

Examen des facteurs influencent le partage des connaissances dans la communauté en ligne : Réflexion Théorique

Fatima Zahrae ELFARCHI¹, ZERRAD Jaouad²

¹ Fatima Zahrae ELFARCHI¹ Hassan First University of Settat ; École Nationale de Commerce et de Gestion ; Laboratoire de Recherche en Stratégie et Management et des Organisations(LASMO) , Elfarchi.fatimazahrae@gmail.com

² ZERRAD Jaouad : Hassan First University of Settat ; École Nationale de Commerce et de Gestion ; Laboratoire de Recherche en Stratégie et Management et des Organisations(LASMO) zerradjaouad@gmail.com

Résumé

Les communautés en ligne sont des forums de discussions informatisés qui permettent aux individus d'échanger des connaissances avec d'autres personnes, qui parfois non pas la même motivation d'échange et de partage d'où la nécessité de comprendre les facteurs qui influencent cette action.

Pour analyser et étudier le rôle que jouent certains facteurs sociaux, individuels, organisationnel et technologique dans le succès de l'action du partage des connaissances en communauté en ligne, nous appliquons les théories de l'action collective et du capital social. Cette étude examine d'abord les théories portant sur les facteurs sociaux tels que la confiance, l'identification, la réciprocité, l'engagement, les attentes de la personne et de la communauté, le langage et la vision commune, les liens sociaux entre les membres. Ensuite, analyse la littérature qui porte sur les facteurs individuels tels que la réputation, le plaisir pour le partage, auto-efficacité et l'intention de la personne et enfin examine les recherches portant sur les facteurs organisationnels. Les littératures recueillies confirment les hypothèses de départ. Les résultats aident à identifier la motivation sous-jacente au comportement de partage des connaissances des individus dans les communautés en ligne.

Mots-clés : *Partage des connaissances ; Théorie cognitive sociale ; Communautés en ligne, l'engagement ; facteurs*

Abstract

Virtual communities are digital discussion forums that allow individuals to exchange knowledge with others, who may not provide the same motivation to exchange and share, so it is necessary to understand the underlying factors that influence the action. To analyze and explore the effect of certain social, individual, organizational, and technological factors on the effectiveness of knowledge sharing in virtual communities, we apply the theories of collective action and social capital. Firstly This review examines the theories relating to social factors, including trust, identification, reciprocity, commitment, individual and community expectations, language, and shared vision, and social ties between members. Secondly, we analyze the works of literature dealing with personal factors such as reputation, pleasure for sharing, self-efficacy, and intention of the person. And lastly, we investigate researches about organizational factors. The literature reviewed confirms the initial hypothesis. The finding contributes to understand the motivation behind the knowledge sharing of individuals in virtual communities.

Keywords: *Knowledge sharing; Social cognitive theory; Online communities, engagement.*

INTRODUCTION

Face à l'épuisement des ressources naturelles, aujourd'hui la croissance économique d'un pays est basée sur l'exploitation des ressources inépuisables comme la connaissance, en parle de l'économie de la connaissance.

Le plus grand défi à relever pour favoriser cette économie est l'échange des connaissances les uns avec les autres, cette action dépend de la volonté de l'individu, de la qualité des relations qu'il a, et de sa faculté de faire circuler le savoir au sein de l'entreprise.

Une des façons pour créer des liens avec des connaissances internes ou externes et pour soutenir les flux de connaissances organisationnels est la communication à travers des réseaux en ligne capables.

Ces réseaux facilitent la coopération et les rencontres sur l'Internet par les individus intéressés par une connaissance spécifique ((B. Butler, 2002) (M.M. Wasko, 2005), et où les valeurs et les attentes sont socialement constituées.

Ce processus d'interaction sociale dans des communautés en ligne donne résultat à l'échange des connaissances (A. Ardichvili, 2003) par lequel les individus échangent mutuellement leurs connaissances tacites et explicites (Nonaka, 1994) et se produit au niveau individuel, collectif et au niveaux de l'organisation. Et cela implique un ensemble de comportements qui favorisent l'échange des connaissances acquises.

Aux niveaux individuel, en parle de don de connaissances pour désigner la motivation des à communiquer activement avec leurs collègues, et au niveau de l'organisation en parle du partage des connaissances qui consiste à la réutilisation, le transfert, et la mise à disposition des connaissances et l'expérience acquise au sein de l'organisation à tous.

