

Liens entre l'identité morale individuelle et l'expression de comportements de citoyenneté
organisationnelle considérés comme dimension informelle de l'éthique : étude appliquée aux
Forces armées canadiennes

Thèse

FÉLIX FONSECA

Doctorat en relations industrielles de l'Université Laval
offert en extension à l'Université du Québec en Outaouais

Philosophiae doctor (Ph.D.)

DÉPARTEMENT DES RELATIONS INDUSTRIELLES
UNIVERSITÉ DU QUÉBEC EN OUTAOUAIS
Gatineau, Canada

FACULTÉ DES SCIENCES SOCIALES
UNIVERSITÉ LAVAL
Québec, Canada

© Félix Fonséca, 2021

Liens entre l'identité morale individuelle et l'expression de comportements de citoyenneté
organisationnelle considérés comme dimension informelle de l'éthique : étude appliquée aux
Forces armées canadiennes

Thèse

FÉLIX FONSÉCA

Sous la direction de :

ROLAND FOUCHER directeur de recherche

Résumé

Le ministère de la Défense nationale du Canada (MDN) a élaboré un programme d'éthique pour ses employés et les Forces armées canadiennes (FAC) vers la fin des années 1990 afin de remédier à certains problèmes observés dans le milieu de travail et durant des missions outremer dans lesquelles les FAC étaient impliquées. Divers moyens, tels que la formation en éthique et le renforcement du leadership dans le milieu du travail, sont utilisés pour que les militaires canadiens se conforment aux règles éthiques et adhèrent à des normes prescrites dans les codes de conduite. Cependant, malgré l'établissement de ce programme il y a plus de 20 ans, on observe toujours des problèmes éthiques sur le terrain, allant du refus de rapporter des actes non éthiques à la négligence professionnelle grave (Bradley & Tymchuk 2013; Coulthard, 2013; 2013; Deschamps, 2015; Statistique Canada, 2014; Ivey, Blanc, Therrien, & McCuaig-Edge, 2009). Ainsi, la formalisation éthique par des codes de conduite et sa promotion par la formation n'a permis ni d'éliminer les comportements inappropriés à ce chapitre ni de comprendre comment les individus s'approprient l'éthique au sein d'une organisation. Cette thèse a pour objectif d'apporter un éclairage sur cette appropriation en cherchant à comprendre les liens entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle au sein des FAC, cet apport pouvant à son tour permettre à ces dernières de considérer le rôle des comportements extra-rôles et pro-sociaux dans l'établissement et le renforcement des comportements éthiques de ses militaires. Plus spécifiquement, cette thèse vise à vérifier un modèle postulant des relations directes entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, et une modération de cette relation par trois caractéristiques socio-professionnelles retenues à la suite de la recension des écrits : la formation, le nombre d'années de service dans les FAC et le grade (terme utilisé par les FAC et dans cette thèse pour désigner l'échelon hiérarchique ou la séniorité).

Le devis de recherche est de nature transversale (synchronique) et quantitative; il se justifie par le fait que les données issues de la littérature montrent qu'il est possible de mesurer et d'analyser les variables prises en compte de façon adéquate. Pour les trois raisons suivantes, cette recherche est réalisée à partir de données secondaires provenant de l'Enquête éthique de la Défense - mesurer le risque éthique au sein du MDN / CAF, 2014-2015 : 1. le nombre de répondants qui permet des analyses statistiques performantes; 2. les qualités métriques des instruments utilisés; 3. la

possibilité d'effectuer des analyses originales sur l'information collectée. Un total de 1028 militaires de la Force Régulière des FAC ont rempli le questionnaire de l'enquête, soit en version papier ou par voie électronique. La stratégie d'analyse des résultats a reposé sur une combinaison de tests statistiques. Certains, tels que les analyses factorielles confirmatoires et les alphas de cronbach, visaient à vérifier les qualités métriques des instruments utilisés. Les autres (tests univariés d'analyse de variance à l'aide de SPSS, tests multivariés par équation structurelle, à l'aide d'AMOS) avaient pour objectif de vérifier si les données collectées permettaient de trouver des liens allant dans le sens des hypothèses.

Les principaux résultats ressortant des analyses se résument ainsi. Premièrement, il y a un lien significatif et positif, chez le personnel militaire consulté, entre la manifestation de traits relatifs à l'identité morale et l'expression perçue de comportements de citoyenneté organisationnelle. Plus spécifiquement, les militaires qui manifestent plus de traits relatifs à l'identité morale sont plus susceptibles d'aider leur organisation et leurs collègues au travail. Deuxièmement, bien qu'elle n'exerce qu'un effet modérateur partiel sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle, la formation en éthique contribue à renforcer le lien entre l'identité morale du soldat et sa volonté d'aider son organisation et ses collègues de travail. Troisièmement, le nombre d'années de service n'agit comme facteur modérateur que sur la relation entre l'identité morale et la conscience (conscience sociale à l'égard des FAC et importance accordée à son travail et aux valeurs de FAC) que chez les militaires comptant moins d'années de service. Quatrièmement, le grade ou séniorité n'exerce pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle.

Les apports théoriques (liens entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle vus comme manifestation de l'éthique informelle) et pratiques (développement, par les FAC, de l'identité morale, prise en compte de l'éthique informelle, formation à l'éthique informelle) de cette recherche sont analysés. Les limites méthodologiques, notamment celles qui ont trait à l'objet de recherche, au devis de recherche et aux instruments utilisés, sont discutées. Enfin, des pistes de recherche sont suggérées, que ce soit pour compléter ou améliorer l'information étudiée dans le cadre de cette recherche.

Mots clés : identité morale individuelle, comportement de citoyenneté organisationnelle, comportements extra-rôles/pro-sociaux, formation en éthique, expérience professionnelle, éthique informelle, risque éthique.

Abstract

The Canadian Department of National Defense (DND) developed an ethics program for its employees, including for the Canadian Armed Forces (CAF), in the late 1990s to address some of the problems observed in the workplace and during overseas missions in which the CAF was involved. Various ways, such as training and strengthening leadership in the workplace, are used to ensure that Canadian military members comply with ethical rules and adhere to standards prescribed in codes of conduct. However, despite the implementation of this program over 20 years ago, there are still ethical issues in the field, ranging from refusal to report unethical acts to gross professional negligence (Bradley & Tymchuk 2013; Coulthard, 2013; 2013; Deschamps, 2015; Statistics Canada, 2014; Ivey, Blanc, Therrien, & McCuaig-Edge, 2009). Thus, the formalization of ethics through codes of conduct and its promotion through training has not made it possible to eliminate inappropriate behaviour in this area or to understand how individuals engage with ethics within an organization. This thesis aims to shed light on this engagement by seeking to understand the relationship between moral identity and organizational citizenship behaviours within the CAF. This contribution may in turn enable the CAF to consider the role of extra-roles and pro-social behaviours in establishing and strengthening its soldiers' ethical behaviour. More specifically, this thesis aims to verify a model postulating direct relationships between moral identity and organizational citizenship behaviours, and a moderation of this relationship by three socio-professional characteristics retained following the literature review: training, number of years of service in the CAF and rank (term used by the CAF and in this thesis to designate the hierarchical level or seniority).

The research design is transversal (synchronic) and quantitative in nature; it is justified by the fact that the data from the literature show that it is possible to measure and analyze the variables taken into account adequately. For the following three reasons, this research is carried out using secondary data from the Defense Ethics Survey - measuring ethical risk within DND / CAF, 2014-2015: 1. the number of respondents which allows to perform efficient statistical analyzes; 2. The metric qualities of the instruments used; 3. the possibility of carrying out original analyzes on the information collected. A total of 1,028 CAF Regular Force members completed the survey questionnaire, either in hard copy or electronically. The results analysis strategy was based on a

combination of statistical tests. Some, such as confirmatory factor analyzes and cronbach's alphas were aimed at verifying the metric qualities of the instruments used. The others (univariate analysis of variance tests using SPSS, multivariate tests by structural equation, using AMOS) aimed to verify whether the data collected made it possible to find links going in the direction of the hypotheses.

