

Consumer Society, Secularization and Three Modes of Ethics*

Muhammed Veysel Bilici¹
Kırklareli University

Abstract

An analysis of religious living in a consumer society can be achieved by taking three different dimensions of consumption into consideration. The first comprises rational processes that are clearly defined, both in terms of function and goals on the basis of capitalist production as a system of consumption. This process also covers transforming goods into merchandize with regard to the manufacturing of the symbolic and emblematic meaning of goods together with the commodity. The second dimension is the emergence of the consumer society in which the symbolic and emblematic order has been established through produced merchandize. In a consumer society, merchandize undertakes the construction of the aesthetic, ethical/moral, and cognitive rationalities and practices of the individuals belonging to that society. The third dimension is the emergence of the consumer world produced by the consumers of that society. Therefore, consumers are not passive objects of the consumption system but, in effect, active participants.

Keywords

Ethics • Secularization • Consumption system • Consumer society • Consumer world •
Commodification of religion • Commodification of subject • Desire • Construction of irrationality •
Construction non-rationality

* This is an extended abstract of the paper entitled “Tüketim Toplumu, Sekülerleşme ve Ahlakın Üç Kipi” published in Turkish Journal of Business Ethics.

Manuscript received: June 15, 2018 / **Accepted:** July 28, 2018 / **OnlineFirst:** December 30, 2018.

1 Correspondence to: Muhammed Veysel Bilici (PhD), Department of Sociology, Kırklareli University, Kayalı Kampüsü, Merkez, Kırklareli 39000 Turkey. Email: mvbilici@klu.edu.tr

To cite this article: Bilici, M. V. (2018). Consumer society, secularization and three modes of ethics. *Turkish Journal of Business Ethics*, 11, 329–358. <http://dx.doi.org/10.12711/tjbe.2018.11.2.0101>

Importantly, the world of consumption encompasses more than a consumer system or society. Money, which is consumption-based and symbolizes rationalization of social relations, has a secondary level of importance in the consumer world. Groups that are excluded from the consumption system because of money become members of the consumer society via desires and fantasies, which are the essence of the consumer world. This process comprises commoditization of subjects, i.e., consumers, in the consumer world through individuality, form, and social practices. Thus, the process of constructing one's individuality cannot be grasped as independent from the subject's commoditization of social relations, relations established with nature, and the fantasy realm of love. Consumption becomes its own object by producing its own spirituality on the one hand and transforming traditional religions on the other. Secularization is reflected on as the process of devout subjects, whose primary identity, in this context, is consumerism, re-manufacturing traditional religions in the context of aesthetic, ethical, and cognitive rationalities. In the consumer world, social following replaces observing the divine, narcissism replaces modesty—which has traditional religious values—and arrogance replaces sincerity. This transformation is enabled by the rational dimension, particularly in the social sciences, which is done through the aesthetic dimension in the world of consumption and the moral dimension in the framework of capitalism. The consumer world has been constructed over everyday life necessities in a way that individuals would be unable to transcend that modern society, which itself, in turn, cannot be understood through purely materialist or hedonistic principles. Therefore, consumerism finds its existence as the mandatory condition and possibility of being the subject in this world. Regarding classical secularization theory—where modern, rational information systems are seen as the effective perpetrator of the science-technology duality involved in the process of regressing religion in the political, social, and individual spheres—a new framework for commenting should be developed taking into account the irrational dimensions of the forms of establishments connected to society, nature, and religion along with the construction of the subject's ego and lack of religious development in a consumer society. Secularization takes place in the consumer world both as religious commoditization and as religifying consumerism in a context where modern aesthetic, ethical, and cognitive rationalities insert the inclusion of possibility in the consumer world. Religious commodification occurs as the natural succession of the subject's process of commodification in the consumer world. Under the hegemony of the consumption world, secularization process not only includes construction of new way of rationality but also new ways of irrationalities and non-rationalities. This dimension generally missing or not clearly expressed in the literature of secularization debates.

