




KİMLİK VE EKONOMİ

Ensar YILMAZ

 Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisat Bölümü, enyilmaz@yildiz.edu.tr

Başvuru Tarihi/Application Date: 26 Ağustos 2019

Kabul Tarihi/Acceptance Date: 30 Kasım 2019

ÖZET

Dünyayı anlama araçları sosyal ilişkiler ve etkileşimler yoluyla edinilir. Biliş, bireysel olduğu kadar sosyal bir süreçtir. Bu bağlamda bireyler, tercihlerini salt parasal teşvikler ile değil, ait olduklarını hissettikleri kimliklerinden de hareketle yapmaktadırlar. Kimlik kavramını ekonomiye taşımak teşvik anlayışımızı değiştirebilir. Ekonomik ve sosyal davranışları daha iyi analiz etmek için kimlik ekonomisinin içgörülerinden ve kavramsal araçlarından faydalanabiliriz.

Anahtar Kelimeler: Kimlik, etnisite, cinsiyet, iktisat.

ABSTRACT

The means of understanding the world are necessarily acquired through social relationships and interactions. Cognition is a social as well as an individual process. In this sense, individuals do not make their preferences only with respect to monetary incentives but also the identities they perceive to belong. Bringing the concept of identity into economics can change our understanding of incentives. We can benefit from the insights and conceptual tools of identity economics to analyze economic and social behaviors better.

Keywords: Identity, ethnicity, gender, economics.

1. Giriş

Kimlik yoksa varlık da yoktur (Quine)

Bireyi analizinin merkezine alan yaygın iktisat anlayışı, onu tam ve doğru bir şekilde kavramaktan yoksundur. Temel sosyolojik kavramları benimsememekte ve bunları görmezden gelmektedir. Bunun nedeni, pek çok ana akım iktisatçının bu kavramları teoriye veya ampirik çalışmalara bilgi sağlayamayacak kadar belirsiz bulmasıdır.

Ne var ki; iktisatçılar arasında bireysel tercihlerin belli ölçülerde bireyin bulunduğu sosyal çevre tarafından belirlendiğine dair artan bir fikir birliği söz konusudur (örn; Bowles, 1998; Fehr and Hoff, 2011; Postlewaite, 2011). Sosyal çevrenin etkin olduğu alanlardan bir tanesi olan sosyal kimlik, bir sosyal gruba mensup olmanın yarattığı algıdan doğan bir kendini algılama biçimidir. Bir gruba ait olma hissine bağlanan bireyler, uygun tutumlara sahip gruba özgü kurallarla uyumlu olacak şekilde hareket etmeleri durumunda fayda sağlarlarken, söz konusu kurallara uymayan bir biçimde hareket etmeleri halinde herhangi bir fayda sağlayamazlar. Sosyal kimlik yaklaşımı, sosyal topluluklardaki sosyal kimlikler ile ilgili olan sosyal tercihleri anlamak için bir metodoloji sunmaktadır. Aslında buna benzer bir yaklaşım, çok daha önce Vilfredo Pareto (1920 [1980]) tarafından ortaya atılmıştır. Pareto, sağlanan faydanın, iktisatçıların genellikle düşündüğünün aksine, yalnızca zevklerle ilgili değil, aynı zamanda insanların kendileri ve başkalarının nasıl davranması gerektiğine dair düşüncelerini belirleyen normlarla da ilgili olduğunu savunur. Fakat bu kavramsallaştırma, son birkaç on yıla kadar ana akım iktisat üzerinde güçlü bir etkiye sahip olamamıştır.

Sosyal kimlik teorisi, 1970'lerde Henri Tajfel (1974) tarafından ilk defa formüle edilmesinin ardından farklı düzenlemelerden geçti. Başka pek çok çalışmanın çıkış noktası olurken, grup dinamikleri ve gruplar arası ilişkilere dair çeşitli konular ve sorunların incelemesinde kullanıldı. Kimlik ekonomisi, sosyal kimlik teorisinin iktisattaki yayılma alanlarından biridir. Kimlik ekonomisinin temel savı; bireylerin tercihlerinin yalnızca parasal saikalarla değil, aynı zamanda aidiyet duydukları kimliklerle de şekillendiğini anlatır. Kimlik kavramını ekonomi alanına getirmek, eylemlerin sebeplerini anlama şeklimizi değiştirebilir. Bu çalışmanın konusunu, Roman topluluğunu inceleyebilmek için kimlik ekonomisinin kavramsal araçlarından ve kavrayışlarından yararlanacağız. Bu, bizim Romanların ekonomik ve sosyal davranışlarını daha iyi anlamamızı sağlayacak.

Çalışmanın birinci bölümünde öncelikle sosyal kimlik yaklaşımı anlatılmış, ikinci bölümde kimlik ekonomisi ve kavramın uygulandığı alanlar incelenmiş, son olarak üçüncü bölümde ise bu araştırmadan elde edilen sonuç tespitlerinde bulunulmuştur.

2. Sosyal Kimlik Yaklaşımı

Son yıllarda sosyal ve davranışsal bilimlerde kimlik kavramına yaygın bir şekilde atıfta bulunulmaktadır. Kavram, psikiyatri ve psikolojiden siyaset bilimi, sosyoloji ve iktisada kadar farklı disiplinlerce kullanılmaktadır. Bu, belirli kimliklere sahip bireylerin, ait oldukları gruplar ve sosyal bağlamlar içindeki rolleri göz önünde bulundurularak anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır.

Kimlik, bireylerin kim oldukları ve ait oldukları grup içinde ne tür yakınlıklara sahip oldukları gibi kendilerini tanımladıkları anlamlar dizisidir. Örneğin; bireyler işçi, kadın, ebeveyn, Müslüman ya da Latin olduklarında kendilerine uyguladıkları birtakım anlamlar vardır. İnsanlar birden çok kimliğe sahiptir, birden çok gruba mensuptur ve birden çok kişisel özellikleri kendilerinde barındırır. Ve bu kimliklerin anlamları, toplumun üyeleri tarafından paylaşılır. Dolayısıyla birey, toplumsal yapı bağlamında varlığını sürdürür. Birey ve toplum, aynı madalyonun iki farklı yüzüdür. Bir başka ifadeyle; bir yandan toplum, bireylerin eylemleriyle meydana getirilirken, diğer yandan da bu eylemlerin, yarattıkları toplumsal yapının bağlamında üretildiği ve bu bağlamdan etkilendiği bir gerçektir. Bu nedenle bireyin özellikleri ile toplumun özellikleri arasında karşılıklı etkileşimlerden oluşan bir sistem söz konusudur.

Tarihsel süreçte, bilim insanları ilk olarak bireysel kimliğe odaklanmış; insanların toplumsal yapıdaki konumlarının –üstlendikleri rollerin- kendilerini algılayış ve davranış biçimlerini

şekillendirdiği düşüncesinin üzerinde ciddiyetle durmuşlardır. Kimlik teorisi bu bakış açısından hareketle geliştirilmiştir. Ancak daha sonra gelen bilim insanları, dikkatlerini bireylerin kendilerini grup üyeleri olarak nasıl algıladıkları konusu üzerinde yoğunlaştırmıştır. Sosyal kimlik yaklaşımının gelişimi bu sayede gerçekleşmiştir.

Aslında hem kimlik teorisi hem de sosyal kimlik teorisi, bireysel davranış ve toplumsal yapı arasında toplumsal olarak inşa edilen benlik üzerinde, birbirine önemli ölçüde benzeyen görüşlere sahiptir. Fakat bu iki teori, zamanla farklı yönlerde ilerleme kaydetmiş ve gündeme getirdikleri ve vurguladıkları konular değişiklik göstermiştir. Hogg vd. (1995)'nin bu iki teori arasında yapmış olduğu karşılaştırma, onları farklılıkları göz önünde tutulduğunda bunları birleştirmenin doğru olmadığı sonucuna götürmüştür.

Kimlik teorisi, bireyin doğası ve birey ile toplum arasındaki ilişkiye dair fikirlere atıfta bulunan sembolik etkileşimcilik kavramıyla başlamıştır ve insanın paylaşılan sembolleri kullanarak etkileşim kurmasına odaklanmaktadır. Sembollerin ve anlamların önemi, dünyaya dair algılarımızı şekillendirdiği ve etkileşimi, düşünmeyi ve planlamayı mümkün kıldığı için önem arz etmektedir. Dolayısıyla; sosyal davranışı en iyi şekilde, bireylerin kendilerine ve başkalarına dair tanımları ve yorumlamaları üzerinde durarak anlayabiliriz. Etken öznenin çevresindekilere atfettiği anlamı tanımlayarak, insanların eylemlerinin nedenlerini anlayabiliriz. Bu nedenle; kimlik teorisinin sembolik etkileşimcilikten yararlanan odak noktası, bireylerin eylemlerini nasıl ürettikleri ve bu eylemlerin etkileşimde olan bireysel ve kolektif hedefleri gerçekleştirmede diğerleriyle nasıl uyum sağladığı ile ilgilidir (Burke ve Stets, 2009).

Fakat yine de sosyal kimlik yaklaşımı, kimlik teorisine kıyasla, sosyo-bilişsel süreçlere, bağlamsal duyarlılığa, grup davranışlarına ve gruplar arası ilişkilere ve rol ile grup arasındaki daha net bir ayrıma daha fazla önem atfetmektedir. Sosyal kimlik yaklaşımı, benlik sınıflandırmalarının sosyo-bilişsel süreçlerine odaklanmaktadır. Kimlik teorisi, belirli bir rol ile özdeşleşmenin sebepleri ve sonuçları üzerinde dururken; sosyal kimlik yaklaşımı, bir sosyal grup veya sınıf ile özdeşleşmenin sebepleri ve sonuçları ile ilgilenmektedir.

Bir grubun mensubu olmak, kim olduğunuzla; roller de ne yapmanız gerektiğiyle ilgili anlamlar içerir. Sosyal kimlik teorisi, bireyin belli bir grupla özdeşleşmesi ya da kurduğu bağlantılara ve grup içi ilişkilere odaklanırken kimlik teorisi, üyelerin grup içindeki rol ve davranışlarını inceler.

Yine de, Burke ve Stets (2009)'in belirttiği üzere; kimlik teorisi, davranışa daha fazla odaklanmasına rağmen çelişki azaltıcı, rol üstlenme, yansıtımlı değerlendirme ve kendi kendini doğrulama gibi temel sosyo-bilişsel süreçlerden de yararlanmaktadır. Bu nedenle kimlik teorisi ve sosyal kimlik teorisinin sosyo-bilişsel süreçleri değerlendirmede o kadar dar farklı olmadığını söyleyebiliriz. Her iki teori de farklı sosyo-bilişsel süreçlere odaklanmaktadır. Dolayısıyla aralarındaki ayrım da net farklılıklardan ziyade üzerinde önemle durdukları alanlarla ilgilidir.

Sosyal kimlik yaklaşımının tarihsel kökleri, 2. Dünya Savaşından sonraki süreçte yaşanan akademik tartışmalara kadar gitmektedir. Pek çok sosyal psikolog grup içi ilişkilerin psikolojisini anlayabilme ihtiyacı duymuştur; çünkü bazı soruların, örnek vermek gerekirse özellikle psikolojik olarak hangi yönlerden Yahudi soykırımına gidildiği sorusunun cevabını aramışlardır. Daha önceki dönemlerde, bilim insanları bunu, bireyin içindeki önyargı gibi bazı hislerin neden olduğu akıl dışı eylemler şeklinde açıklamaya çalışmışlardır. Ki bu da, onların böyle olayları sosyal psikoloji kapsamında içruhsal ya da kişiler arası süreçlerin sonuçları olarak değerlendirmeleri anlamına geliyordu.

1960'ların sonları ve 1970'li yılların başlarında, akıllarda sosyal psikolojik teorisinin başarılı bir şekilde ilerleyip ilerlemediğine dair bir soru vardı. Grup süreçleri ve gruplar arası ilişkilere dair yapılan tartışmalarda bu daha da belirgindi. Pek çok bilim insanı, bu alanı, içruhsal ve kişiler arası süreçlere önem vererek dil, tarih ve kültür gibi önemli oluşumları göz ardı ettiği için eleştiriyordu (bkz. Hogg ve Williams, 2000). Gruplar arası ilişkiler ile ilgili var olan teorilerin bireyci ve indirgemeci yaklaşımlarına önem veren düşünceler de aynı şekilde eleştirilmekteydi. Doğal olarak, bu farklı bakış açıları yeni bir kurama dönüştü. Bu kuram, sosyal kimlik ve benlik sınıflandırma teorilerini de içeren sosyal kimlik yaklaşımı altında sınıflandırıldı.

Sosyal kimlik yaklaşımının ilk teorisi, Tajfel (1974, 1978) tarafından ortaya atılan ve daha sonra Tajfel ve Turner (1979) tarafından sosyal grup dinamiklerini analiz etmek için geliştirilen sosyal kimlik kuramıdır (SKK). Bu teori, grupların algılanan statü farkları temelinde gruplar arası davranışları, söz konusu statü farklarının istikrarını ve bir gruptan diğerine geçiş işlemini inceler.

SKK, olumlu bir benlik algısını sürdürebilmek için gruplar arası davranışlarda bir motivasyon unsuru olduğunu savunur. Bu şekilde insanlar, sosyal kategorileri tanımlar ve karşılaştırmalı bir şekilde değerlendirebilir. Gruplarıyla ilgili olumlu bir değerlendirmede bulunabilmek için grup üyeleri kendi gruplarıyla dışarı arasında olumlu bir farklılık (örn. ayırt edici bir olumlu özellik) kurmaya motive olacaktırlar (Tajfel, 1978). Üstün kabul edilen bir grubun üyesi olmak, olumlu bir sosyal kimlik yaratacak; ancak söz konusu grupla ilgili aşağı dereceden olduğuna dair bir algı mevcutsa, bu gruba mensup olmaya olumsuz bakılacaktır. Bu algılayış, grup üyeleri için var olan toplumsal hiyerarşi ve onun aşağı derecelerine karşı bazı zorluklar yaratabilmektedir.

