og gardbrukaren han jobbar for. I den avsluttande drøftinga ser eg på korleis dei tre kasusa bidreg til forståing av 1) entreprenør-sjølvet i ein norsk kontekst, 2) betydninga av å inkludere heile medialiseringensrepertoaret når ein skal studere kommunikasjon på arbeidsplassen og 3) oppfatninga av affordansar i det fleirspråklege arbeidslivet.

² *Digital interaksjon og flerspråkligheit på jobb og i skole – Litauiske innvandrere i Innlandet* (2020-2024) ved Høgskolen i Innlandet, finansiert av Norges Forskningsråd (FRIPRO, Unge forskertalenter), prosjekt 300820.

Teoretisk rammeverk og tidlegare forskning

Den sosiale og språklege samhandlinga på arbeidsplassen er rammesett praksis. Denne er basert på marknadsøkonomiske prinsipp og konkurranse, der arbeidstakaren representerer eit entreprenør-sjølve, som i Foucaults forstand «velger fritt, forvalter sin egen arbeidskraft, og som ved å investere i denne er sin egen lykkjes smed» (Eliassen, 2021, s. 53). Innanfor denne ramma kan andrespråksbrukaren lære språk, som eit ledd i utviklinga av det entreprenøriale sjølvet. Entreprenør-sjølvet er eit ideal skapt av marknadstenkinga som karakteriserer synet på arbeidskrafta i Europa: Eit individ som investerer i språklæring for å gjere seg meir attraktiv som (flyttbar) arbeidstakar (Garrido & Sabaté-Dalmau, 2020). På same vis som ein snakkar om «*the self-made man*», kan ein dermed snakke om ein diskurs rundt «*the self-made speaker*» (Martín-Rojo, 2019). *The self-made speaker* er omgitt av affordansar eller potensielt medierande ressursar (Sandwall, 2010; 2013). Dette omfattar både handlingsmoglegheiter for språklæring, slik dei blir forstått i den økologiske tilnærminga (van Lier, 2000), og potensialet for handling ulike aktørar møter når dei tar i bruk ulike typar teknologi (Hutchby, 2001). I denne artikkelen blir dei to samanstilte for å foreine perspektiv frå undersøkingar av språklæring på arbeidsplassen (Pedersen, 2016; Sandwall, 2010) med forskning på digital samhandling (Hutchby, 2001; C. Lee, 2007). Eg set så desse i samheng med forskning på sosiale forhold ved fleirspråklege arbeidsplassar (Gonçalves et al., 2017; Kraft, 2020).

Økologiske perspektiv på språkleg samhandling og læring på arbeidsplassar

Språkleg samhandling på arbeidsplassar har fleire funksjonar. På den eine sida kommuniserer ein for å få arbeidsoppgåvene gjort, og på den andre byggjer ein relasjonar til kvarandre (Holmes & Stubbe, 2003). Desse to prosessane er ofte samanfiltra – ein byggjer relasjonar for å få arbeidsoppgåvene gjort, og ein byggjer relasjonar gjennom å utføre arbeidsoppgåver. Utføringa av arbeidsoppgåver og den tilhøyrande språklege samhandlinga har som mål å bidra til reproduksjon av arbeidsplassen sine normer og praksisar og er derfor underlagt kontroll og regulering. Til dømes kan enkelte språk vere sett på som uakseptable på arbeidsplassen eller i ulike kontekstar på arbeidsplassen. I denne konteksten, i kraft av den subjektive opplevinga av språklege handlings-

moglegheiter som oppstår i relasjon til dei objektive moglegheitene til deltaking i kommunikasjon (jf. Pedersen, 2016, s. 105), kan andrespråksbrukaren utvikle språkkunnskapane, til dømes utvide vokabularet sitt (Svennevig, 2018), utvikle yrkesidentiteten sin (Tkachenko, 2021), og lære å bruke diskursive strukturar for å kjempe for likeverdig deltaking og mot utnytting (Pedersen, 2016). Andrespråksbrukaren sine språkbehov og ønske, forma av (språklege) opplevingar, mobilitet, formell og uformell læring gjennom livet, møter altså ein institusjonalisert praksis der hen utviklar entreprenør-sjølvet.

For å forstå korleis desse tilhøva, relasjonsbygging, arbeidsoppgåver, språklæring og yrkesidentitet, heng saman, er omgrepet *affordansar* nyttig. Eit økologisk syn på språklæring, der ein ser på det sosiale miljøet til språkinnlæraren og kva for handlingsmoglegheiter hen oppfattar der, tar nemleg omsyn til desse tilhøva: Om ein skal behandle språklæring som sosial praksis, kan ein ikkje redusere språklæring til ein prosess der ein mottar element av ein definert kode som ein så prosesserer (van Lier, 2004, s. 90).

Affordances blei først introdusert av Gibson (1979) for å beskrive korleis organisme og miljø høyrer saman i ein gjensidig relasjon. På andrespråksfeltet handlar det om moglegheiter i omgivnadene, med fokus på det sosiale miljøet: moglegheiter for å agere (*action potentials*, van Lier 2004, s. 92) og å lære (Sandwall, 2010; Pedersen, 2016). Eit økologisk syn på språklæring fokuserer altså på relasjonar og ser læring som eit resultat av semiotisk aktivitet der innlærer brukar av eit «semiotisk budsjett», forstått som dei moglegheitene for meningsfull handling ein spesifikk situasjonen opnar for (van Lier, 2000, s. 251–252). Når ein forstår språklæring som ein prosess der innlærer identifiserer og tolkar *affordansar*, vender ein blikket mot tilhøvet mellom eigenskapar i miljøet og den aktive innlærer (van Lier, 2000, s. 257). Strømmer (2016) trekk fram avgrensing i *affordansar* når ho analyserer moglegheitene ein reindhaldsarbeidar har til å utvikle språkkunnskapane sine i finsk slik han ønsker. Ho viser til at faktorar som tilsetjingsforhold og organisering av arbeidsdagen kan stå i vegen for språkleg samhandling på jobb. Sandwall (2010) og Pedersen (2016) nyttar den økologiske tilnærminga for å undersøkje korleis andrespråksundervisning kan trekke elevar si erfaring frå arbeidspraksis inn i andrespråksklasserommet og samstundes ta omsyn til dei ulike livsperspektiva til dei individuelle elevane.

Språklæring i arbeidskonteksten handlar altså om å gjere det enklare å forstå og kommunisere, samstundes som ein skal kunne forhandle rolla og posisjonen sin (Gonçalves et al., 2017; Kraft, 2020; Pedersen, 2016; Sandwall, 2010). Nokre arbeidstakarar opplever at dei ikkje får moglegheit til å utvikle andrespråket sitt fordi dei i liten grad har høve til å praktisere språket på jobb (Sandwall, 2010; Strømmer, 2016), medan andre opplever at arbeidsgivar brukar språkkompetansen deira til oppgaver utanom dei avtalte, utan at dette påverkar løna deira (Duchêne, Moyer & Roberts, 2013). Språk på arbeidsplassen betyr derfor mykje for i kva grad ein opplever å bli inkludert og/eller ekskludert, eller til og med utnytta i arbeidskvardagen. Vi veit derimot lite om kva digitalt mediert språk betyr for opplevingar av inkludering og ekskludering i denne konteksten.

Affordansar i digital samhandling

Andrespråksinnlærarar sine oppfatningar av eigne språkbehov og -ønske blir som nemnt påverka av marknadstenkinga i arbeidslivet, men dei blir også forma gjennom bruk av digitale media (Darvin & Norton, 2015; Douglas Fir Group, 2016). Sosiale media kan til dømes vere viktig for å lære språk, byggje nettverk og tileigne seg sosial og kulturell kapital når ein skal skape seg eit liv i eit nytt land (Alencar, 2018).

Omgrepet affordansar blei brukt av Hutchby for å finne ein veg utanom teknologisk determinisme som likevel reknar inn dei funksjonelle og relasjonelle moglegheitene som teknologien tilbyr når ein skal analysere korleis vi brukar han (Hutchby, 2001, s. 444). Slik kan vi studere korleis teknologi blir ein del av framferda vår. Medan mykje litteratur om digitale media først og fremst ser på dei teknologiske handlingsmoglegheitene, er sjølvstøtt språk også sentrale ressursar i digital kommunikasjon. C. Lee (2007) undersøker korleis unge i Hong Kong vel språk og skriftsystem i sine tekstmeldingar. Ho byggjer på Kress (2003) si forståing av affordansar, som mellom anna handlar om grenser for moglegheiter. Ho viser også til Norman si forståing av *oppfatta* affordansar (1988, sitert i C. Lee, 2007) for å peike på at det er viktig med erfaring for korleis språkbrukarar oppfattar potensialet, eller mangelen på potensiale, i språklege ressursar dei har til disposisjon. På same måte som van Lier (2000) understrekar det i språklæringsperspektivet, er det interessante for C. Lee altså ikkje berre kva som finst av moglegheiter, men korleis folk opplever desse moglegheitene. Medan C. Lee og andre (t.d.