Compte tenu de l'importance de partage des connaissances dans les communautés en ligne, notre objectif est de synthétiser les travaux centrés et pertinents portant sur le partage des connaissances qui, à notre avis, contribuent à la compréhension du comportement de partage des connaissances dans les communautés en ligne.

Notre question de recherche est de savoir : quelle sont les facteurs déterminent de l'action de partage des connaissances dans les communautés en ligne ?

Le document est organisé comme suit :

La première section présente le cadre théorique de notre recherche, les théories de l'action collective et du capital social,

La deuxième section présente en détail les facteurs influencent le partage des connaissances dans les communautés virtuelles à savoir les facteurs sociaux dont la confiance, l'identification,

la réciprocité, l'engagement, les attentes de la personne et de la communauté, le langage et la vision commune, les liens sociaux entre les membres, et les facteurs individuels à savoir la réputation, le plaisir pour le partage, l'auto-efficacité et l'intention de la personne et les facteurs organisationnels.

La dernière section présente la discussion des conclusions générales de notre travail.

1. LE PARTAGE DES CONNAISSANCES : ANCRAGE THEORIQUE

La question de partage des connaissances a été discutée par plusieurs chercheurs et a donné lieu à de nombreux débats épistémologiques.

Dans le cadre de cet article, on examine les différentes conceptions appliquées dans l'étude du partage des connaissances dans une communauté virtuelle, telles qu'elles sont présentées dans la théorie de l'autodétermination et les trois dimensions de la théorie du capital social de (J. Nahapiet, 1998) et la théorie sociale cognitive.

La théorie de l'auto-détermination s'intéresse aux facteurs individuels qui stimulent ou inhibent le désir de s'engager dans un comportement et permettent ainsi de mieux comprendre comment surmonter le dilemme du partage des connaissances.

La théorie sociale cognitive de (Bandura, 1986), considère que le comportement humain est le résultat de l'interaction triadique des facteurs personnels, du comportement et du réseau social de la personne. Ces variables affectent l'auto-efficacité de la personne et aussi affecte les résultats attendus, c'est-à-dire le jugement des conséquences probables.

Toutefois, la théorie cognitive est limitée et n'aborde pas les composantes du réseau social et comment il influence le comportement d'un individu, cela nécessite l'introduction de la théorie du capital social qui définit le capital social en fonction de trois éléments distincts structurel, relationnel et cognitif.

Le capital social est défini comme les ressources intégrées dans une structure sociale qui sont accessibles et/ou mobilisées dans le cadre d'une action ciblée.

(M.M. Wasko, 2005) ont étudié les raisons qui poussent les gens à partager leurs connaissances avec d'autres dans un réseau électronique de pratique. Ils ont constaté que la réputation et la centralité sont deux des influences sur l'utilité et le volume de la contribution des connaissances. Donc sur la base du modèle théorique proposé par (J. Nahapiet, 1998), nous examinons comment les motivations individuelles et les trois formes de capital social (cognitif, structurel et relationnel) facilitent le partage de connaissances dans la communauté en ligne.

2. LE PARTAGE DES CONNAISSANCES DANS LES COMMUNAUTES VIRTUELLES : ANALYSE THEORIQUE DES FACTEURS.

Dans cette section, nous analysons et discutons les diverses recherches faites sur les facteurs influencent le transfert des connaissances dans les communautés virtuelles.

Ce cadre d'analyse est fondé sur la théorie de l'autodétermination et les trois dimensions de la théorie du capital social (J. Nahapiet, 1998) et la théorie sociale cognitive.

Selon ce cadre, les facteurs qui impactent le transfert de connaissances se distinguent en trois ensembles de facteurs à savoir les facteurs sociaux dont la confiance, l'identification, la réciprocité, l'engagement, les attentes de la personne et de la communauté, le langage et la vision commune, les liens sociaux entre les membres, les facteurs individuels à savoir la réputation, le plaisir pour le partage, l'auto-efficacité et l'intention de la personne et les facteurs organisationnels.

2.1. Les facteurs sociaux

Des recherches antérieures soutiennent que le fait de donner des connaissances finit par faire perdre à leur détenteur sa valeur unique par rapport à ce que les autres savent (H.H. Kelley, 1978) et d'autres ont montré que le partage des connaissances est positivement lié à des facteurs tels que des liens forts (B. Wellman, 1990), la similarité de statut (D. Cohen, 2001).