SKK, bireylerin kendilerini ve başkalarını grup içi ve grup dışı şeklinde değerlendirmesini açıklayabilmek adına, üç zihinsel kavramdan bahseder: sosyal sınıflandırma, sosyal özdeşleştirme ve sosyal karşılaştırma (Tajfel ve Turner, 1979). Sosyal sınıflandırma, bireylerin insanları anlayıp tanımlamak için onları sosyal sınıflara atfetmesini ifade eder. Bu şekilde grup içi ya da grup dışı veya 'biz' ve 'onlar' şeklinde bir ayırım oluşur. İnsanlar, sosyal sınıflandırmaları siyah, beyaz, İranlı, Hıristiyan, Müslüman, doktor vb. şeklinde kullanır; çünkü bu, çevrelerindeki insanları anlamak için işlerine yarar. İkinci kavram olan sosyal özdeşleştirmede insanlar, kendilerini içinde sınıflandırdıkları sosyal grubun kimliğini benimserler. Böylece grupla özdeşliklerine dair duygusal bir bağ kurarlar ve özsayıları grup üyeliğiyle yakından ilişkili hale gelir. Örneğin; kendinizi siyah olarak sınıflandırıyorsanız, siyah kimliğini benimser, siyahların nasıl davrandığına inanıyorsanız o şekilde hareket eder ve grubun kurallarına uyarınız. İnsanlar, özsayılarını sürdürebilmek için kendi gruplarını diğer gruplardan daha olumlu düşünmek zorundadır. Çeşitli psikolojik çalışmalar, insanların özsayılarını yükseltmek için sosyal sınıflar oluşturduğunu göstermektedir.

Yukarıda da belirtildiği gibi; SKK, önceleri, gruplar arası ilişkilerin bilişsel, güdüsel ve sosyo-tarihsel etmenler tarafından yönetildiğini savunmuştur. Ancak daha sonra, 1980'li yılların ortalarında diğer bazı bilim insanları, sosyal kimlik teorisindeki bilişsel unsuru işlemeye çalışmıştır. Bu şekilde SKK'nin gruplar arasına yaptığı vurgunun ötesine geçmeyi ve grup içi süreçler üzerinde de düşünmeyi amaçlamışlardır. Tüm bu farklı görüşler, kendini sınıflandırma kuramı (KSK) şeklinde adlandırılan yeni bir teori etrafında birleşmiştir (Turner vd., 1987). Sosyal kimliğe dair bu daha kapsamlı yaklaşımla KSK, zamanla akademik sosyal psikoloji alanında SKK'den daha etkili olmuştur. Sosyal etki, grup dayanışması, grup kutuplaşması ve kolektif eylem başta olmak üzere farklı konuların incelenmesinde kullanılmıştır (Turner vd., 1987). Daha sonraki yıllarda ise liderlik (Haslam, 2001), grup dışı türdeşliği ve güç (Turner, 2005) gibi konularda da yine KSK'den yararlanılmıştır.

Aslına bakılırsa, KSK, grup içi bağlamdaki davranışların bilişsel teorisi olarak görülmekte ve bireyin kendini sınıflandırma ve gruplar arası farklılaşma süreçlerinin altında yatan bilişsel işlemlere dair açıklamalar sunmaktadır (Turner, 1999). Teori, orijinal SKK'nin daha fazla işlenmiş ve genişletilmiş bir sürümü olarak görülmektedir. Turner vd. (1987), KSK'nin gruplar arası davranışların sosyo-bilişsel temeliyle ilgilendiğini öne sürer. KSK; insanların, ait oldukları sosyal sınıflar açısından nasıl bir ben kimliği oluşturduklarını açıklar. Ve aynı zamanda insanların kendi sınıflarının üyeleri ile diğer sınıflara ait insanlar arasında ayrımcılık yapmasına da neden olur.

Bu süreci üst zıtlık (meta-contrast) ilkesi açıklamaktadır. Buna göre; belirli bir duruma sahip herhangi bir sayıdaki bireylerin, kendi aralarındaki farklılıkların, kendileriyle başkaları arasındaki farklılıklardan daha az olduğunu düşünmeleri halinde, kendilerini bir sosyal grup olarak sınıflandırmaları muhtemeldir. Gruplar arası farklılıkları grup içi farklılıklardan daha görünür algılamaları durumunda, bu bireyler kendilerini sosyal gruplara üyelikleri üzerinden tanımlayacak ve grup içi ve grup dışı ayırımı yapacaktır. KSK, bireyler kendilerini bir sosyal grupla özdeşleştirdiğinde bir benlik yitimi yaşadıklarını, bununla bireyselliğini kaybetmek değil kendini kendi özgün özelliklerinden ziyade grup üyeliği üzerinden tanımlamak anlamına geldiğini ifade eder. Kendini sınıflandırma, bilişsel olarak bireyi grup içine benzeter (Hogg ve Terry, 2001). Dolayısıyla, her grup

üyesi, kendi bireysellikleri de dahil olmak üzere, aynı değerleri ve ahlak düşüncesini paylaşır ve bu şekilde grup normlarına bağlı kalır.

KSK, kendini sınıflandırmayı bağlama bağlı olarak değerlendirir. Herhangi bir sınıfın anlamlılığı, verili herhangi bir bağlamda mevcut olan sosyal karşılaştırmalara bağlıdır. Ulusal kimlik örneğini ele alalım; bağlam, kıyaslanabilecek bir ulusal dış grubu içeriyorsa, bireylerin kendi ulusal grupları daha fazla dikkat çeker ve grubun algılanan türdeşliği de artar. Ancak, tek bir ulusal grup söz konusu ise, kişisel kimlikler ve bireysel farklılıklar öne çıkar ve dolayısıyla grubun algılanan türdeşliği azalır. Sonuç olarak; bu bakış açısına göre, bağlama bağlı olarak insanlar bireysel kişiler ve sosyal gruplar olarak hareket edebilirler. Dolayısıyla, bir bağlamda özgün bir karakter olarak davranış gösteren birey, başka bir bağlamda bir grup üyesi olarak kolektif benzerlikler gösterebilir. İnsanlar değişen seviyelerde bireysel farklılıkları veya kolektif benzerlikleri ile gündeme gelebilirler. KSK, bu farklı türdeki yükselişleri bağlama bağlı şekilde açıklamayı hedeflemektedir. Bu anlamda, insanlar kendilerini herhangi bir özel durumda tanımlar ve görür, bu seviyeler ve her bir seviyedeki farklı kimlikler arasında aşağı ve yukarı gidip gelir ve bunu tamamen normal kabul ederler. Dolayısıyla insanların kendilerini tanımlama şekillerinde, bireysel kimlikten sosyal kimliğe, her zaman değişiklikler olmaktadır.

Sonuç olarak; SKK gruplar arası seviyedeki davranışları açıklarken, KSK bu davranışları grup içi düzeyde incelemektedir. İnsanların belli koşullar altında nasıl farklı olabildiği, düşünebildiği, hissedebildiği ve psikolojik bir grup olarak davranabildiğini açıklamaya çalışır. İnsanlar bireysellikten grup psikolojisine ve davranışına kayabilmektedir. Bu aynı zamanda kendilerini kişisel kimliklerle ifade etmekten, paylaştıkları sosyal kimliklerle ifade etmeye geçiştir. SKK'yi gruplar arası davranışın sosyal kimlik teorisi olarak tanımlamak daha doğru iken, KSK'yi grupların sosyal kimlik teorisi olarak ifade etmek daha yerinde olacaktır.

Beraberinde getirdiği bu yeni bakış açılarına rağmen, KSK'ye yöneltilen bazı eleştiriler de mevcuttur. Örneğin; Taylor ve Moghaddam (1994) KSK'nin sosyo-yapısal etkenleri göz ardı ettiği ve gerçek yaşamdaki çatışmaların tutkusundan yoksun olduğunu savunur. Buna göre; KSK, güdüsel ve duygusal konulara gereken önemi vermemektedir. Bu anlamda, SKK, radikal toplumsal olayları açıklamakta daha başarılıdır. Örneğin; Reicher vd. (2008), SKK'nın getirdiği bakış açılarının, önyargıya, ayrımcılığa ve gruplar arası davranışların farklı türlerini destekleyen koşullara –çatışma, işbirliği ve toplumsal değişim gibi- odaklanması nedeniyle Nazizmi nasıl açıklayabildiğini tartışmıştır. Fakat KSK daha çok, insanların kendilerini gruplarla özdeşleştirmelerine ve grup davranışları sergilemelerine neden olan sosyal bilişsel süreçlere odaklanmaktadır. Yöneltilen bir başka eleştiri ise KSK'nin, kimlik gelişiminde önem arz eden bebeklikteki kimlik gelişiminden ziyade yetişkinlerdeki kimlik oluşumuna odaklandığı yönündedir. Dolayısıyla çocuklar üzerindeki grup etkisini açıklamada yeterli değildir.

SKK ve KSK, yukarıda tartışıldığı gibi aralarında bazı farklar bulunsa da, birtakım aynı varsayımları ve metotları paylaşmakta ve aynı ideolojik ve kuramsal bakış açısından gelmektedirler. Bu benzerliklerinden dolayı, her iki teori de sıklıkla 'sosyal kimlik bakış açısı' veya 'sosyal kimlik yaklaşımı'na atfedilmektedir. Bu teoriler, grup üyeliği ve hareketi ile ilişkilendirilen sosyal psikolojik süreçleri anlamak ve buna önemli bir katkıda bulunmak için bulunulan kuramsal girişimlerdir.

3. Kimlik Ekonomisi

1970'lerden bu yana, sosyal kimlik yaklaşımı pek çok değişiklik ve güncellemeden geçti. Birçok araştırmacının benzer konular üzerinde yazmasına neden oldu ve grup dinamikleri ve gruplar arası ilişkilerle ilgili birtakım konu ve sorunların incelenmesinde yararlandı. Kimlik ekonomisi, sosyal kimlik yaklaşımının iktisattaki bu yayılma alanlarından biridir.

Kimlik ekonomisi, insan davranışını anlamak için yeni bir yol sunar. Kararlarımızın yalnızca ekonomik saikalardan değil, aynı zamanda sosyal kimliklerimizden nasıl etkilendiğini açıklamayı amaçlar. Temel hedefi, kim olduğumuza dair algımızın ekonomik refahımızı nasıl şekillendirdiğini araştırmaktır; çünkü bu çalışma, öğrenme, harcama, uygulama ve birikim yapma şeklimizi belirlemede önemlidir. Dolayısıyla kimlik ekonomisi, ekonomiyle ilişkili normlar ve kimliklere

odaklanır. İnsanların neyin kurallara uygun ve neyin yasaklı olduğuyla ilgili düşünceleri çalışma, öğrenme, harcama ve biriktirme biçimleri açısından temel niteliktedir. Ayrıca toplum tarafından insanların kimliklerine atfedilen sınırlar da, onların ekonomik refahının önemli belirleyicileri olabilir. Bu nedenle; kimlik ekonomisinin bize sunduğu yenilikçi kavramlarla, farklı sosyal kimlikler ve gruplardan insanları güdüleyen unsurları daha iyi anlayabiliriz.

Kimlik kavramının bireysel tercihler üzerine bir iktisadi düşünme modeline girmesiyle, sosyal bağlam da önem kazanır. Kimlik konularının iktisadi düşünceye eklenmesiyle, rasyonalite algısı genel iktisat anlayışından uzaklaşır. Akerlof ve Kranton (2000: 179) bundan şu şekilde bahsetmektedir: “‘seçme’ fiilini üstünde iyice düşünerek kullanıyoruz. Alışveriş yapan bireyin yaptığı tercihin nedenlerinin farkında olup olmadığı konusunda agnostik bir yaklaşıma sahip standart fayda teorisindeki gibi insanların kendi motivasyonlarının farkında olduklarına dair herhangi bir varsayımda bulunmuyoruz.” Akerlof ve Kranton (2000), kimliği bir ‘kişinin benlik algısı’ olarak tanımlamaktadır. Bu algı, kişinin kendini yakıştırdığı sosyal sınıfla ilişkilidir.

Farklı sosyal sınıflar, ister sabit (cinsiyet, etnisite gibi), ister zaman içinde seçilebiliyor (sigara içen veya içmeyen) olsunlar, kendi şekillerini ve davranışlarını yaratırlar. Bu anlamda, sosyal sınıflar, üyelerinden belirli davranışları talep ederler. Üyeler kendilerinden beklenene uygun davranmazlarsa psikolojik veya fiziksel yaptırımlarla karşılaşırırlar. Bu ise onların refahını olumsuz şekilde etkiler (olumsuz fayda). Ancak grubun üyeleriyle uyumlu bir şekilde hareket ederlerse, refahları artar (fayda).

İktisatçılar, 2000’li yılların başında kimliğin rolünü çok daha fazla dikkate almaya başladılar ve farklı alanlarda bu bakış açısından yararlandılar. Örneğin; Akerlof ve Kranton (2000), kimliğin bireysel ekonomik davranışları ve sonuçları etkilediğine dair birçok örnek verir. “Şirket-işçi” ilişkisiyle ilgili benzer bir çalışmada, Akerlof ve Kranton (2005), işçinin şirketle özdeşleşmesi veya içinde bulunduğu çalışma ekibinin onun performans kalitesini geliştirdiğini göstermektedir. Benabou ve Tirole (2011) bireyin kimliği dahil olmak üzere, bireylerin değer verdiği ve yatırımda bulunduğu bir dizi inancı tanımladıkları bir kuramsal model sunar. Söz konusu model, insanların kendileriyle ilgili düşüncelerinin ve kendilerine dair algılarının hareketlerini ve dolayısıyla bunların sonuçlarını nasıl etkilediğini göstermektedir. Bazı iktisatçılar kimlik kavramını, toplumsal cinsiyet bazında ya da farklı etnik gruplar arasında gerçekleşen maaş farklarını deneysel yolla açıklamak için kullanır (Bowles vd., 2001). Ve birçok ampirik çalışma, eğitimde tercihler ve seçimleri açıklamak için kimliğin rolünü inceler. Özellikle bazı makalelerde; bazı Afro-Amerikalı ergenlerin, akranlarının reddetmesi üzerine, standart İngilizceyi öğrenmeyi, yani çoğunluk kültürüne uyum sağlamayı reddetmesinin temelindeki “beyaz gibi davranma” fenomeni incelenmektedir (Austen-Smith ve Fryer, 2005).

Bir diğer yandan, yakın zamanda kimlik ekonomisiyle ilişkili yeni bir akademik alanın ortaya çıktığını da belirtmeliyiz. Bu alan tabakalaşma ekonomisidir. Söz konusu alan, genel itibarıyla, grup temelli eşitsizlikler ve bireylerin sosyal gruplarla özdeşleşmesi ile ilişkili olan sosyoekonomik hiyerarşilerle ilgilenmektedir. Sınıf kimliğinin toplumsal inşası, gruplar arası eşitsizlik ilişkilerinde derin bir yerleşikliğe sahiptir ve bu nedenle değişime dirençlidir. Aslında sosyal sınıflar sıklıkla ikincil sınıflara göre göreceli baskın sosyal grupların güvenliğini sağlayan önyargı sistemlerini devam ettirme işlevi görür. Dolayısıyla, bireyler bazı zamanlarda sınıflarının kendilerine atfettiklerine direnç gösterebilir ve belirli bir sosyal grup sınıfını tanımlayan ortalama özelliklerin kendileri için geçerli olup olmadığına inanıp inanmamayı ya da ne derece inanacaklarını değerlendirebilirler.