Wikström, 2019) brukar affordansar til å analysere digitale språkpraksisar der læring ikkje er hovudfokus, er omgrepet òg nytta for å studere språklæring på digitale arenaer. Y.-J. Lee (2022), til dømes, ser på korleis brukarar av Instagram og TikTok nyttar det teknologiske handlingsrommet som ligg i desse verktøya for å skape språklærings situasjonar. Undersøkinga viser at dei tar i bruk ulike visuelle ressursar saman med lyd og skrift for å lære og lære bort, ikkje berre eit bestemt språk, men òg eitt og eitt ord på fleire språk. Slik presenterer dei språklæring etter ein annan modell enn den som peikar på eitt standard målspråk.

I denne artikkelen blir bruken av affordansar som tar utgangspunkt i Hutchby sin definisjon, sett saman med van Lier sin økologiske modell for å kunne studere mobiliseringa av ulike språklege, modale og teknologiske ressursar i samheng med den sosiale samhandlinga. Dette gjer eg mellom anna ved å analysere medialiseringa til deltakarane.

Medialiseringa

Digital kommunikasjon opnar for å bruke ulike ressursar når ein skal kommunisere på eit andrespråk, både det språklege repertoaret og andre typar ressursar som ligg i å utnytte dei mogleghetene som digitale verktøy gir, som omsettingsprogram, emoji og multimodalitet. I tillegg vel ein ikkje berre språk, ord og uttrykk, stavemåte eller uttale når ein skal kommunisere digitalt, ein avgjer òg kva for medium og modalitet ein vil bruke. Polymedia-teori postulerer at desse vala får konsekvensar for relasjonen dei medierer, sett over tid: Vel ein konsekvent kommunikasjon på e-post, byggjer ein andre relasjonar enn om ein kommuniserer med videosamtalar, og ein kommuniserer kjensler på ulike måtar med ulike media (Madianou & Miller, 2012). For å sette språklege og digitale ressursar i samheng med val av medium og modalitet, kan ein sjå dei samla, som komponentar i eit individuelt medialiseringa repertoar (*mediational repertoire*, jf. Alexander & Androutsopoulos, 2021). Om ein vil studere korleis samtalepartnarane nyttar affordansane vi finn i digitale verktøy i arbeidsplass-kommunikasjon, er det eit poeng å ikkje berre sjå på samtala i seg sjølv, men i tillegg ta med kva slags val av kommunikasjonskanal som ligg til grunn for samtala og kva for handlingsmoglegheiter som blir tilgjengelege – eller utilgjengelege – gjennom dette valet. Ikkje minst er det interessant å sjå på kvifor dette valet blei gjort og kven som gjorde det. Samtalepartnarane utgjer òg det sosiale miljøet

for den digitale kommunikasjonen. Dei er altså viktige når vi undersøker affordansar.

Metode og data

For å undersøkje deltakarane sitt medialiseringsservertuar sett i samanheng med samtalepartnarar, nyttar eg mediamgram som metode i innsamling og analyse av data. Studien denne artikkelen byggjer på, er ein del av eit fireårig prosjekt om fleirspråkleg digital kommunikasjon blant litauarar i Noreg. Til grunn for studien ligg ei post-digital etnografisk tilnærming, det vil seie bruk av etnografiske verktøy til utforsking av ulike individ sine nettverk og praksisar på tvers av forskjellige arenaer, digitale og ikkje-digitale, og å sjå desse i samanheng (Tagg & Lyons, 2022). Med dette som mål blei data frå arbeidslivet samla inn frå hausten 2020 til sommaren 2022 med ti litauiske arbeidsinnvandrarakar på Austlandet og tre av arbeidsgivarane deira som deltakarar. Arbeidsinnvandrarakane blei rekrutterte først, gjennom mitt eige nettverk og ei Facebook-side for litauarar i Noreg, og sidan tok dei som takka ja kontakt med arbeidsgivarane sine for å høyre om dei kunne tenke seg å delta. Alle skreiv under på samtykkeskjema (på norsk og litauisk), og undersøkinga er godkjent av Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste.

For å få kunnskap om korleis deltakarane opplever samhandling på arbeidsplassen, og om korleis dei samhandlar, blei det utført kvalitative intervju, og digitale interaksjonsdata blei samla inn. Det blei nytta mediamgram i intervjuet (Lexander, 2020; Lexander & Androutopoulos, 2021; 2023). Dette innebar at kvar deltakar på første møte laga ei teikning av den digitale jobbkommunikasjonen sin der språk, modalitet, media og samtalepartnarar var med. Dei fortalte med utgangspunkt i denne figuren om seg sjølv og bruken av språk og media på arbeidsplassen sin, og om kven dei kommuniserte med i løpet av arbeidskvardagen. Arbeidsinnvandrarakane skildra òg reisa si til og i Noreg og korleis dei opplevde det å komme til landet, medan arbeidsgivarane fortalte om sine syn på fleirspråklegheit på arbeidsplassen. I tillegg delte deltakarane skjermdump av meldingar frå samhandling på arbeidsplassen, etter samtykke frå samtalepartnarane. På neste møte hadde eg laga ein digital versjon av teikninga deira (sjå figur 1, 2 og 3) som vi fortsette samtala rundt, og dei peika på eventuelle manglar eller misforståingar i mi tolking av

kva dei tidlegare hadde fortalt. Slik er mediagrammet skapt i samarbeid mellom forskar og deltakar. Det blei gjort tre eller fleire intervju med kvar arbeidsinnvandrar, og eitt til to møte med arbeidsgivarane. Norsk eller engelsk blei brukt som språk i intervju, i tråd med ønska frå deltakarane. Eg har berre noko kompetanse i litauisk, og det var derfor ikkje mogleg å gjere intervju på litauisk, noko som hadde vore å føretrekke for at deltakarane skulle kunne uttrykke seg endå friare. Dei snakka likevel norsk eller engelsk på eit nivå som gjorde at det ikkje var aktuelt å bruke tolk. Teikninga og mediagrammet, samt skjermdumpane, blei visuelle hjelpemiddel i intervjusituasjonen. I fleire tilfelle var det ikkje berre ein, men fleire deltakarar til stades, slik at dei som syntest det var vanskeleg å uttrykke seg eller forstå, fekk hjelp av ein kollega som dei stola på med same språkbakgrunn. Intervjuspørsmåla var òg omsette til litauisk.

Deltakarane i studien har ulike yrke. Artikkelen ser særleg på fire av dei: Ein reinhaldar, ein barnevernstillsett, ein fjøsavløysar og gardbrukaren som er arbeidsgivaren hans. Eg viser også til data frå dei andre deltakarane der dette er relevant. Av desse driv ei eige reinhaldsfirmar, ei jobbar i barnehage og i daglegvarehandel, ei jobbar på eit kjøken på eit hotell som fungerer som flyktningmottak og tre jobbar på eit hotell, som vaktmeister, reinhaldar og resepsjonist/servitør. I tillegg deltar hotelldirektør på det sistnemte hotellet og ein barnehagestyrar i undersøkinga. I staden for namn vil eg vise til yrket til arbeidsgivarane når eg omtalar dei i analysen. Eg deler elles ikkje opplysningar om alder og bustad, og er forsiktig med kva for detaljar eg inkluderer i artikkelen slik at deltakarane ikkje skal kunne bli identifiserte.

Datamaterialet består altså av meir «objektive data», mediagram og skjermdump, og meir «subjektive data», samla inn gjennom intervju, og analysen kombinerer dei to typane data. Eg nyttar interaksjonell sosiolingvistikk (Gumperz, 1982) for å analysere den språklege samhandlinga som skjer digitalt i samheng med dei sosiale strukturane på arbeidsplassen. Dette gjer eg ved å sjå på kontekstualiseringssignala i dei digitale samtalanane i lys av kva deltakarane seier om kommunikasjonen. I tillegg analyserer eg mediagramma, som gir eit skjematisk innblikk, i kombinasjon med intervjudata der deltakarane deler kjensler og opplevingar. Her har eg ei biografisk tilnærming til andrespråksbruk (Busch, 2012), meir spesifikt ei biografisk tilnærming til andrespråksbruk i arbeidskonteksten (Pedersen, 2016).