The main results emerging from the analysis can be summarized as follows. First, there is a significant and positive association, among the military members consulted, between the manifestation of traits relating to moral identity and the perceived expression of organizational citizenship behaviours. More specifically, military members who exhibit more traits relating to moral identity are more likely to help their organization and colleagues at work. Second, although it exerts only a partial moderating effect on the relationship between a soldier's moral identity and their capacity to express organizational citizenship behaviours, ethics training helps to strengthen the relationship between the soldier's morale identity and his willingness to help his organization and co-workers. Third, the number of years of service acts as a moderating factor on the relationship between moral identity and conscientiousness (social conscience towards the CAF and the importance given to one's work and CAF values) only for military members with fewer years of service. Fourth, rank or seniority does not have a moderating effect on the relationship between the soldier's moral identity and his capacity to express organizational citizenship behaviours.

Theoretical contributions (relationship between moral identity and organizational citizenship behaviours seen as a manifestation of informal ethics) and practical contributions (development, by the CAF, of moral identity, taking into account of informal ethics, informal ethics training) of this research are analyzed. The methodological limits, in particular those relating to the research objective, the research design and the instruments used, are discussed. Finally, avenues of research are suggested, whether to supplement or improve the information studied in the context of this research.

Keywords: Individual moral identity, Organizational Citizenship Behaviour, Extra-role/pro-social behaviour Ethics training, Professional experience, Informal ethics, Ethical risk.

Table des matières

Résumé.....	iii
Abstract	vi
Table des matières.....	viii
Liste des tableaux.....	xii
Liste des figures	xv
Liste des abréviations, sigles et acronymes.....	xvi
Remerciment	xix
INTRODUCTION.....	1
La problématique étudiée : fondements et enjeux.....	1
L'objectif de la thèse : nature et fondement.....	9
La pertinence de la thèse	10
Le plan de la thèse.....	11
PARTIE I. DE L'ANALYSE DES ÉCRITS AU CADRE OPÉRATOIRE	14
CHAPITRE I. DÉFINITION DES CONCEPTS.....	15
1.1 Le construit de l'identité morale	15
1.1.1 La morale et le comportement moral	15
1.1.2 Une définition de l'identité	19
1.1.3 Le rapport entre l'identité et la morale.....	21
1.1.4 Une définition de l'identité morale	25
1.2 L'éthique et les comportements de citoyenneté organisationnelle.....	27
1.2.1 Une définition de l'éthique.....	27
1.2.2 L'éthique en tant que mode de régulation du comportement.....	30
1.2.3 L'éthique vs la déontologie.....	32
1.2.4 L'éthique vs la morale.....	34
1.2.5 L'éthique militaire et l'éthique des Force armées canadiennes.....	38
1.2.5.1 Une définition de l'éthique militaire.....	38
1.2.5.2 L'éthique des Forces armées canadiennes	41
1.2.6 L'éthique formelle vs l'éthique informelle	43
1.2.7 L'émergence et la définition des comportements de citoyenneté organisationnelle.....	45
1.2.8 Le risque éthique.....	48
Conclusion.....	50
CHAPITRE II. CONCEPTUALISATION ET MESURE DES VARIABLES DE LA RECHERCHE.....	53
2.1 La conceptualisation de l'identité morale	53
2.1.1 La contribution de Kohlberg à la conceptualisation de l'identité morale	53
2.1.2 Les perspectives théoriques de l'identité morale	58
2.1.2.1 La perspective fondée sur la personnalité.....	58
2.1.2.2 La perspective sociocognitive.....	61
2.1.2.3 La perspective intégrative	64
2.1.3 Les instruments de mesure de l'identité morale.....	65
2.1.3.1 La mesure de la personnalité par les valeurs.....	65
2.1.3.2 L'approche discrète - Observation.....	67

2.1.3.3	L'approche relative	68
2.1.3.4	L'approche directe	70
2.1.4	Les traits et dimensions de l'identité morale.....	72
2.1.5	L'identité morale et ses antécédents.....	73
2.1.6	Le lien entre l'identité morale et le comportement éthique.....	79
2.1.7	L'identité morale et le risque éthique.....	84
2.2	Les comportements de citoyenneté organisationnelle.....	86
2.2.1	Une conceptualisation des comportements de citoyenneté organisationnelle et de ses dimensions	86
2.2.2	Les comportements de citoyenneté et le contexte organisationnel	89
2.2.3	La dimension éthique des comportements de citoyenneté organisationnelle.....	90
2.2.4	Les comportements de citoyenneté organisationnelle et le risque éthique.....	93
2.2.5	Le lien entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle	95
2.3	La formation en matière d'éthique.....	97
2.3.1	Le but et la conception de la formation en éthique	98
2.3.2	La formation en éthique militaire.....	101
2.3.3	Le rapport entre la formation en éthique, l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle.....	102
2.4	L'expérience professionnelle et l'éthique	103
	Conclusion.....	105
	CHAPITRE III. LE CADRE OPÉRATOIRE DE LA RECHERCHE.....	107
3.1	Une synthèse des fondements théoriques.....	107
3.2	Le modèle d'analyse proposé.....	109
3.3	La variable dépendante	110
3.4	La variable indépendante	112
3.5	Les variables modératrices.....	114
3.6	La question de recherche.....	116
3.7	Les hypothèses de recherche.....	116
	PARTIE II. MÉTHODOLOGIE	118
	CHAPITRE IV. LA DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE.....	119
4.1	Le devis de recherche.....	119
4.2	Les données collectées - population cible et procédures éthiques	120
4.3	L'échantillonnage	122
4.3.1	La conception de l'échantillon	122
4.3.2	Le taux de réponse estimé	125
4.4	La mesure des variables à l'étude	125
4.4.1	L'échelle mesurant les comportements de citoyenneté organisationnelle	126
4.4.2	L'échelle mesurant l'identité morale.....	127
4.4.3	La formation en éthique	128
4.4.4	L'expérience professionnelle	129
4.5	Les méthodes d'analyse statistique.....	130
4.5.1	L'analyse SPSS	130
4.5.2	La modélisation par équations structurelles (MES) et AMOS.....	131

4.5.2.1	Les analyses factorielles confirmatoires	132
4.5.2.2	Les analyses de l'effet direct et de l'effet modérateur	134
	Conclusion.....	136
	PARTIE III. RÉSULTATS ET DISCUSSION.....	137
	CHAPITRE V. DESCRIPTION ET ANALYSE DES RÉSULTATS	138
5.1	Variables mesurées et recodages.....	138
5.2	Description des répondants	140
5.2.1	Nombre de répondants	140
5.2.2	Distribution des répondants en fonction des caractéristiques sociodémographiques	141
5.2.3	Distribution croisée aux caractéristiques sociodémographiques.....	142
5.3	Analyses bi-variées des résultats.....	144
5.3.1	Analyses identité morale et comportements de citoyenneté : statistiques descriptives	145
5.3.2	ANOVA Non-paramétrique: identité morale et caractéristiques sociodémographiques.....	147
5.3.3	ANOVA Non-paramétrique: Comportements de citoyenneté organisationnelle et caractéristiques sociodémographiques	149
5.4	Analyses de fidélité et de validité interne	154
5.4.1	Spécification du modèle.....	155
5.4.2	Opérationnalisation des échelles de mesure.....	156
5.4.2.1	Structure factorielle de la variable identité morale	157
5.4.2.2	Structure factorielle de la variable comportements de citoyenneté organisationnelle	159
5.5	Résultats des analyses à équations structurelles.....	162
5.5.1	Estimation du modèle proposé	163
5.5.2	Les effets directs entre les variables.....	166
5.5.3	Vérification des hypothèses	168
5.5.3.1	Hypothèse 1. Lien entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle	169
5.5.4	Tests de modulation.....	170
5.5.4.1	Hypothèse 2. Rôle modérateur de la formation en éthique dans la relation entre l'identité morale les comportements de citoyenneté organisationnelle.....	171
5.5.4.2	Hypothèse 3. Rôle modérateur des années de service dans la relation entre l'identité morale les comportements de citoyenneté organisationnelle.....	177
5.5.4.3	Hypothèse 4. Rôle modérateur de la séniorité dans la relation entre l'identité morale les comportements de citoyenneté organisationnelle	179
	Conclusion.....	185
	CHAPITRES VI. DISCUSSION	190
6.1	Discussion des résultats.....	190
6.1.1	L'identité morale du soldat est associée positivement à sa capacité d'exprimer des comportements, auto-déclarés, de citoyenneté organisationnelle	190
6.1.2	La formation en éthique exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité auto déclarée d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle.....	192