Sosyal olarak tabakalaşmış toplumların ciddi etik ve ekonomik bakımdan yetersizlik sorunları olduğu yaygın bir kabul görmektedir. Bunlar, gruplar arasında adalet ve gelir eşitsizliği bakımından istenen şeyler değildir. Herhangi bir grubun refahı, toplumsal cinsiyet, doğum veya sosyal sınıf tarafından önceden belirlenmiştir. Bir grup azınlık bu tesadüften yararlanırken; çoğunluk, kendi başarı seviyeleriyle bağdaşmayan birçok dezavantaja sahiptir. Böyle bir toplumda ekonomik üretim potansiyelin altına düşer; çünkü beceri kaynakları görevler ve yetilerin sistemli bir şekilde yanlış eşleştirilmesi ile verimsiz bir şekilde kullanılır; bu ise genel refah seviyesinin düşmesine neden olur. Dolayısıyla, sosyal tabakalaşma seviyesinin azalması, bu tür toplumların hem etik hem de ekonomik açıdan cazip toplumlar inşa etmelerinde etkili olacaktır. Örnek vermek gerekirse; damgalama

uygulamalarının azaltılması, tabakalı bir toplumda bazı bireylerin hareketliliğini arttırabilir ve damgalanmış gruplar, yoksulluktan kaçmak için nesiller boyu bir hareketliliği sürdürme kapasitelerini sınırlandıran kaynak dezavantajlarından halen mustarip olabilirler (Darity, 2009).

Sosyal kimliği iktisada dahil etme çalışması, resmi olarak ilk defa Akerlof ve Kranton tarafından üstlenilmiştir (2000). Akerlof ve Kranton (2000), çalışmalarında kimliğin üyelerinden bazı davranış formları beklenen (davranış için bir norm veya kural koyma) sosyal sınıflar olarak tanımlandığı bir neoklasik fayda fonksiyonu inşa etmektedir. Buna göre; beklenenden sapmalar olumsuz faydayı yaratır. Bu düşünme biçimini sosyal dışlanma ve yoksulluğun iktisadi, toplumsal cinsiyet temelli ayrımcılık, hanede iş bölümü (Akerlof ve Kranton, 2000), eğitimin iktisadi (Akerlof ve Kranton, 2002), ve sözleşme teorisi (Akerlof ve Kranton, 2005) gibi alanlarda kullanmaktadırlar. 2010'da ise, kimlik ekonomisi çerçevesinden yararlanan tüm alanların özetini sunan *Kimlik Ekonomisi* isimli bir kitap yayımlamışlardır. Akerlof ve Kranton (2000) tarafından tasarlanan düzenekte j bireyinin faydası U_j , kendi eylemleri a_j 'ye ve diğer insanların eylemleri a_{-j} 'ye ve ayrıca kimliği I_j 'ye bağlıdır:

$$U_j = U_j(a_j, a_{-j}, I_j)$$

a_j ve a_{-j} eylemlerinin vektörlerinin yanı sıra, I_j kimliği de bireyin c_j sosyal sınıflarına değer vermesine bağlıdır. Bireyin kimliği ayrıca aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

$$I_j = I_j(a_j, a_{-j}; c_j, \mathcal{E}_j, P)$$

Ki burada bireyin kimliği kendi eylemleri a_j ile başkalarının eylemleri a_{-j} 'nin, P normlar tarafından uygun görülen davranışlara nasıl karşılık verdiğiyle bağlıdır. Ayrıca j kişisine atfedilen sosyal sınıflar olan c_j ile bireyin kendi özellikleri olan \mathcal{E}_j 'ye de bağlıdır. Burada birey j ; faydasını a_{-j} , c_j , P ve \mathcal{E}_j şeklinde maksimize eder.

Kimliği fayda işlevine dahil etmek, bireyin kendi eylemleri açısından fazladan bir sonuç doğurur. Standart bir duruma kıyasla, bireyler burada eylemden doğruca ve ek olarak kimlik bölümü aracılığıyla bir dışsallıktan faydalanmaktadırlar. Kimlik şeklen I_j 'ye bağlıdır, dolayısıyla yukarıda yer verilen bir eylem için toplam fayda (U_j), eylemin kendisinden ve bireyin ait olduğu sosyal sınıfın davranış normları ve ideallerine ne kadar iyi uyum sağlayabildiğinden oluşur. Eğer gerçekleştirilen eylem normlara uyuyorsa, kimlik vasıtasıyla olumlu bir dışsallık söz konusu olur. Eylemin normlarla çatıştığı durumlarda ise bunun tam tersi geçerlidir. Bu yüzden kimlik, bir eylemin faydasını arttırabilir ya da azaltabilir. Bu model, iktisadi analizi en az üç farklı nedenden dolayı derinleştirmektedir: (1) Kimlik davranışın temelinde yer alır; kimlik seçimi, bireylerin aldığı en önemli iktisadi karar olabilir. Bireyler, az ya da çok bilincinde olarak, kim olmak istediklerini seçerler. Bu seçimin sınırları, bireyin ekonomik refahının da en önemli belirleyicisi olabilir. Yoksulluk, işgücü temini ve okullaşma gibi konulara dair daha önceki dönemlerde yapılan iktisadi analizler bu ihtimalleri hesaba katmamıştır. (2) Eylemler, bir tür dışsallığa ve dolayısıyla başkaları üzerinde kimlik temelli dışsallıklara sahiptir. Kişinin eylemleri, başkaları için bir anlam ifade edebilir ve onlarda karşılık verme gereği uyandırabilir. Toplumsal cinsiyet bunun bir örneğidir. Elbise, kadınsılığın sembolüdür. Eğer bir erkek elbise giyerse, bu diğer erkeklerin kimliğini tehdit edebilir. Burada bir dışsallık söz konusudur ve diğer erkeklerin karşılık vermesi durumunda daha fazla dışsallıklar doğabilir. (3) Kişinin kendi kimliğiyle ilgili seçimi, bireyler ve durumlara göre değişiklik gösterebilir; yani bağlamsaldır. Kimliğe dair düşünceler toplum içinde evrilir ve toplumun bazı üyelerinin onları kendi yararına kullanmak için nedenleri olabilir.

Kimlik ekonomisi, ana akım iktisadın geçmişten beri göz ardı ettiği toplumsal konulara yeni bir anlayış getirmiş olsa da, alana yöneltilecek bazı eleştiriler mevcuttur. İlk olarak, kimlik ekonomisinin esnekliği, yararlılığına dair şüphe uyandırmaktadır: Teori, uygun sosyal sınıflar ve normları benimseyerek her şeyi açıklayabilmektedir. Ayrıca sosyal sınıfları ve ilişkili normları deneysel olarak ölçmek hayli zor olabilir.

Kimlik kavramının çalışma alanı çok yönlü olup mekanik olmadığından, insanların sınıf, din, toplumsal cinsiyet ve eğitim geçmişi gibi pek çok yönü söz konusu olabilir. Dolayısıyla insanların kendilerini nasıl gördüğünü ve birbirleriyle nasıl ilişki kurduklarını anlatan; toplumsal cinsiyet ya da ırk gibi biyolojik yönlerle dayanan toplumsal olarak inşa edilmiş bir anlama sahip; ulusal, kültürel veya dilsel sembollerle özdeşleştirilen; insanların kendilerini anlamak ve dünyayı görmek için yararlandıkları bilişsel bir akıl yürütme, siyasi aktörlerin tanımlayıcı temsili ve çok daha fazlası olarak kullanılan bir kavramdır. Bu nedenle kimlik kavramı, yaygın bir şekilde farklı şeyleri açıklamak için kullanılmaktadır. Bu nedenle, terimin bu çok çeşitli kullanım ve tanımları, kimlik ve eylem arasındaki nedenselliği açıklayan kavramın yeterliliği ve kullanışlılığı ile ilgili soru işaretlerine neden olmaktadır (Aguiar vd., 2010).

Akerlof ve Kranton, bu eleştirileri fark etmişlerdir. Fakat teorilerini savunmak yerine, hipotezin ekonomi bilimi içinde test edilmesi uygulamasına daha fazla dikkat göstermişlerdir. Onlara göre; model seçiminde kullanılan test yöntemleri, ekonomik modellerin karmaşıklığı ve açıklama için büyük seçim alanı nedeniyle yeterince işlenmiş değildir. Bu durum, her bir modeli yanlışlanamaz kılmaktadır. Dolayısıyla onların önerisi; sadece niceliksel veriye güvenmektense, sosyal bağlam ile ilgili bilgi edinmek için gözlemsel ve niteliksel verinin de kullanılması yönündedir.

Kimlik ekonomisine getirilen bir başka eleştiri ise, sosyal kimlik kavramının kapsamı ile ilgilidir. Akerlof ve Kranton, sosyal kimliği, modellerine dahil etmektedir. Ancak, öne sürmüş oldukları, gözlemlenen ve uygulanan sosyal sınıflar ve normlara dayalı kimlik kavramı, toplumsal bağlamla ilişkilidir ve bu nedenle bu, bireylerin toplu kimliği değil sosyal kimlik kavramıdır. Buna insanların bireysel kimlikleri dahil edilmemektedir (Davis 2007 ve Aguier vd. 2010). Aslında, bireyin özsaygısı ve kimliğinden etraflıca bahsetseler de, bu terimlerin her ikisi de halen sosyal sınıflara bağlıdır. Modellerinde bir bütün olarak benlik U_j fayda fonksiyonudur ve kimlik bileşeni I_j bir özsaygı biçimi olarak kimlik dönüşlü olmadığı için U_j 'ye bağlı değildir. Modelde yer alan özsaygı, bireyin özelliklerinin veya hareketlerinin belli bir sosyal kategoriye ait özellikler ve hareketlerle ne kadar iyi eşleştiğini ve dolayısıyla I_j 'nin bireyin benimsediği benliğin toplumsal görünümü şeklinde daha iyi adlandırılabilirliğini göstermektedir (Davis, 2007).

Toplam kimlik, yalnızca toplumsal bağlam üzerinden temellenmez; aksine, sosyal kimlik bireyin kimliğinin yalnızca bir parçası olduğu için bireyin kişisel kimliği de bu noktada önem ifade eder. Kişisel kimlik, başkalarından farklılık arz eden bireysel düzeyi daha fazla ifade eder. Aynı zamanda çeşitli sosyal kimlikler arasında bir tür referans olarak da düşünülebilir, insanların birden fazla kimliğinin olabildiğini düşünürsek, bireysel kimlik sosyal kimlikler için bir referans olarak kullanılmalıdır. Bu anlamda Davis (2007), sosyal kimliklerin "taşıyıcı"sının bir tanımı yoksa, farklı sosyal kimlikler arasında nasıl bir sıralama yapacağımızı sorar. Dolayısıyla Davis ve Aguier gibi yazarlar, bireysel kimliğin sosyal kimlik inşasında önemli olduğuna dikkat çeker.

3.1. Kimlik Ekonomisi Çalışmaları

Bu başlık altında kimlik ekonomisindeki bazı ampirik konuları aydınlatacağız. Bu konular ağırlıklı olarak toplumsal cinsiyet, din ve tüketicilik akımıdır. Bunlar, ekonomik eylemlerimizi ve dolayısıyla ekonomik refahımızı şekillendirme potansiyeli olan temel sosyal kimliklerdir. Şimdi bunları sırasıyla inceleyeceğiz.

3.1.1. Ekonomide Toplumsal Cinsiyet Kimliği

Toplumsal cinsiyet, genel olarak, kadınlar ya da erkekler için toplumsal olarak inşa edilmiş nitelikler ve davranışlar grubu şeklinde tanımlanmaktadır. Toplumsal cinsiyet kimliğimiz, büyüdüğümüz ve aidiyet hissettiğimiz kültür ve toplum içinde belirlenir. Bu nedenle, toplumsal cinsiyet kimlikleri kültür, zaman ve mekana bağlı olarak değişiklik gösterebilir.

Toplumsal cinsiyet, farklı toplumlarda değişen ölçülerde toplumsal eşitsizliklerin, özellikle de ekonomik olanların önemli nedenlerinden biridir. İktisatçıların bakış açısından bu tür eşitsizlikler, çoğunlukla kimlikle ilişkili etkenlerden çok ekonomik etkenlerle ilgilidir. Örneğin; bazı iktisatçılar toplumsal cinsiyet eşitsizliğini açıklamak için kadınların işgücüne katılımlarının dinamiklerine vurgu yapmaktadır (Eckstein ve Lifshitz 2011). Diğer bazı iktisatçılarsa beşeri sermayedeki farklılıklara

(Mincer ve Polachek, 1974), meslek içi eğitime (Blau ve Kahn, 2000) ve aile planlama tercihlerine (Goldin ve Katz, 2002) vs. dikkat çekmektedirler.

Ne var ki, bu açıklamaların yalnızca, özellikle toplumsal cinsiyet rolleriyle ilgili toplumun temelinde yatan kültürel inançlardan kaynaklanan daha temel etkenlerin sonucu olan yaklaşık nedenleri anlattığı açıktır. Örneğin; beşeri sermaye yatırımında cinsiyetler arası farklılıkların, genellikle kadınların işgücüne katılımına yönelik muhafazakar tutumlardan kaynaklandığı görülmektedir. Benzer şekilde Fortin (2015), toplumsal cinsiyet tutumlarındaki değişimler ve kimliğin, kadınların emek arzındaki değişimleri öngören en güçlü unsurlar olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle, söz konusu esasların rol ve mekanizmasının anlaşılması, toplumsal cinsiyet eşitsizliği tartışmasında kilit bir öneme sahiptir.

Son yıllarda, bazı makalelerde toplumsal cinsiyet kimliği modelinin kadın emek piyasası çıktılarına açıklayıp açıklayamayacağı sorusunun yanıtı aranmıştır. Örneğin, Akerlof ve Kranton (2000), toplumsal cinsiyet kimliği kavramını kullanarak bir kimlik modeli inşa etmiştir. Bu modelde “kadın” ve “erkek” gibi ilgili sosyal kategoriler bulunmaktadır. Ve bu iki kategori, belirli davranış yönergeleriyle ilgilidir. Örneğin; yönergelerden biri, işgücüne katılımı ilgilidir. “Erkekler işgücüne katılır ve kadınlar evde çalışır,” şeklinde güçlü bir davranışsal yönerge var olduğu sürece, toplumsal cinsiyet kimliğine ilişkin normlar, kadınların işgücüne katılımlarının yavaş bir şekilde artmasının nedenini açıklayabilir. Benzer şekilde, Dünya Değerler Araştırmasından veriler kullanarak 25 OECD ülkesinde 10 yıllık bir periyotta kadınların benlik algılarının işgücüne katılımlarıyla ilişkisini değerlendiren Fortin (2005), kadınların ev hanımı, erkeklerinse ailenin geçimini sağlayan kişi olduğuna dair toplumsal temsillerinin, kadınların emek piyasası çıktılarında etkili olduğunu göstermektedir. Kadınlara karşı daha az eşitlikçi tutumların diğer bazı formları da (“işlerin az olması durumunda, erkeklerin çalışmaya kadınlardan daha fazla hakkı vardır,” ifadesindeki gibi) kadınların kazancı ve istihdamında etkilidir. Fakat, bu tutumların zaman ve mekan boyunca değiştiği açıktır. Fortin (2005), başka bir yönergenin daha (“çalışan bir anne de çocuğuyla, tıpkı çalışmayan bir anne kadar, sıcak ve sağlam bir ilişki kurabilir” ifadesinde kendine yer bulduğu üzere), kadınların işgücüne katılımlarıyla yakından ilişkili olduğunu savunmaktadır. Başka bir makalesinde Fortin (2009), Amerika Birleşik Devletlerindeki (ABD) benzer bir sorunu yeniden değerlendirmekte; kadınların toplumsal cinsiyet rollerine dair tutumlar istikrarlı bir şekilde daha az geleneksel ve daha fazla eşitlikçi olurken, işgücüne katılımlarının da artmakta olduğunu belirtmektedir.