Litauisk innvandring til Noreg

Litauiske arbeidsinnvandrarak utgjer no den nest største innvandringsgruppa i Noreg, med totalt 50 406 personar (Statistisk Sentralbyrå, 2023), etter å ha vore relativt få fram til EU-utvidinga i 2004. Slik sett er dei fleste litauarane i Noreg ein del av «den tredje bølga» utvandring frå Litauen, økonomisk motivert, med arbeid som mål (Ramonienė & Ramonaitė, 2021). Det er ikkje gjort så mykje forskning med litauarar i Noreg, men statistikken fortel oss at dei i større grad enn andre innvandrarak bur utanfor dei store byane (Østby, 2017) og at det er nokre fleire menn enn kvinner (Statistisk Sentralbyrå, 2023). Ein studie frå 2013 viser at litauarar opplever at dei har fellestrekk med nordmenn i større grad enn dei opplever med for eksempel britar, og at deira identitet som innvandrargruppe er knytt til arbeidskrafta dei bidreg med (Daukšas, 2013). Forsking på øysamfunnet Hitra/Frøya, med mykje arbeidsmigrasjon i fiskeindustrien, viser at arbeidsinnvandrakane og «dei lokale» ikkje nødvendigvis har same oppfatning av korleis innvandrarak blir tatt imot (Rye, 2018). Medan lokalbefolkninga fortalde ei suksesshistorie om kor godt integrerte nykommarane var, uttrykte arbeidsinnvandrakane at det var vanskeleg å kome i kontakt med nordmenn. Dei opplevde òg rasisme, ekskludering og klasseskilje. Rye og Andrzejewska (2010) meiner derfor at samhandlinga mellom dei fastbuande gjennom generasjonar og innvandrarak må bli betre, også når arbeidarar kjem for ein kortare periode. Digitale plattformer utgjer ein kanal for slik samhandling, og i denne artikkelen ser eg på samhandlinga litauiske arbeidsinnvandrarak har med nordmenn.

Digitale språkpraksisar hos tre litauiske arbeidsinnvandrarak: Greta, Jolanta og Ignas

Analysen tar for seg tre kassar og diskuterer som nemnt følgande spørsmål: Korleis brukar deltakarane ulike språklege, teknologiske og multimodale ressursar? Kva er deira profesjonelle og sosiale formål? Korleis påverkar desse praksisane andrespråklæringa til deltakarane og relasjonar på jobb, og korleis får dette konsekvensar for inkluderande og/eller ekskluderande praksisar?

Dei to første deltakarane vi møter i analysen, er valde ut fordi dei representerer nokre fellestrekk samtidig som dei viser ulikskapar i utviklinga av entreprenør-sjølvet. Først tar eg for meg historia til den eine reinhaldaren, «Greta», om korleis ho har «jobba seg inn» i det norske språket og bygd eit norsk nettverk og slik bana seg veg til å starte eige firma. Neste del presenterer forteljinga til ein annan deltakar, «Jolanta», med fokus på kor viktig den sosiale delen av digital kommunikasjon på arbeidsplassen har vore for hennar bruk av norsk og for hennar investering i norsk for å bli ein «legitim språkbrukar» (jf. Darwin & Norton, 2015). Båe kvinnene har pedagogisk utdanning frå Litauen, men medan Greta har lært seg norsk på uformelt vis og på eiga hand, og bygd seg ei karriere i reinhaldsbransjen, har Jolanta studert norsk på høgare nivå og fått jobb innafor fagområdet sitt. Det tredje kasuset er med for å presentere ei samanlikning av perspektiva til arbeidsgivarar og arbeidstakarar. Eg gjer i denne siste delen ein analyse av den digitale kommunikasjonen mellom ein gardbrukar og ein fjørsøktar, «Ignas».

«Greta»: Frå privat reinhald på engelsk til eiga bedrift på norsk

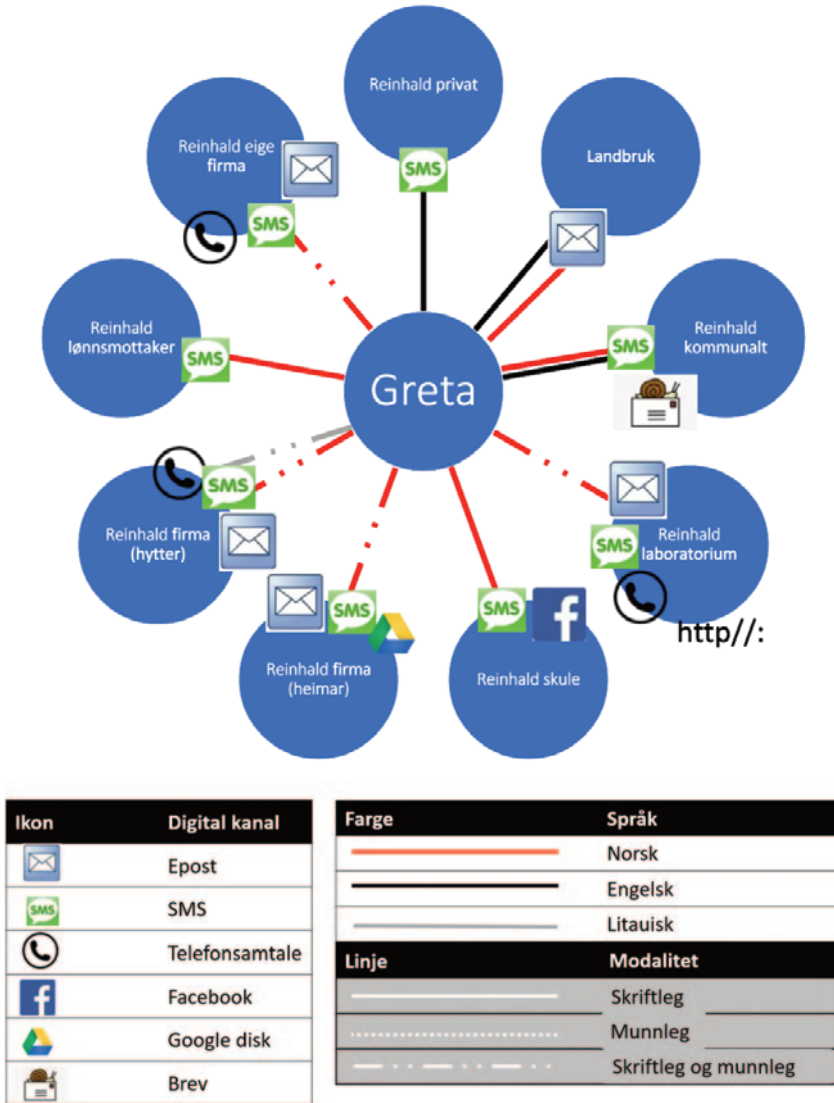
«Greta» kom til Noreg då den eldste sonen var baby. Mannen hennar hadde allereie vore i landet i nokre år, og han jobba som fjøsavløyser. Greta hadde pedagogisk utdanning frå Litauen, og ho fekk raskt ein jobb som reinhaldar i ein privat heim i nærleiken av garden dei budde på. Ikkje lenge etter at ho kom til landet, blei mannen alvorleg sjuk og kom på sjukehus. Denne opplevinga gjorde at ho bestemte seg for at «dårlig engelsk» måtte bli til «bedre norsk» (intervjudata). Ho kjøpte seg ei ordbok slik at ho skulle lære seg namn på ulike matvarer på norsk, for å kunne finne dei på butikken. Ho byrja òg på norskkurs, men etter kvart opplevde ho at ho blei meir som ein hjelpelærer på kurset fordi ho allereie hadde lært seg mykje på eiga hand og ikkje lærte så mykje sjølv. Ho valde derfor å slutte. Likevel fortsette ho aktivt å investere i norsk, blant anna gjennom å be dei ulike arbeidsgivarane om å snakke norsk til henne og gjennom å lese bruksretteiingar og bruke ordboka aktivt. Ho brukte på den måten mindre og mindre engelsk ettersom tida gjekk, og ho fekk nye jobbar. Heile arbeidslivshistoria hennar i Noreg er visualisert i mediagrammet hennar (figur 1). I dette mediagrammet er ulike arbeidsplassar representerte i sirklar rundt sentrum, strekar frå Greta til arbeidsplassane har ulike farger etter kva språk ho brukar i kommunikasjonen på dei ulike arbeidsplassane (raudt for norsk, grått for litauisk,

svart for engelsk), type linje syner modalitet (prikkete linjer for munnleg kommunikasjon, heile linjer for skriftleg og blanda linjer for begge modalitetar), medan ikon viser kva digitale kanalar som er i bruk.

Om vi ser på mediagrammet som ei klokke, ser vi at det startar med privat reinhald klokka 12 og endar foreløpig med eige reinhaldsfirma, klokka 11. På vegen dit har Greta jobba seg gjennom ei rekke ulike arbeidsplassar, først og fremst innan reinhaldsbransjen. Mediagrammet syner òg korleis Greta har gått frå å bruke berre engelsk (svarte linjer) med arbeidsgivaren sin til å byrje med, då ho dreiv med privat reinhald, til å bruke mindre engelsk, meir norsk (raude linjer), og til slutt gå heilt bort frå engelsk og over til berre norsk frå og med reinhaldet på laboratoriet. Eit unntak er «Reinhald firma (hytter)» då ho jobba for ein litauisk-talande arbeidsgivar og hadde litauisk-talande kollegaer. Reinhaldet på skulen skilde seg òg ut, sa Greta, for då blei det eit oppsving i norskbruken hennar, og ho blei inkludert i det sosiale nettverket av reinhaldskollegaer. Dei meinte at dei snakka for dårleg engelsk, slik at ho måtte snakke norsk til dei, og dei norsk til henne. Samstundes la dei henne til som venn på Facebook, noko ho opplevde som inkluderande: «Ja, når norske mennesker er på venner, du mere kan sånn involvere» (intervjuda). Greta forklarar at det blei lettare å bli oppdatert og å delta på aktivitetar for ungane, og det blei lettare å få tak i brukte utstyr og klede gjennom salsgrupper.