(J. Nahapiet, 1998) ont présenté le capital social comme un cadre intégrateur pour la création et le partage de connaissances au sein des organisations, ils ont suggéré que la combinaison et l'échange de connaissances sont facilités lorsque les individus sont motivés pour s'engager dans cet échange, car il existe des liens structurels, des connexions entre les individus (capital structurel), car les individus ont la capacité cognitive de comprendre et d'appliquer les connaissances (capital cognitif), et que leurs relations ont des caractéristiques fortes et positives (capital relationnel).

2.1.1. La dimension structurelle : les liens d'interaction sociale

L'ancrage structurel concerne le réseau de relations dans son ensemble. Le terme décrit la configuration impersonnelle des liens entre les personnes ou les unités.

Certains universitaires (D. Cohen, 2001) (A. Kankanhalli, 2005); (J. Nahapiet, 1998); (M.M. Wasko, 2005) ont attribué le comportement de partage de connaissance aux liens de réseaux sociaux, un attribut important du capital social dérivé de la théorie du capital social.

Parmi les facettes les plus importantes de cette dimension figurent la présence ou l'absence de liens de réseau entre les acteurs ; la configuration des réseaux (la densité, la connectivité et la

hiérarchie) ; et l'organisation du réseau, c'est-à-dire le but de la création du réseau (Coleman, Social capital in the creation of human capital, 1988)

- Selon (Putnam, 1995) les liens structurels créés par les interactions sociales entre les individus d'un réseau, sont des prédicteurs importants de l'action collective, car plus les individus sont en contact régulier les uns avec les autres, plus ils sont susceptibles de développer une "habitude de coopération" et d'agir collectivement, et donc sont plus susceptibles que d'autres de comprendre et de se conformer aux normes et aux attentes du groupe.
- (W. Tsai, 1998) Considèrent l'interaction sociale comme un canal d'information et un flux de ressources, et ils ont constaté que les liens d'interaction sociale avaient des effets positifs directs sur l'étendue de l'échange de ressources entre les unités.
- Pour (J. Nahapiet, 1998), les liens de réseau influencent à la fois l'accès des parties pour la combinaison et l'échange de la connaissance et aussi l'anticipation de la valeur de ces échanges. Ils font valoir la proposition principale que les liens de réseau donnent accès aux ressources.
- (Granovetter, 1973) A décrit les liens comme une combinaison du temps, de l'émotion l'intensité, et l'intimité (confiance mutuelle).
- (Larson, 1992), (P.S. Ring, 1994) notent que plus les interactions sociales sont nombreuses entre les partenaires d'échange, plus l'intensité, la fréquence, et l'étendue des informations échangées sont élevées.

2.1.2. La dimension cognitive

Le capital cognitif est l'ensemble des ressources qui facilitent les interprétations et les significations et la compréhension commune entre les parties au sein d'un collectif, comme une langue et un vocabulaire commun et partagés (J. Nahapiet, 1998).

Le capital cognitif se développe au fur et à mesure que l'individu interagit avec d'autres personnes qui partagent la même pratique pendant un certain temps ce qui permet d'acquérir les compétences, les connaissances, le discours spécialisé et les normes de la pratique, donc le capital cognitif est constitué à la fois de la maîtrise du langage, de l'expertise individuelle, et de l'application de cette expertise.

2.1.2.1. Langage commun.

Le langage commun va au-delà de la langue elle-même. Il concerne également les acronymes,

les subtilités des interactions.

- (W. Tsai, 1998), ont constater que les codes et le langage commun facilitent la compréhension des objectifs collectifs et les bonnes manières d'agir dans les communautés virtuelles.
- (J. Nahapiet, 1998) , indiquent que le langage commun influence les conditions de combinaison et d'échange des informations de plusieurs façons. Premièrement, le langage commun facilite la capacité des personnes à accéder aux informations. Deuxièmement, le langage commun fournit un appareil conceptuel commun pour évaluer les avantages probables de l'échange et de la combinaison.

Le capital cognitif consiste également à maîtriser l'application de l'expertise, ce qui nécessite de l'expérience. Les personnes ayant une plus longue expérience dans la pratique partagée sont susceptibles de mieux comprendre la pertinence de leur expertise et sont donc mieux à même de partager leurs connaissances avec d'autres.