Toplumsal cinsiyet rolleriyle ilgili tutumların çoğunlukla erken çocukluk döneminde belirlendiği yaygın şekilde kabul görmektedir. Bu da toplumsal cinsiyet kimliğiyle ilişkili normların nesilden nesle aktarıldığını ifade eder. Örneğin; Fernandez v.d. (2004) tarafından yapılan bir araştırmada, çalışan annelerin olduğu ailelerde büyüyen erkeklerin eşlerinin çalışması konusunda daha rahat olma eğiliminde oldukları kanıtlanmıştır. Söz konusu erkekler, toplumsal cinsiyete dayalı istihdama daha az eğilim göstermekte ve toplumsal cinsiyet rollerine dair basmakalıp tutumları daha az benimsemektedir. Hatta bu şekilde, kadınların istihdama katılımının söz konusu erkekler ile daha kolay olduğu ve onların da oğullarına daha az geleneksel davranmayı öğretip onları motive ettiği verimli bir döngü oluşmaktadır. Dolayısıyla, anneleri çalışan erkeklerin çalışan eşlere sahip olmaları daha olasıdır. Yakın zamanda yayımlanan bir makalede Fernandez ve Fogli (2009), ABD’deki işgücü katılımına bakmaktadır. Bunun için kadınların soylarının dayandığı ülkelerdeki kadın işgücüne katılım ve doğurganlık oranlarını kültürel ölçütler olarak kullanmaktadır. Araştırma sonucunda, hem bireysel ve hem de eşlerin sosyoekonomik altyapılarını dikkate almak kaydıyla, büyük akrabaları kadın işgücüne katılım oranının daha yüksek olduğu ülkelerden gelen ikinci nesil Amerikalı kadınların çalışma olasılıklarının da daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Bu araştırmalar, çoğunlukla toplumsal cinsiyet normlarının kısa süreli işlenebilirliğine odaklanmaktadır. Ancak diğer bazı araştırmalar, bu normların uzun süreli zorluğuna dikkat çekmektedir. Örneğin; Alesina vd. (2013), soyları toprağı sabanla sürerek işleyen (fiziksel güce daha fazla ihtiyaç duyulan ve dolayısıyla kadın emeğine daha az uyumlu olan) etnik yapılar ve ülkelerde, kadınların işgücüne katılımlarının bugün dahi daha düşük seviyede olduğunu kanıtlamıştır.

Kadınlar ve erkekler arasındaki mesleki ayrım, emek piyasaları bağlamında toplumsal cinsiyet kimliği ile ilgili yaygın olan bir başka durumdur. Akerlof ve Kranton (2000), mesleki ayrımın

bugün dahi neden sürdüğünü tartışmakta ve bunu bir örnekle açıklamaktadır: “Denizcilerin tamamı çoğunlukla erkek olarak görüldüğünden, bu meslekteki bir kadın kendini rahatsız hissedebilir. Kadın bir denizci olması, onun toplumsal cinsiyet sınıfı için uygun bir davranışsal yönerge değildir (yalnızca erkekler denizci olabilir, kadınlar değil). Bu durum, kadınların bazen finansal saikalarla giriyor olsalar bile neden erkeklerin mesleklerine yavaş girdiklerini açıklamaktadır. Dahası, erkek denizciler kadın denizcilere sıklıkla kötü davranmaktadır, çünkü onları iş arkadaşı olarak kabul etmek kendi toplumsal cinsiyet kimliklerini tehdit etmektedir.

Akerlof ve Kranton (2000), aynı makalede kendi toplumsal cinsiyet kimliği modellerini, eşler arasındaki ev işi görevlerinin dağılımına da uygularlar. Burada toplumsal cinsiyet kimliğinin, emek piyasasında tam zamanlı çalışan kadınların dahi halen neden orantısız bir ev işi yükünü üstlendiklerini açıklayabileceğini savunmaktadırlar. Söz konusu durum, çoğunlukla “erkeklerin işgücüne katıldığı ve kadınların evde çalıştığı” yönündeki davranışsal yönergelerden kaynaklanmaktadır, çünkü erkeklerin toplumsal cinsiyet kimliği, eşlerinin emek piyasasında çalışmaları durumunda tehdit edilmektedir. Kadınlar, bu tehdidi dengelemek için, ev işi görevlerinin daha büyük bir kısmını yapmaya psikolojik olarak zorlanmaktadır.

Sık sık toplumsal cinsiyet kimliğiyle ilişkilendirilen başka bir yönerge de, erkeğin eşinden daha fazla kazanması gerektiği yönündedir. Yakın zamanda yayımlanan bir makalede Bertrand vd. (2015), toplumsal cinsiyet kimliğinin, özellikle de erkeğin geçim sağlayan kişi ve kadının ev hanımı rollerini üstlenmesinin, hane halkının ekonomik kararlarına etki ettiğini belirtmektedir. Bu konudaki kaynakları, 1995-1998 Dünya Değerler Araştırmasında Doğu ve Batı Almanya ile ABD’deki kişilerin “Eğer bir kadın, eşinden daha fazla kazanıyorsa, bu neredeyse kesinlikle soruna yol açar,” ifadesine verdikleri tepkilerdir. Söz konusu ülkelerin üçünde de, katılımcıların üçte birinden fazlası ifadeye katılmıştır. Bu tutum, evli kadınların emek arzını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Wieber ve Holst, 2015).

ABD verisini kullanan Bertrand vd. (2015) bu cevapları destekleyen kanıtlar bulmuşlardır. Buna göre; eşlerinden daha fazla para kazanabilecek kadınların işgücünden ayrılma ve potansiyel gelirlerinin daha altında kazanmaya eğilimli olduklarını ifade etmektedirler. Yani kadınların potansiyel gelirleri ile gerçekteki gelirleri arasındaki aralık daha büyüktür (kısmen daha az çalışma saatine bağlı olarak). Bir başka ifadeyle, kadınlar evden işe bir cam tavan getirmektedir. Codazzi vd. (2018), Bertrand vd. tarafından ileri sürülen bu analizi Brezilya örneğiyle genişletmekte ve özellikle ‘bir erkek, eşinden daha fazla kazanmalıdır’ yönergesinin toplumsal ve ekonomik sonuçlarına odaklanmaktadır. Brezilya nüfus sayımlarından sağlanan veriler incelenerek edinilen sonuçlarda, evli çiftler arasında yalnızca yüzde 7’lik bir bölümde kadının erkekten daha fazla kazandığı gözlemlenmiştir. Araştırma, eşlerinden daha fazla kazanma olasılığı olan kadınların işgücüne daha az katılma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu kadınlar çalışsalar bile, daha az saat çalışmak gibi yollara başvurarak, potansiyel gelirlerinden daha az kazanmaya çalışmaktadırlar.

Bertrand vd. (2015), ayrıca geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini ihlal etmenin fazladan maliyetleri olduğunu belirtmektedir: Kadının daha fazla para kazandığı çiftlerde boşanma eğilimi daha sık görülmektedir. Araştırmacılar, bu gerekçeye dayanarak, düğünlerin sıklığının, hane halkı gelirinin kadından gelen kısmının 0.5’ten daha yüksek olması halinde kesintiye uğradığını kanıtlamaktadır. Basitçe söylemek gerekirse, kadının erkekten daha fazla kazandığı durumlarda evliliklerde keskin bir düşüş yaşanmaktadır. 0.5’teki göreceli gelirin dağılımında bir kesinti olduğu görülmektedir; ki bu da çiftlerin kadının erkekten daha fazla kazandığı durumlardan kaçındıklarını göstermektedir. Bir başka ifadeyle, bireysel gelirle ilgili ABD idari verileri kullanılarak, kadının eşinden daha fazla kazanmaya başlaması durumunda, çiftler arasında göreceli gelir dağılımı (kadının geliri / (kadının geliri + erkeğin geliri)) 0.5’in sağ tarafına ciddi bir düşüş göstermektedir.

Watson ve McLanahan (2011) de benzer sonuçlar elde etmişlerdir. Rastgele seçilen bir kadının, yine rastgele seçilmiş bir erkekten daha fazla kazanma olasılığının olduğu durumlarda evlilik oranları düşmektedir. Bu, aynı zamanda iki sosyoekonomik gelişmeyle ilgili olabilir: Erkeklerle göre kadınlar daha fazla kazanmaya başlamışlardır ve evliliklerde bir düşüş olmuştur. Wieber ve Holst (2015) ve Hederos ve Stenberg (2015) de iki yüksek gelirli ülkede, sırasıyla Almanya ve İsveç’te benzer çalışmalar yürütmüştür. Almanya’da yapılan çalışmada kadının erkekten daha fazla

kazanması halinde evlilikte aynı şekilde bir kesinti olduğu gözlemlenirken; İsveç'teki çalışmada hane halkının göreceli gelir dağılımıyla ilgili herhangi bir kesintiye rastlanmamıştır.

3.1.2. Etnik Kimlik ve Ekonomi

Etnik kimlik, bireylerin kendilerini nasıl algıladıkları ve aynı ya da farklı etnik kökenden başka insanlarla kendilerini nasıl kıyasladıklarını ifade eder. Dolayısıyla bu kimlik türü, aynı ülkede farklı kökenlerden insanlar ya da farklı etnik kökenden göçmeler arasında çeşitlilik gösterebilir. Etnik kimlik, kimlik algımızın en önemli niteliklerinden biridir; çünkü bir etnik grup içindeki insanları karşılaştırabilmeyi ve farklı etnik grupların temsilcileri arasında paraleller çizmeyi mümkün kılmaktadır. Bu nedenle etnik kimlik kültür, normlar ve köken toplum ile ev sahibi kültür ve toplumla özdeşleşme arasında bir denge görevi görür.

Etnik kimlik, bir gruba ya da kültüre ait olmanın öznel kavranışına odaklanan kültürel etkileşim sürecidir ve göçmenlerin yeni bir topluma gelmesiyle belirginleşir. İnsanlar yeni bir ülkeye taşındıklarında, hemen kültürlerin çarpışmasını hissederler. Kültürler, diller ve gelenekler arasındaki zıtlık sorun yaratır. Göçmen, sonunda kendi kimliğini koruyup köklerine ve geçmişine sadık kalarak köklerine bağlılık gösterme ve yeni kültürü benimsemek ile ikisinin bir birleşimini bulmak arasında düşünmeye başlar (Constant, 2014). Yoğunlukları ve etkileşim şekillerine bağlı olarak dört farklı kültürel etkileşim stratejisi bulunmaktadır: entegrasyon, asimilasyon, ayrışma ve marjinalleşme. Hem ev sahibi hem de geride bırakılan ülkenin kültürüyle özdeşleşme entegrasyon şeklinde adlandırılırken; ev sahibi ülkeyle güçlü bir özdeşleşme ve köken ülkeye zayıf bir bağlılığın söz konusu olduğu durumlar asimilasyon olarak tanımlanmaktadır. Bu durumun tam tersi, yani varılan ülkeyle düşük bir özdeşleşme ve köken ülkeye güçlü bir bağlılığın söz konusu olduğu durumlara ayrışma adı verilmektedir. Dördüncü stratejiyse, her iki ülkeye de düşük bir aidiyetin hissedildiği marjinalleşmedir.

Aslında, göçmenlerin ekonomik olarak içerilmesiyle ilgili ilk çalışmalar, etnik kimliği bireyin ekonomik davranışının bir nedeni olarak görmemiştir. Bu çalışmalar çoğunlukla yabancılarla yerliler arasındaki gelir eşitsizliğine odaklanmış ve beşeri sermayedeki farklılıkları söz konusu eşitsizliğin temel nedeni olarak tanımlamıştır (örn; Chiswick, 1978; Borjas, 1982). Bu çalışmalara göre; ev sahibi ülkeye özgü bir beşeri sermaye oluşturma süreci, göçmenlerin yerlilerle arasındaki ekonomik mesafeyi ortadan kaldıracaktır, çünkü bu şekilde çalışanların üretkenliklerindeki farklılıklar da azalmış olacaktır. Ne var ki, daha sonraki çalışmalar, sorunun çok daha karmaşık olduğunu göstermekte ve göçmenlerin ev sahibi ülkenin emek piyasasında karşılaşmaları muhtemel ırksal ayrımcılık sorunu gibi diğer etkenlere odaklanmaktadır.

Bu bağlamda Mason (2004), çoğunluk kültürü ile özdeşleşme ve ten renginin İspanyol asıllı Amerikalıların emek piyasası çıktıları üzerindeki etkileri ile ilgili bazı ampirik sonuçlar ortaya koymaktadır. Araştırmada, İspanyol asıllı grupların İspanyol olmayan beyaz ırka ait bir kimlik benimsemelerinin onlara daha yüksek gelir ve maaş sağladığı tespit edilmiştir. Koyu renkte bir ten görünümüne sahip olanlarsa, İspanyol olmayan bir kimlik benimsemiş olsalar dahi bunu başaramamaktadır. Köken ve varılan ülkelere duyulan aidiyeti ölçmek için "etnosizer" adı verilen bir gösterge kullanan Constant vd. (2009) ve Constant ve Zimmermann (2008), Almanya'da entegre ve asimile olmuş göçmenlerin, istihdam ve maaş açısından, ayrılmış ve marjinalleşmiş yabancılardan daha iyi durumda olduklarını kanıtlamaktadırlar. Benzer bir analizi İsveç örneğinde yapan Nekby ve Rodin (2010) ise entegre kimliğe sahip bireyler ile asimile olanlar arasında yalnızca ufak farklılıklar gözlemlemiştir. Söz konusu araştırmada, asimile olanlara oranla entegre olanların yüzde 3 daha fazla istihdam olasılığı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fakat ayrılmış kimliğe sahip göçmenlerin istihdam oranının çok daha düşük olduğu görülmektedir.