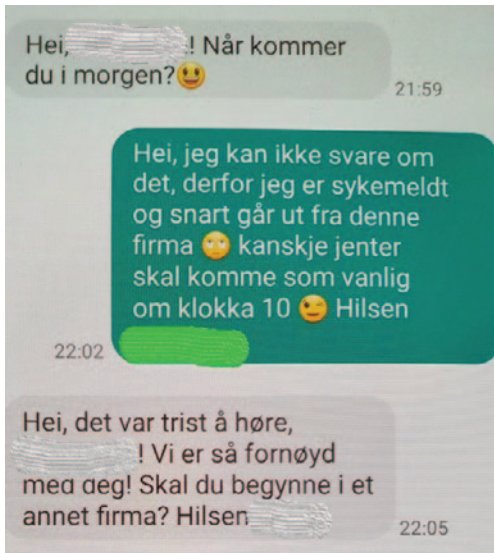
Ulike mediekkanalar er i bruk i arbeidskommunikasjonen til Greta. Tekstmeldingar og e-postar er mest brukte, medan telefonsamtalar og brev sende i posten også inngår. Ein arbeidsplass, «Reinhald laboratorium», skil seg ut ved at all kommunikasjon med arbeidsgivar var digital. Reinhaldet ho utførde på laboratoriet skjedde via eit reinhaldsfirma som gjennomførte jobbintervju og gav instruksar utan fysiske møte, og Greta møtte ikkje arbeidsgivaren personleg før ho hadde jobba lenge for firmaet.

Då Greta slutta å arbeide på skulen, byrja ho å jobbe for eit firma som gjorde reint i heimar og butikkar. Ho opplevde at kommunikasjonen mellom administrasjonen i firmaet og kundane ikkje fungerte så godt. Når ho kom til heimen der ho skulle gjere reint, var ho ofte venta på eit anna tidspunkt. Dette skapte problem for både henne og kundane. Som Greta sjølv uttrykte det: «Min sjef og leder [var] norsk, men de skriver så masse feil» (intervjuda). Ho byrja derfor å gi telefonnummeret sitt til kundane slik at ho kunne avtale direkte med dei. Slik bygde ho gode



Figur 1. Greta sitt mediagram

og tette band til dei. Men etter kvart blei ho sjukemeld og slutta i jobben. Eksempel 1 viser ei tekstmeldingsutveksling med ein av kundane på denne tida:



Eksempel 1. Greta sin SMS-kommunikasjon med reinhaldskunde

Slik meldinga viser, har Greta bygd ein personleg relasjon til kundane som kommuniserer at dei set pris på ho. Til dette brukte ho SMS, korte meldingar ein kan bruke til å nå kvarandre raskt, med moglegheit for å legge til emoji og enkelt dele bilete. Om Greta kommuniserte med kundane på e-post, ville dette kunne bli opplevd som meir upersonleg. Det er gjerne færre emoji i ein e-post, det er meir komplisert å sende bilete, og det tar ofte lengre tid å få svar. Samstundes ser vi at både Greta og kunden i eksempel 1 markerer opning og avslutning av meldinga på eit vis som liknar det vi ser i e-postar. Men nettopp ved at avsendar brukar namnet hennar i begge meldingane, blir den personlege relasjonen understreka, som eit kontekstualiseringssignal (Gumperz, 1982) om nærleiken i relasjonen som sett ei viss ramme for samtala. Sjølv om Greta er sjukemeld, viser ho seg som serviceinnstilt og svarer på spørsmålet som best ho kan. Emojien ho har sett inn etter at ho har skrive at ho kanskje snart går ut frå firmaet, er eit kontekstualiseringssignal om at

ho ikkje er heilt fornøgd med at ho skal slutte. Desse kunderelasjonane skulle vise seg å vere svært viktige, som eg vil komme inn på nedanfor, men først litt om kva Greta seier om affordansane til tekstmeldingar og korleis ho brukar dei.

Når det gjeld språklege affordansar, brukar Greta ordbok, digital og analog, autokorrigerer og foreslått tekst når ho skriv meldingar. Ho vel ofte å bruke tekst av den grunn; det er tid til å jobbe med kommunikasjonen og slik få det rett. «Jeg synes det er mest bedre skrive på meldinger, da, de sto, vet ikke noen ord, du bare ta ordbok» (intervjudata). For Greta er det altså fleire handlingsmoglegheiter som er viktige: moglegheita til å velje *skriftlege* meldingar som gir henne tid til å jobbe med teksten og å bruke ordbok, digitalt eller på papir, og dei digitale moglegheitene til å finne ord og rette stavemåtar som ligg i SMS-verkøyet. Ho seier òg at det er lettare å forstå kva kundane meiner i tekstmeldingar, sidan mange av dei snakkar den lokale dialekta, men skriv på bokmål. Dei eldre kundane vel ho likevel å ringe til fordi ho veit at dei føretrekjer det. I datamaterialet ser vi at Greta sender bilete av den nyfødde dottera til kundane, nok eit kontekstualiseringssignal om ein viss nærleik, at ho ser på kundane som noko meir enn berre ei inntektskjelde: Ho ønsker å vise dei barnet, og ho reknar med at dei har lyst til å sjå det. Slik vi ser, nyttar Greta òg affordansane i tekstmeldingar som gjeld emoji til å kontekstualisere meldingane sine.

Det er interessant å sjå Greta sine praksisar i samanlikning med Strømmer (2016) sin studie av Kifibin, ein reinhaldsoperatør i Finland. Strømmer viser der at den vesle samhandlinga som faktisk fann stad når Kifibin utførte arbeidet sitt var korte utvekslingar om arbeidsoppgåvene. I Greta sitt tilfelle starta det med det, men det utvikla seg etter kvart til meir personleg kommunikasjon, ofte på tekstmeldingar sidan kundane ikkje nødvendigvis var heime når ho kom. Med bruk av mobiltelefon var det mogleg for Greta å oppretthalde relasjonen til dei ho gjorde reint hos då ho blei sjukemeldt. Sidan dei spurte etter henne direkte, kunne ho fortelje at ho skulle slutte i jobben, og ho kunne få støtte frå dei. Denne støtta tok etter kvart form av ein løvnad om å nytte hennar firma om ho skulle komme til å starte for seg sjølv. Greta sitt arbeid og hennar måte å kommunisere på sikra henne eit kundegrunnlag som gjorde at ho, etter ei tid som direkte lønsmottakar frå desse kundane, kunne opprette sitt eige firma. Ho gjorde dette ved å bevisst bryte med retningslinjene til arbeidsgivaren, ved å bruke dei affordansane til å bygge re-

lasjonar som ho oppfatta rundt seg: Med tekstmeldingar kunne ho kontakte kundane direkte og unngå misforståingar om til dømes tidspunkt. Ved å ringe dei eldre kundane, som ikkje var så glade i å kommunisere med tekstmeldingar, gjorde ho det lettare for dei, sjølv om det var vanskelegare for henne sjølv å forstå.

Medan Strømmer (2016) fann at Kifibin blei ståande utanfor det sosiale fellesskapet på arbeidsplassane der han blei sendt for å gjere reint, finn eg at Greta inkluderte seg sjølv i det sosiale nettverket til privatheimane der ho utførte reinhaldsoppgåver. Ho nyttar dei affordansane som dei sosiale media har, for å opne for ei form for sosial kommunikasjon som går ut over det reint arbeidsmessige. Gjennom å bruke språkkunnskapar og digital litterasitet til å byggje eit nettverk for å skape sin eigen arbeidsplass, representerer ho eit entreprenør-sjølve (Garrido & Sabaté-Dalmau, 2020). Historia ho fortel, syner at det sosiale miljøet rundt henne, og nettverket ho bygde, var heilt sentralt for at dette skulle bli ein realitet. For, slik Strømmer (2016) peikar på, blir reinhaldsarbeid ofte ei felle for andrespråksbrukarar. Ein brukar gjerne dagen til å utføre arbeid i eit miljø der det er få moglegheiter til å utvikle språkkunnskapar, språkkunnskapar som ville kunne opne for andre typar jobbar. Ein litauisk reinhaldar med universitetsutdanning som jobbar på hotell beskriv situasjonen slik: «fordi jeg jobber ikke med nordmenn ... jeg [jobber] bare alene» (intervjudata). Greta braut ut av «reinhaldsfella», då ho braut med arbeidsgivaren sine retningslinjer og ved aktivt å byggje relasjon til kundane gjennom digital samhandling.