- (M.M. Wasko, 2005) , ont constaté les individus sont moins susceptibles de contribuer lorsqu'ils estiment que leur expertise est insuffisante.

2.1.2.2. Vision commune

- (W. Tsai, 1998), ont noté qu'une vision commune incarne les objectifs et les aspirations collectives des membres de l'organisation », Une vision commune est considérée comme "un mécanisme de liaison qui aide les différentes parties d'une organisation à intégrer ou à combiner des ressources". Les membres de l'organisation qui partagent une vision seront plus susceptibles de devenir des partenaires le partage ou l'échange de leurs ressources.
- (D. Cohen, 2001), ont fait valoir que des valeurs et des objectifs communs lient les membres d'une communauté, rend l'action de partage des connaissances possible.

2.1.3. La dimension relationnelle

Le capital relationnel désigne la nature affective des relations au sein d'un collectif, (J. Nahapiet, 1998), qui peut être lié à une forte identité avec le collectif (Putnam, 1995), à l'obligation de participer dans un collectif (Coleman, Social capital in the creation of human capital, 1988), (Granovetter, 1973), ou à la reconnaissance des sanctions et le respect des normes (Coleman, The Foundations of Social Theory, 1990) , (Putnam, 1995).

2.1.3.1. L'engagement

L'engagement envers un collectif, tel qu'une communauté en ligne, permet de transmettre un sentiment de responsabilité d'aider les autres au sein de ce collectif.

- (David Constant, 1996), ont montré que dans un réseau électronique organisationnel, les personnes qui affichent des conseils précieux sont motivées par un sentiment d'obligation envers l'organisation.
- Pour (Coleman, The Foundations of Social Theory, 1990), l'engagement représente un devoir ou une obligation de s'engager dans une action future et résulte d'une interaction fréquente.
- (M.M. Wasko, 2005), pensent que les individus participent aux réseaux en raison d'une obligation morale perçue de rembourser le réseau et la profession dans son ensemble.

2.1.3.2. La réciprocité

Fait référence à l'échange des connaissances qui sont mutuels et perçus par les parties comme juste et équitable ce qui facilite le partage des connaissances.

- (M.M. Wasko, 2005), constatent que lorsqu'il existe une forte norme de réciprocité au sein du collectif, les individus ont confiance que leurs efforts de contribution à la connaissance soient réciproques, récompensant ainsi les efforts individuels et assurant une contribution continue.
- Selon (Blau, 1964), la réciprocité implique "des actions qui sont subordonnées à la récompense réactions des autres et qui cessent lorsque les réactions attendues ne sont pas au rendez-vous".
- La théorie de l'échange social suggère que les participants aux communautés virtuelles attendent une réciprocité mutuelle qui justifie leur dépense en termes de temps et d'effort consacrés partageant leurs connaissances.
- Selon (T.H. Davenport, 1998), sur le marché de la connaissance, la réciprocité est l'un des facteurs qui favorisent le partage des connaissances.
- (M.M. Wasko, 2005), montrent que le partage des connaissances dans les réseaux de pratique est facilité par un sens aigu de réciprocité.

2.1.3.3. La confiance

La confiance est considérée comme un ensemble de croyances spécifiques portant principalement sur l'intégrité, la bienveillance et la capacité d'une autre partie, et se présente lorsqu'un passé d'interactions sociales favorables conduit à des attentes d'interactions positives pour l'avenir.

- Pour (Coleman, The Foundations of Social Theory, 1990); (Fukuyama, 1995), la confiance est un aspect clé du capital relationnel et un facilitateur de l'action collective.

- (J. Nahapiet, 1998), suggèrent que lorsque la confiance existe entre les parties, elles sont plus disposées à s'engager dans une interaction coopérative.
- (Nonaka, 1994) , indique que la confiance interpersonnelle est importante dans les équipes et des organisations pour créer un climat de partage de connaissance.
- Selon (Blau, 1964), la confiance permet d'entretenir des relations d'échange, qui à leur tour peut conduire à un partage des connaissances de bonne qualité.
- (M.H. Hsu, 2004): la confiance peut être définie comme la croyance qu'une autre partie se comportera comme prévu et ne pas tirer profit de la situation, aussi ils classent la confiance en 3 catégories : la confiance fondée sur l'économie, confiance fondée sur l'information, et la confiance basée sur l'identification.
 - La confiance fondée sur l'économie (par exemple, l'adhésion à une communauté virtuelle) permet de gagner du temps et de l'argent pour obtenir des informations, et permet d'améliorer également ses propres capacités.
 - La confiance basée sur l'information se réfère à la sécurité des informations personnelles et la confiance dans le fait que les informations partagées ne seront pas falsifiées.
 - La confiance fondée sur l'identification fait référence à la possibilité de discuter librement des questions personnelles auxquelles la personne cherche une réponse constructive.

