

Hvad er et navn? Om navneskift blandt nydanskere

Mehmet Ümit Necef

En række nydanskere har brugt danske "dæknavne", da de arbejdede som telefonsælgere. Skal man udlægge det som endnu et bevis på, at der er udbredt diskrimination og fordomme imod nydanskere i Danmark eller skal man opfatte det som endnu et eksempel på en del nydanskernes leg og manipulation med deres etniske identiteter? En del tyder på, at man frem for at blive forarget over, at nogle "lyver" om deres navne, bør se det som et hjørne af et bredere fænomen: fordanskning eller internationalisering af ikke mindst fornavne

”Hvad er et navn?”, udbryder Julie i Shakespeares Romeo og Julie i frustration over, at Romeo tilhører en familie, som ligger i en blodfejde med sin egne. ”Er du ikke det samme menneske, som jeg elsker, uanset om du hedder Montague eller Capulet”, spørger hun sin udkårne. Med Shakespeares poetiske formulering: ”Det, som vi kalder rose, vil dufte lige så sødt, hvad end det kaldes”.

Det samme spørgsmål stiller 6 tidligere nydanskere, som i løbet deres tidligere job som telefonsælger brugte gammeldanske ”dæknavne”. I et interview med Politikens journalist Jakob Sheikh fortæller de, at de enten af egen vilje eller på opfordring fra deres arbejdsgiver præsenterede sig selv med et gammeldansk navn. Fordi de taler dansk uden en fremmed accent, kunne de nemt bilde kunderne ind, at de talte med en gammeldansker. Kun en af de interviewede skulle ikke have rettet sig efter arbejdsgiverens opfordring.

De pågældende nydanskere spørger – i Julies ånd – ”Hvad er et navn?”, dvs. hvad er det end en tilfældig og uvæsentlig betegnelse for en bestemt væsenkerne og et bestemt indhold. Hvad er der ved deres navne, der gør, at en del gammeldanskere i en telefonsalgssammenhæng bliver usikre om deres reelle intention med opringningen, dvs. om deres ærlighed? Og hvad der er ved et dansk navn, der gør en telefonsælger mere pålidelige og troværdig i gammeldanskernes øjne? Er de ikke de samme mennesker, som vil sælge nøjagtige de samme varer, hvad end man hedder? Ja: ”Hvad er et navn?”.

Forargelse

Danmark Radios P3 Nyhederne holdte sig ikke tilbage, da man skulle betegne de reaktioner, som Jakob Sheiks artikler skabte. I en artikel på hjemmesiden står der: ”Forargelse over dæknavne i telemarketingbranchen” (DR P3 Nyhederne, 01.11.2010). Til DR P3 udtalte lederen for Dokumentations- og rådgivningscentret om racediskrimination Niels Erik Hansen, at det er diskriminerende, når nydanske telefonsælgere opfordres til at bruge et dansk navn, når de er på arbejde. Hansen har kaldt navneskiftene ”et knæfald for diskriminationen” og foreslog, at sagerne prøves for retten. I Dansk Telemarketing Forening kaldte man navnepraksissen for ”utilstedelig”, fortalte bestyrelsesformand Michael Flintholm til DR P3.

Formanden for Ny-Dansk Ungdomsråd Samira Ahmad, fremførte, at navneskiftene ”et udtryk for manglende tolerance, som gør, at nydanskere må gå på kompromis med deres identitet”. Hun fremførte videre, at det er ”kundernes fordomme, der presser telefonsælgere med et udenlandsk navn til at påtage sig et dansk navn”. Derfor forlangte hun ”en grundlæggende holdningsændring” hos danskerne.

Både journalist Sheiks vinkling i artiklerne og de ovennævnte reaktioner tyder på, at en bestemt forklaring på navneskiftfænomenet er ret udbredt: Danskerne har en række irrationelle forestillinger og fordomme om unge nydanskere, og en række nydanske telefonsælgere bruger derfor selv eller bliver opfordret til at bruge et falsk gammeldansk navn for at beskytte sig selv danskernes fordomme.

Arbejdsgivernes forklaring

Et par arbejdsgivere, som Politiken talte med, bruger andre udlægninger end danskernes fordomme- og intolerance-tilgangen, når de forklarer, hvorfor nogle af deres ansatte præsenterer sig med danske navne i telefonen, eller når de bliver opfordret til at gøre det. Tanveer Sharif, direktør og grundlægger af televirksomheden Vopium, siger, at det i telebranchen hovedsagligt handler det om "at skabe hurtig tillid". Ligeledes siger bestyrelsesformand i Dansk Telemarketing Forening Michael Flinholm, at "telefonen er som kommunikationsplatform meget sort-hvid. Man har meget lidt tid til at skabe en atmosfære med tillid til hinanden".