Historia til Greta viser at språklege, teknologiske og multimodale ressursar blir nytta til å byggje relasjonar i jobberelaterte meldingar. Då Greta braut med arbeidsgivaren sine retningslinjer om at all kommunikasjon med kundane skulle gå gjennom dei, tok ho sjølv makt over sin eigen arbeidssituasjon og styrka kvaliteten på arbeidet for kundane, samstundes som ho bygde personlege relasjonar til dei. Etter kvart sende ho òg meldingar utan at det hadde noko med utføring av arbeidsoppgåver å gjere. Gjennom desse relasjonane styrkte ho sin eigen økonomiske posisjon og sjølvstende på jobbmarknaden. Ho motverka altså eiga ekskludering gjennom digital kommunikasjon med kundane. Kundane på si side, tok hennar parti, noko som kan vere knytt til både kvaliteten på arbeidet hennar og relasjonen dei hadde til henne. Entreprenør-sjølvet til Greta blei slik bygd av både språkleg kompetanse, i form av ressursar

til kommunikasjon med kundar, knytt til val av media og modalitet, og av hennar kompetanse til effektivt å utføre arbeid for kundane.

«Jolanta»: Språkpraksis gjennom relasjon med kollegaer

Jolanta representerer òg entreprenør-sjølvet, om enn på ein litt annan måte. Ho kom til Noreg då ho var ung og under utdanning i Litauen, for å bu saman med den norske kjærasten sin. Ho bestemte seg for å fullføre utdanninga i sosialpedagogikk i heimlandet på deltid samstundes som ho byrja jobbe som servitør på ein restaurant i Noreg. På restauranten kunne ho snakke engelsk og på same tid byrja ho på norskkurs. Ho beskriv opplevinga av den første tida i Noreg som å føle seg som ein av bussane ho såg køyre rundt med skiltet «Ikkje i trafikk». Men dette forandra seg i prosessen med å lære seg norsk, med god hjelp frå svigerforeldra, og etter eit halvt år starta ho å snakke språket.

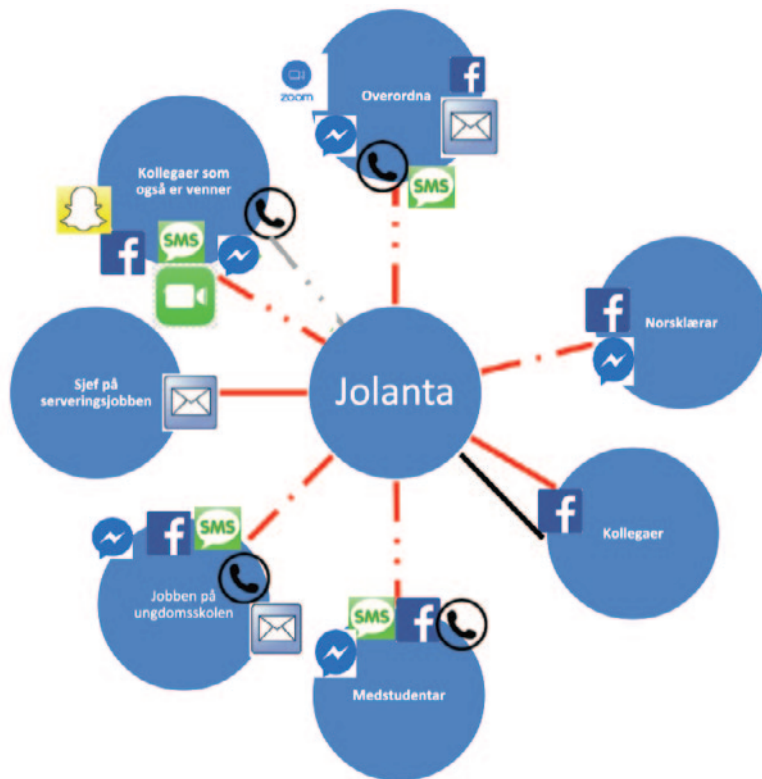
Då utdanninga i Litauen var fullført og eksamen i norsk gjennomført, byrja Jolanta å søkje jobb der kompetanse i sosialpedagogikk var etterspurd. Ho fekk til slutt napp, etter å ha møtt opp på kontoret til ein arbeidsgivar med søknaden i handa. Då ho endeleg fekk jobben, beskriv ho at det oppstod ein veldig kjenslemessig reaksjon, først gleda over å få jobben, sidan frykt for korleis ho skulle greie å utføre han. Særleg var ho bekymra for den skriftlege rapporteringa:

Okey, hvordan skal jeg klare å fungere i den jobben? Jeg har jo fortsatt veldig mye frykt, og med tanke på det som er med skriving (intervjudata).

Men då ho byrja i jobben, fekk ho gode attendemeldingar. Etter ei tid merka ho at ho stagnerte fordi rapportane ho skreiv var for enkle, ho søkte og fekk seg ein annan jobb som kravde meir. Ho pugga omgrep og leste andre rapportar, og igjen opplevde ho at arbeidet ho la i læringa, gav utteljing i form av attendemeldingar frå overordna:

Jeg fikk høre at jeg er flink, at jeg skriver bra, at jeg har lyst til å lære og at jeg tar ting til meg og det ble veldig stort håp i min indre verden (intervjudata).

Gjennom nettverk ho bygde på jobb og ved å halde kontakt digitalt når ho eller kollegaer skifta jobb, fann ho fram til nye arbeidsplassar. Ikkje minst var hennar tospråklege kompetanse – med veldokumenterte kunn-



Ikon	Digital kanal	Farge	Språk
	Epost		Norsk
	SMS		Engelsk
	Telefonsamtale		Litauisk
	Facebook		Skriftleg
	Messenger		Munnleg
	Snapchat		Skriftleg og munnleg
	Zoom		
	Facetime		
		Linje	Modalitet
			Skriftleg
			Munnleg
			Skriftleg og munnleg

Figur 2. Jolanta sitt mediagram

skapar i norsk – ei årsak til at ho fekk ein av jobbane. Dette kallar ho «en stor ære» (intervjudata). Jolanta er eit døme på investering (Darvin & Norton, 2015) i norsk, som ein del av entreprenør-sjølvvet. Men der Duchêne et al. (2013) ser på investeringa i språk som motivert av økonomiske forhold, ein kapital på arbeidsmarknaden, brukar Jolanta også arbeidsmobilitet som ein veg til å utvikle norskkunnskapane sine. Digital kommunikasjon er ein viktig del av arbeidskvardagen til Jolanta, slik mediagrammet hennar viser.

Ho har fleire jobbar samtidig, ein hovudjobb med ulike samtalepartnarar («Overordna», «Kollegaer som også er venner» og «Kollegaer») og nokre ekstraoppdrag («Jobben på ungdomsskulen», «Serveringsjobben»), og held kontakt med norsklæraren sin og dei ho studerte norsk saman med. Det meste skjer på norsk, medan ho brukar engelsk med enkelte kollegaer og litauisk med nokre andre. Mediagrammet viser også at ho brukar ei rekke ulike media med enkelte samtalepartnarar. Med den overordna på jobben er det både skriftleg og munnleg kommunikasjon med bruk av e-post, SMS, Messenger, Zoom og vanlege telefonsamtalar. I tillegg er ho venn med sjefen på Facebook. Det same gjeld kollegaer som også er venner. Ho brukar ei rekke ulike verktøy, mellom anna Snapchat, som gjerne blir brukt først og fremst til sosiale formål, og både skriftleg og munnleg kommunikasjon. Kollegaene er ei svært viktig gruppe samtalepartnarar for Jolanta. Når det gjeld språkbruk og språklæring, trekkjer ho nemleg fram den første tida i Noreg og korleis ho blei inkludert i det digitale sosiale nettverket på jobb. På restauranten der ho jobba då ho nett var komen til Noreg, fekk ho raskt kontakt med kollegaer som ho òg blei «venn» med på Facebook. Ein kveld kom ei melding på Messenger, på norsk (sjå eksempel 2). Jolanta svara på norsk, sjølv om ho kunne ha svara på engelsk, og sjølv om ho måtte bruke sitt litauiske tastatur og Google Translate.

Jolanta beskriver denne første kommunikasjonen slik:

Meldingene vi sendte til hverandre var jo på Facebook og da satt jo jeg med, skulle så klart skrive på norsk, satt med Google oversetter og det er sikkert mye feil (intervjudata).

Allereie på denne tida bestemte Jolanta seg for å utnytte dei moglegheitene dei sosiale media gav henne til å utvikle språkkompetansen sin. Som vi ser, brukar kollegaene Messenger til å avtale sosialt samvær



Eksempel 2: Jolanta sin Messenger-kommunikasjon med ein kollega

utanom jobb, og dei sosiale media gir slik moglegheit på den eine sida for å bruke norsk i digital kommunikasjon og på den andre sida for å avtale sosiale aktivitetar som fører til ytterlegare bruk av språket i sosiale samanhengar. Jolanta greip denne moglegheita og beskriv i intervjuet at det var viktig for henne å bruke norsk, å få eit nettverk av norske venner for å lære seg norsk, og ikkje bruke engelsk for mykje slik at ho gjekk glipp av moglegheiter for å praktisere språket. Ho investerte slik i norsk språklæring ved bevisste val.