6.1.3	Le nombre d'années de service exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité auto déclarée d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle	193
6.1.4	La séniorité - le grade ou le niveau hiérarchique - exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité auto déclarée d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle	195
6.2	Les limites de l'étude	197
6.3	Perspectives futures de recherche.....	203
6.4	Implications pratiques	208
	CONCLUSION	211
	RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	213
	ANNEXE A : QUESTIONNAIRE DE RECHERCHE	244
	ANNEXE B : STATISTIQUES DES ANALYSES DE FRÉQUENCES ET DES CALCULS DES COEFFICINTS D'ASYMÉTRIE ET D'APLATISSEMENT	248

Liste des tableaux

Tableau 1 : Population totale de la Force régulière.....	123
Tableau 2 : Population totale de la Force régulière ciblée	124
Tableau 3 : Nombre de réponses attendues - Force régulière	125
Tableau 4 : Distribution des réponses aux caractéristiques démographiques	142
Tableau 5 : Résultats au khi-deux pour Séniorité et Années de service	143
Tableau 6 : Résultats au khi-deux pour Séniorité et formation en éthique	144
Tableau 7 : Résultats au khi-deux pour Années de service et formation en éthique.....	144
Tableau 8 : Statistiques descriptives des variables Identité morale et Comportements de	146
Tableau 9 : Résultats de la variabilité de l'identité morale en fonction des déterminants sociodémographiques	149
Tableau 10 : Résultats de la variabilité des CCO en fonction de la Séniorité (ANOVA)	151
Tableau 11 : Résultats de la variabilité des CCO en fonction de la Formation en éthique (ANOVA)	152
Tableau 12 : Résultats de la variabilité des CCO en Fonction des Années de service (ANOVA)	153
Tableau 13 : Relation de causalité entre les construits et les énoncés (réflexivité)	156
Tableau 14 : Résultats de l'analyse factorielle confirmatoire de la variable Identité Morale avec 5 facteurs.....	157
Tableau 15 : Indices d'ajustement et coefficient de cohérence (validité) interne pour la variable Identité Morale avec 5 facteurs.....	158
Tableau 16 : Résultats de l'analyse factorielle confirmatoire de la variable Identité Morale avec 4 facteurs.....	159
Tableau 17 : Indices d'ajustement et coefficient de cohérence (validité) interne pour la variable Identité Morale	159
Tableau 18 : Résultats de l'analyse factorielle confirmatoire de la variable Comportements de citoyenneté organisationnelle	160
Tableau 19 : Indices d'ajustement et coefficient de cohérence (validité) interne pour la variable Comportements de citoyenneté organisationnelle	161
Tableau 20 : Statistiques descriptives, coefficients de cohérence interne et coefficients de corrélation pour identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle, calculés avec SPSS	162
Tableau 21 : Indices d'ajustement du modèle proposé	164
Tableau 22 : Indices d'ajustement du modèle en fonction des dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle	165
Tableau 23 : Statistiques des relations directes entre les variables du modèle proposé.....	168
Tableau 24 : Statistiques des relations entre Identité morale et Comportements de citoyenneté organisationnelle et en fonction de ses dimensions	170

Tableau 25 : Formation en éthique comme modérateur de la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle au niveau global.....	172
Tableau 26 : Formation en éthique comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Conscience.....	173
Tableau 27 : Formation en éthique comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Civisme.....	174
Tableau 28 : Formation en éthique comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Courtoisie.....	175
Tableau 29 : Formation en éthique comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Altruisme	176
Tableau 30 : Statistiques d'AS comme variable modératrice dans la relation entre Identité morale et Comportements de citoyenneté organisationnelle	178
Tableau 31 : Séniorité comme modérateur dans la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle au niveau global pour les quatre dimensions	181
Tableau 32 : Séniorité comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Conscience	182
Tableau 33 : Séniorité comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Civisme.....	183
Tableau 34 : Séniorité comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Courtoisie .	184
Tableau 35 : Séniorité comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Altruisme..	185
Tableau 36 : Résumé - vérification des hypothèses	186
Tableau 37 : Je serais heureux de posséder ces caractéristiques.....	248
Tableau 38 : Le fait de posséder ces caractéristiques est un élément	248
Tableau 39 : J'aurais honte de posséder ces caractéristiques.....	248
Tableau 40 : Le fait de posséder ces caractéristiques n'est pas vraiment	249
Tableau 41 : Je désire fortement posséder ces caractéristiques	249
Tableau 42 : Votre taux de présence au travail est supérieur à la norme	250
Tableau 43 : Vous ne prenez pas de pauses supplémentaires	250
Tableau 44 : Vous respectez les règles et les règlements du MDN/des FAC	250
Tableau 45 : Vous êtes l'un des employés/membres les plus consciencieux.....	251
Tableau 46 : Vous croyez en un travail effectué de façon consciencieuse pour	251
Tableau 47 : Vous participez à des réunions qui ne sont pas obligatoires, mais	251
Tableau 48 : Vous participez à des activités qui ne sont pas obligatoires, mais	252
Tableau 49 : Vous vous tenez au courant des changements qui ont lieu dans.....	252
Tableau 50 : Vous prenez connaissance des annonces, des notes de service,.....	252
Tableau 51 : Vous prenez des mesures pour prévenir des problèmes avec	253
Tableau 52 : Vous portez attention à la façon dont votre comportement affecte.....	253
Tableau 53 : Vous n'abusez pas des droits des autres	253

Tableau 54 : Vous essayez d'éviter de créer des problèmes pour vos collègues	254
Tableau 55 : Vous tenez compte des répercussions de vos actes sur les	254
Tableau 56 : Vous aidez les personnes qui ont été absentes	254
Tableau 57 : Vous aidez d'autres personnes qui doivent composer avec une	255
Tableau 58 : Vous aidez à orienter les personnes nouvellement arrivées même	255
Tableau 59 : Vous êtes disposé à aider des personnes qui ont des problèmes	255
Tableau 60 : Vous êtes toujours prêt à donner un coup de main aux personnes.....	256
Tableau 61 : Statistiques des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement en fonction des énoncés	257
Tableau 62 : Statistiques des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement en fonction des échelles	260
Tableau 63 : Statistiques des transformations des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement ..	261
Tableau 64 : Statistiques des transformations des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement (Valeur Z)	261

Liste des figures

Figure 1 : Modèle proposé	110
Figure 2 : Effet modérateur du nombre d'années de service	179