Sharif og Flinholm uddyber det ikke, men det er klart, at kunden, der uopfordret bliver ringet op, hovedsagligt har tre ting at forholde sig til: Telefonsælgerens navn og accent samt firmanavnet. Telesælgeren skal i løbet af meget kort tid holde kundens interesse og skabe tillid. Ethvert element, der forsinkes eller forhindrer disse to specifikke formål, er uønsket. Og fra de interviews med de tidligere sælgere og et par arbejdsgivere kan man forstå, at man med fremmedklingende navne har vanskeligere med at opnå de pågældende to formål. De interviewede er alle enige om, at "udenlandsk klingende navne kan skræmme kunder væk" og, at kunderne helst vil tale med "deres egne". I samme ånd siger Mac Dall Telemarketings ejer Mac Carsten Masukume, at "danske navne oftest gør det nemmere at skabe tillid hos kunderne".

De nye danskeres egne forklaring

En af de interviewede tidligere sælgere Ali Al Asadis forklaring er på linje med de ovennævnte arbejdsgiveres. Han medgiver, at hans navn er hans "identitet og historie", men omvendt er han klar over, at "man forbinder navnet 'Ali' med en masse negative historier". Han er også klar over, at "med telesalg gælder det om hurtigt at få opbygget en tillid".

Ali havde to muligheder, da han arbejdede som telefonsælger: Han kunne have holdt fast ved sin "identitet og historie", som skaber en række negative associationer hos gammeldanskere (nydanskere reaktioner hører vi ikke noget

om i Sheikhs artikler). Men "Jeg ville ikke gå glip af et salg bare på grund af mit navn, så jeg gik med til det".

At dømme efter hans udtalelser til Politiken, er Ali ikke fyldt med forargelse over det med at præsentere sig med et dansk navn. Han siger: "Man ærligt talt ved jeg det ikke. Alle vil jo sige, at det er langt ude at opdigte danske navne, men vores førstehåndsindtryk af folk er alligevel altid fyldt med fordomme".

Det ser ud som om, han i stedet for at pege på en skurk, som han kan pådutte en række negative betegnelser, forsøger han at forstå både danskere, der tilsyneladende reagerer med skepsis over telefonsælgere med fremmede navne, deres arbejdsgivere samt sælgere, der bruger den pågældende taktik.

Et bredere fænomen

Nydanske telefonsælgeres præsentation af sig selv med et dansk navn under en telefonsamtale er blot et hjørne af et større fænomen, som kan betegnes som navneskift eller mere eller mindre fordanskning og "internationalisering" af ikke mindst af fornavnet. Telefonsælgere har tilsyneladende kun gjort det i arbejdssammenhæng, men ikke i deres normale dagligdag. Men der er en række nydanskere, der også har taget dette skridt.

Der er en del nydanskere (eller "halv"-nydanskere) som åbenlyst foretager navneskift. Den tyrkisk-danske politiker Lone Yalcinkaya har på sin hjemmeside totalt droppet sit tidligere tyrkiske fornavn Isminur (Loneyalcinkaya.venstre.dk). Man kan både fortolke hendes navneskift med henvisning til hendes ønske om at fremstå som mere dansk eller med til, at Isminur er ikke lige frem nemt at udtale (indrømmet heller ikke på tyrkisk). To gode eksempler fra Sverige kan være de to fremtrædende journalister Thomas Gür (tidligere Cumhur Gür) og Halil Magnus Karaveli (tidligere Halil Mahmut Karaveli). Det skal fremhæves, at ingen af disse fornavne, Thomas, Lone eller Magnus, har et pendant på tyrkisk – hvad der menes med "pendant navn" vil blive uddybet lidt senere).

Den anden form for navneskift er meget blødere, og forekommer, når for eksempel en tyrker, som har et navn, der har en pendant på dansk, bruger den danske form og udtalelse: Yakup – Jakob, Deniz – Dennis, Yasemin – Jasmin, Leyla – Laila, Bünyamin – Benjamin, Mikail – Michael, Harun – Aron osv. Læg mærke til at mange af disse navne stammer fra semitisk.

En lignende form har jeg selv iagttaget i Odense: En tyrkisk kvinde, som havde et tyrkisk navn, som er vanskelig at udtale for danskere, skiftede først til det tyrkiske Leyla og begyndte senere kalde sig selv Laila på sin arbejdsplads.