Birleşik Krallık örneğinde araştırma gerçekleştiren Battu ve Zenou (2010), muhalif kimlik ile emek piyasasında istihdam edilme arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Edindikleri sonuçlar, muhalif tercihlere sahip beyaz olmayan kimselerin istihdam sorunu yaşamalarının muhtemel olduğunu göstermektedir. Bu bireylerin, muhalif olmayanlara kıyasla, istihdama katılma oranları yüzde 7 daha düşüktür. Benzer şekilde Casey ve Dustmann (2010) da, Almanya verilerini kullanarak, göçmenlerin kendilerini azınlık kültürüyle özdeşleştirmelerinin istihdam edilme olasılıkları

üzerindeki etkisine dair kısıtlı ölçüde bir kanıt bulmuştur. Daha yakın bir zamanda araştırma yapan Islam ve Raschky (2015), Kanada kültürüne hissedilen aidiyet ile göçmenlerin istihdamı arasında negatif bir ilişkinin bulunduğunu tespit etmektedir.

Ekonomik sosyoloji, etnik kimliklere ilişkin olarak, insanların kişisel bağlantılar ve enformel ağlar yoluyla iş buluyor olmasına da odaklanmaktadır. İnsanların etnik gruplara ne ölçüde bağlı olduğu, bu gruplara katılımları açısından esastır. Bu şekilde etnik temelli iş ağlarına erişim sağlayabilir, bir başka ifadeyle enformel iş bulma ağlarını (arkadaşlar, aile ve komşular) kullanma fırsatı yakalayabilirler. Pendakur ve Pendakur (2005), Kanada verilerini kullanarak etnik kimliğin iş bulmak için enformel ağları kullanmadaki etkilerini incelemektedirler. Ulaştıkları sonuçlar, Avrupalı etnik azınlıkların etnik kimliklerinin gücünün istihdama katılmada kullanılan enformel yöntemlerle pozitif bir ilişkisinin olduğu, ancak aynı durumun Avrupalı olmayan etnik azınlıklar için geçerli olmadığı yönündedir. Bu açıdan Battu vd. (2007), etnik kimlik ile istihdam çıktıları arasındaki ilişkiye nazaran belirgin bir model ileri sürmektedirler. Bu modelde etnik azınlıklar, sosyal çevrelerine ve köken kültürlerine (din, dil) bağlılıklarına göre tanımlanmakta ve işler de çoğunlukla sosyal ağlarla bulunmaktadır. Ayrıca farklı Roman aileler arasındaki güçlü bir sosyoekonomik bağın varlığının geniş aile birlikleri ve topluluk aracılığıyla geniş ve enformel destek ağlarının oluşmasında önemli olduğu yaygın bilinen bir gerçektir. Sonuç olarak, bir yanda evlilikle oluşan ittifaklar çerçevesinde oluşturulan ve güçlenen destek ağları, diğer yanda ise Roman topluluğu içindeki ilişkiler, bu bireylerin toplum içindeki sosyoekonomik aktivitelerini şekillendirmektedir. Bu bağlamda destekleyici ilişkilerden oluşan bu ağlar, Romanların genellikle dışlandığı kurumsallaşmış Roman olmayan baskın sosyal destek biçimlerinin yerine geçmektedir (Dasalaki, 2003). Etnik kimlik ve saikalar arasındaki ilişki konusuyla ilgili olarak, “beyaz gibi davranma” (acting white) şeklinde adlandırılan başka bir durumdan daha bahsetmekte fayda vardır. ‘Beyaz gibi davranmak’, ABD’de İspanyol kökenli ve siyahi çevrelerde ortaya çıktığına inanılan bir durumdur. Bu topluluklardaki ergenlerin belirli davranışlarla ilgili (örn; eğitim) bazı önemli engelleyici faktörlere sahip oldukları gözlemlenmiştir. Bu durumun nedeni, çoğunlukla beyazlar gibi davrandıklarının düşünülmesinden korkmalarıdır. Bu şekilde düşünülmenin dışlanmaktan dövülmeye kadar farklı cezalara neden olması muhtemeldir. Bunun altında yatan psikoloji ise, temelde gençlerin aynı etnik gruptaki akranları tarafından tanınmak istemeleridir. Örneğin; ABD’de yapılan bazı çalışmalar, yoksul bölgelerdeki Afro-Amerikalı öğrencilerin standart İngilizceyi öğrenme ve okulda başarılı olma konusunda kararsız kaldıklarını, çünkü bunun “beyaz gibi davranmak” ve çoğunluk kimliğini benimsemek şeklinde düşünülebileceğini ortaya çıkarmıştır (Battu vd., 2007, Fryer ve Torelli, 2010). Bu nedenle “beyaz gibi davranmak” hipotezi, düşük gelirli siyahi çevrelerde görülen düşük akademik performansı kısmen açıklayabilir.

Bazı etnik grupların akademik performansı, kendilerinden ne beklediğiyle ilişkilidir. Örneğin; Steele ve Aronson (1995), Afro-Amerikalı ve beyaz öğrenciler üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir. Katılımcılar rastgele iki gruba ayrılmış; uygulanan testle ilgili bir gruba zihinsel performansı ölçtüğü söylenirken diğer gruba böyle bir mesaj iletilmemiştir. Sonuç olarak ilk gruptaki Afro-Amerikalı öğrencilerin performansı önemli ölçüde daha kötü olmuştur. Araştırmacılar, bu düşük performans durumunun “stereotip tehdidi” şeklinde adlandırdıkları, ırkla ilgili basmakalıp inanışlara uymaktan kaynaklandığını savunmaktadırlar. Hoff ve Pandey (2006) de, Hindistan’ın kuzeyinde yaşayan çocuklar üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada benzer sonuçlara ulaşmıştır. Araştırmaya dahil edilen çocuklardan labirent çözmeleri istenmiştir. Kast kimliği açıklanmadığında, yüksek ve düşük kasttan çocukların performansının birbirinden çok farklı olmadığı gözlemlenmiştir. Ancak hangi kasta mensup oldukları anons edildiğinde, düşük kasttan çocukların performansının önemli ölçüde düştüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bu, benlik algısını şekillendiren ve en kırılgan gruplardan beklentileri düşüren uzun süreli ayrımcılıkla bağdaşan bir durumdur. Bertrand vd. (2005), bunu “örtülü ayrımcılık” şeklinde adlandırmaktadır. Bireyler, normları içselleştirdiği ve onlara bağlı kaldığı sürece, davranışları sosyal kimlikleri tarafından fazlasıyla etkilenir. Etnik kimlik ve ev sahibi olma kararı arasındaki ilişkiye bakan araştırmalar da bulunmaktadır. Ev sahibi olma, bir göçmen açısından önemli bir karardır. Yalnızca servet ifadesi değil, aynı zamanda topluluğa bir bağlılık ve ev sahibi ülkede ikamet kalıcılığının bir sembolüdür. Ampirik araştırmalar, ayrılmış ve marjinalleşmiş

hane halklarının asimile veya entegre olmuş hanelere oranla ev sahibi olmalarının daha düşük oranda seyrettiğini göstermektedir (Krivo, 1995; Alba ve Logan, 1992). Söz konusu araştırmalar, yerliler ve göçmenler arasında ev sahibi olma kararı bakımından önemli bir fark tespit etmektedir; çok çeşitli yaşam döngüsü ve sosyoekonomik özellikleri ve konut piyasası koşullarının kontrol edilmesinden sonra dahi, yerli hane halklarının kendi evlerine sahip olma olasılıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Örneğin; ABD’deki İspanyol kökenli hane halklarını yerlilerle karşılaştıran Coulson (1999); gelir, yaş, eğitim, çocuk sayısı, medeni hal ve diğer konut piyasası koşullarının dikkate alınmasından sonra bile göçmen olmanın ev sahibi olma kararını olumsuz yönde etkilediğini görmüştür. Dahası, yeni göçmenlerin ev sahibi olma olasılığı daha düşükken, ülkede kama sürelerine bağlı olarak ev sahibi olma ihtimalleri de artmaktadır; bu ise ev sahibi ülkeye zamanla asimile olduklarını göstermektedir (Myers vd., 2005). Cobb-Clark ve Hildebrand (2002) de benzer sonuçlara ulaşmaktadır: yerleşmiş göçmenler yakın zamanda göç eden göçmenlere oranla daha fazla emlak sahibidirler.

İrksal ve etnik grupların fiziksel görünürlükleri, refah seviyeleri, kazançları ve eğitim performanslarıyla ilişkilendirilen bir başka noktadır. Arrow (1973) tarafından öncülüğü üstlenilen istatistiki ayrımcılık literatürü, ırksal ve etnik grupların fiziksel görünürlükleri üzerinde çalışmalar yapmaktadır. İstatistiki ayrımcılık, kısaca demografik grupların, önyargı veya ırksal ve toplumsal cinsiyet önyargılarından kaynaklanmayan stereotipler üzerinden yaşadığı eşitsizliğin teorisidir. Farklı gruplara mensup bireyler, diğer bütün konularda aynı gözlemlenebilir özellikleri paylaşıyor olsalar da farklı davranılabilirler. Schelling (1978) tarafından belirtildiği üzere insanlar “renk ayrımcılığı bilgisi”ne güvenebilir. Yani, yeterince insanın koyu renkte tene sahip bireylerin, bir şekilde açık renkte tene sahip bireylerden ekonomik, sosyal veya düşünsel olarak farklı olduğuna inanması durumunda; nüfusun büyük bölümü de bilinçli olarak ya da olmayarak bu düşünceyi bir statü ya da yetenek göstergesi şeklinde değerlendirebilir. Üstelik Afro-Amerikalılar da açık ten rengine sahip bireylere dair bu yönelimi içselleştirmektedir; çünkü bu, baskın kültürün yönelimiyle tutarlıdır. Afro-Amerikalılar arasındaki açık ten renkli görünüm idealinin içselleştirilmesi durumu grup içi çatışma yaratır, çünkü ten rengi görünüşte doğrulanabilirken, asimilasyon sadece eylem ile doğrulanabilir.

Tarihsel ve ampirik çalışmalar da bu gözlemleri desteklemektedir. Örneğin; Telles ve Murguia (1990), daha koyu ten rengine ya da Kızılderili özelliklerine sahip erkeklerin daha düşük gelire sahipken, daha açık tenli ve Avrupalı özelliklerine sahip erkeklerin daha yüksek gelir kazandığını ortaya koymuştur. Tarihsel olarak Afro-Amerikalılar için karışık ırk ve açık ten mirasının ekonomik avantajları kölelik kadar eskidir. Açık ten avantajı kölelik döneminin ilk zamanlarında, köle sahipleri açık tenli siyahileri evde hizmetçi ve tarlada ustabaşı olarak işe alıp, diğerlerine ise zanaat eğitimi verdiğinde ortaya çıkmıştır. 1960’lardan bu yana sosyolojik araştırmalar modern karışık ırktan insanların daha fazla kazandığını, daha fazla servet birikimlerinin olduğunu, daha iyi eğitim aldığını ve daha iyi işlerde çalıştıklarını göstermektedir. Freeman vd. (1966), Amerika’da daha yüksek eğitilmiş kadınların ve erkeklerin eşlerinin daha açık tenli olduğunu ve her iki cinsiyette de daha açık tenli bireylerin daha yüksek eğitilmiş olma olasılıklarının bulunduğunu tespit etmiştir. Ulusal (veya etnik) kimlik ve sınıf kimlikleri arasındaki ilişki ise tartışılması gereken bir başka konudur. Bu ilişki, kendini özellikle yeniden dağıtım politikalarında göstermektedir. Bunu şu şekilde açıklayabiliriz: İki belirgin kimliğin olduğunu varsayalım: sınıf ve ulus. İnsanların kendilerini sınıfla veya ulusla özdeşleştirmeleri onların, yeniden dağıtım politikalarına karşı tutumlarını da belirler. Bu durumda iki çeşit denge ortaya çıkabilir. Birincisinde eğer daha düşük sınıftan bireyler kendilerini sınıfla özdeşleştiriyorlarsa, nispeten daha yüksek bir yeniden dağıtım lehinde oy vereceklerdir. İkinci dengede ise daha düşük sınıftan bireyler, kendilerini bir bütün olarak ulusla özdeşleştirmeleri halinde, gelir dağılımıyla daha az ve uluslarının konumu ile ilgili konularla daha çok ilgileneceklerdir. Dolayısıyla yeniden dağıtım politikalarını desteklemeyeceklerdir.

Shayo’nun (2009) değindiği gibi, bu dengelerden herhangi biri geçerli olabilir. Bu, iki etkene bağlıdır. İlk olarak; elde edilen denge, ortak ulusal niteliklerin sınıflara özgü niteliklerle karşılaştırılmasının yaygınlığı ve belirginliğine bağlı, algılanan mesafelere dayalıdır. Örneğin; ortak bir tehdit altında artan ulusallık algısı ya da azalan bir sınıfla benzerlik algısı, düşük sınıflar arasında sınıfla özdeşleşmeyi azaltma ve ulusla özdeşleşmeyi artırma eğilimindedir. Bu nedenle daha düşük

seviyede bir yeniden dağıtım destekler. İkinci olarak; elde edilen gelir, ulusal ve sınıfsal konumun dış kaynaklarına bağlıdır, dolayısıyla örneğin daha gelişmiş seviyedeki ulusların bir ulusal kimlik yaratması daha gerideki uluslara kıyasla daha olasıdır. Farklı araştırmalardan veriler kullanan Shayo (2009), ulus ve sınıf kimliği bağlamında bazı başlıca örnekler ortaya koyar. Bunlardan ilki daha yoksul bireylerin neredeyse tüm demokrasilerde daha milliyetçi olma eğiliminde olduğu yönündedir. İkinci olarak ulusal aidiyet en gelişmiş demokrasilerde yeniden dağıtıma verilen desteği azaltır. Üçüncüsü, ulusal kimlik ile gelirin yeniden dağılımının boyutu arasında negatif bir ilişki vardır; daha milliyetçi toplumlar yeniden dağıtımını daha az destekler.

Sınıf kimliği, ulusal kimlik ve yeniden dağıtım bağlamında yapılan diğer bazı çalışmalar da azalan/artan etnisite algısı ile yeniden dağıtıma karşı tutumlar arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Bir etnik grubun büyümesi, grubun üyelerine sınıf aidiyetinin daha çekici gelmesine neden olur, çünkü bu üyeler büyüyen bir grupta kendilerini daha güvende hissedeceklerdir. Dolayısıyla kendilerini sınıfla özdeşleştirmeye ve yeniden dağıtım lehine oy kullanmaya daha yakın olacaklardır. Ancak bir etnik grubun üyeleri arttığında, bu aynı zamanda diğer etnik gruplara tehdit sinyalleri de gönderir; çünkü söz konusu gruplar artık toplumun daha küçük bir bölümünü oluşturuyorlardır. Onlar için sınıf aidiyeti daha az çekici bir durumdadır.