Liste des abréviations, sigles et acronymes

Acronymes et noms des variables	Description
Alt	Altruisme
AS	Années de service
AFC	Analyses factorielles confirmatoires
CAS	Coefficient d'asymétrie
CAP	Coefficient d'aplatissement
CCO	Comportements de citoyenneté organisationnelle
CERSS	Comité d'examen de la recherche en sciences sociales
CFI	Comparative Fit Index
Civ	Vertu civique
Cons	Conscience
Court	Courtoisie
CPM	Commandement du personnel militaire
CS Ex	Chef – Service d'examen
DDCA	Droit des conflits armés
DGRAPM	Directeur général recherche et analyse - personnel militaire
DSGPM	Directeur - Système de gestion du personnel militaire
ETCAS	Erreur type du coefficient d'asymétrie
ETCAP	Erreur type du coefficient d'aplatissement
ARS	Attribution des responsabilités
IMorale	Identité morale
IS	Échelle d'intégrité
EGAE	Échelle générale d'auto-efficacité
EPM	Échelle de la personnalité machiavélique
FAC	Forces armées canadiennes
FE	Formation en éthique
GFI	Goodness of Fit Index
GSCA	Generalized Structural Component Analysis
GSRH	Gestion stratégique des ressources humaines
IntIMAS	Variable d'interaction (identité morale et années de service)
IRI	Indice de réactivité interpersonnelle
Log 10	Transformation logarithmique
MDN	Ministère de la Défense nationale
ME	Marges d'erreur
MES	Modélisation par équations structurelles
MBA	Master of Business Administration
MFT	Moral Foundations Theory
MFQ	Moral Foundations Questionnaire
MR	Membre du rang
MR Sub	Militaire du rang subalterne

MR Sup	Militaire du rang supérieur
NNFI	Non-Normed Fit Index
OCB Scale	Échelle des comportements de citoyenneté organisationnelle
Off Sub	Officier subalterne
Off Sup	Officier supérieur
PED	Programme d'éthique de la Défense
PLO	Première langue officielle
PLS	Partial Least Squares
PVQ	Portrait Values Questionnaire
QIM	Questionnaire d'identité morale
RH	Ressources humaines
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation
SEM	Structural Equation Modeling
Séniorité (Sen)	Grade ou échelon hiérarchique
SQRT	Transformation par racine carrée
SVS	Schwartz Value Survey
TLI (rho ²)	Tucker-Lewis Index
UDE	Uniforme distinctif des éléments
UNICEF	United Nations of International Children's Emergency Fund
UQO	Université du Québec en Outaouais
VD	Variable dépendante
VI	Variable indépendante
VIA	Values in Action
VIC	Variable indépendante centrée sur la moyenne
VInt	Variable d'interaction
VM	Variable modératrice
VMC	Variable modératrice centrée sur la moyenne

Cette thèse est dédiée à la mémoire de mes collègues tombés en mission de maintien de la paix.

Remerciements

La réalisation de cette thèse de doctorat a exigé beaucoup de patience et d'efforts. Son accomplissement a été possible grâce au soutien de plusieurs personnes. Je tiens tout d'abord à exprimer mes plus sincères remerciements et à témoigner mon appréciation et ma gratitude à l'égard de mon directeur de recherche, le professeur Roland Foucher, pour ses conseils, son soutien, sa disponibilité, et ses commentaires judicieux, mais surtout sa patience, sa sagesse ``Africaine``, son bonheur contagieux et son inlassable ténacité face aux innombrables embûches qui se sont dressées face à nous durant la réalisation de cette thèse.

Je tiens également à exprimer ma gratitude aux membres de mon comité de thèse, la professeure Marie-France Lebout de l'Université Laval, la professeure Louise Boivin de l'Université du Québec en Outaouais, le professeur Éric Gosselin de l'Université du Québec en Outaouais pour leurs conseils judicieux lors du volet prospectif de l'examen de doctorat. – Je les remercie également, ainsi que le professeur Michel Séguin de l'Université du Québec à Montréal, de leur participation à l'évaluation de cette thèse.

Mes remerciements vont aussi aux professeurs et personnel du département des relations industrielles de l'Université du Québec en Outaouais, le professeur Samir Amine, Madame Farida Djaoud, Madame Maria Arruda et Madame Nathalie Galipeau, pour leur appui et leurs suggestions. Mes remerciements s'adressent aussi à mes collègues étudiants au programme de doctorat pour leurs encouragements durant ce long parcours.

Je voudrais aussi remercier les Forces armées canadiennes, la Direction du programme de l'éthique de la défense et le Directeur général - Recherche et analyse (personnel militaire) pour avoir autorisé et commandité cette thèse sur le personnel militaire. Je désire également souligner ma reconnaissance envers toutes les personnes qui m'ont permis d'utiliser les données de *l'Enquête éthique de la Défense 2014-2015*, ce qui a grandement facilité la conduite des analyses et la réalisation de cette thèse. Je pense, entre autres, au Lieutenant-colonel (retraité) Yvon Martineau, à Dre. Deanna Messervey, à Dr. Zhigang Wang, à Dr. Stephen Hare à M. Justin Wright et à Dre Lesleigh Pullman.

Sur le plan personnel, je ne peux passer sous silence le soutien des membres de ma famille et des amis durant toutes ces années. Je remercie mon frère Éric Maurice Fonséca et son épouse Rose Anna Coly, ma sœur Reine Urbaine Fonséca, mes neveux Didier Éric Fonséca, Mathurin Serra et Jean Rigobert Dioussé, mes cousins Augustin N'decky et son épouse Martine N'decky, Pierre Malou et son épouse Emelda Néné Sanhá et Charles Koula Marie Joseph Toupane, ainsi que mes amis chers, malheureusement trop nombreux pour être tous nommés ici. Je remercie plus spécialement mes frères-amis, Nguey Thiam dit Petit-La et son épouse N'deye Thiam, Abdou Khadre Diagne et son épouse Maty Mbaye, El Hadji Malick Cissé, dit Pa bou Nexh Deret, Abba Sané et son épouse Diankhé, Dominique Diouf et son épouse Rosine Boucal, qui ont toujours cru en moi et qui m'ont soutenu de manière inconditionnelle.

Enfin, ce travail n'aurait jamais été possible sans le soutien inébranlable de ma conjointe Joanny Turgeon et de mes enfants, Dama-Rosalie, Antoine-Saami, Léa-Samanou, Matis-Nameh et Noah Bachy, à qui j'exprime toute ma gratitude et adresse un merci tout particulier pour leur présence dans les moments parfois difficiles, mais souvent joyeux; merci d'être là, tout simplement.

INTRODUCTION

Cette introduction présente le sujet qui est étudié dans le cadre de cette thèse, les démarches suivies pour la réalisation de la thèse en général. Précisément, cette introduction énonce la problématique de la recherche, ses fondements et ses enjeux, ainsi que l'intérêt accordé aux concepts d'identité morale et de comportements de citoyenneté organisationnelle dans les questions morales et éthiques. Sont aussi déterminés l'objectif de la thèse, une brève description de la démarche méthodologique et de la pertinence de la thèse. Enfin, cette introduction décrit le plan de la thèse.

La problématique étudiée : fondements et enjeux

L'éthique et la morale sont deux sujets importants dans le fonctionnement des sociétés qui sont au cœur de notre sujet de recherche. Divers arguments peuvent servir à les distinguer ou à les considérer comme équivalents. Les mots éthique et morale proviennent de la même source : éthique signifie « mœurs » en grec et morale a le même sens selon le terme latin traduisant le mot grec. Progressivement, certains auteurs et organismes, telle la Commission de l'éthique en science et technologie, ont commencé à utiliser les deux termes pour faire référence à des réalités différentes (Boisvert, Legault, Côté, Marchildon, Jutras, 2003 ; Legault, 2004). L'éthique renvoie alors, de manière générale, à la régulation des comportements et à l'harmonisation des rapports entre les individus au sein d'une organisation ou de la société en général (Legault, 2004). Elle s'inscrit dans une perspective d'autorégulation du comportement en ce sens qu'elle a pour rôle de permettre à l'individu de réfléchir sur ses actes de manière autonome, sans la directive d'une autorité et en fonction de valeurs introjectées, et de se donner des règles de fonctionnement au sein d'un système social global (Boisvert, Legault et al., 2003 ; Legault, 2004). Dans le même sens, la Commission de l'éthique en science et technologie conçoit l'éthique non pas comme un ensemble de valeurs et de principes en particulier, mais comme une réflexion argumentée en vue du bien agir. Selon la conception que nous avons présentée, l'éthique se distingue, à prime à bord, de la morale, qui est un mode de régulation du comportement basé sur l'hétérorégulation (Boisvert et al., 2003). La morale se présente en fait à l'individu comme une dimension impérative des devoirs, soumise à l'autorité morale ou encore, comme l'affirme Durkheim (1978 [1893]), elle ancre