Kaynakça/References

- Akal, C. B. (2005). Bir devlet kuramına giriş. C. B. Akal (Ed.), *Devlet kuramı* içinde (s. 13–30). Ankara: Dost Kitabevi.
- Baudrillard, J. (2005). *Şeytana satılan ruh ya da kötülüğün egemenliği* (O. Adanır, Çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2010). *Nesneler sistemi* (O. Adanır & A. Karamollaoğlu, Çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2012). *Karnaval ve yamyam* (O. Adanır, Çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Bellah, R. N. (1970). *Beyond belief: Essays on religion in a post-traditional world*. New York, NY: Harper and Row.
- Berger, P. L. (2002). Sekülerizmin gerilemesi. A. Köse (Ed.), *Sekülerizm sorguluyor: 21. yüzyılda dinin geleceği* içinde (s. 11–32). İstanbul: Ufuk Yayınları.
- Berger, P. L. (2011). *Kutsal şemsiye: Dinin sosyolojik teorisinin ana unsurları* (A. Coşkun, Çev.). İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Berger, P. L., Berger, B. ve Kellner, H. (2000). *Modernleşme ve bilinç* (C. Cerit, Çev.). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Berzano, L. (2010). Lifestyle and religion. In G. Giordan (Ed.), *Annual review of the sociology of religion* (Vol 1., pp. 384–401), Leiden, Boston: Brill.
- Bewes, T. (2008). *Şeyleşme: Geç kapitalizmde endişe* (D. Soysal, Çev.). İstanbul: Metis.
- Bourdieu, P. (1995). *Pratik nedenler: Eylem kuramı üzerine* (H. Tufan, Çev.). İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L. (2012). *Düşünümsel bir antropoloji için cevaplar* (N. Ökten, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bruce, S. (2011). *Secularization: In defence of an unfashionable theory*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Buck-Morss, S. (2010). *Görmenin diyalektiği: Walter Benjamin ve pasajlar projesi* (F. B. Aydar, Çev.). İstanbul: Metis.
- Buğra, A. (1995). *İktisatçılar ve insanlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Casanova, J. (2014). *Modern dünyada kamusal dinler* (M. M. Şahin, Çev.). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Kültür Yayınları.
- Castoriadis, C. (2013). *Toplum imgeleminde kendini nasıl kurar? 1. Cilt: Marksizm ve Devrimci kuram* (H. U. Tanrıöver, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Collins, R. (2000). *The sociology of philosophies: A global theory of intellectual change*. Cambridge, UK: Belknap Press of Harvard University Press.
- Crane, D. (2003). *Moda ve gündemleri: Giyimde cinsiyet, sınıf ve kimlik* (Ö. Çelik, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Curtis, N. (2015). *İdiotizm: Kapitalizm ve hayatın özelleştirilmesi* (M. Ratip, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Davie, G. (2005). *Modern Avrupa'da din* (A. Demirci, Çev.). İstanbul: Küre Yayınları.
- Debord, G. (1996). *Gösteri toplumu ve yorumlar* (A. Ekmekçi & O. Taşkent, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Demirezen, İ. (2015). *Tüketim toplumu ve din*. İstanbul: Dem Yayınları.
- Dillon, M. ve Win, P. (2014). Dindarlık ve spiritüalite: Geç yetişkinlikteki yörüngeler ve hayatı katılım. M. Dillon (Ed.), *Din sosyolojisi el kitabı* içinde (H. Arslan, Çev., s. 261–275). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

- Ellul, J. (1998). *Sözün düşüşü* (H. Arslan, Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism*. London, UK: Sage.
- Ferguson, H. (1995). *Melancholy and the critique of modernity: Søren Kierkegaard's religious psychology*. London, UK: Routledge.
- Ferry, L. ve Gauchet, M. (2005). *Dinden sonra dinselik* (C. Utku, Çev.). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Frankl, V. E. (1996). *Duyulmayan anlam çılgılığı: Psikoterapi ve hümanizm* (S. Budak, Çev.). Ankara: Öteki Yayıncılık.
- Friedman, J. (2005). *Consumption and identity*. London, UK: Taylor & Francis.
- Funk, R. (2007). *Ben ve biz: Postmodern insanın psikanalizi* (Ç. Tanyeri, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Gellner, E. (2012). *Müslüman toplum* (M. Günay, Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Giddens, A. (1994). *Mahremiyetin dönüşümü: Modern toplumlarda cinsellik, aşk ve erotizm* (I. Şahin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2014). *Modernite ve bireysel kimlik: Geç modern çağda benlik ve toplum* (Ü. Tathcan, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Goodman, D. J., & Cohen, M. (2004). *Consumer culture: A reference handbook*. Santa Barbara, Calif: ABC-CLIO.
- Gottdiener, M. (2005). *Post modern göstergeler: Maddi kültür ve postmodern yaşam biçimleri* (E. Cengiz, H. Gür, & A. Nur, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin durumu: Kültürel değişimin kökenleri* (S. Savran, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Hazard, P. (1981). *Batı düşüncesindeki büyük değişme* (E. Güngör, Çev.). İstanbul: Tur Yayınları.
- Heelas, P. (2008). *Spiritualities of life: New age romanticism and consumptive capitalism*. Malden: Blackwell Publications.
- Hervieu-Léger, D. (2004). Sekülerleşme, gelenek ve dindarlığın yeni şekilleri: Bazı teorik öneriler. *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 26(1), 45–58.
- Hodgson, M. G. (1993). *İslam'ın serüveni: Bir dünya medeniyetinde bilinç ve tarih, İslam'ın klasik çağı* (M. Karabaşoğlu, Çev.). İstanbul: İz Yayıncılık.
- Jeitz, M. J. (2014). Konumundan olma/konuşlanma: Feminist araştırmayı din sosyolojisiyle ilişkilendirmek. M. Dillon (Ed.), *Din sosyolojisi el kitabı* içinde (H. Arslan, Çev., s. 401–426). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Jr. Muniz, A. M., & O'Guinn, T. (2001). Brand cummunity. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412–432.
- Jr. Muniz, A. M., & Schau, H. J. (2005). Religiosity in the abandoned apple Newton brand community. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 737–747.
- Kierkegaard, S. (2002). *Korku ve titreme* (İ. Kapaklıkaya, Çev.). İstanbul: Anka Yayınları.
- Kitcher, P. (2011). Challenges for secularism. In G. Levine (Ed.), *The joy of secularism: 11 essays for how we live now* (pp. 24–56). Princeton, UK: Princeton University Press
- Levine, G. (2011). Introduction. In G. Levine (Ed.), *The joy of secularism: 11 essays for how we live now* (pp. 1–23). Princeton, UK: Princeton University Press.
- Lodziak, C. (2003). *İhtiyaçların manipülasyonu: Kapitalizm ve kültür* (B. Kurt, Çev.). İstanbul: Çitlembik Yayınları.
- Longman, L. (1992). Neon cages: Shopping for subjectivity. In R. Shields (Ed.), *Lifestyle shopping: The subject of consumption* (pp. 41–81). London and New York: Routledge.