2.1.3.4. Identification

L'identification est le sentiment d'appartenance d'un individu envers une communauté, les personnes ont généralement tendance à accumuler les connaissances, et n'apportent des connaissances que si au moins une autre personne soit reconnue comme son compagnon du groupe et que la contribution est pour son bien-être.

- (J. Nahapiet, 1998) ont noté que "l'identification est le processus par lequel les individus voient eux-mêmes en tant qu'un avec une autre personne ou un groupe de gens et font valoir que l'identification agit comme une ressource influençant la motivation de combiner et d'échanger la connaissance.

2.1.3.5. Les attentes

Les résultats attendus sont la croyance que l'accomplissement de la tâche mène à un résultat possible, ces attentes en matière de résultats sont également importantes pour expliquer le partage des connaissances dans les communautés en ligne.

- Selon (D.R. Compeau, 1995), nous avons identifié deux types des résultats attendus par le fait de partage des connaissances : des résultats attendus par la communauté et des résultats attendus par la personne.

- Les résultats attendus par la communauté sont le jugement que donne le contributeur en connaissance aux conséquences probable de son comportement de partage des connaissances sur la communauté.
- Les résultats attendus par la personne réfèrent aux jugements du contributeur sur les conséquences probables de son comportement de partage des connaissances sur lui-même.
- La théorie socio-cognitive, indique que les personnes peuvent adopter un certain comportement lorsqu'ils s'attendent à des conséquences favorables.
- (H.H. Teo, 2003) , suggèrent que les individus partagent les connaissances au sein de communautés virtuelles dont l'attente d'enrichissement de leurs connaissances, de recherche d'un certain soutien, se faire des amis, etc.
- (B. Butler, 2002), ont suggérés que la raison principale qui pousse les individus à partager leurs connaissances est leur attente d'être vu comme des personnes qualifiées, bien informées ou respectées.

2.2. Les facteurs individuels

2.2.1. Valeur

- (J. Nahapiet, 1998): pour partager la connaissance, les individus doivent penser que leur contribution aux autres en vaut la peine et qu'une nouvelle valeur sera créée, avec l'attente de recevoir une partie de cette valeur pour eux-mêmes.
- (David Constant, 1996): l'attente d'un avantage personnel motive les individus à partager des connaissances avec d'autres en l'absence de connaissance personnelle, de similarité ou de probabilité de réciprocité directe.

2.2.2. La réputation

- (Blau, 1964) La théorie de l'échange social postule que les individus qui s'engagent dans une interaction sociale s'attendent à ce qu'elles reçoivent d'une certaine manière des récompenses sociales telles que l'approbation, le statut, le respect, et l'amélioration de sa réputation personnelle dans le réseau.
- (M.M. Wasko, 2005), ont étudié les raisons pour lesquelles les gens partagent leurs connaissances avec d'autres dans un réseau électronique de pratique. Ils ont constaté que la réputation et la centralité ont toutes deux des influences significatives sur la contribution en connaissance.

2.2.3. Le plaisir

- (Bandura, 1986), préconise que l'auto-évaluation basée sur la compétence et l'acceptation sociale est une source de motivation intrinsèque pour le partage de connaissance, qui pousse

les individus à s'engager dans des activités pour le bien de l'activité elle-même, plutôt que pour des récompenses externes.

- (EDWARD L. DECI, 2008), les pionniers de la théorie de l'autodétermination font référence au fait que l'individu est à l'origine de son propre comportement, à savoir le plaisir de faire la tâche et l'auto-efficacité, et ils font la distinction entre deux types de motivation : motivation extrinsèque et motivation intrinsèque.
 - La motivation intrinsèque se réfère à la motivation qui est guidée par un plaisir personnel pour la tâche (en parle ici de partage de connaissance), cette motivation existe au sein de l'individu.
 - La motivation extrinsèque fait référence à la réalisation d'une activité qui conduit à un résultat souhaitable. La motivation extrinsèque est généralement basée sur la perception du bénéfice, une récompense associée au partage des connaissances (Su-Hwan Jeon, 2011), (Lin, 2007).
- (Kollock, 1999), les individus peuvent apporter des connaissances dans un réseau électronique de pratique parce qu'ils perçoivent qu'il est intéressant d'aider les autres à résoudre des problèmes difficiles, et parce qu'il est bon d'aider les autres.
- (M.M. Wasko, 2005), suggèrent que les individus sont intrinsèquement motivés pour apporter des connaissances aux autres parce que s'engager dans des activités intellectuelles et résoudre des problèmes est un défi ou un plaisir, et parce qu'ils aiment aider les autres.