l'individu dans la norme (Kent, 1955 ; Métayer, 2008; Reidenbach & Robin, 1990). Autrement dit, contrairement à l'éthique, la morale prend racine dans les normes et règles établies; elle est confiée à une autorité, qui par ses actions a pour mission de réguler le comportement des autres ou de veiller sur lui (Bastide, 1961; Boisvert et al., 2003). Ajoutons que, selon la Commission de l'éthique en science et technologie, la morale réfère à un ensemble de valeurs et de principes qui permettent de différencier le bien du mal, le juste de l'injuste, l'acceptable de l'inacceptable, et auxquels il faudrait se conformer. En revanche, plusieurs auteurs (Dejoux, 2002; England, 1967; Hadot, 2004; Legault, 2004; Ricoeur, 2000), estiment qu'il n'y a pas de réelle contradiction dans l'usage des deux concepts, l'éthique et la morale ayant en commun la fonction de régulation des comportements ou de la conduite humaine, mais aussi l'objectif de maintenir une cohésion sociale harmonieuse entre les individus. En raison de cette parenté et de la nature unitariste de la profession militaire, mais aussi pour des fins de simplification du texte, les termes de morale et d'éthique seront utilisés dans le cadre de cette étude comme des concepts synonymes et interchangeables.

Le concept d'éthique est d'abord philosophique. De la philosophie morale, qui a déterminé ses fondements, l'éthique est développée et adaptée au gré des intérêts et en fonction de l'évolution des sociétés¹. Elle est l'expression et le véhicule des percepts et règles qui fondent nos sociétés et qui permettent de discerner le bien du mal (Beauchamp, Bowie, & Arnold, 2008; Pojman, 2006; Gabriel, 2009). Bien qu'elle ait pris différents sens au fil des siècles, sens qui dans certains contextes révèlent son ambiguïté, l'éthique traduit l'essence même de la conscience humaine, du jugement moral, et permet aux individus de comprendre la portée et le sens pratique de leurs actes, mais aussi de réguler leurs comportements, de les assagir et de guider leurs choix, leurs prises de décisions et leurs actions. Ses applications contemporaines s'étendent désormais à tous les niveaux et à tous les domaines de l'action humaine. Mais c'est davantage dans le domaine du travail et des pratiques professionnelles qu'elle trouve aujourd'hui des applications concrètes.

¹ La philosophie morale, une des plus anciennes composantes de la philosophie, a pour objet l'étude des principes généraux qui déterminent les conditions du bien et du mal, le bon ou le juste, dans un acte moral et des éthiques particulières dans des domaines plus concrets et spécialisés.

L'éthique est devenue en effet inévitable et incontournable dans le domaine du travail, où elle est utilisée pour résoudre des dilemmes et des conflits moraux, en aidant à la prise de décision (Donaldson & Dunfee, 1994). L'éthique au sein des organisations est constituée de valeurs et de principes et vise surtout à réduire les problèmes de comportements non souhaités, les inconduites, et leurs conséquences sur le personnel et le contexte psychologique et social de l'organisation (Borman, 2004; Dejoux, 2002; Hirèche & Mourabet, 2007). Son enjeu principal, tant d'un point de vue opérationnel que stratégique, c'est son influence sur les comportements au travail, soit les pratiques professionnelles et sur les comportements des employés. Certaines organisations en font aussi un atout pour leur positionnement, leur image et leur survie. Elles adoptent ainsi des normes et des codes de conduite destinés à aider les gestionnaires et les membres du personnel à orienter leurs pratiques de gestion des ressources humaines (RH) et à adopter des comportements acceptables au travail, tant d'un point de vue éthique que moral.

L'éthique organisationnelle comporte cependant deux volets. Elle se manifeste dans des comportements formels, lesquels sont habituellement ciblés, particulièrement lorsqu'il y a des manquements à l'éthique. En revanche, elle s'exprime aussi dans des comportements informels et à base volontaire, qui sont aussi appelés des comportements de citoyenneté organisationnelle (Hirschi, 1969; McFerran, Aquino & Duffy, 2010; Podsakoff, MacKenzie, Paine, & Bachrach, 2000; Joireman, Kamdar, Daniels & Duell, 2006; Schlenker, 2008).

Au niveau formel, l'éthique renvoie à un mode de régulation rationnel ; elle porte sur des normes explicites, définies et établies par l'organisation dans le but de normaliser et d'encadrer les comportements des individus, en l'occurrence les employés (Galambaud, 1994). De ce point de vue (formel), l'éthique a des rôles importants dans les organisations, entre autres dans les Forces armées, et les manquements à cette dernière peuvent avoir de lourdes conséquences. C'est pourquoi la plupart des forces armées des sociétés démocratiques ont des programmes ou des pratiques formelles d'éthique, établis sous formes de codes d'éthique ou de codes de conduite. Par exemple, les Forces armées canadiennes (FAC), ont un programme d'éthique colligé dans un document intitulé *Fondements de l'éthique de la Défense au Canada* (Ministère de Défense nationale, 2002) et des codes de conduite, fondés sur les valeurs de la société canadienne. Le

programme d'éthique des FAC met l'accent sur les comportements souhaités, c'est-à-dire ceux que les militaires et le personnel civil de la Défense nationale doivent adopter en situations de service². Par conséquent, divers moyens sont utilisés pour que les militaires canadiens se conforment aux règles éthiques et adhèrent à des normes de moralité. La formation est un des moyens privilégiés à cet effet. Celle-ci a deux objectifs : d'une part, permettre aux soldats de comprendre les conséquences des problèmes éthiques, soit les coûts sociaux qu'ils engendrent et les risques de propagation qu'ils peuvent provoquer; d'autre part, les aider à agir en toute connaissance de cause. Le but sous-tendant ces objectifs est d'amener le soldat à se conduire de façon professionnelle et à adopter des comportements qui respectent les normes de la société et les conventions internationales sur les conflits armés, ainsi que d'adhérer au devoir de préserver l'image de l'institution militaire (Bradley & Tymchuk, 2013).

La poursuite de ces finalités s'inscrit dans un dessein plus profond : l'éthique militaire a pour raison première de promouvoir le respect de la dignité humaine (Gabriel, 2009; Pojman, 2006; Wenker, 1981). En favorisant l'adhésion à ce principe, on veut amener le soldat à servir avec discernement, à se forger une conscience morale en tout temps, mais plus spécifiquement dans l'exercice de ses fonctions et l'exécution de ses tâches (Gabriel, 2009). Cette perspective prend racine dans la nature même de la profession militaire, qui est à risque, pratiquée le plus souvent dans des conditions extrêmes ou hors-normes. Cela fait en sorte que le soldat doit être capable de reconnaître, de comprendre et de savoir résoudre les problèmes et les dilemmes éthiques (Bradley & Tymchuk, 2013). Son comportement, ses attitudes et ses actions doivent aussi refléter les valeurs et les principes moraux de la société. Autrement dit, la profession militaire exige une adhésion de ses membres aux normes moralement acceptées, ce qui implique le rejet de toute application arbitraire de mécanismes antagonistes aux valeurs humaines fondamentales. En conséquence, les comportements non éthiques sont incompatibles avec l'éthos militaire.