En tredje form er en tendens, man mest tydeligt kan se blandt tyrkiske-danskere: Når man skal vælge et navn for sit nyfødte barn, vælger man ofte navne som har et pendant på dansk (se eksemplerne ovenfor).

En fjerde form er, at man vælger fra en række navne som lyder "internationale" og "ikke-så-etniske" som f. eks. Nadia, Melissa, Selina, Selma (både et ret typisk tyrkisk pigenavn og et svensk pigenavn), Danny osv.

Et godt eksempel på denne fjerde form findes i en tidligere artikel af Jakob Sheikh, som handlede om påstået diskrimination i nattelivet ved indgangen til diskotekerne. En af de unge nydanske mænd, som Sheikh tog med for at afsøge, hvorvidt der foregår diskrimination, hedder Danny Dehghani. Dannys forældre skulle stamme fra Iran, derfor det typisk farsi familienavn, og mine iranske kilder har fortalt mig, at der ikke findes et "pendant navn" på farsi, der tilnærmelsesvis ligner "Danny".

Jakob Sheikhs eget navn selv er faktisk et typisk eksempel på det, man kan kalde en "blød" form for navneskift. Ifølge de tilgængelige biografier på internettet er Sheikhs mor dansk og hans far pakistansk, derfor familienavnet Sheikh. Forældrene har tilsyneladende gjort noget, som tusindvis af nydansk eller halvgammeldansk/halvnydansk familier har gjort ved at vælge et navn, der findes både i begge kulturer, da navnet stammer fra hebraisk og forekommer både i islamisk, jødisk og kristen tradition. Men de har gjort noget yderligere: De har valgt ikke at stave navnet, som pakistanske nydanskere normalt gør: Jakoob.

En navnesøgning på kraks.dk viser ellers, at pakistanske danskere staver deres navn som Jaqoob. Denne stavemåde finder 22 hits med typisk pakistanske fornavne. Andre stavemåder, som Sheikhs forældre tilsyneladende har fravalgt, er således: Yakub (10 hits) og Yakup (50 hits), som er de typisk tyrkiske måder at stave Jakob på. At dømme efter fornavnene bruger arabiske nydanskere for det meste de følgende stavemåder: Yaqub (15 hits), Jaqub (1 hit), Yaqoop (1 hit) og Jakoob (2 hits). For at fyldestgøre historien om navnet Jakobs nydanske stavemåder kan man også tilføje, at det staves som Jakub af polske danskere (83 hits).

Forskellige integrationsstrategier

Hensigten bag alle de ovennævnte navneændringer og justeringer er tilsyneladende ikke at stikke ud, ikke at virke meget anderledes eller at se "så almindelige som mulig" ud. Kan man ud fra disse mulige hensigter drage den konklusion, at folk foretager disse større eller mindre ændringer, fordi flertallet udøver marginalisering, diskrimination, udelukkelse og sågar racisme over nydanskere?

Man kan vende problematikken om og fremføre, at nydanskere – i mange tilfælde selv – gerne vil lege med deres etnicitet, manipulere med deres selvpræsentation og gøre noget for at fremstille sig selv på en måde, som de selv synes er mest formålstjenstlig i den specifikke livsfase og den konkrete

situation, de befinder sig i. Ingen end dem selv, hverken ivrige journalister eller folk, der lever af at bekæmpe "racisme" skal blande sig i de valg, folk træffer for deres eget liv.

Kilder:

DR.dk: "Ahmed bliver til Anders" 01.11.2010.

DR P3 Nyhederne: "Forargelse over dæknavne i telemarketingbranchen", 01.11.2010.

Shakespeare, William: Hamlet, Romeo og Julie, Kong Lear, oversat af Niels Brunse, 1997, Gyldendal. s. 215.

Sheikh, Jakob 2010: "Christensen sælger bare bedre", Politiken 02.11.2010.

Sheikh, Jakob 2010: "Nydanske telefonsælgere bruger danske dæknavne", Politiken 01.11.2010.

Sheikh, Jakob 2010: "Det er som at give afkald på noget af sig selv", Politiken, 01.11.2010.

Sheikh, Jakob 2010: "Telebranchen : Navneskift skader branchen", Politiken, 01.11.2010.

Sheikh, Jakob 2010: "Diskoteker afviser nydanskere", *Politiken*, 27.08.2010.

Nøgleord: telefonsælgere, Jakob Sheikh, diskrimination, fordom, navn