2.2.4. L'auto-efficacité.

- Pour (M.H. Hsu, 2004), et (Bandura, 1986): L'auto-efficacité consiste à la croyance de l'individu dans ses capacités à organiser et à exécuter les actions nécessaires à la gestion des situations.
- (P. Pavlou, 2004), définissent l'auto-efficacité comme le jugement individuel qu'une personne donne à sa capacité d'adopter un comportement.
- (A. Kankanhalli, 2005), ont proposé l'auto-efficacité des connaissances qui peut se manifester sous la forme de personnes croyant que leurs connaissances peuvent aider à résoudre des problèmes liés à l'emploi, à améliorer l'efficacité du travail ou à faire une différence dans leur organisation.

Dans la communauté en ligne en parle de référentiels de connaissances électroniques (EKR), ils ont constaté que l'auto-efficacité est liée à l'utilisation de référentiels de connaissances électroniques par les contributeurs de connaissances.

L'exploitation consiste à capturer les connaissances existantes et le transfert et le déploiement des connaissances dans d'autres situations similaires, tandis que l'exploration nécessite le partage et la synthèse des connaissances existantes, et la création de nouvelles connaissances, on distingue deux types d'auto-efficacité de l'apprenant : L'auto-efficacité spécifique au Web et l'auto-efficacité de la création de connaissances.

L'auto-efficacité spécifique au Web fait référence aux croyances d'un apprenant sur ses capacités à utiliser les fonctions du site web et l'auto-efficacité de la création de connaissances est définie comme les croyances d'un apprenant sur ses capacités à articuler les idées et les expériences, à synthétiser des connaissances provenant de différentes sources, et apprendre des autres en incorporant les connaissances explicites dans les connaissances tacites.

2.2.5. L'intention comportementale

L'intention comportementale est associée de manière significative au comportement réel selon la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), les intentions comportementales sont les prédictrices les plus influentes de comportement ; après tout, une personne fait ce qu'elle a l'intention de faire (P. Pavlou, 2004).

- (G.W. Bock, 2005) ; ont mené une enquête auprès de trente organisations pour tester un modèle de partage des connaissances. Les résultats ont suggéré que l'attitude envers la connaissance partageant positivement et influence de manière significative l'intention comportementale.
- (K.E. Kolekofski, 2003) ; ont proposé un modèle qui définit les influences de l'intention d'une personne sur l'attitude de partage des informations, leur étude a confirmé que l'attitude influence l'intention de partager l'information.

2.3. Les facteurs organisationnels déterminants du comportement de partage de connaissance en communauté en ligne

2.3.1. La culture organisationnelle

La culture organisationnelle ou la culture d'entreprise sont les valeurs, les croyances et les systèmes qui encouragent ou entravent la création et le partage des connaissances au sein des organisations.

- (Al-Marzooqi, 2007), distinguent deux dimensions : visible et invisible, la partie invisible concerne les normes et les valeurs de l'organisation, qui guident leur comportement et leurs actions.
- (Jackson, 2011), pensent que la culture organisationnelle est reconnue comme un important pour l'adoption des systèmes d'information et pour la création d'une organisation apprenante.

- Des études antérieures ont montré qu'il existe de nombreux facteurs qui encouragent le partage des connaissances et incitent à adopter de nouveaux moyens de communication via les médias sociaux, les plus importants étant la formation et systèmes de récompense (Sotirios Paroutis, 2009), (I.Razmerita, 2016), soutien à la gestion, lignes directrices pour les contributions et une personne responsable désignée.
- (H.H. Teo, 2003) les facteurs culturels nationaux un impact sur le comportement individuel en matière de partage des connaissances

2.3.2. Facteurs technologiques

La technologie a été reconnue comme un outil important pour la gestion des connaissances et du savoir et le partage dans les organisations, pour notre étude la communauté en ligne offre des nouvelles méthodes de travail ainsi que de nouvelles formes de partage des connaissances et d'interactions (I.Razmerita, 2016).

