



THE ECONOMIC INCENTIVES OF CULTURAL TRANSMISSION: SPATIAL EVIDENCE FROM NAMING PATTERNS ACROSS FRANCE

Yann Algan, Thierry Mayer and Mathias Thoenig

HIGHLIGHTS

- We study the impact of economic incentives on cultural transmission, through naming patterns
- We use the exogenous allocation across public housing dwellings as an identification strategy
- We find that in the absence of economic penalty, the annual number of babies born with an Arabic name would have been more than 50 percent larger

ABSTRACT

This paper aims at studying how economic incentives influence cultural transmission. We do so in the context of naming decisions, a crucial expression of cultural identity. Our focus is on Arabic versus Non-Arabic names given by parents to their newborn babies in France over the 2003-2007 period. Our model of cultural transmission disentangles between three determinants: (i) vertical transmission of parental culture; (ii) horizontal influence from the neighborhood; (iii) economic penalty associated with names that sound culturally distinctive. Our identification is based on the sample of households being exogenously allocated across public housings dwellings. We find that economic incentives largely influence naming choices: In the absence of economic penalty, the annual number of babies born with an Arabic name would have been more than 50 percent larger. Our theory-based estimates allow us to perform a welfare analysis where we gauge the strength of cultural attachment in monetary units. We find that the vertical transmission of an Arabic name provides the same shift in parents' utility as a 3% rise in lifetime income of the child.

JEL Classification: D10

Keywords: Cultural transmission, Choice of first names



THE ECONOMIC INCENTIVES OF CULTURAL TRANSMISSION: SPATIAL EVIDENCE FROM NAMING PATTERNS ACROSS FRANCE

Yann Algan, Thierry Mayer and Mathias Thoenig

POINTS CLEFS

- Nous étudions l'impact des incitations économiques sur la transmission culturelle, à travers les choix de prénoms
- Nous utilisons l'attribution exogène d'un logement social dans les différentes résidences comme stratégie d'identification
- Nous montrons qu'en l'absence de pénalités économiques, le nombre de nouveaux-nés portant des prénoms arabes serait supérieur de plus de 50%

RÉSUMÉ

Cet article étudie l'influence des incitations économiques sur la transmission culturelle. Nous nous concentrons sur les choix de prénoms, qui constituent une expression particulière de l'identité culturelle. En particulier, nous nous intéressons au choix de prénoms arabes ou non-arabes en France, entre 2003 et 2007. Notre modèle de transmission culturelle isole trois déterminants : (i) le désir de transmission verticale de la culture parentale ; (ii) l'influence horizontale du voisinage (iii) les pénalités économiques associées au choix de prénoms à consonnance arabe. Notre stratégie d'identification repose sur un échantillon de foyers auxquels ont été attribués de manière exogène des logements sociaux. Nous montrons que les incitations économiques jouent un rôle déterminant dans le choix du prénom. En l'absence de pénalités économiques, le nombre de nouveaux-nés portant des noms arabes serait supérieur de plus de 50%. Nos estimations nous permettent de mener une analyse de welfare et de mesurer ainsi la force de l'attachement culturel en équivalent monétaire. Nous montrons que la transmission verticale d'un prénom arabe apporte le même changement d'utilité pour les parents qu'une augmentation de 3% du revenu de l'enfant, cumulé sur l'ensemble de sa vie.

Classification JEL : D10

Mots clés : Transmission culturelle, Choix de prénoms