Akkurat slik Greta gjer, peikar Jolanta på at ho var meir komfortabel med å skrive meldingar enn å snakke på telefon. Ho grunngrir det med at ho var redd for å bruke for mykje tid på å forstå og formulere setningar. Akkurat dette forholdet mellom synkron og asynkron kommunikasjon blir peika på av fleire av deltakarane. Dei føretrekkjer å skrive på andrespråket når dei kommuniserer digitalt. Dette blir også tatt opp på arbeidsgivar-sida. Hotelldirektør-deltakaren seier at ho sender SMS til reinhaldarane fordi dei då kan bruke Google Translate for å vere sikre på at dei har forstått meldinga. Ein annan deltakar fortel at ho brukar Snapchat til å spørje kollegaer om hjelp når dei får ein felles beskjed frå sjefen som ho ikkje er sikker på om ho forstår. Det ser ut til at deltakarane opplever at handlingsmoglegheitene i digitale verktøy er knytte til

at det er meir «ufarleg» å stille spørsmål der. Ikkje minst er moglegheita til kontakt utanom arbeidstid viktig for dei, for det sosiale og for det språklege.

Interaksjonsdata frå kommunikasjonen til Jolanta viser at dei sosiale media etter kvart blei kanalar for å få ulike typar relevant og profesjonell informasjon, og i tillegg ein kanal for anerkjenning frå leiinga. Som nemnt var ho spesielt bekymra for rapportskrivninga, men på tekstmelding skriv sjefen hennar at rapporteringa hennar er «rå» og at ho vil bruke henne til å vise andre korleis ein rapport skal vere.

Når Jolanta snakkar om si eiga inkludering i Noreg, peikar ho på både det formelle og det sosiale: «jeg har jo jobb, flere jobber her, og venner», og på anerkjenninga frå begge hold: «jeg føler at jeg har klart å inkludere meg selv i det norske liv med at jeg har blitt anerkjent». Jolanta skildrar altså ei tosidig oppleving av dette. Ho er dermed opptatt av det Felder (2018) omtalar som to overlappende typar inkludering, både i personlege relasjonar og i samfunnsstruktur, med sosial anerkjenning som ein sentral faktor. Samstundes er Jolanta si forteljing i tråd med tanken om at arbeidstakaren sjølv har ansvar for å tilpasse seg marknaden og ansvar for å inkludere seg sjølv, som det ein kunne kalle ein *self-made included*.

Så, medan Greta har brukt teknologiske affordansar til å byggje relasjonar i reinhaldsbransjen, er Jolanta si historie ei historie om å kvalifisere seg formelt for jobbar berekna på fagbakgrunnen hennar. Vala dei to har tatt, kan henge saman med livshistoria deira. Jolanta kom som ung, utan forpliktingar, til ei svigermor som underviste i norsk. Greta kom med eit lite barn, til ein mann som allereie var i arbeid, og har heile tida stolt mykje på seg sjølv og ikkje så mykje på systemet. Både Greta og Jolanta peikar på at den digitale samhandlinga deira med førstespråkbrukarar har vore viktig for både språklæring og sosiale relasjonar. Dette har igjen vore viktig for arbeidslivet deira. Samstundes er det ein tredje deltakar i prosjektet som har same utdanning som Jolanta og som òg har svært høg kompetanse i norsk. Ho er likevel tilsett som ufaglært på sin arbeidsplass, fordi denne utdanninga ikkje er godkjent for arbeid i barnehagar i Noreg, slik det er i Litauen. Ho jobbar derfor på ein supermarknad i tillegg. Det entreprenøriale sjølvet er på langt nær uavhengig av dei samfunnsstrukturane som omgir dei.

Jolanta brukte altså den språklege tekniske handlingsmoglegheita ein finn i Google Translate til å bruke norsk når ho var tidleg i læringa, både

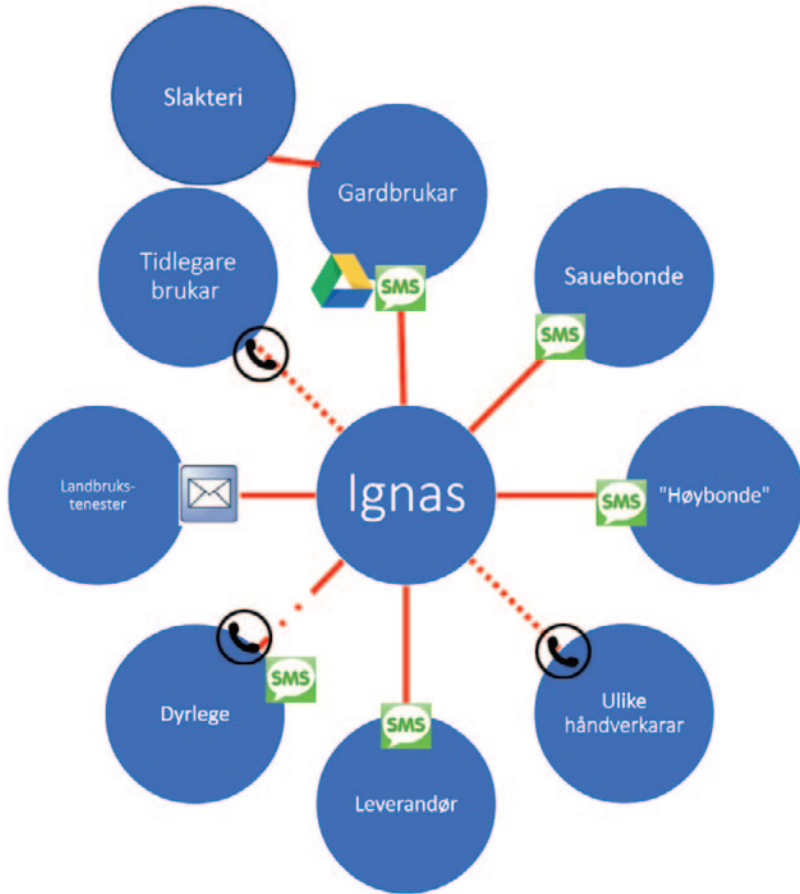
for å bruke norsk og for å knyte sosiale band med norsktalande. Sosiale media blei ein arena for språkutvikling, og praksisane her blei inkluderande gjennom at dei gav tilgang til andre arenaer for samhandling. Seinare blei tekstmeldingar ein kanal for anerkjenning i jobbkonteksten, ei anerkjenning som er viktig for Jolanta si kjensle av å vere inkludert.

«Ignas» sine andrespråkspraksisar på jobb

Modalitet spelar ei endå meir sentral rolle i digital kommunikasjon mellom ein fjøsavløysar, «Ignas», og arbeidsgivaren hans. Ignas har budd i Noreg i meir enn 10 år. Han har jobba som røktar heile tida, først på ein gard, så på ein annan. Akkurat som Jolanta snakkar han om ei frykt for språket då han kom til Noreg, og beskriv seg sjølv som «veldig redd første gang». Han brukte kroppsspråk og noko engelsk og gjekk på norskkurs ei tid, men var så sliten etter harde arbeidsdagar at han strevde med å følge med. Derfor slutta han. Ignas fortel at han først blei verkeleg motivert for å lære seg norsk då han fekk barn. Fordi foreldre og lærarar må kommunisere godt, blei det viktigare å lære seg norsk. Han har òg ei historie med sjukehusinnlegging som førte til at både han og kona lærte seg meir norsk. Det er altså ikkje først og fremst arbeidet som har gjort at han har følt på andrespråklæringsbehov.

Med berre ein arbeidsgivar som kollega på garden skulle ein kanskje tru at Ignas hadde lite samhandling med andre i løpet av ein arbeidsdag, men mediagrammet hans viser at dette ikkje er tilfelle. Mediagrammet til Ignas syner at han berre brukar norsk på jobb og at han har digital kontakt med fleire forskjellige kontaktar i løpet av arbeidsdagen. Han brukar skriftleg norsk med gardbrukaren som er hovudarbeidsgivaren hans, med dei to gardbrukarane som han jobbar for innimellom og med ulike leverandørar av utstyr til garden. All denne kommunikasjonen skjer på SMS. Med «landbrukstenester», avløysarlaget som står for løn, timelister og anna formelt ved arbeidsforholdet hans, brukar han e-post. I tillegg snakkar Ignas på telefon med den tidlegare brukaren, som enno er aktivt med i drifta, og han både snakkar med og sender tekstmeldingar til dyrlegen. Ignas rapporterer også til slakteriet kor mange dyr dei skal sende, men dette skjer via gardbrukaren.

Arbeidsgivaren til Ignas er òg deltakar i studien. Ho tok over garden frå faren nokre år tilbake, og Ignas var allereie tilsett då. Medan faren ringde til eller prata med Ignas, føretrekk den noverande eigaren meir skriftleg kommunikasjon, og dei har ein rutine med ei tavle i fjøset der



Ikon	Digital kanal	Farge	Språk
	Epost	—	Norsk
	SMS	—	Modalitet
	Telefonsamtale	—	Skriftleg
	Google disk	Munnleg

Figur 3. Ignas sitt mediagram

dei skriv opp kva som skjer frå dag til dag, til dømes om det er dyr som skal ha medisin eller liknande. I tillegg kommuniserer dei på SMS og dei delte ei rekke av desse meldingane, saman med tankar om denne kommunikasjonen. To ting var dei to einige om: at skriftleg kommunikasjon var å føretrekke og at det multimodale var ein viktig del av denne samhandlinga. Både bilete og emoji blei hyppig brukt. Ignas forklarte bruken av bilete med at det var lettare å formidle til dømes eit teknisk problem med eit bilete enn med ei lang forklaring. «Hvis du jobber på jordet er noen aksident eller noen som, bare tar bilde og sendes, lettere å forstå» (intervjudata). Meldingane i eksempel 3 og 4 nedanfor viser korleis Ignas brukar bilete i sine multimodale tekstmeldingar.