La profession militaire n'établit pas de distinction entre les devoirs moraux et les valeurs éthiques, car la réflexion individuelle et les valeurs partagées sont noyées dans l'accomplissement de la

² Les termes militaire et soldat renvoient dans cette thèse à la même signification, c'est-à-dire le militaire en tant qu'individu exerçant dans la profession des armes.

mission. La priorité accordée à cette dernière a pour conséquence que l'on valorise l'éthique formelle au détriment des comportements issus des règles informelles, voire que l'on en fait abstraction dans les actions du soldat. Or, il est démontré dans la littérature scientifique (Bergami & Bagozzi, 2000; Graham, 1991; Legault, 2004; Podsakoff, MacKenzie, Paine, & Bachrach, 2000) que les règles formelles ne peuvent pas à elles seules assurer la régulation des comportements au sein des organisations. Miser uniquement sur la formalisation des comportements éthiques risque d'enfermer l'organisation et ses membres dans des schémas normatifs et universels de la réalité et de créer des effets pervers (Galambaud, 1994). Des exemples de cas d'actes répréhensibles commis par des soldats à travers le monde et au cours de missions variées, appuient cette affirmation. Ces actes vont jusqu'aux manquements graves au respect de la dignité humaine, comme le montrent les exemples suivants : 1. en Somalie au début des années 1990, la mort d'un jeune civil somalien causée par des soldats de la défunte brigade des parachutistes canadiens alors déployée dans ce pays; 2. à Tikrit, en Irak, des prisonniers irakiens torturés par des soldats britanniques; 3. à Abou Ghraib, dans le même pays, des prisonniers torturés par des *Marines américains*; 4. en Afghanistan, des prisonniers afghans torturés par certains soldats de la coalition; 5. les récents viols perpétrés sur des mineures en Centre-Afrique par des soldats français et des soldats des pays africains en mission sur ce territoire; 6. également les cas d'inconduites sexuelles commises par certains policiers canadiens déployés en Haïti, pour dire que ces actes répréhensibles débordent le domaine militaire. Ces exemples montrent que les organisations militaires sont confrontées à de sérieux problèmes d'éthique (Castro & McGurk, 2007a ; Winslow, 2000, 2004)³.

Les FAC sont aussi le lieu d'actes répréhensibles, allant du refus de rapporter des actes non éthiques à la négligence professionnelle grave : inconduite sexuelle, harcèlement psychologique, discrimination systémique, torture de prisonniers et meurtre (Bradley & Tymchuk 2013 ; Coulthard, 2013 ; Deschamps, 2015 ; Statistique Canada, 2014). Une étude menée par le Directeur général recherche et analyse - personnel militaire (DGRAPM) sur les dimensions humaines des opérations (DHO) auprès de militaires canadiens déployés en Afghanistan, montre que certains ont des attitudes incompatibles avec les politiques des FAC et le droit des conflits armés (Ivey,

³ Ces exemples sont non seulement largement médiatisés, mais aussi cités dans plusieurs recherches (ex : Bradley & Tymchuk 2013 ; Winslow, 2000, 2004, etc.)

Blanc, Therrien, & McCuaig-Edge, 2009). Selon les résultats de cette étude, plus du quart des soldats canadiens se sont montrés réticents à rapporter aux autorités compétentes, ou auraient même refusé systématiquement de le faire, des manquements à l'éthique (la torture, les violations et les infractions au code de conduite et au droit des conflits armés, la maltraitance des non-combattants et des détenus, la destruction non nécessaire de biens privés et le vol de biens appartenant à des non-combattants) dont ils auraient pu être témoins en théâtre d'opération. Or, dénoncer ou rapporter des manquements à l'éthique est fondamental dans le code de conduite militaire. Ainsi, les soldats canadiens ont l'obligation de rapporter tout manquement à l'éthique aux autorités compétentes, pour que leurs auteurs soient confrontés à leurs responsabilités, celles de devoir assumer leurs actes et en répondre. La réticence de certains soldats à rapporter des comportements non éthiques pose donc un sérieux problème pour une force armée moderne comme les FAC, qui exige de ses membres l'observation rigoureuse des règles et des codes de conduite, le respect du droit des conflits armés (DDCA) et l'adhésion aux valeurs et principes moraux qui régissent l'éthique militaire.

Ces problèmes d'éthique observés sur le terrain montrent que les comportements de certains soldats ne reflètent pas les normes professionnelles et les règles éthiques formelles établies par les politiques et programmes d'éthique (Deschamps, 2015). Sur un plan plus profond, cela montre également que la formalisation éthique, par des codes et des règles, ne permet pas à elle seule d'éliminer les comportements inappropriés à ce chapitre, pas plus qu'elle ne garantit l'adoption appropriée de comportements éthiques informels comme ceux de citoyenneté organisationnelle (Gauthier, 2000; Mercier, 1997, 2003; Organ, 1988; Podsakoff et al., 1990; MacKenzie, Podsakoff, & Fetter, 1993; Salmon, 2003), que l'on peut aussi qualifier de comportements extra-rôles ou pro-sociaux. En effet, malgré les mesures mises en place pour favoriser la conformité éthique, des facteurs de nature organisationnelle et individuelle peuvent contribuer à un degré variable d'adhésion aux règles éthiques formelles et à leur transgression, ainsi qu'à l'expression plus ou moins grande de comportements de citoyenneté organisationnelle (Bradley & Tymchuk 2013 ; Coulthard, 2013 ; 2013 ; Deschamps, 2015). C'est pour ces raisons que l'éthique informelle est abordée dans le cadre de cette étude comme un complément à l'éthique formelle et que les FAC s'intéressent aux comportements de citoyenneté organisationnelle au sein de leur organisation.

En plus de sa dimension formelle, l'éthique organisationnelle comporte une facette informelle qui se manifeste dans les comportements pro-sociaux et discrétionnaires des individus, appelés comportements de citoyenneté organisationnelle par certains auteurs (Galambaud, 1994 ; Gauthier, 2000; Katz, 1964; Mercier, 1997; 2003; Podsakoff & al., 1990; Salmon, 2003; Weaver & Trevino, 2001b). Globalement, ceux-ci renvoient aux manifestations d'aide démontrant une intention de promouvoir le bien-être d'autrui, du groupe ou de l'organisation (Turnipseed 2002). Ils sont aussi considérés comme une expression d'actes discrétionnaires (Gauthier, 2000; Mercier, 1997; 2003; Salmon, 2003; Weaver & Trevino, 2001b) qui ne relèvent pas des tâches et des responsabilités professionnelles prescrites pour l'emploi occupé, mais qui contribuent à l'épanouissement individuel dans le milieu de travail et favorisent le bon fonctionnement de l'organisation (Morrison, 1994; Organ, 1988 ; Organ & Ryan, 1995).

La dimension éthique (informelle) des comportements de citoyenneté organisationnelle est fondée sur les conséquences morales qui en découlent (Katz, 1964; Podsakoff & al., 1990). Autrement dit, l'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle impose aux individus des responsabilités morales, et c'est pour cette raison principalement qu'ils font partie intégrante de l'éthique (Turnipseed 2002). En conséquence, ils peuvent devenir des facteurs de risque éthique lorsqu'ils sont contre-productifs et préjudiciables à l'organisation (Robinson & Bennett, 1995). C'est le cas notamment de comportements tels que prendre des pauses trop longues, profiter abusivement de ses collègues, ne jamais aider des collègues qui ont des problèmes liés au travail. Même si ces conduites ne constituent pas des infractions à des règles éthiques formelles, elles peuvent avoir des conséquences sur le bien-être des employés et causer des préjudices à l'organisation, ses partenaires ou à la société en général (Warren, 2003).

La culture éthique du groupe ou de l'organisation influe sur l'éthique et le comportement du soldat. Par exemple, selon Winslow (2004), un soldat qui s'identifie à une culture ou à des valeurs éthiques de son groupe (peloton), a tendance à adopter des comportements acceptés par ce groupe, par obéissance, allégeance, loyauté ou par besoin de sécurité. Par ailleurs, la manière dont chaque individu se comporte et sa façon de se construire une conduite éthique ou morale en situation

professionnelle sont aussi déterminées par son identité morale individuelle, comme l'ont démontré plusieurs chercheurs (Aquino & Reed, 2002 ; Blasi 1984 ; Erikson 1964 ; Hart, Atkins & Ford 1998). Par identité morale, nous entendons, à la suite de plusieurs auteurs (Aquino & Reed, 2002 ; Bartels & al., 1998 ; Blasi, 1980 - 2005 ; Erikson, 1964), la manière dont une personne s'identifie à la moralité ou sa perception d'être une personne morale. La littérature scientifique fournit également des données démontrant que l'identité morale individuelle joue un rôle déterminant dans l'expression ou la manifestation des comportements de citoyenneté organisationnelle considérés comme une dimension informelle de l'éthique (ex : Aquino & Reed, 2002; Reynolds & Ceranic, 2007; Winterich, Mittal & Ross, 2009).