- Luckmann, T. (1967). *The invisible religion: The problem of religion in modern society*. New York, NY: Macmillian.
- MacCracken, G. (1987). The history of consumption: A literature review and consumer guide. *Journal of Consumer Policy*, 10, 139–166.
- MacIntyre, A. (2001a). *Erdem peşinde: Ahlak teorisi üzerine bir çalışma* (M. Özcan, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- MacIntyre, A. (2001b). *Homerik çağdan yirminci yüzyıla Etik'in kısa tarihi* (H. Hünler ve S. Z. Hünler, Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Macpherson, C. B. (1962). *The political theory of possessive individualism: Hobbes to Locke*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Mannheim, K. (2002). *İdeoloji ve ütopya* (M. Okyayuz, Çev.). Ankara: Epos Yayınları.
- McGuigan, J. (2009). *Cool capitalism*. New York, NY: Pluto Press.
- Merquior, J. G. (1986). *Foucault* (N. Elhüseyni, Çev.). İstanbul: AFA Yayıncılık.
- Mestrovic, S. G. (1999). *Duyguötesi toplum* (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Miller, D. (1995). Consumption as the vanguard of history: A polemic by way of an introduction. In D. Miller (Ed.), *Acknowledging consumption: A review of new studies* (pp. 1–52). London, UK: Routledge.
- Moyn, S. (2008). Hannah Arendt on the secular. *New German Critique*, 105, 71–96.
- Poole, R. (1993). *Ahlak ve modernlik* (M. Küçük, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rand, A. (1966). *Capitalism, the unknown ideal*. New York, NY: New American Library.
- Ritzer, G. (2000). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek: Tüketim araçlarının devrimcileştirilmesi* (Ş. S. Kaya, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Shields, R. (1992). Spaces for the subject of consumption. In R. Shields (Ed.), *Lifestyle shopping: The subject of consumption* (pp. 1–19). London, UK: Routledge.
- Shils, E. (2003). Gelenek. *Doğu Batı Dergisi*, 25, 101–131.
- Shiner, L. (1967). The concept of secularization in empirical research. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 6(2), 207–220.
- Sommerville, C. J. (1998). Secular society/religious population: Our tacit rules for using the term 'secularization'. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 37(2), 249–253.
- Stark, R. (1999). Secularization, r.i.p. *Sociology of Religion*, 60(3), 249–273.
- Stark, R., & Finke, R. (2000). *Acts of faith: Explaining the human side of religion*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Susman, W. I. (2003). *Culture as history: The transformation of american society in the twentieth century*. Washington, D. C: Smithsonian Institution Press.
- Taylor, C. (2011). *Modernliğin sıkıntıları* (U. Canbilen, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Taylor, C. (2014). *Seküler çağ* (D. Körpe, Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Tekin, M. (2012). Batı'da sekülerlik ve Türkiye Müslümanlığının seküler içerimleri. *İnsan & Toplum*, 2(4), 181–204.
- Todorov, T. (2008). *Ortak hayat* (M. E. Özcan, Çev.), Ankara: Dost Kitabevi.
- Touraine, A. (2002). *Modernliğin eleştirisi* (4. basım, H. Tufan, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Turner, B. S. (1996). *The body and society*. London, UK: Sage.
- Turner, B. S. (1998). Sivil Din. Y. Aktay & M. E. Köktaş (Ed.), *Din Sosyolojisi* içinde (s. 237–249). Ankara: Vadi Yayınları.