I eksempel 3, ber han på ein implisitt måte gardbrukaren om å bestille lim. Han forklarar at han treng det, kvifor han treng det, og han sender eit bilete frå ein forhandlar for å spesifisere kva for lim han treng utan å skrive det ut i meldinga.

Gardbrukaren på si side, brukar ikkje like mykje bilete, men ho brukar emoji. Dette er ikkje tilfeldig, slik ho forklarar:

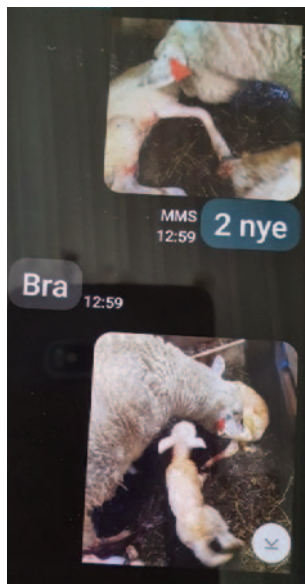


Eksempel 3. Ignas og gardbrukaren sin SMS-kommunikasjon

Det er på en måte mitt ansvar at han skal ha det bra, jeg tenker på arbeidsmiljø ... jeg prøver å bruke et positivt språk på meldinger ... jeg tror jeg bruker litt emoji og sånn og bare for å skape litt sånn god stemning (intervjudata).

Dette er knytt til at ho er opptatt av å vere ein ryddig arbeidsgivar. Ho fortel at ho opplever mange fordommor mot både arbeidsinnvandrarar og arbeidsgivarane deira. Ho understrekar derfor at Ignas er arbeidstakar, ikkje «litauer» i hennar auge. Ignas tar òg mindre jobbar hos naboane. Han hjelper til med lamming hos ein nabo og pressar høyr hos ein annan. Her jobbar

han ofte når familien som driv garden er opptatt med noko anna og borte frå garden. Han rapporterer derfor med bilete og tekst. I eksempel 4 rap-



Eksempel 4. Ignas sin SMS-kommunikasjon med sauebonde

porterer han frå lamminga med bilete av nyfødd lam og søye og teksta «2 nye». Han får svaret «Bra» tilbake frå gardbrukaren og fortsett å rapportere med bilete.

Ignas brukar noko norsk språk i arbeidet sitt, sjølv om han jobbar mykje åleine. Dei digitale samtalene står for mykje av denne kommunikasjonen. Sjølv om Ignas ikkje fullførte norskkurset, klarer han seg godt på norsk i arbeidskvardagen. Bruk av bilete er ein strategi for å formulere komplekse meldingar, og det kan «maskere» forskjellar i norskkunnskapar. I mange tilfelle kan det vere vel så nyttig for førstespråkbrukarar å nytte bilete òg. Standardspråkbruk blir mindre viktig, medan digital litterasitet kan være vel så viktig for å gjere seg forstått effektivt og presist.

Ignas brukar altså særleg bilete, men også andre affordansar i digital kommunikasjon når han samhandlar med arbeidsgivar og andre samtalepartnarar i jobbkon-

teksten. Arbeidsgivaren sin lovnad om betre løn om han gjekk på norskkurs, syner at god kommunikasjon er eit mål på arbeidsplassen. Denne kommunikasjonen såg ut til å fungere godt digitalt, og også arbeidsgivaren brukte multimodale affordansar for å byggje ein god relasjon. Slik samarbeidde dei to om inkluderande praksisar som skulle styrke både forståing og relasjonen deira.

Avsluttande drøfting

Målet med denne artikkelen var å undersøkje korleis litauiske arbeidsinnvandrarar og arbeidsgivarane deira nyttar språklege og digitale ressursar i arbeidskommunikasjonen sin for så å diskutere korleis dette påverkar andrespråklæring og relasjonar som får betydning for inkluderande og ekskluderande praksisar. I denne avsluttande drøftinga diskuterer eg funna sett opp mot entreprenør-sjølvet i ein norsk kontekst,

betydninga av å inkludere heile medialiseringsrepertoaret når ein skal studere kommunikasjon på arbeidsplassen og oppfatninga av affordansar i det fleispråklege arbeidslivet.

Alle dei tre litauiske deltakarane representerer ulike døme på entreprenør-sjølvet. Både Jolanta og Greta legg vekt på eigen innsats som den viktigaste faktoren for språklæring, og innsatsen deira kan likne på idealet om *the self-made speaker*. Men medan Greta slutta på norskkurset, fordi ho opplevde å hjelpe andre i staden for å lære sjølv og valde ein plass i arbeidslivet utan formelle språkkrav, tok Jolanta eksamen i norsk som andrespråk ved ein høgare utdanningsinstitusjon for å kunne kvalifisere seg til ein jobb ho hadde passende utdanning til. Ignas slutta òg på norskkurset sjølv om arbeidsgivaren ville gi han betre løn. Det var andre tilhøve enn arbeidet som gjorde at han kjente på behov for å utvikle norskkunnskapane, og kombinasjonen av kurs og jobb blei vanskeleg. Likevel er det berre norsk språk han brukar når han er på arbeid.

Medialiseringsrepertoaret er viktig for entreprenør-verksemnda til deltakarane, då dei tar i bruk ulike språklege, digitale og multimodale ressursar for å ta ansvar for å motverke eiga ekskludering. Dei potensielt medierande ressursane i digital samhandling blir nytta saman med ikkje-digitale affordansar til å ta i bruk språket dei lærer og til å forhandle roller i arbeidslivet. Val av modalitet er ein av ressursane dei nyttar. Som vi har sett her opplever somme at skriftleg kommunikasjon på tekstmeldingar kan vere mindre vanskeleg enn å snakke saman på telefon, både når det gjeld forståing og å uttrykke seg. Gardbrukaren som Ignas jobbar for, er òg opptatt av å bruke tekstmeldingar til å anerkjenne fjøsavløysaren som verdsett tilsett. Samtalepartnarar, enten dei har norsk som første- eller andrespråk, kan tone ned ulikskapar i språkkompetanse ved å bruke visuelle ressursar, som bilete og emoji. Dermed legg dei til rette for at den digitale samhandlinga skal kunne bli opplevd som inkluderande. Slik viser studien at multimodale tekstmeldingar med arbeidsgivar, kollegaer og kundar er ein viktig arena for å ta i bruk og å bruke norsk på arbeidsplassen, og i eksempla eg har analysert, er det opplevd som ein relativt trygg kanal.

Eit problem som ofte nemnast som hinder for andrespråklæring på arbeidsplassen, er at det i enkelte yrke er få moglegheiter til å praktisere språket på grunn av organisering av arbeidskvardagen eller på grunn av arbeidsoppgåver med lite samhandling – affordansane er avgrensa (Strømmer, 2016). Funna frå studien min viser at oppfatta og opplevde

affordansar i digital samhandling kan spele positivt inn på både det språklege og det sosiale. Kollegaer kommuniserer med kvarandre på sosiale medium utanom arbeidstida, og dette er ein viktig arena for å praktisere norsk språk. Sosiale medium blir i tillegg brukte som ein kanal der ein kan spørje om ting ein ikkje forstår. Digital kommunikasjon bidrar til å gjere skiljelinjer mellom arbeidsplassen og livet utanom jobb mindre klåre og får betydning for praktiseringa av norsk. Jolanta hadde sosial kontakt med kollegaer på Messenger på norsk medan ho var tidleg i sitt norsklæringsløp, og Greta sende bilete av den nyfødde dottera si til kundane. Denne utviskinga av grensa mellom jobb og privatliv, som ser ut til å karakterisere den sosiale media-bruken eg diskuterer her, kan sjølvsagt ha negative konsekvensar, når fritida blir brukt til å svare på meldingar frå kollegaer, over- og underordna. Innsamla data i prosjektet viser at dette slett ikkje er uvanleg. Men gjennom at brukarane oppfattar spesifikke affordansar som karakteristiske for sosiale medium, gjer dei denne typen digital kommunikasjon til ein viktig arena for inkluderande praksisar for andrespråksbrukarar, der nettopp møtet mellom det private og det jobbmessige fører til ei kjensle av å bli og vere inkludert, slik Jolanta peikar på. Meir kunnskap om dei ulike perspektiva på oppfatta affordansar i digital kommunikasjon på fleirspråklege arbeidsplassar vil gjere det lettare å legge til rette for både inkludering og språklæring på arbeidstakarane sine premisser – med digitale medium som ein viktig del av dette.