Depuis les quatre dernières décennies, des chercheurs en éthique militaire (Bradley & Tymchuk 2013 ; Castro & McGurk, 2007a ; Gabriel, 2009 ; MacIntyre, 1997 ; Rescher, 1990 ; Walzer, 1989 ; Weaver & Trevino, 2001b ; Wenker, 1981) analysent les questions éthiques et morales, mais aucune de leurs recherches ne traite spécifiquement du lien entre l'identité morale individuelle et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Tout au plus, peu de recherches se sont intéressées au lien entre l'identité morale et l'éthique formelle (Messervey et al. 2010; O'Keefe, Peach & Messervey, 2019). Comme la plupart des recherches sur l'éthique dans les organisations, la recherche en éthique militaire s'intéresse plus aux processus de prise de décision et ses conséquences et aux démarches, à la fois de mise en place et d'évaluation des politiques et programmes éthiques formels. Pourtant, l'identité morale, en raison de sa nature et de ses effets possibles, a une importance particulière pour la compréhension des comportements éthiques (informelle) ou moraux des soldats qui, contrairement à un autre travailleur dans un autre secteur, exerce un travail hors normes, plus propice à ôter ou à perdre la vie humaine. Il est montré à cet égard, tant d'un point de vue théorique qu'empirique, que l'identité morale, notamment l'identité morale individuelle, guide ou régule les comportements éthiques ou moraux des individus (Aquino & Reed, 2002 ; Blasi 1984 ; Erikson 1964 ; Hart, Atkins & Ford 1998 ; McFerran, Aquino & Duffy, 2010 ; Reynolds & Ceranic, 2007).

L'intérêt accordé aux concepts d'identité morale et de comportements de citoyenneté organisationnelle permet d'appréhender leur importance dans les questions morales et éthiques (ex : Aquino & Reed, 2002 ; Blasi, 1984 ; McFerran, Aquino & Duffy, 2010 ; Winterich et al.,

2009, etc.). Comprendre le rôle de l'identité morale par rapport aux comportements éthiques dans un contexte militaire, peut contribuer à améliorer le fonctionnement de l'organisation tant sur le plan de la gestion stratégique et opérationnelle que sur celui de la formation des ressources humaines en matière d'éthique (Weaver, 2006). Cela permet aussi de combattre le risque éthique ou d'atténuer les conséquences négatives des comportements non-éthiques. Précisons que la formation, notamment celle relative à l'éthique, de par ses effets bénéfiques sur la connaissance des règles/codes de conduites et des normes organisationnelles, peut être associée à l'identité morale (Goodman, 2000, McCadden, 1997). L'identité morale est fondamentale pour comprendre la manière dont les comportements moraux ou éthiques s'expriment au sein d'une organisation. Celle-ci est le lieu où se produit la dynamique suivante : d'une part, il y a constitution d'une identité morale collective pouvant être perçue de façons diverses par les membres de l'organisation ; d'autre part, celle-ci joue un rôle régulateur par rapport aux identités individuelles.

L'objectif de la thèse : nature et fondement

Alors que la plupart des recherches sur l'éthique dans les organisations (Detert, Trevino, & Sweitzer, 2008; Hartle, 1989; Jones, 1991; Loewenstein, 1996 Tenbrunsel & Smith-Crowe, 2008; Treviño, Gibson, Weaver & Toffler, 1999; Treviño & Nelson, 2004; Treviño, Weaver & Reynolds, 2006) se sont focalisées sur les modes de prise de décision et les démarches de mise en place de politiques et programmes d'éthique formelle ou de régulation normative des comportements éthiques (normes sociales ou environnementales, codes de bonne conduite, déontologie, etc.), cette thèse s'intéresse, de manière générale, à l'influence de l'identité morale sur la dimension informelle de l'éthique organisationnelle. En privilégiant cette option, nous adhérons aux postulats que la formalisation éthique n'est pas suffisante pour comprendre la manière dont les individus se comportent de façon éthique au sein d'une organisation, ou encore le décalage qui existe entre les valeurs organisationnelles (le discours, les règles ou les codes d'éthique) et les comportements réels, dont ceux qui sont extra-rôles ou pro-sociaux (Gauthier, 2000; Mercier, 1997; 2003; Salmon, 2003; Weaver & Trevino, 2001b). Cette recherche vise en fait à étudier les liens entre cette caractéristique individuelle qui mérite l'attention sur le plan éthique, soit l'identité morale individuelle du soldat, et l'expression de ses comportements de citoyenneté organisationnelle considérés comme une manifestation informelle de l'éthique. Elle propose, de ce fait, de vérifier

empiriquement un modèle explicatif de la relation entre l'identité morale du soldat et sa conduite éthique informelle, ainsi que l'influence de la formation et de l'expérience professionnelle sur cette relation. Il s'agit plus précisément de vérifier dans quelle mesure l'identité morale influence l'adoption de certaines dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle, conçus comme expression éthique informelle et dans quelle mesure cette relation est modérée par la formation en éthique et l'expérience professionnelle. Cette recherche aidera à comprendre la façon dont le soldat se construit une conduite éthique en lien avec son identité morale et au regard de l'éthique informelle, ainsi que l'influence de la formation et de son expérience professionnelle sur ce processus.

Étant donné l'existence d'instruments pour mesurer l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, la recherche en est une d'ordre quantitatif basée sur la collecte d'information par questionnaire. Le devis de recherche est synchronique. L'existence d'une influence de l'identité morale sur l'adoption ou l'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle en tant que manifestations éthiques informelles sera vérifiée. Un modèle de modération sera testé afin de déterminer si la formation en éthique et l'expérience professionnelle (années de service et séniorité, c'est-à-dire le grade ou échelon hiérarchique du soldat) influent sur la relation entre l'identité morale du soldat et son adoption de comportements de citoyenneté organisationnelle.

La pertinence de la thèse

Cette recherche, qui vise à combler un vide en analysant des liens qui n'ont pas été étudiés dans le domaine militaire, s'inscrit dans les efforts constamment déployés pour améliorer la cohésion, la confiance, le moral et le professionnalisme dans le travail militaire. À cette fin, elle a une portée à la fois théorique et pratique. Sur le plan théorique, elle vise à améliorer la connaissance des facteurs influençant l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle envisagés comme composante informelle de l'éthique. Ajoutons que la démarche à la base de la thèse est plus large que la vision limitée de l'éthique organisationnelle focalisée sur la formalisation des politiques et la régulation des comportements éthiques (Mercier, 2003).

Sur le plan pratique, notre recherche se propose d'aider à mieux comprendre le processus d'émergence des comportements éthiques afin, notamment, d'améliorer la formation en éthique militaire. Les résultats de cette étude pourront aussi avoir un impact sur les politiques du ministère de la Défense nationale (MDN) en matière d'éthique, les codes de conduites des FAC et la manière dont les leaders renforcent les attitudes et comportements éthiques souhaités chez leurs subalternes afin de minimiser le risque éthique.

Le plan de la thèse

Cette thèse comporte trois parties constituées de six chapitres. La première partie qui comporte trois chapitres est consacrée à l'analyse des écrits et au cadre opératoire. La deuxième partie porte sur la démarche méthodologique et la troisième, sur l'analyse des données empiriques et la discussion des résultats.

