

## HYBRIDIZATION OF DIGITAL AND MATERIAL CONSUMPTION PRACTICES: THE CASE OF BOOKS CONSUMPTION

Digital consumption is developing, which modifies consumers' practices through a digimorphosis process (Granjon et Combes, 2007). However, this evolution of consumption is not synonymous with the disappearance of materiality. Digital consumption is not a substitute for material consumption, both exist simultaneously, generating a hybridization of practice. For example, we can now observe their cohabitation within the photography industry, which, despite the predominance of digital technology, has shown a craze for polaroid cameras over the last ten years. The return of vinyl is also significant of these hybrid practices (Bartmanski and Woodward, 2013; Young, 2013), with each vinyl offering a download code allowing access to its digital version. These joint practices are also found in the consumption of books. As the leading cultural industry in Europe<sup>1</sup>, the book industry is no less fragile, and the introduction of digital books on the market in the 2000s made its players fear the imminent death of the printed book. However, digital books have not been as successful as predicted and, after rapid growth, their use has stagnated in recent years. In this context of market change, this research proposes to observe the evolution of book consumption practices and to question the synergies emerging from the cohabitation of these two apparently opposed modes of consumption.

What systems do consumers implement regarding the cohabitation and hybridization of digital and material consumption practices?

To answer this question, we rely on the theoretical lens of practice theory (Shove and Pantzar, 2005, Warde, 2005), which differs from traditional approaches through perceived value that tend to oppose material and digital consumption. We want to have a comprehensive approach to further the understanding of book consumption as a whole, be it material or digital. 18 in-depths interviews and 10 photo-elicitation interviews (Dion and al., 2014) were led with digital and printed books readers, including a variety of profiles regarding book consumption. In depth and photo-elicitation based interviews allowed us to uncover privileged contact zones in the circulation and accumulation of books.

We offer an interpretation grid of these hybrid practices that allows a dialogical understanding of books consumption, to go beyond the traditional dialectical opposition between eBooks and printed books. This research puts forward a consumer typology according to consumers' behavior towards reading practices and the book as an object. Four profiles have been identified: passionate, bibliophile, reader and distant. This approach using practice theory might also open the way to a broader reflection over value actualization through practice.

---

<sup>1</sup> <https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Foire-de-Francfort-premiere-declaration-europeenne-pour-le-livre>

## **HYBRIDATION DE PRATIQUES DE CONSOMMATION DIGITALE ET MATERIELLE : LE CAS DE LA CONSOMMATION DE LIVRES**

Résumé : Le développement de la consommation digitale modifie les pratiques des consommateurs dans un processus de numérimorphose, sans pour autant faire disparaître la matérialité. Dès lors, deux types de consommation cohabitent, engendrant l'hybridation de pratiques. Adoptant une démarche qualitative, cette recherche a pour objectif de comprendre la façon dont se met en place cette hybridation entre consommation digitale et matérielle, en étudiant le cas de la consommation de livres. Nous proposons une grille de lecture de ces pratiques permettant une compréhension dialogique de la consommation de livre, afin de sortir de l'opposition dialectique traditionnelle entre livre numérique et imprimé. 28 entretiens compréhensifs et par photo-élicitation nous ont permis de proposer une typologie des consommateurs de livres selon leur comportement à l'égard des pratiques de lecture et de l'objet livre. Ainsi, cette recherche favorise la compréhension de ces nouvelles pratiques pour les acteurs du marché, dans un contexte de développement du numérique.

Mots clef : consommation digitale ; livres numériques ; théorie de la pratique ; hybridation des pratiques ; photo-élicitation

## **HYBRIDIZATION OF DIGITAL AND MATERIAL CONSUMPTION PRACTICES: THE CASE OF BOOKS CONSUMPTION**

Abstract: Digital consumption is developing, which modifies consumers' practices through a digimorphosis process, without making materiality disappear. Hence, two types of consumption cohabit, generating a hybridization of practice. Adopting a qualitative approach, this research aims at understanding the way this practices porosity between digital and material consumption sets in, studying the case of books consumption. We suggest an interpretation grid of these hybrid practices that allows a dialogical understanding of books consumption, to go beyond the traditional dialectical opposition between eBooks and printed books. 28 in depth and photo-elicitation based interviews allowed us to uncover privileged contact zones in the circulation and accumulation of books. This approach using practice theory might open the way to a broader reflection over value actualization through practice.