Konunun daha iyi anlaşılması için yalnızca iki toplumsal sınıf (zengin ve yoksul) ve iki etnik grubun (siyahiler ve beyazlar) var olduğunu düşünelim. Bu durumda yoksul beyazlar, siyahilerin sayısının az olması durumunda, kendilerini yoksul şeklinde tanımlama ve yeniden dağıtım politikalarını destekleme eğiliminde olurlar. Ne var ki, siyahilerin sayısı arttığı anda, beyazların sınıf aidiyeti azalır ve beyaz kimliğine doğru kayar. Siyahilerin sayısındaki bir artışta yoksul siyahilerin kendilerini yoksul şeklinde tanımlamaları ve yeniden dağıtımını daha çok desteklemelerine neden olur. Bu, kimlik seçimlerinin içselliğidir (endojenite). Bir başka ifadeyle, etnik çeşitliliğin yeniden dağıtım üzerindeki etkisinin bu nedenlerden dolayı tek yönlü olması gerekmez.

Bu bakış açısı, yeniden dağıtımın ABD’de, Batı Avrupa’ya oranla neden çok daha düşük olduğu sorusunu yanıtlamamıza da fayda sağlar. Lindqvist ve Östling (2008) tarafından tartışıldığı üzere, bunun bazı yanıtları bulunmaktadır. İlk olarak, ABD’de daha yüksek oranda olan etnik çeşitlilikten dolayı buradaki beyazlar genellikle kendilerini beyaz olarak tanımlamakta ve dolayısıyla yeniden dağıtımını çok fazla desteklememektedirler. Kendilerini beyaz olarak tanımlamaları arttıkça vergi düzeylerini de daha az desteklemektedirler. ABD’deki beyazlar, Avrupa’dakilere oranla daha varlıklı olduğundan, kendilerini beyaz olarak tanımlayan ABD’deki yoksul beyazlar da Avrupa’da kendilerini beyaz olarak tanımlayan yoksul beyazlara kıyasla daha düşük vergi oranlarını desteklemektedir. Bu, etnik açıdan daha homojen toplumlarda (örn; İskandinavya ülkelerinde) neden toplumsal sınıfın daha önemli ve yeniden dağıtımın daha yüksek görüldüğünü açıklamaktadır. İkinci olarak; ABD’deki halk, yoksulların şanssız olmaktan ziyade tembel olduğunu düşünmeye daha eğilimlidir. Alesina vd. (2001) ve Fong (2001); yaptıkları ampirik araştırmalarda, halkın yoksulluğun kötü şanstı değil tembellikten kaynaklandığını düşünmesi halinde yeniden dağıtıma daha soğuk baktığını ortaya koymaktadırlar. Üstelik yoksullar, zenginliğin çok çalışma sonucu elde edildiğini düşündüklerinde, buna daha fazla hoşgörü göstermektedirler. Zenginlerse, yoksulluğun tembellikten değil kötü şanstı kaynaklandığını düşünmeleri durumunda, yoksullara karşı anlayışlı bir tutum benimsemekte ve yeniden dağıtımını desteklemektedirler. Tüm bunlara ek olarak ABD, tarih boyunca Avrupa ülkelerinden daha fazla ırkla ilgili sorunlara sahne olmuştur. Bu farklılıkların her ikisi de, ABD’deki yoksul beyazların neden kendilerini beyaz olarak tanımlamaya daha eğilimli olduğunu açıklamaktadır.

Refah devletinin boyutu ve hükümetin göçle ilgili tutumu, etnik yapı ve sınıf arasındaki ilişkiyle ilgili bir başka konudur. Göç karşıtı seçmenin düşüncesinin kamu sektörü büyüklüğü konusundaki denge parti programlarını değiştirebileceği iki şekil arasında ayırım yapmak kavramsal açıdan yararlı olacaktır. Öncelikle, Roemer ve Van der Straeten (2005) tarafından dayanışma karşıtı etki olarak adlandırılan bir doğrudan etki bulunmaktadır. Bu etki, göçmenleri sevmeyen, onların refah devletini suiistimal ettiğini düşünen ve devlet yardımlarının cömertçe dağıtılmamasını isteyen seçmenleri anlatmaktadır. Alesina vd. (2001), ABD ve Avrupa arasındaki sosyal programlar arasındaki büyük farklılıkları açıklamak için benzer bir savda bulunmaktadır. Buna göre; siyahi

azınlığa karşı ırkçılık ve önyargılar, beyaz vatandaşların yeniden dağıtıma karşı gösterdiği talebi azaltabilmektedir. İkinci etki ise dolaylı etkidir. Yabancı düşmanı bir seçmeni düşünelim; kamu sektörü büyüklüğü konusunda oldukça ılımlı olmasına rağmen eğer göç konusu onun için yeterince önemliyse, söz konusu parti kamu sektörü büyüklüğü konusunda sağ kanatta yer alsa bile yabancı düşmanı bir partiye oy verebilir. Bu türden çokça seçmenin olması durumunda, kamu sektöründe büyük kesintiler isteyen partiler geniş destek alabilir.

Bir toplumdaki etnik çeşitlilik, toplumun ya da ülkenin toplumsal ve ekonomik bağlamda uzun vadeli performansını önemli ölçüde belirler. Etnik çeşitlilik, toplumları çöküşe götüren etnik kimliklerin potansiyel çatışma noktası olabilir. Bu tür çevrelerde etnik kimlikler daha belirgin ve daha kutuplaşmış haldedir. Dolayısıyla bunun potansiyel bedelleri de oldukça açıktır. Tercihlerin çatışması, ırkçılık ve önyargılar sık sık bir bütün olarak toplumun bakış açısından yetersiz olan politikalara ve iç savaşla ya da en azından yıkıcı siyasi istikrarsızlıkla sonuçlanabilen azınlıkların bastırılmasına neden olmaktadır. Çeşitlilik literatürünün ortak teorik savı, etnik çeşitliliğin artmasının, karşılığında ekonomik saikalara ve performansa kötü etkisi olacak etnik gerilim ve çatışmaların olasılığını arttırdığı yönündedir. Ne var ki, olumsuz etkilerine rağmen, etnik çeşitlilik olumlu etkilere de sahip olabilir; çünkü bizi yenilik ve yaratıcılığa götürebilecek ve üretkenlik sağlayacak çeşitli kültürleri, deneyimleri ve becerileri beraberinde getirebilir.

Bu anlamda, olumsuz etkilerini ortaya çıkaran pek çok ampirik araştırmanın yanı sıra etnik çeşitliliğin olumlu etkilerini ortaya çıkan ampirik araştırmalar da vardır. Örneğin; Easterly ve Levine (1997), araştırmalarında bir ülkedeki budundilbilimsel çeşitliliğin Afrika'daki yavaş ekonomik gelişme üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Dahası bu etki yalnızca ekonomik gelişme ile sınırlı kalmamakta, aynı zamanda okullaşma, siyasi istikrar, finansal sistemler, döviz piyasası, hükümet tüketimi ve yapısını da dolaylı olarak etkilemektedir. Bu, etnik çeşitliliğin, uygun politikaların işleyişini etkileyerek herhangi bir ülkenin uzun vadede ekonomik potansiyelini etkileyebilecek bir krize yol açabileceğini göstermektedir. Benzer şekilde Goren (2014), doğrudan ve dolaylı iletim kanallarını (okullaşma, siyasi istikrarsızlık ve piyasa aksaklıkları gibi) kullanarak küresel bir örnekleme etnik çeşitliliğin ekonomik gelişim üzerindeki olumsuz etkisini ortaya koymaktadır. Escaleras ve Register (2011) da etnik çeşitlilik ve gerilimlerin toplumsal altyapının (örn; genel kamu hizmetleri, eğitim, sağlık hizmeti) oluşumunu olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Montalvo ve Reynal-Querol (2005) tarafından gerçekleştirilen başka bir araştırmada ise, tüm ülkeden elde edilen veriler doğrultusunda etnik kutuplaşmanın ekonomik gelişmeyi olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Araştırmanın yazarları etnik kutuplaşmanın yatırımları azaltıp hükümet tüketimini arttırdığını ve sonunda ekonomik gelişmeyi yavaşlatacak iç çatışmaların olasılığını arttırdığını savunmaktadır.

Yukarıda belirtildiği gibi, etnik çeşitliliğin olumlu tarafını savunan bazı ampirik araştırmalar da mevcuttur. Bu bağlamda etnik çeşitlilik, insani gelişme ve refah için önemli bir değer olarak görülebilir (Alesina ve La Ferrara 2005). Etnik çeşitlilik, yalnızca ulusal düzeyde değil, özellikle bölgelerin ve şehirlerin ekonomik başarısında (Gertler vd. 2002) ve ayrıca ABD şehirlerinde bireylerin üretkenliği üzerinde de (Ottaviano ve Peri, 2006) olumlu etkilere sahip olabilmektedir. Alesina ve La Ferrara (2005), sınırlı becerilere sahip daha çeşitli grupların, yüksek problem çözme becerilerine sahip kişilerden oluşan daha homojen gruplardan daha iyi performans gösterdiğini öne sürmektedir. Dolayısıyla daha çeşitli gruplar, ağlar ve çevrelerde yer alan bireyler, zor problemlere daha iyi çözümler getirebilmekte ve bu nedenle ekonomik açıdan daha üretken olabilmektedir. Bellini vd. (2012) de, 12 Avrupa Birliği ülkesinde etnik çeşitlilik ve üretkenlik arasında –çeşitliliğin üretkenliğe neden olduğu- bir ilişki tespit etmiştir.

3.1.3. Dini Kimlik ve Ekonomi

Max Weber'den bu yana bilim insanları dini kimliklere bağlı normların ekonomik sonuçları etkilediğini tartışmaktadır. Dini inanç, sıklıkla bireyin kimlik algısının önemli bir parçasıdır. Din üzerine yapılan toplumsal araştırmalar, dinlerin kimlik dürtüsüne güçlü bir şekilde hizmet ettiğini göstermektedir. Seul (1999:553) tarafından değinildiği üzere, dinler sıklıkla insanların psikolojik ihtiyaçlarını “bireysel ve grup kimliklerinin inşasına ve devamına katkıda bulunan kültürel anlama

sahip diğer kaynaklardan daha kapsamlı ve daha güçlü bir şekilde” karşılar. Bu anlamda her din, mensuplarına mutlak bir teoloji ve güvenli bir kimliğin temelini oluşturan birtakım ahlaki değerler ve gelenekler sağlar.

Yine de, buna rağmen, ana akım iktisat bilimi son zamanlara kadar dini fenomenleri ekonomi alanının dışında tutmuştur. Ne var ki bu, son yıllarda değişmekte ve bu konu, standart iktisat teorisinde temellenen bu fenomenlerin açıklamalarını sağlamak adına yaygınlaşmaktadır. İktisat teorisi, inananları rasyonel tüketiciler ve dini örgütlerini de toplu halde dini bir piyasa oluşturan kulüpler olarak görmektedir. Bu araştırmalardan bazıları, bazı tüketim alışkanlıklarını dinlerin yönergeleriyle ilişkilendirmektedir; örneğin Hinduların vejetaryen olmaları, Müslüman ve Yahudilerin domuz eti yememeleri gibi. Bu aynı zamanda giyimde, yardımlaşmada, tutumlulukta ve bazı diğer şeylerde de geçerlidir. Geleneksel iktisat teorisi bunları kendi araştırmasının dışında tutmakta ve verili tercihler ve zevkler olarak değerlendirmiştir.

Son zamanlarda bazı yazarlar, dini kimliğin ‘hazırlama’ aracılığıyla ekonomik davranış üzerindeki etkisini analiz etmektedir. Hazırlama kavramı genellikle psikolojide kullanılmaktadır. İnsanların kendilerini belirli sosyal gruplar içinde sınıflandırma durumunu anlatır. Örneğin; insanlar kendilerini işçi, kadın, siyahi ya da Müslüman olarak sınıflandırabilirler. Hazırlamanın amacı, bir kişinin belirli bir kimliğinin altını çizmektir. Bir kimliği vurgulayarak birey, kendini o grubun normlarıyla uyumlu hale getirir. Hazırlama kavramı aracılığıyla dini kimlik ile ekonomik davranış arasında kurulan ilişki güven, risk tercihi, zaman tercihi, kamu mallarına katkı ve iş ahlakı gibi bileşenlerde gözlemlenebilir.

Dini kimlik, tüm bu kavramlarla ilişkilidir. Güven önemli bir iktisat kavramıdır. Neredeyse tüm iktisadi ilişkiler, güçlü bir şekilde güvene bağlıdır. Güven olmadan tüm sözleşmelerin ihlal edilme olasılığı vardır ve aksi halde uygulanmaları da güç olacaktır. Dini kimlik, bazı bağları ve inananlar arasında güven duygusunu yaratır. Risk tercihi, bireyin seçtiği risk miktarıdır. Dini kimlik sıklıkla alınan risklerin ölçüsünü belirler. Zaman tercihi, bireyin tüketimi erteleme isteğini ifade eder. Dindar insanlar, nispeten daha sabırlı oldukları için bir zaman tercihine sahiptirler. Bu tür bireyler geleceğe şu andan daha fazla değer verirler. Daha değerli olan gelecek için beklemeye daha isteklidirler. Örneğin; bir kişinin zaman tercihi, parasını biriktireceğine ya da bugün hepsini tüketip tüketmeyeceğine karar verir. Kamu mallarına katkı, insanların bireysel yarardan ziyade herkesin yararına olan projelere katılma isteklerini anlatır. Dolayısıyla bireylerin bütünüle, yani içinde buldukları toplumla özdeşleşmelerini ölçer. Bu etkinlikler, toplum içinde bir işbirliği yaratır ve dolayısıyla olumlu dışsallıklar/dışsal ekonomilere neden olur. Ve iş ahlakı da bireyin mesleğinde yararlandığı bir dizi ahlaki ilkedir. Güçlü bir iş ahlakına sahip kimseler işteki davranışlarını yöneten belirli ilkeler doğrultusunda hareket ederler ve bu da onlar için devamlı olarak yüksek kalitede üretkenlikle sonuçlanır. Dini kimlik, Weber tarafından da ortaya konduğu üzere, kati bir iş ahlakını beraberinde getirebilir.