Abstract

This paper investigates digital interaction in multilingual workplaces from an ecological perspective on language and media. Through the analysis of interview data, interactional data, and mediagrams, I study how Lithuanian work migrants and their employers make use of and understand linguistic, multimodal and digital affordances in their work communication. How does this interaction affect practices of inclusion and exclusion at the workplace and in work life? The paper focuses on three work migrants in different professions and one of their employers: a cleaner, a social care worker, a farm worker and the farmer he works for. The findings show strategic use of mediational repertoires, linguistic, technical and modal possibilities, to build understanding and relations

in a second language context. These practices can be understood through the concept of the entrepreneurial self: the participants act through digital communication to avoid exclusion and achieve desired roles and participation in Norwegian work life.

Keywords: *digital interaction, multilingual workplaces, SMS, emojis, affordances*

Referansar

- Alencar, A. (2018). Refugee integration and social media: a local and experiential perspective. *Information, communication & society*, 21(11), 1588–1603. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1340500>
- Busch, B. (2012). The linguistic repertoire revisited. *Applied linguistics*, 33(5), 503–523. <https://doi.org/10.1093/applin/ams056>
- Darvin, R. & Norton, B. (2015). Identity and a model of investment in applied linguistics. *Annual review of applied linguistics*, 35, 36–56. <https://doi.org/10.1017/S0267190514000191>
- Daukšas, D. (2013). Lithuanians in Norway: between ‘Here’ and ‘There’. *Urbanities: the Journal of the IUAES Commission on Urban Anthropology* 3(2), 51–68.
- Douglas Fir Group. (2016). A transdisciplinary framework for SLA in a multilingual world. *The Modern Language Journal*, 100, 19–47.
- Duchêne, A., Moyer, M. & Roberts, C. (2013). *Language, migration and social inequalities: a critical sociolinguistic perspective on institutions and work*. Multilingual Matters.
- Eliassen, K. O. (2021). Marked, konkurranse og humankapital: Foucault, biopolitikk og nyliberalisme. *Agora*, 38(3–4), 36–61.
- Felder, F. (2018). The value of inclusion. *Journal of Philosophy of Education*, 52(1), 54–70.
- Garrido, M. R. & Sabaté-Dalmau, M. (2020). Transnational trajectories of multilingual workers: sociolinguistic approaches to emergent entrepreneurial selves. *International journal of multilingualism*, 17(1), 1–10. <https://doi.org/10.1080/14790718.2019.1682245>
- Gibson, J. J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Houghton Mifflin.

- Gonçalves, K. & Schluter, A. (2017). “Please do not leave any notes for the cleaning lady, as many do not speak English fluently”: policy, power, and language brokering in a multilingual workplace. *Language policy*, 16(3), 241–265. <https://doi.org/10.1007/s10993-016-9406-2>
- Gumperz, J. J. (1982). *Discourse strategies*. Cambridge University Press.
- Holmes, J. & Stubbe, M. (2003). *Power and Politeness in the Workplace: a Sociolinguistic Analysis of Talk at Work*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315839189>
- Hutchby, I. (2001). Technologies, texts and affordances. *Sociology (Oxford)*, 35(2), 441–456. <https://doi.org/10.1177/S0038038501000219>
- Jonvik, M., Røssaak, E., Stien, H. H. & Sunnanå, A. (2020). *Kunst som deling, delingens kunst*. Fagbokforlaget.
- Jonsson, C. & Blåsjö, M. (2020). Translanguaging and multimodality in workplace texts and writing. *International Journal of Multilingualism*, 17(3), 361–381.
- Kraft, K. (2020). Trajectory of a language broker: between privilege and precarity. *International Journal of Multilingualism*, 17(1), 80–96. <https://doi.org/10.1080/14790718.2020.1682256>
- Lee, C. K. M. (2007). Affordances and text-making practices in online instant messaging. *Written communication*, 24(3), 223–249. <https://doi.org/10.1177/0741088307303215>
- Lee, Y.-J. (2022). Language learning affordances of Instagram and TikTok. *Innovation in language learning and teaching*, 17(2), 408–423.
- Lehtimaja, I., Virtanen, A. & Suni, M. (2021). Finnish L2 proficiency for working life: towards research-based language education and supervision practices. *Nordand*, 16(1), 57–76. <https://doi.org/10.18261/issn.2535-3381-2021-01-04>
- Lexander, K. V. (2020). Norsk som digitalt samhandlingspråk i fire familier med innvanderbakgrunn – identitet og investering. *Nordand*, 15(1), 4–21.
- Lexander, K. V. & Androutsopoulos, J. (2021). Working with mediagrams: a methodology for collaborative research on mediational repertoires in multilingual families. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 42(1), 1–18.

- Lexander, K. V. & Androutsopoulos, J. (2023). *Multilingual families in a digital age. Mediational repertoires and transnational practices*. Routledge.
- Madianou, M. & Miller, D. (2012). *Migration and new media : transnational families and polymedia*. Routledge.
- Martín-Rojo, L. (2019). The “self-made speaker”: the neoliberal governance of speakers. I L. Martín-Rojo & A. D. Percio (Red.), *Language and neoliberal governmentality* (s. 162–189). Routledge.
- Pedersen, M. S. (2016). Sprog på og til arbejdspladsen. I B. Kindenberg (Red.), *Flerspråkighet som resurs* (s. 103–115). Liber.
- Ramonienė, M. & Ramonaitė, J. (2021). Language attitudes, practices and identity in the new Lithuanian diaspora. *Russian Journal of Linguistics*, 25(4), 1024–1046.
- Rye, J. F. (2018). Labour migrants and rural change: the “mobility transformation” of Hitra/Frøya, Norway, 2005–2015. *Journal of rural studies*, 64, 189–199. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.12.003>
- Rye, J. F. & Andrzejewska, J. (2010). The structural disempowerment of Eastern European migrant farm workers in Norwegian agriculture. *Journal of rural studies*, 26(1), 41–51. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2009.06.003>
- Sandwall, K. (2010). "I learn more at school": a critical perspective on workplace-related second language learning in and out of school. *TESOL quarterly*, 44(3), 542–574. <https://doi.org/10.5054/tq.2010.229270>
- Sandwall, K. (2013). *Att handtera pratiken – Om sfi-studerandes möjligheter till interaktion och lärande på praktikplatser* (Doktoravhandling). Göteborgs Universitet. https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/32029/gupea_2077_32029_1.pdf;jsessionid=D4D10FD CEDB45140703E83F42FAC7E1E?sequence=1
- Skovholt, K. & Svennevig, J. (2008). Digital kommunikasjon i arbeidslivet. I S. Østerud & E. G. Skogseth (Red.), *Å være på nett. Kommunikasjons-, identitets- og kompetanseutvikling med digitale medier* (s. 205–220). Cappelen akademisk forlag.
- Statistisk Sentralbyrå. (2023). Statistikkbanken Tabell 05183: Innvandrere og norskfødte med innvandrerforeldre, etter kjønn, statistikkvariabel, år og landbakgrunn. Oppdatert 6. mars 2023. <https://www.ssb.no/statbank/table/05183/>

- Strømmer, M. (2016). Affordances and constraints: second language learning in cleaning work. *Multilingua*, 35(6), 697–721. <https://doi.org/10.1515/multi-2014-0113>
- Svennevig, J. (2018). “What’s it called in Norwegian?” Acquiring L2 vocabulary items in the workplace. *Journal of Pragmatics*, 126, 68–77. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.10.017>
- Tagg, C. & Lyons, A. (2022). *Mobile Messaging and Resourcefulness: a Post-Digital Ethnography*. Taylor & Francis Group.
- Thyness, H. & Lexander, K. V. (2023). Indexing the ‘included’ migrant? Social categorization and interpersonal digital interaction between labor migrants, teachers and employers in Norway. *Language & Communication*, 88, 27–40. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2022.10.003>
- Tkachenko, E. (2021). Å bygge yrkesidentitet gjennom å jobbe med arbeidsrelevante tekster. I M. Monsen & V. Pájaro (Red.), *Andrespråkslæring hos voksne* (s. 216–236). Cappelen Damm Akademisk.
- van Lier, L. (2000). From input to affordance: Social-interactive learning from an ecological perspective. I J. P. Lantolf (Red.), *Sociocultural theory and second language learning* (s. 245–259). Oxford University Press.
- van Lier, L. (2004). *The ecology and semiotics of language learning : a sociocultural perspective*. Kluwer Academic.
- Wikström, P. (2019). Acting out on Twitter: affordances for animating reported speech in written computer-mediated communication. *Text & talk*, 39(1), 121–145. <https://doi.org/10.1515/text-2018-2021>
- Zhu, H. U. A. (2014). Piecing together the ‘workplace multilingualism’ jigsaw puzzle: multilingualism at work. *Multilingua*, 33(1–2), 233–242.
- Østby, L. (2017). Arbeidsinnvandrerere – fra hovedstadsfenomen til vanlig syn i hele landet, *Samfunnsspeilet* 3.