Keywords: digital consumption ; eBooks ; practice theory ; practices hybridization ; photo-elicitation

# HYBRIDATION DE PRATIQUES DE CONSOMMATION DIGITALE ET MATERIELLE : LE CAS DE LA CONSOMMATION DE LIVRES

## Introduction

Le développement de la consommation digitale modifie et réorganise les pratiques des consommateurs dans un processus global que Granjon et Combes (2007) appellent numérimorphose. Cette évolution de la consommation n'est cependant pas synonyme d'une disparition de la matérialité. En effet, on observe plutôt l'existence conjointe de pratiques digitales et matérielles que leur substitution. On constate par exemple aujourd'hui leur cohabitation au sein de l'industrie de la photographie qui, malgré la prédominance du numérique, montre depuis une dizaine d'années un engouement marqué pour les appareils polaroid<sup>2</sup>. Le retour du vinyle est aussi particulièrement significatif de ces pratiques hybrides (Bartmanski et Woodward, 2013 ; Young, 2013), chaque vinyle commercialisé proposant un code de téléchargement permettant l'accès à sa version digitale. Ces pratiques conjointes se retrouvent également dans la consommation de livres.

Première industrie culturelle en France<sup>3</sup>, la filière économique du livre n'en est pas moins fragile et l'introduction des liseuses et livres numériques sur le marché dès les années 2000 a un temps fait craindre à ses acteurs une mort prochaine du livre imprimé. Pourtant, le livre numérique n'a pas connu le succès qu'on lui prédisait et, après une croissance rapide, son usage a stagné ces dernières années.

Dans ce contexte de mutation du marché, cette recherche se propose ainsi d'observer l'évolution des pratiques de consommation du livre et d'interroger les synergies qui émergent de la cohabitation de ces deux modes de consommation apparemment opposés. Quels systèmes de pratiques les consommateurs mettent-ils en place selon leur comportement à l'égard des pratiques de lecture ? A l'égard de l'objet livre ? Comment se fait la transition, pour les consommateurs, vers les livres numériques ?

Cette recherche se propose de répondre à ces questions en adoptant une démarche compréhensive, sous l'angle de la théorie de la pratique. 18 entretiens compréhensifs (Kaufman, 2011) et 10 entretiens par photo-élicitation (Dion et al., 2014) ont été menés auprès de lecteurs de livres numériques et imprimés. L'analyse des données suggère que les consommateurs, selon l'importance qu'ils accordent à la lecture (pratiques) ou/et au livre (objet), ont une facilité plus ou moins grande à effectuer une transition vers la consommation numérique. Nous souhaitons ainsi proposer avec cette recherche une typologie de consommateurs selon leur comportement à l'égard des pratiques de lecture et de l'objet livre.

## Cadre conceptuel

*Consommation de livres numériques : un état de l'art.* Peu de recherches se sont penchées sur les changements que le développement des livres numériques a introduits dans les pratiques de consommation de livres. L'étude de cet objet nous semble d'autant plus importante

---

<sup>2</sup> <https://start.lesechos.fr/actus/retail-luxe-grande-conso/l-etonnant-come-back-de-la-photo-instantanee-10086.php>

<sup>3</sup> <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Livre-et-Lecture/Economie-du-livre/Marche-du-livre>

que le livre possède une dimension sacralisée qui influence le rapport des consommateurs à son égard (Crépel et al., 2018). La plupart des recherches sur le sujet avance que bien que livre numérique et livre imprimé aient des fonctions spécifiques, le numérique finira par remplacer le papier (Gomez, 2008 ; Zhang et Kudva, 2014). Adoptant une approche par la valeur perçue, les recherches précédentes opposent les livres numériques et imprimés. Les livres numériques sont présentés comme ayant une meilleure valeur fonctionnelle et les livres imprimés une plus grande valeur hédonique. Cette opposition est bien documentée et fait consensus dans la littérature (Bunkell et Dyas-Correia, 2009 ; Chen et Granitz, 2011 ; Zhang et Kudva, 2014 ; Ketron et Naletelich, 2016). Les livres numériques offrent en effet de nombreux avantages fonctionnels tels que la portabilité, le téléchargement instantané (Simonson, 2013), le stockage (Zhang et Kudva, 2014) ou le prix (Ketron et Naletelich, 2016).