Benjamin vd. (2010), farklı dini kimliklere ait davranışları, bu kavramlar bağlamında incelemiştir. Ulaştıkları sonuçlara göre, Protestanlar, dini açıdan hazırlandıklarında kamu mallarına katkıları artmakta; Katoliklerinse azalmakta ve başkalarından da yine kamu mallarına daha az katkıda bulunmalarını beklemektedirler. Üstelik Katolikler risk konusunda daha gönülsüz bir tutum sergilemektedir. Araştırmacılar zaman tercihi üzerinde herhangi bir etki gözlemlememiştir. Horton vd. (2010) de çevrimiçi bir deneyde dini hazırlanmanın işbirliği ve güven üzerindeki etkisine bakmışlardır. Tüm bu çalışmalar, dini kimliğin mahkumlar açmazındaki güven problemini çözebildiğini ortaya koymaktadır.¹ Hilary ve Hui (2009) ise dini hazırlanmanın yalnızca risk alma üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmacılar, dini olarak hazırlanan katılımcıların, risk alma konusunda kontrol grubundan daha fazla gönülsüz olduklarına dair önemli kanıtlar elde etmiştir. Benzer bir bağlamda Putnam (1993) ve La Porta vd. (1997) de Katolikliğin güveni azalttığını ve bunun da gayrisafi yurtiçi hasılanın artışı, hükümetin verimliliği ve kamu mallarının üretimi

¹ Mahkumlar açmazı, oyun teorisinde analiz edilen standart bir oyun örneğidir ve tamamen rasyonel iki bireyin, çıkarlarına çok iyi bir şekilde hizmet ediyor olsa bile, neden işbirliğinde bulunmayabileceklerini açıklamaktadır.

konusunda olumsuz etkilere neden olduğunu ortaya koymaktadır. Putnam (1993), ayrıca Protestanlığın güveni teşvik ettiğini savunmaktadır.

Dinin, emek arzı, maaş ve servet gibi diğer sosyoekonomik çıktılara etkisini anlamak için son yıllarda pek çok araştırma yapılmıştır. Örneğin; emek arzı açısından, muhafazakar grupların kadınlar ve erkekler için uygun gördüğü roller, kadınların işgücüne katılımlarını belirlemektedir. Muhafazakar Protestan gruplar genellikle kadınları evde çocuklarıyla birlikte kalmaya teşvik etmektedir. Dolayısıyla bu tür gruplarda kadın emek arzı davranışının özgün bir biçimi ortaya çıkmaktadır (Glass ve Nath, 2006).

Dinin ayrıca servet üzerinde de büyük bir etkisi olduğu tespit edilmiştir; din, insanları bu dünyaya ve/veya öbür dünyaya yönlendirme potansiyeli olduğu için birikimleri ve yatırım davranışını etkileyebilmektedir. Örneğin; Yahudilerin daha fazla servetinin olması bu açıdan değerlendirilmektedir. Chiswick ve Huand (2007), yaptıkları araştırmanın verilerine dayanarak; haftada bir dini ibadete katılan bireylerin daha az katılanlara oranla daha fazla kazandıklarını tespit etmiştir. Bu durum, bazı dini bağlılıkların emek piyasasında olumlu sonuçlar yaratmasıyla açıklanmaktadır. Fakat ayrıca daha fazla dini eylemin, yapılan araştırmada haftada birden fazla kez dini ibadete katılmanın kazancı düşürdüğü de gözlemlenmiştir.

Yukarıda aktarılan ampirik çalışmalar dini kimlik ile ekonomik durum arasında ilişki bulsa da, dinin etkisi ile ilgili nedensel çıkarımın dini kimliklerdeki dışsal çeşitliliği tanımlaması zordur. Dini kimlik, gözden kaçan ve ekonomik davranış üzerinde nedensel etkisi olan pek çok etkenle (örn; sosyal ağ yapısı, eğitim kalitesi) ilişkili olabilir.

Son olarak ele almamız gereken konu ise dini kimliklerin kutuplaştıklarında yarattıkları makro etkilerdir. Farklı dini kimlikler arasındaki çatışmalar, tıpkı etnik kimliklerde olduğu gibi, toplumlar üzerinde uzun vadeli yıkıcı toplumsal ve ekonomik etkilere yol açma potansiyeline sahiptir. Dini kimliklerin kutuplaşması yoğun çatışmalara ve dolayısıyla ekonomik ve toplumsal çöküşe neden olabilir. Bilindiği üzere iç çatışmalar sıklıkla sınırlı kaynaklar üzerine rekabet eden dini, sosyal ve/veya etnik gruplar arasında çıkmaktadır. Söz konusu dini ya da etnik grupların toplumsal açıdan bedelleri olan bu tür rekabetlere girmesinin muhtemel bir nedeni, dini ya da etnik tercihleri tarafından ifade edilen güçlü bir kimlik aidiyetidir. Bu tercihler, grupların ürün ve hizmetleri kendi din mensuplarıyla sınırlamalarına ve diğer dini ve etnik gruplardan esirgemelerine ve dolayısıyla çatışmalara yol açabilir. Tarih boyunca bu tür sayısız vaka olmuştur. Örneğin Hindistan'da din, toplumda önemli bir konuma sahiptir ve bireyin kimliğini tanımlamada da önemli bir rolü vardır. Bu etnik gruplar şimdiye kadar sıklıkla şiddet içeren rekabetlerde bulunmuşlardır ve buna bugün de devam etmektedirler. Bu, dini kimliğin toplumsal, siyasi ve ekonomik alanlarda oynadığı rolü aydınlatmaktadır.

3.1.4. Tüketicilik Akımı ve Ekonomi

Tüketim, kimlik inşasında kilit role sahiptir. Çok sayıda ürün ve tüketim uygulamaları, bireysel kimliğin inşası ve sosyal kimlik ve statünün ifadesi için araç sağlar. Tüketiciler, marka imajı ile kişinin kendi imajı arasındaki uyuma dayalı olarak yaptıkları marka tercihleriyle kimliklerini inşa ederler. Dolayısıyla herhangi bir ürünün markasının anlamı ve değeri yalnızca kendisini ifade etme becerisinden ibaret değildir; aynı zamanda tüketicilerin kendi kimliklerini yaratma ve geliştirmelerini de sağlar. Söz konusu ürünlere sahip olmak, tüketicilerin, benlik kavramı yaratmak, kendisini başkalarından farklılaştırmak ve bireyselliğini ortaya koymak gibi psikolojik ihtiyaçlarını doyurmalarına yardımcı olur. Ürünlere insanlar tarafından sahip olunması, bireyin ailesi, topluluk ve/veya marka topluluklarını da içeren kültürel gruplarla sosyal bağları sürdürerek sosyal bir amaca da hizmet eder.

Tüketimin insanlara kendilerini geliştirmek, kimliklerini ifade etmek ve konumlarını göstermek için araçlar sağladığı da görülmektedir. Örneğin, ünlü markalar bireyin kendisiyle ilgili anlatılar yaratmakta, ilişkilendirildiğimiz toplum içinde kendimizi anlamamıza yardımcı olmaktadır. Tüketim, geleneksel kimlik yapıları parçalandığında oluşan boşluğu doldurmaktadır. Geleneksel ve kalıtsal kimliklerden (kısıtlayıcı toplumsal cinsiyet kimlikleri gibi) kurtulmak, modern bir tüketim toplumunda kimliklerimizi yeniden tanımlama kapsamında istenen bir çıktı olarak

görülebilmektedir. Birçok yazar, kimliğin inşasında tüketicilik akımının rolünü, Belk (1988)'in, tüketim ürünlerini ve etkinliklerini kimlik yaratma aracı olarak gören “genişletilmiş benlik” kavramı (insanların sahip oldukları şeyleri kendilerinden bir parça olarak görmeleri) üzerinden tanımlamaktadır. Soron (2010), “bugünün dünyasında günlük tüketim tercihleri, gittikçe artan bir şekilde sadece nasıl davranılacağını değil kim olunacağını da belirliyor,” savında bulunan Anthony Giddens'tan alıntı yapmaktadır (s.173). Tüketicilik akımı, ürünlerin bireysel kimliklerimizi hem ifade ettiği hem de tanımladığı inancından kaynaklanmaktadır. Bu akım, statü malları² olan beğenilerin ifadelerine odaklanır. Dolayısıyla “beğeni” (kısmen de olsa) toplumsal bir konum olarak sınıfın yerine geçmektedir. İnsanlar, diğer gruplardan farklılıklarını ortaya koymak için markalarla özdeşleşmektedir. Bu şekilde kendilerini diğer tüketicilerden farklı kılmaktadırlar. Bu durum tüketicileri, satın alma güçlerine göre toplumdaki ayırabilmektedir.

Tüketim açısından grup içi ilişkiler, bugünün reklam odaklı dünyasında oldukça önemlidir. Reklamlar tüketicilere ürünleri pazarlamakla kalmaz, aynı zamanda bir yaşam biçimi sunar. Tüketicilere, yaşam kalitelerini geliştirebilecekleri seçenekler sunulur. İnsanlar, tercih ettikleri ürünleri seçerek özsaygılarını arttırmak için bu şekilde motive olur. Reklamlar, sıklıkla belirli bir grubun üyelerine yöneliktir. Belirli bir cinsiyetin veya belirli bir ulusun üyelerinin ya da belirli bir sporun hayranlarının dikkatini çekmeyi amaçlarlar. Bireyin ben kimliği, bireyin ait olduğu grubun üyeleriyle gelişir. Birey, belirli bir grubun üyesi olarak kendisinden beklenen davranışları benimser. Reklamlarsa genelde bu davranışların gelişiminde önemli rol oynar. Medyanın belirli bir gruptan beklenen belirli davranış modellerini yayması durumunda, söz konusu grubun üyeleri bunu benimseyecektir. Örneğin; sigara şirketleri kadınlara daha fazla sigara satmak için sigarayı bir özgürlük sembolü olarak sunan reklamlar yapmıştır. Bu hareket, erkeklerle eşit satın alma alışkanlıklarına sahip olmak isteyen kadınların tüketici kimliğinden faydalanmıştır.

Tüketiciler, kendilerini bir şirketle aynı grubun bir parçası olarak da sınıflandırabilirler. Bu noktada marka sadakati önemlidir. Tüketici-şirket özdeşleşmesidir bu. Bhattacharya ve Sen (2003), sosyal kimlik teorisinin tüketicilerin bazı ürünler için neden belirli şirketleri diğerlerine tercih ettiklerini nasıl açıklayabileceğine odaklanmaktadır. Marka topluluklarının üyeleri, belirli bir markaya bağlılıklarından dolayı toplu bir şekilde belirli davranışlarda bulunurlar. Bu, onların kendilerini, markayla özdeşleşen tüketicilerden oluşan grubun bir parçası olarak hissetmelerini sağlar.

Son olarak, kimlik unsurlarının karlılarını en üst düzeye çıkarmak isteyen firmalar tarafından manipüle edilebileceğini gözlemlemekteyiz. Ürünleri kolayca ikame edilebilir olan şirketler, kimliğin etkileriyle göreceli fiyat esnekliği sağlamak ve böylece karlılarını en üst noktaya taşımak için ürünlerini kutuplaşmış bir kimlikle ilişkilendirme stratejilerine gidebilirler. Örneğin; ikame edilebilir ürünler (alkolsüz içecekler) üreten rakipleri olan Coca-Cola, taraftar veya hayran kimliğiyle özdeşleşen bireylere hitap edebilmek için ürününü birtakım spor takımları ve ünlülerle ilişkilendirmektedir.

Sonuç

Kimlik ekonomisi, standart iktisat teorisi tarafından göz ardı edilen, işyerinde toplumsal cinsiyete dayalı mesleki ayırım, eğitim performansı, toplumsal cinsiyet ya da etnik köken kaynaklı iş ve gelir farklılıkları, akademik performans, tüketici kimlikleri, yeniden dağıtım konuları, herhangi bir amaca bağlılık düzeyi ve din temelli biriktirme davranışı gibi olguları başarılı bir şekilde açıklamaktadır. Akerlof ve Kranton'un kimlik ekonomisi ile ilgili ortaya koyduğu ufuk açıcı çerçeve ve sonrasında belirtilen modelleri, ekonomi dışı davranış motivasyonlarını ekonomik modellemeye dahil etmeleri ve söz konusu modelin kaynağını ampirik ve deneysel sonuçlarla temellendirmeleri bakımından davranışsal ekonominin bir parçasıdır. Bu anlamda kimlik ekonomisi, bireyin davranışlarının arkasındaki parasal olmayan motivasyonları çalışmak için “birleştirici bir analitik

² Statü malları, sınırlı arzları ve toplum içinde görece yüksek bir mevki sağlaması nedeniyle tercih edilen ürünlerdir. Markalı lüks çantalar, markalı yatlar ve lüks otomobiller bunun örnekleridir.

çerçeve” olarak ileri sürülmektedir. Kimlik bireyin uygun davranış normlarını öngören sosyal sınıftır.

Sosyal kimlik kavramı, esasen kimlik hakkındaki sosyal psikoloji çalışmaları üzerinde temellenmektedir. Bu, iki psikoloji kuramından oluşan sosyal kimlik yaklaşımıdır: sosyal kimlik kuramı ve kendini sınıflandırma kuramı. Bu kuramlar insanların kendilerini grupların parçası olarak nasıl gördüğünü ve gözlemleyip içselleştirdikleri normlarla düşünceleri ve hislerinin nasıl bir ilgisi olduğunu açıklar. Arttırılmış fayda fonksiyonunu yaratan sosyal bağlamı ekonomiye dahil etmenin bu yapılandırılmış yolu, iktisat biliminin dışındaki açıkça tanımlanmış kavramları incelemeye sunmasıdır. Bu, insanların davranışlarını açıklamada kullanılabilircek daha yapılandırılmış ve işlenmiş bir çerçeve sunmaktadır.

İktisatçılar sosyal sınıf, norm ve kimlik kavramlarını Akerlof ve Kranton’un özgün modelinden sonra kendi modellerinde daha sık kullanmaya başladılar. Bu araştırmalar ekonomi dışı davranış motivasyonlarını ekonomik modellemeye dahil etmeleri ve söz konusu modelin kaynağını ampirik ve deneysel sonuçlarla temellendirmeleri bakımından davranışsal ekonominin bir parçasıdır. Bu şekilde, kimliklerin farklı olması durumunda başkalarına nedensiz veya mantıksız gelen davranışlar açıklanabilmektedir.

Bununla birlikte kimlik ekonomisi çalışmalarının çoğunun, kimliği sosyal sınıflara dayalı bir şekilde içsel bir değişken olarak fayda fonksiyonuna dahil ederek standart iktisattan çok uzağa gitmedikleri açıktır. Kimlik ekonomisini daha sağlam ve gerçekçi bir metodolojiye kavuşturmak için bireysel kimlikler, bağlamsal konular, kümelenme ve yapısal trendlerin daha etraflıca dikkate alınması gerekmektedir.