L'utilisation de la technologie dépend de plusieurs facteurs tels que fonctionnalité, convivialité, la structure de la plate-forme et la conception de l'interface.

Plusieurs facteurs technologiques doivent être étudiés pour favoriser le partage de connaissance en communauté en ligne telle que : la facilité d'utilisation de la plate-forme, la formation fournie pour l'utiliser ou le manque de formation, la surcharge d'informations, le manque de compréhension des avantages des médias sociaux.

Donc lorsqu'un apprenant doit apprendre dans un cadre technologique, il doit être capable d'utiliser les fonctions du site web, et l'exploitation ou l'exploration des ressources de connaissances existantes.

3. Discussion

Cette recherche se concentre sur les facteurs sociaux, individuels et organisationnels qui encouragent et facilitent le transfert des connaissances dans les communautés virtuelles.

D'abord, l'étude insiste sur le rôle du capital social structurel. Conformément aux théories de l'action collective, les individus qui sont au centre du réseau et connecté à un grand nombre de personnes sont plus susceptibles de soutenir les contributions au collectif (Burt, 1992).

Aussi, l'étude montre que la dimension cognitive impact le transfert des connaissances, (W. Tsai, 1998) ont fait valoir que les individus qui partagent une vision commune sont susceptibles de devenir des partenaires partageant leurs ressources.

Ensuite, cet article valide l'idée que la réciprocité a une influence sur le partage de connaissances, idée défendue par (M.M. Wasko, 2005), selon lesquels la réciprocité n'est pas un facteur significatif de l'utilité de la contribution aux connaissances.

L'étude expose aussi l'idée que les liens d'interaction sociale, et l'identification ont une influence sur la confiance et donc sur le partage de connaissances, proposition confirmée par (Blau, 1964), pour lui la norme de réciprocité renforce la confiance, qui est nécessaire pour les relations d'échange sociales. Aussi (W. Tsai, 1998), ont confirmé cette idée, pour eux les liens d'interaction sociale ont un effet sur la confiance dans le contexte de l'échange de ressources au sein de l'organisation.

Par contre des auteurs pensent que la confiance n'est pas cruciale dans les relations de partage des connaissances. (Coleman, Social capital in the creation of human capital, 1988), a fait valoir que ce n'ait que dans les situations risquées que nous avons besoin de la confiance.

Nous constatons au final que les individus partagent leurs connaissances lorsqu'ils améliorent leur réputation, lorsqu'ils ont de l'expérience à partager, et lorsqu'ils sont structurellement intégrés dans le réseau, une analyse cohérente avec les recherches antérieures sur les environnements en ligne, c'est une preuve que la réputation influence la contribution en connaissance (Donath, 1998).

CONCLUSION

En résumé, nous avons présenté une discussion sur les facteurs qui influence le partage des connaissances dans les communautés virtuelles, basée sur une analyse, une synthèse d'un large éventail de littérature pertinente qui a révélé la complexité des facteurs qui influencent le transfert des connaissances.

Ont intégrons la théorie sociale cognitive et la théorie du capital social, l'étude des motivations qui sous-tendent le partage des connaissances dans les communautés virtuelles soutient que les trois dimensions du capital social –structurel, cognitif et relationnelle- influenceront le partage des connaissances dans les communautés virtuelles. Nous soutenons également que des facteurs individuels et organisationnels peuvent favoriser le partage des connaissances dans les communautés virtuelles.

Nous espérons que les idées, et les discussions présentées dans ce document stimuleront l'intérêt et les travaux futurs des chercheurs dans le domaine de transfert des connaissances.