Pourtant, la consommation de livres numériques reste très minoritaire en France<sup>4</sup>. Ketron et Naletelich (2016) expliquent la persistance des livres imprimés par leur contribution au concept de soi : ces derniers peuvent constituer une extension de soi par le biais de l'appropriation (Belk, 1988, 2013), ce que les livres numériques ne parviennent pas à faire. C'est cette complémentarité des livres imprimés et numériques qui permet d'expliquer leur cohabitation chez les consommateurs (les lecteurs de numériques conservant tous une consommation de livres papier en parallèle). Cependant, la littérature existante n'offre pas de compréhension profonde de la cohabitation de ces deux systèmes de pratiques et de représentations.

*Une approche par la théorie de la pratique.* L'approche par la valeur perçue, adoptée par la littérature jusqu'à présent, conduit à penser le livre numérique par opposition au livre imprimé. Nous souhaitons ici dépasser cette opposition traditionnelle pour penser la consommation de livre comme un système, où livre numérique et imprimé peuvent entrer en complémentarité. Cette réflexion devrait permettre de s'extraire d'une représentation dialectique de cette consommation pour proposer une approche dialogique en la questionnant non plus sous l'angle des représentations sociales des consommateurs (dans lesquels les deux dispositifs restent régulièrement opposés l'un à l'autre) mais sous l'angle des pratiques.

La théorie de la pratique (Shove et Pantzar, 2005, Warde, 2005, Dubuisson-Quellier et Plessz, 2013) définit la pratique comme « un comportement routinisé qui consiste en plusieurs éléments, interconnectés entre eux: des formes d'activités corporelles, des formes d'activités mentales, des « choses » et leur usage, des connaissances de base sous forme de compréhension, savoir-faire, états émotionnels et de motivations<sup>5</sup> » (Reckwitz, 2002, p.249). La théorie de la pratique s'organise autour des trois dimensions des compétences (ici notamment la lecture), des représentations (symbolisme du livre et de la lecture, parfois sacralisation) et de la matérialité (objet livre). La pratique de la lecture inclut ici aussi bien l'acte de lecture que le système d'objets requis, qui dans le cadre de la lecture de livres numériques peut comprendre une liseuse numérique ou une tablette, des câbles, un ordinateur, etc. Cette nouvelle matérialité du numérique est mise en évidence par le concept de rematérialisation (Magaudda, 2011). Cette approche par la théorie de la pratique permet ainsi d'intégrer l'étude du rapport à l'objet et à la

---

<sup>4</sup> <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Livre-et-Lecture/Actualites/Chiffres-cles-du-secteur-du-livre-2017-20182>

<sup>5</sup> «A routinized type of behaviour wich consists of several elements, interconnected to one another: forms of bodily activities, forms of mental activities, « things » and their use, a background knowledge in the form of understanding, know-how, states of emotions and motivational knowledge.» Traduction des auteurs.

matérialité dans une perspective dynamique prenant en compte la réalité effective de la consommation.

## **Méthodologie**

La collecte de données de cette étude s'articule autour de deux phases : la première, à l'automne 2016, a consisté en 18 entretiens compréhensifs (Kaufmann, 2011) d'une durée moyenne de 1 heure et 25 minutes sur la question des pratiques de consommation de livres. Par pratiques de consommation de livre nous entendons, au sens large, un processus global incluant aussi bien l'achat, la lecture, l'exposition, le partage et la disposition de livres tant imprimés que numériques. L'échantillon a été élaboré progressivement afin de refléter une variété de facteurs (Miles et Huberman, 1994) incluant le sexe, l'âge, la profession et les habitudes de lecture (lecteur régulier ou plus occasionnel, collectionneur/accumulateur de livres ou pas, goûts variés, etc.). Des cas extrêmes ont été inclus (implication forte / rejet total de la lecture numérique) pour augmenter notre compréhension des mécanismes sous-jacents (Creswell et Miller, 2000).

La deuxième phase a consisté en un focus de 10 entretiens par photo-élicitation (Heisley et Levy, 1991 ; Dion, 2007 ; Dion et al, 2014) avec des participants familiarisés avec la lecture numérique (lecture sur support numérique depuis un an ou plus) et utilisant divers supports (tablette, lecteur, ordinateur ou smartphone). La photo-élicitation permet aux enquêtés de verbaliser le quotidien par la médiatisation de l'image, en rendant saillants des points qu'ils n'auraient pas jugés importants lors d'un entretien classique (Dion, 2007). Elle a par ailleurs l'avantage de rendre les enquêtés actifs dans le processus de collecte des données, ce qui est indispensable dans une recherche compréhensive (Askegaard et Trolle Linnet, 2011). Il a été demandé aux enquêtés de prendre une douzaine de photographies évoquant leur expérience de lecture, quel que soit le support. Les participants ont combiné des photographies personnelles avec des images trouvées sur Internet, pour exprimer le plus large éventail d'idées. Nous avons ensuite réalisé des entretiens d'une durée moyenne de 1 heure et 14 minutes, en utilisant les photographies comme point de départ de la conversation. 76 photographies ont été recueillies.