Referanslar

- Aguiar, F., Branas-Garza, P., Espinosa, M.P., ve Miller, L.M. (2010). Personal Identity: a Theoretical and Experimental Analysis. *Journal of Economics Methodology* 17 (3), 261-227.
- Ahmed, A., ve Salas, O. (2011). Implicit influences of Christian religious representations on dictator and prisoner’s dilemma game decisions. *The Journal of Socio-Economics* , 40 (3), 242-246.
- Akerlof, G. A. ve Kranton, R. E. (2000). Economics and Identity. *Quarterly Journal of Economics*, 115, 715–753.
- Akerlof, G. A. ve Kranton, R. E. (2002). Identity and Schooling: Some Lessons for the Economics of Education. *Journal of Economic Literature*, 40, 1167–1201.
- Akerlof, G. A. ve Kranton, R. E. (2005). Identity and Economics of Organizations. *Journal of Economic Perspectives*, 19, 9–32.
- Alba, R., ve Logan, J.R. (1991). Variations on Two Themes: Racial and Ethnic Patterns in the Attainment of Suburban Residence. *Demography* 28: 431-453.
- Alesina, A, Giuliano, P. ve N Nunn, N. (2013). On the Origins of Gender Roles: Women and the Plough. *Quarterly Journal of Economics*, 128: 469-530.
- Alesina, A., Glaeser, E. ve Sacerdote, B. (2001). Why Doesn’t the United States Have a European-Style Welfare State?, *Brookings Paper on Economics Activity*
- Alesina, A., ve La Ferrara, E. (2005). Ethnic diversity and economic performance. *Journal of Economic Literature*, 43(3), 762–800.

- Austen-Smith, David, ve Roland G. Fryer Jr. (2005). An Economic Analysis of 'Acting White. *Quarterly Journal of Economics*, 120, 551-583.
- Arrow, K. J. (1972). Models of Job Discrimination, in *Racial Discrimination in Economic Life*. (Ed.) Anthony H. Pascal. Lexington, Massachusetts: D.C. Heath & Co., 1972.
- Battu, H., McDonald, M. ve Zenou, Y. (2007). Oppositional Identities and the Labor Market. *Journal of Population Economics*, 20, 643-667.
- Battu, H. ve Zenou, Y. (2010). Oppositional Identities and Employment for Ethnic Minorities: Evidence from England. *The Economic Journal* 120 (542), F52–F71.
- Belk, R.W. (1988). Possessions and the Extended Self, *Journal of Consumer Research* 15, 139-168.
- Bellini, E., Ottaviano, G.I.P., Pinelli, D., ve Prarolo, G. (2012). Cultural diversity and economic performance: Evidence from European regions. R. Crescenzi ve M. Percoco (ed.), *Geography, Institutions and Regional Economic Performance*. Springer, Berlin, Heidelberg
- Benabou, R. ve Tirole, J.. (2011). Identity, Morals and Taboos: Beliefs as Assets. *Quarterly Journal of Economics* 126(2): 805–55.
- Benjamin, D. J., J. J. Choi, ve A. J. Strickland (2010). Social identity and preferences. *American Economic Review* 100, 1913-1928.
- Bhattacharya, C. ve Sen, S. 2003. Consumer-Company Identification: Understanding Consumers' Relationships with Companies. *Journal of Marketing*. 67: 76-88.
- Bertrand, M., Chugh, D. ve Mullainathan, S. (2005) Implicit Discrimination. *American Economic Review*, May 2005, 95 (2), 94–98.
- Bertrand, M. Pan, J. ve Kamenica, E. (2015). Gender Identity and Relative Income Within Households. *Quarterly Journal of Economics* 130(2), 571-614.
- Borjas, G.S.(1982). The Eraning of male Hispanic Immigrants in the US, *Industrial and Labor Relations Review* 35, 343-353.
- Bowles, S. (1998). Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and Other Economic Institutions. *Journal of Economic Literature*, 36, 75-111.
- Bowles, S., Gintis, H. ve Osborne, M. (2001). Incentive-Enhancing Preferences: Personality, Behavior, and Earnings. *The American Economic Review*, 91(2), 155-158.
- Burke, P. J. ve Jan E. Stets, E. (2009). *Identity Theory*, Oxford University Press: New York.
- Casey, T. ve Dustmann, C. (2010). Immigrants' Identity, Economic Outcomes and the Transmission of Identity Across Generations. *The Economic Journal* 120 (542).
- Chiswick, B. ve Huang, J. (2007). "The Earnings of American Jewish Men: Human Capital, Denomination, and Religiosity." Presented at the annual meetings of the Illinois Economic Association, Chicago.

- Chiswick, B. (1978) The effect of Americanization on the earnings of foreignborn men. *J Polit Econ* 86(5):897–921
- Cobb-Clark, D. ve Hildebrand, V. (2002). The wealth and asset holdings of U.S.-born and foreignborn households: Evidence from SIPP Data, *IZA Discussion Papers*, 674.
- Codazzi, K., Peroi, V., Albuquerque Sant’Anna, A. (2018). Social norms and female labor participation in Brazil 018 UNU-WIDER. *Review of Development Economic*, 1–23.
- Constant, A., Gataullina, L. ve Zimmermann, K. (2009). Ethnosizing immigrants. *Journal of Economic Behavior and Organization* 69(3):274–287
- Constant, A. (2014). Do migrants take the jobs of native workers? *IZA World of Labor*, wol.iza.org.
- Constant A. ve Zimmermann, K. (2008) Measuring ethnic identity and its impact on economic behavior. *J Eur Econ Assoc* 6(2–3):424–433
- Coulson, N. E. (1999). Why Are Hispanic- and Asian-American Home- Ownership Rates So Low?: Immigration and Other Factors. *Journal of Urban Economics* 45(2): 209-227
- Darity, W. (2009). Stratification economics: context versus culture and the reparations contro-versy, *Kansas Law Review*, vol. 57, 795–811
- Daskalaki, I. (2003). The Role of Marriage in the Socio-Economic Life of Gypsy Community, *Totem: The University of Western Ontario Journal of Anthropology: Vol. 11: Iss. 1.*
- Davis, J.B. (2007): Akerlof and Kranton on Identity Economics: Inverting the Analysis. *Cambridge Journal of Economics* 31, 349-363
- Easterly, W., ve Levine, R. (1997). Africa’s growth tragedy: policies and ethnic divisions. *Quarterly Journal of Economics*, 112(4), 1203–1250.
- Eckstein, Z. ve O. Lifshitz (2011). Dynamic Female Labor Supply. *Econometrica*, vol. 79(6), 1675-1726.
- Escaleras, M., ve Register, C. A. (2011). Natural disasters and foreign direct investment. *Land Economics*, 87(2), 346–363.
- Fehr, E., ve K. Hoff. (2011). Introduction: Tastes, Caste and Culture: The Influence of Society on Preferences. *Economic Journal*, 121, 396-412.
- Fernandez, R ve Fogli, A. (2009). Culture: An Empirical Investigation of Beliefs, Work and Fertility. *American Economic Journal: Macroeconomics* 1, 146-177.
- Fernandez, R, Fogli, A. ve Olivetti, C. (2004), Mothers and sons: Preference development and female labour force dynamics. *Quarterly Journal of Economics*, 119, 1249-1299.
- Fong, C., (2001). Social Preferences, Self-Interest, and the Demand for Redistribution. *Journal of Public Economics*, vol. 82(2), 225-246.
- Fortin, N (2005). Gender role attitudes and women’s labour market outcomes across OECD countries. *Oxford Review of Economic Policy*, 21, 416-438.

- Fortin, N.M. (2009). Gender Role Attitudes and Women's Labor Market Participation: Opting Out, AIDS, and the Persistent Appeal of Housewifery. Working Paper, University of British Columbia.
- Freeman, H. E., Armor, D., Ross, J.M. ve Pettigrew, T.F. (1966). Color Gradation and Attitudes among Middle-Income Negroes. *American Sociological Review* 31(3), 365-374.
- Fryer, R.G. Jr. ve P. Torelli (2010), "An empirical analysis of 'acting white'," *Journal of Public Economics* 94, 380-396.
- Gertler, M., Florida, R., Gates ve G., Vinodrai, T. (2002). Competing on creativity: placing Ontario's cities in North American context. A report prepared for the: Ontario Ministry of Enterprise, Opportunity and Innovation and the Institute for Competitiveness and Prosperity
- Glass, J. ve Nath, L.E. (2006). Religious Conservatism and Women's Market Behavior Following Marriage and Childbirth. *Journal of Marriage and the Family* 68(August): 611-629.
- Goldin, C ve Katz, L.F. (2002), "The power of the pill: Oral contraceptives and women's career and marriage decisions", *Journal of Political Economy*, 110, 730-770.
- Goren, E. (2014). How ethnic diversity affects economic growth. *World Development*, 59, July 2014, 275-297.
- Haslam, A. S. (2001). *Psychology in Organizations*. London, SAGE Publications. Postmes, T. & Branscombe, N. (2010). Sources of social identity. In T. Postmes & N. Branscombe (Eds). *Rediscovering Social Identity: Core Sources*. Psychology Press.
- Hederos E. K. ve Stenberg, A. (2015). Gender Identity and Relative Income Within Households: Evidence from Sweden. Discussion Paper. Bonn: IZA.
- Hilary, G., ve Hui, K.W. (2009). Does Religion Matter in Corporate Decision Making in America? *Journal of Financial Economics* 93: 455-473.
- Hoff, K. ve Pandey, P. (2006). Discrimination, Social Identity, and Durable Inequalities. *American Economic Review*, May 2006, 96 (2), 206-211.
- Hogg, M. A., Terry, D. J., ve White, K. M. (1995). A tale of two theories: A critical comparison of identity theory with social identity theory. *Social psychology quarterly*, 255-269.
- Hogg, M. A. ve Terry, D. J. (2001). *Social Identity Processes in Organizational Contexts*. Michigan: Sheridan Books.
- Horton, J. J., Rand, D. G., ve Zeckhauser, R. J. (2011). The online laboratory: conducting experiments in a real labor market. *Experimental Economics*, 14 (3), 399-425.
- Islam, A., ve Raschky, P. (2015). Genetic Distance, Immigrants Identity and Labour Market Outcome. *Journal of Population Economics*, 28(3), 845-868.
- Keister, L.A. (2005). *Getting Rich: America's New Rich and How They Got that Way*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Keister, L.A. (2008). Childhood Religious Denomination and Early Adult Asset Accumulation. Forthcoming in C. Ellison and R. Hummer (ed.) Religion, Family Life, and Health in the United States, Rutgers University Press.
- Krivo, L. J. (1995). Immigrant Characteristics and Hispanic-Anglo Housing Inequality. *Demography* 32(November): 599-615.
- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. ve Vishny, R.W. (1997). Trust in Large Organizations. *American Economic Review* 8: 333-338.
- Lindqvist, E. ve Östling, R. (2008). Identity and Redistribution, IFN Working Paper No. 735, 2008.
- Mason, P. L. (2004). Annual Income, Hourly Wages, and Identity among MexicanAmericans and other Latinos. *Industrial Relations*, 43, 817-834.
- Mincer, J. and S. Polachek (1974). Family Investments in Human Capital: Earnings of Women. *Journal of Political Economy*, vol. 82(2), 76-108.
- Montalvo, J. G., Reynal-Querol, M. (2005). Ethnic diversity and economic development. *Journal of Development Economics*, 76(2), 293–323.
- Myers, D., Painter, G., Yu, A., Ryu, S.H. (2005). Regional disparities in homeownership trajectories: Impacts of affordability, new construction, and immigration, *Housing Policy Debate* 16.
- Nekby, L. ve M. Rodin (2010). Acculturation Identity and Employment Among Second and Middle Generation Immigrants. *Journal of Economic Psychology* 31 (1), 35–50.
- Ottaviano, G.I. ve Peri, G. (2006). The economic value of cultural diversity: evidence from US cities. *Journal of Economic Geography*, 6(1), 9–44.
- Pareto, V. (1980). *Compendium of General Sociology*. Abridged in Italian by Giulio Farina, 1920, from *Trattato di Sociologia Generale*. Elisabeth Abbott, trans. Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press
- Pendakur, K., ve Pendakur, R. (2005). Ethnic Identity and Labour Market. Working paper, Department of Economics, Simon Fraser University
- Postlewaite, A. (2011). Social Norms and Preferences. In *Handbook of Social Economics*, (Ed.) J. Benhabib, A. Bisin, ve M. Jackson, Elsevier.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Reicher, S., Haslam, S. A., and Rath, R. (2008). Making a virtue of evil: A five-step social identity model of the development of collective hate. *Social and Personality Psychology Compass*, 2, 1313–1344
- Roemer, J. E. ve Van der Straeten, K (2005). Xenophobia and the Size of the Public Sector in France: A Politico-economic Analysis , *Journal of Economics*, 86, 95–144
- Schelling, T. C (1969). Models of Segregation. *American Economic Review*, 59 (2), 488–93

- Shayo, M. (2009), A Model of Social Identity with an Application to Political Economy: Nation, Class and Redistribution, *American Political Science Review*, 96:57–73
- Seul, J. R. (1999). Ours is the Way of God': Religion, Identity, and Intergroup Conflict. *Journal of Peace Research* 36(5): 553-69.
- Soron, D. (2010) "Sustainability, Self-identity and the Sociology of Consumption," *Sustainable Development* 18, no. 3 (May 2010): 172–181.
- Steele, C. ve Aronson, J. (1995). Stereotype Threat and The Intellectual Test Performance of African Americans. *Journal of personality and social psychology*, 69.
- Tajfel, H. (1974). Social Identity and Intergroup Behavior. *Social Science Information*, 13, 65– 93.
- Tajfel, H.. (Ed.). (1978). *Differentiation Between Social Groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. London: Academic Press.
- Tajfel, H. ve Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *The social psychology of intergroup relations?*, 33, 47.
- Tajfel, H., ve Turner, J.C. (1986). *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*. In *Psychology of Intergroup Relations*, (Ed.) S. Worchel ve W. G. Austin, Chicago, IL: Nelson Hall.
- Taylor, D. M. ve Moghaddam, F. (1994). *Theories of Intergroup Relations: International Social Psychological Perspectives*. Westport, CT: Praeger.
- Telles, E. ve Murguia, E. (1990). Phenotypic Discrimination and Income Differences among Mexican Americans. *Social Science Quarterly* 71: 682–96.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D. ve Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Blackwell
- Turner, J. C. (2005). "Explaining the nature of power: A three-process theory". *European Journal of Social Psychology*. 35 (1): 1–22. doi:10.1002/ejsp.244.
- Watson, T ve McLanahan, S. (2011), "Marriage Meets the Joneses: Relative Income, Identity, and Marital Status", *Journal of Human Resources*, 46, 482-517.
- Wieber, A. ve Elke Holst, E. (2015). *Gender Identity and Womens' Supply of Labor and Non-market Work Panel Data Evidence for Germany*, DIW Berlin German Institute for Economic Research, Working Paper 1517.