BIBLIOGRAPHIE

- A. Ardichvili, V. P. (2003). "Motivation and barriers to participation in virtual knowledge-sharing communities of practice". *Journal of Knowledge Management*, 64-77.
- A. Kankanhalli, B. T. (2005). "Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: an empirical investigation". *MIS Quarterly*, 113-143.
- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- Al-Marzooqi, A. I.-A. (2007). "Organizational culture and knowledge sharing": Critical success factors. *Journal of Knowledge Management*, 22-42.
- B. Butler, L. S. (2002). *Community effort in online groups: who does the work and why*. Mahwah, NJ, : Lawrence Erlbaum.
- B. Wellman, S. W. (1990). "Different strokes from different folks: community ties and social support". *American Journal of*, 558-588.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Blau, P. (1964). *Exchange and Power in Social life*. New York: John Wiley and Sons.
- Burt, R. S. (1992). "Structural Holes: The Social Structure of Competition". *Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*, .
- Coleman, J. (1988). "Social capital in the creation of human capital". *American Journal of Sociology*, 95-120.
- Coleman, J. (1988). "Social capital in the creation of human capital". *American Journal of Sociology*, 95-120.
- Coleman, J. (1990). *The Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- D. Cohen, L. P. (2001). *In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work*. Boston: MA.
- D.R. Compeau, C. H. (1995). "Computer self-efficacy: development of a measure and initial test". *MIS Quarterly*, 189-211.
- David Constant, L. S. (1996). "The kindness of strangers: the usefulness of electronic weak ties for technical advice". *organizational science*, 119-135.
- Donath, J. S. (1998). "Identity and deception in the virtual community". *Communities in Cyberspace.*, 2-26.
- EDWARD L. DECI, R. M. (2008). "Favoriser la motivation optimale et la santé mentale dans les divers milieux de vie". *Canadian Psychology*, 24-34.

- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: The Free Press.
- G.W. Bock, R. Z. (2005). " Behavioral intention formation in knowledge sharing: examining the roles of extrinsic motivators, social–psychological forces, and organizational climate". *MIS Quarterly*, 87-111.
- Ghoshal, N. e. (1998). *social capital, i,tellectual capital, and the organisational advantage*, 242-266.
- Granovetter, M. (1973). " The strength of weak ties". *American Journal of Sociology*, 1360-1380.
- H.H. Kelley, J. T. (1978). *Interpersonal Relations: A Theory of Interdependence*. New York: John Wiley.
- H.H. Teo, H. C. (2003). "Evaluating information accessibility and community adaptivity features for sustaining virtual learning communities". *International Journal of Human–Computer Studies*, 671-697.
- J. Nahapiet, S. G. (1998). "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage". *The Academy of Management Review*, 242-266.
- Jackson, T. (2011). " Societal transformations for a sustainable economy". *Natural Resources Forum*, 155-164.
- K.E. Kolekofski, A. H. (2003). "Beliefs and attitudes affecting intentions to share information in an organizational setting",. *Information & Management* , 521-532.
- Kollock, P. (1999). " The Production of Trust in Online Markets". *advances in Group Processe*.
- I.Razmerita, K. K. (2016). "What factors influence knowledge sharing in organizations? A social dilemma perspective of social media communication". *Journal of Knowledge Management* .
- Larson, A. (1992). " Network dyads in entrepreneurial settings: a study of governance of exchange relationships". *Administrative Science Quarterly* , 76-104.
- Lin, H.-F. (2007). "knowledge Sharing and Firm Innovation Capability: An Empirical Study". *International Journal of Manpower*, 315-332.
- M.H. Hsu, C. C. (2004). "Internet self-efficacy and electronic service acceptance". *Decision Support Systems* , 369-381.
- M.M. Wasko, S. F. (2005). "Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice". *MIS Quarterly*, 35–57.
- Nonaka, I. (1994). " A dynamic theory of organizational knowledge creation". *Organization Science*, 14-37.
- P. Pavlou, D. G. (2004). "Building effective online marketplaces with institution-based trust". *Information Systems Research*, 37-59.
- P.S. Ring, A. V. (1994). "Development processes of cooperative interorganizational relationships". *Academy of Management Review*, 90-118.

- Putnam, R. (1995). "Bowling alone: America's declining social capital". *Journal of Democracy*, 65–78.
- Sotirios Paroutis, A. A. (2009). "Determinants of knowledge sharing using Web 2.0 technologies". *Journal of Knowledge Management* , 52-63.
- Su-Hwan Jeon, Y.-G. K. (2011). "'individual, Social, and Organizational Contexts for Active Knowledge Sharing in Communities of Practice". *Expert Systems with Applications*, 2423–12431.
- T.H. Davenport, L. P. (1998). *Working Knowledge*. Boston: Harvard Business School Press.
- W. Tsai, S. G. (1998). "Social capital and value creation: an empirical study of intrafirm networks". *Academy of Management Journal*, 464-476.