L'analyse des données a été effectuée selon un processus itératif de codage successivement thématique puis théorique (Miles et Huberman, 1994, Paillé et Mucchielli, 2016). Les photographies prises par les participants ont ensuite été intégrées dans l'analyse selon le cadre émergent (Dion et al, 2014). Pour améliorer la validité de l'interprétation émergente, les enquêtés ont été invités à donner leur avis sur une version préliminaire de l'analyse (Miles et Huberman, 1994).

## **Résultats**

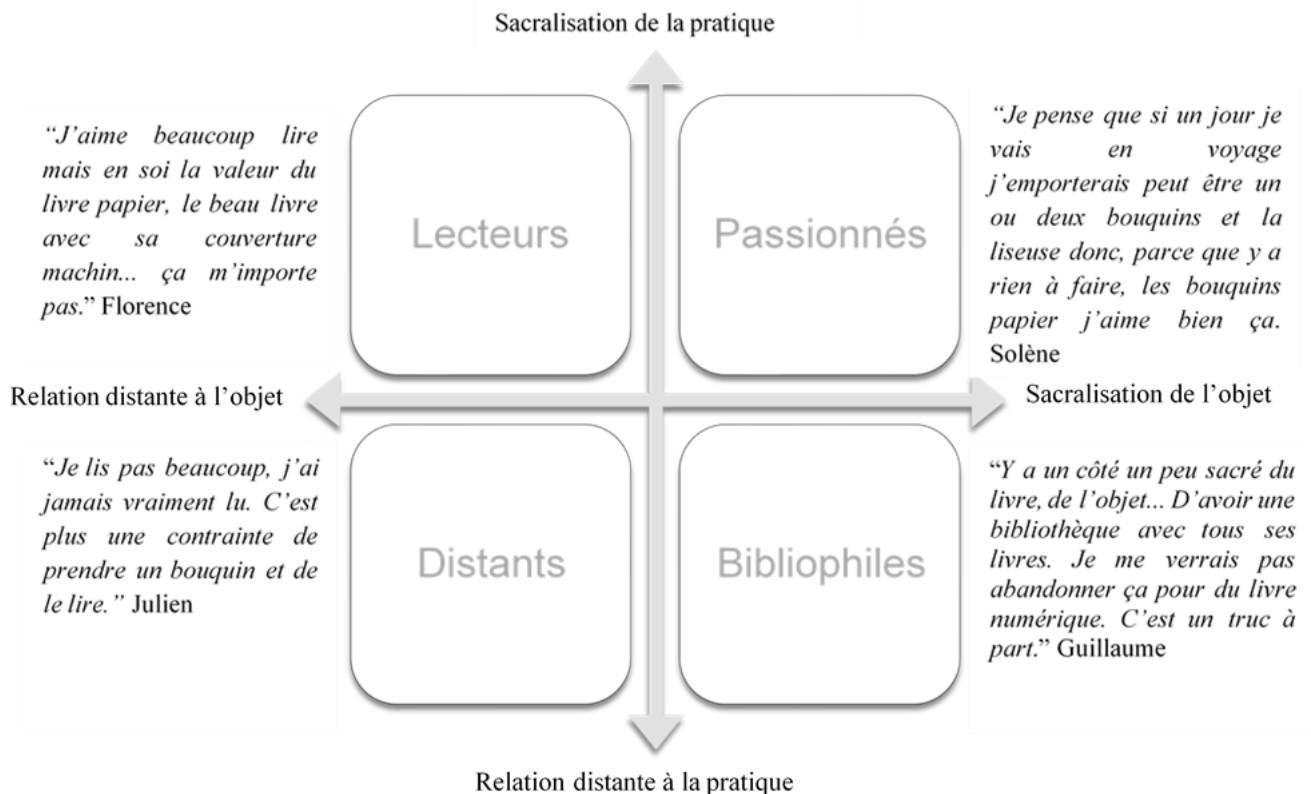
Une typologie de consommateurs de livres émerge de l'analyse des données et on peut identifier quatre profils-types selon le rapport entretenu avec l'objet livre et les pratiques de lecture (figure 1).

Les passionnés (sacralisation de l'objet et de la pratique) attachent de l'importance aussi bien au texte littéraire qu'à l'objet livre. Ce sont de gros lecteurs, leur identité passe à la fois par leurs pratiques de lecture et par leur possession de livres. Ils ont d'ailleurs, lorsque c'est possible, une grande bibliothèque occupant un espace central dans l'espace domestique. Ils valorisent l'accumulation de livres mais ont une certaine souplesse dans la sacralisation de l'objet lui-même (ils s'autorisent à corner des pages, à griffonner dans les marges, etc.). Ils sont souvent lecteurs de livres numériques et, s'ils ne le sont pas, envisagent d'essayer. Leurs

pratiques sont alors mixtes entre papier et numérique et ils passent de l'un à l'autre selon les circonstances.

Les bibliophiles (sacralisation de l'objet seulement) valorisent l'objet plus que le texte lui-même, et perçoivent le livre comme un marqueur social. Ils lisent peu et considèrent plutôt la lecture comme une activité fonctionnelle (nécessaire pour acquérir des compétences en orthographe, de la conversation, etc.). Lorsque la sacralisation est particulièrement forte, une distance peut s'installer vis-à-vis de l'objet (le livre ne se manipule pas n'importe comment, par n'importe qui, il convient d'en prendre soin). Lorsqu'ils disposent d'un capital économique et culturel faible, les bibliophiles ont tendance à s'exclure de la consommation de livres (ils ne fréquentent pas les librairies par peur de n'être pas à leur place, notamment). Ils n'imaginent pas lire en numérique, ils sont très attachés à la matérialité du livre (toucher, odeur, etc.) et estiment que le numérique enlève tout intérêt à l'expérience de lecture.

Figure 1. Typologie des consommateurs de livres selon leur rapport à la pratique et à l'objet



Les lecteurs (sacralisation de la pratique seulement) valorisent le texte plus que l'objet livre, en particulier le texte littéraire. Ce sont de gros lecteurs mais cette caractéristique n'est pas centrale dans la définition de leur identité. Ils recherchent avant tout l'évasion ou la qualité esthétique dans leur consommation de livres. Ils mettent en avant les contraintes liées à la matérialité et sont dans une démarche de rejet de l'accumulation (pas de grande bibliothèque, pas de collection de livres). Lorsqu'ils lisent des livres papier, ils n'hésitent pas à corner les pages, les annoter, lire dans le bain, etc. Ils considèrent que le livre numérique apporte la même chose que le livre papier et la plupart l'ont adopté, tout en conservant des livres papiers pour certaines occasions (pour offrir et pour les enfants notamment).

Le profil des consommateurs distants (pas de sacralisation, ni de l'objet, ni de la pratique), qui ne consomment pas ou très peu de livres imprimés ou numériques, ne fait pas l'objet d'un développement dans cette recherche.

Cette proposition de typologie permet notamment de mieux comprendre le passage des consommateurs au support numérique dans leur consommation de livres, et les éventuels freins qui peuvent les en empêcher.

### **Apports, limites et voies de recherche**

Cette recherche met en lumière la porosité des pratiques entre consommation digitale et consommation matérielle par l'étude du cas de la consommation de livres. Elle permet ainsi aux acteurs du marché (éditeurs, libraires) de penser ces deux consommations non plus comme excluantes mais comme complémentaires et se répondant l'une à l'autre au sein d'un système de pratiques. Ils peuvent alors envisager consommation matérielle et consommation digitale comme un continuum et ainsi appréhender les réponses managériales adéquates, liant ces différentes formes de pratiques.

Par ailleurs, les résultats nous permettent d'interroger le concept de valeur développé dans la littérature existante sur la consommation de livre numérique. L'approche par la théorie de la pratique nous permet une actualisation de la valeur perçue par la pratique. Que deviennent, dans ce contexte, les représentations d'une valeur fonctionnelle attribuée au numérique et hédonique au livre imprimé ? Les consommateurs ayant ces pratiques hybrides de consommation digitale et matérielle développent-ils un nouveau système de valeur fondé sur la complémentarité ? Nous souhaiterions analyser de nouveau les données au prisme de ces questionnements.

Enfin, la consommation de livres présente des spécificités susceptibles d'influencer les résultats. Le livre est un objet singulier, au sens de Kopytoff (1986), souvent démarchandisé, extrait de la sphère marchande par l'appropriation, voire sacralisé (Crépel et al., 2018). Ce statut particulier du livre engendre un attachement à l'objet, d'autant que la singularité se transfère mal au support numérique (Ketrion et Naletelich, 2016). Il serait dès lors intéressant d'étendre cette recherche à d'autres domaines de la consommation digitale tels que la musique, afin d'identifier les éléments liés à ces spécificités de l'objet livre.

## Références bibliographiques

- Askegaard, S., & Linnet, J. T. (2011). Towards an epistemology of consumer culture theory: Phenomenology and the context of context. *Marketing Theory*, 11, 4, 381-404.
- Bartmanski, D., & Woodward, I. (2015). The vinyl: The analogue medium in the age of digital reproduction. *Journal of Consumer Culture*, 15, 1, 3-27.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of consumer research*, 15, 2, 139-168.
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40, 3, 477-500.
- Benhamou, F. (2014). *Le Livre à l'heure numérique. Papier, écrans, vers un nouveau vagabondage*. Le Seuil.
- Bunkell, J., Dyas-Correia, S. (2009). E-Books vs. Print: Which is the better value?. *The Serial Librarian*, 56, 1-4, 215-219.
- Chen, S., & Granitz, N. (2012). Adoption, rejection, or convergence: Consumer attitudes toward book digitization. *Journal of Business Research*, 65, 8, 1219-1225.
- Crépel, M., Boullier, D., & le Béhec, M. (2018). *Le livre-échange: vies du livre & pratiques des lecteurs*. C & F Éditions.
- Creswell, J. W., & Miller, D. L. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory into practice*, 39, 3, 124-130.
- Dion, D. (2007). Les apports de l'anthropologie visuelle à l'étude des comportements de consommation. *Recherche et Applications en Marketing*, 22, 1, 61-78.
- Dion, D., Sabri, O., Guillard, V. (2014). Home sweet messy home: Managing symbolic pollution. *Journal of Consumer Research*, 41, 3, 565-589.
- Dubuisson-Quellier, S., & Plessz, M. (2013). La théorie des pratiques. Quels apports pour l'étude sociologique de la consommation?. *Sociologie*, 4, 4, 451-469.
- Gomez, J. (2008). *Print is dead: Books in our digital age*. Palgrave Macmillan.
- Granjon, F., & Combes, C. (2007). La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. *Réseaux*, 6, 291-334.
- Heisley, D., Levy, S. J. (1991). Autodriving: A photoelicitation technique. *Journal of consumer Research*, 18, 3, 257-272.
- Kaufmann, J. C. (2011). *L'entretien compréhensif*. Armand Colin.
- Ketron, S., Naletelich, K. (2016). How e-readers have changed personal connections with books. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 19, 4, 433-452.
- Kopytoff, I. (1986). The cultural biography of things: commoditization as process. In Appadurai A., *The social life of things: Commodities in cultural perspective*, 68, 70-73.



- Magaudda, P. (2011). When materiality 'bites back': Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture*, 11, 1, 15-36.
- Martin, O. (2000). Le livre, les livres, dans la maison. Pour une sociologie de l'objet livre. in Desjeux and Garabuau-Moussaoui (dir.), *Objet banal, objet social. Les objets quotidiens comme révélateurs des relations sociales*. L'Harmattan, 57-82.
- McCracken, G. D. (1990). *Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities* (Vol. 1). Indiana University Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2016). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales* (4e éd.) Armand Colin.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing. *European journal of social theory*, 5, 2, 243-263.
- Shove, E., & Pantzar, M. (2005). Consumers, producers and practices: understanding the invention and reinvention of Nordic walking. *Journal of consumer culture*, 5, 1, 43-64.
- Simonson, M. (2013), "E-Books: The Future?", *Distance Learning*, Vol. 10 No. 3, pp. 79-80.
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of consumer culture*, 5, 2, 131-153.
- Young, K. (2013). Market-Mediated, Access Based Consumption of Digital Music. *Journal of Promotional Communications*, 1, 1, 68-84.
- Zhang, Y., Kudva, S. (2014). E- books versus print books: Readers choices and preferences across contexts. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65, 8, 1695-1706.