Cette recherche doctorale a pour objectif, rappelons-le, d'examiner la relation entre l'identité morale du soldat et ses comportements de citoyenneté organisationnelle, considérés comme une manifestation informelle de l'éthique, et l'impact de la formation et de l'expérience professionnelle sur cette relation. Pour atteindre cet objectif, une recension des écrits a servi d'étape préliminaire à l'analyse des construits à l'étude; celle-ci porte sur les définitions des concepts et variables utilisés dans cette étude, sur leur mesure, ainsi que sur leurs relations. Le traitement de ces thèmes s'est fait à travers trois chapitres composant la première partie de cette thèse.

Le premier chapitre (chapitre 1) est donc consacré à la définition des concepts sous-jacents à la thèse (l'éthique, la morale, la déontologie, le risque éthique, l'éthique militaire) et des variables mesurées (l'identité morale, les comportements de citoyenneté organisationnelle) dans cette étude. Mentionnons que différentes facettes du concept d'éthique sont traitées : sa nature, ses rapports avec la morale et son fonctionnement en tant que régulateur du comportement. Compte tenu que la collecte d'information est faite auprès de militaires, ce chapitre traite également de l'éthique militaire et plus spécifiquement de l'éthique des Forces armées canadiennes (FAC) auprès desquelles est faite la collecte des données.

Le deuxième chapitre (chapitre 2) est consacré à la recension des écrits scientifiques portant sur l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, ainsi que sur leur relation. Cette analyse des écrits apporte aussi des précisions sur les raisons pour lesquelles les comportements de citoyenneté organisationnelle sont considérés comme une manifestation informelle de l'éthique et sur leurs liens avec cette dernière, qui touchent notamment les risques de développer des comportements non éthiques. Enfin, cette analyse des écrits traite des liens directs et indirects entre, d'une part, l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle et, d'autre part, la formation en éthique et l'expérience professionnelle. Les thèmes et les textes retenus dans ce chapitre l'ont été en fonction de l'objectif suivant : aider à connaître les facteurs pouvant conduire les individus à adopter ou exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle considérés comme une manifestation informelle de l'éthique.

Le troisième chapitre (chapitre 3) présente le cadre opératoire ou cadre de référence de la recherche. Il consiste en la synthèse théorique de la recherche et expose le modèle d'analyse qui la soutient. Il décrit aussi les variables et les déterminants de la recherche et leurs instruments de mesure, précise la question de recherche et les hypothèses qu'elle tentera de vérifier.

La deuxième partie de la recherche comporte un quatrième chapitre (chapitre 4), qui fait état de la démarche méthodologique. Des précisions sont ainsi fournies sur le devis et le design de la recherche, la population à l'étude, les instruments de mesure utilisés, les analyses statistiques prévues et les procédures suivies pour la collecte et la conservation des données. Compte tenu que la recherche est réalisée sur des données secondaires collectées par le Directeur général recherche et analyse – Personnel militaire (DGRAPM), Défense nationale du Canada, de l'information est donnée sur ce sondage et l'outil de mesure sur lequel il se base. Quant à l'information sur les analyses statistiques, elle se divise en deux parties. La première a trait aux traitements visant à vérifier la valeur des données collectées (analyse préalable des distributions et de la cohérence des échelles) et la validité de construit des échelles utilisées (analyse factorielle exploratoire, analyse factorielle confirmatoire, alpha de Cronbach). La seconde a trait aux analyses de validité critériée visant à vérifier les liens entre les variables à l'étude en fonction des hypothèses formulées, entre autres avec une analyse SPSS/AMOS.

La suite de cette thèse comporte deux autres chapitres consacrés à vérifier les hypothèses et à discuter des résultats. Le premier chapitre de cette partie (chapitre 5) rapporte les résultats des deux types d'analyses statistiques : celles qui ont servi à la validation psychométrique et celles qui ont servi à vérifier les hypothèses de recherche. Ce chapitre est complété par le chapitre 6 qui propose une discussion des résultats obtenus. Cette discussion porte sur les contributions ou apports à la fois théoriques et pratiques de la recherche, ainsi que sur ses limites conceptuelles et méthodologiques, en plus de proposer de futures pistes de recherche.

PARTIE I. DE L'ANALYSE DES ÉCRITS AU CADRE OPÉRATOIRE

Cette partie de la thèse comporte trois chapitres dans lesquels sont cernés et précisés les concepts et les variables pertinentes à la réalisation de cette recherche doctorale. Le premier chapitre définit les concepts sous-jacents à ceux qui sont mesurés : l'éthique, la morale, l'identité, l'éthique militaire, l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Le deuxième chapitre a pour objectif de conceptualiser les variables à l'étude et d'identifier les instruments qui les mesureront, tout en discutant de leur relation et de leur rapport à l'éthique. Ce chapitre examine également deux caractéristiques sociodémographiques susceptibles d'influer sur l'identité morale et l'adoption de comportements de citoyenneté organisationnelle : la formation en éthique et l'expérience, en termes d'ancienneté ou de nombre d'années de service et de séniorité (grade ou échelon hiérarchique), qui ont été retenues à titre de variables modératrices. L'information apportée provient de la littérature scientifique et porte à la fois sur les construits en cause et sur leurs interrelations. Le troisième chapitre présente le cadre opératoire de la recherche, soit la synthèse théorique, le modèle d'analyse qui la soutient, la question de recherche et les hypothèses de recherche.

CHAPITRE I. DÉFINITION DES CONCEPTS

Ce chapitre a pour objectif de cerner et de définir les concepts abordés dans cette étude : l'éthique, la morale, la déontologie, le risque éthique, l'identité, l'éthique militaire, l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Diverses facettes de l'éthique sont traitées, soit sa nature, ses composantes et ses déterminants, ainsi que ses rapports avec deux concepts apparentés : la déontologie et la morale. Le rôle de l'éthique comme régulateur du comportement ainsi que le rapport entre l'éthique formelle et l'éthique informelle sont aussi examinés. Enfin, ce chapitre apporte de l'information sur l'éthique militaire et décrit brièvement l'éthique des Forces armées canadiennes (FAC).

1.1 Le construit de l'identité morale

Le construit de l'identité morale, tant d'un point de vue individuel qu'organisationnel, englobe deux concepts plus larges qu'il convient d'aborder au préalable, soit celui de morale et celui de l'identité en tant que concept de soi. Les sections suivantes seront consacrées à définir ces deux concepts et à déterminer leurs liens.

1.1.1 La morale et le comportement moral

Le terme « morale » vient du latin, *mores*, qui signifie mœurs. En fait, d'un point de vue étymologique, la morale signifie mœurs ou coutumes (Le Petit Larousse, 2000). Par ailleurs, en raison de son influence sur le monde chrétien et occidental, Saint Thomas d'Aquin (1224-1274) la définissait en ces termes : « Le premier précepte de la loi est qu'il faut faire et poursuivre le bien et éviter le mal. C'est sur ce précepte que se fondent tous les autres appartenant à la loi de nature : appartiennent aux préceptes de la loi de nature toutes les choses à faire ou à éviter que la raison pratique appréhende naturellement comme des biens humains »⁴. Découlant de cette conception, la morale peut se définir comme un régulateur du comportement, d'une conduite ou comme un devoir touchant les responsabilités que doivent adopter les individus pour donner un sens aux valeurs et aux mœurs de la société. Selon Bastide (1961), la définition de Saint Thomas d'Aquin

⁴ Saint Thomas d'Aquin, *Summa theologiae, Ia-IIae*, q. 94, a. 2

consiste à dire que la morale donne aussi aux individus la capacité d'évaluer le bien et le mal, mais dans un cadre (ordre) établi, puisqu'elle dicte aux individus des devoirs. En fait, toute société a besoin de prescriptions ou de règles contribuant à orienter le jugement des individus, à donner un sens moral à leurs actes et à leur permettre de justifier leurs actions (Marcuse, 1968). La morale renvoie à ces prescriptions, constituées d'un ensemble de règles et principes permettant aux individus de donner du sens à leurs actes, de préserver les normes collectives d'organisation sociale, de la société, de la dignité humaine, mais aussi des intérêts communs et individuels en société (Métayer, 2008; Morazin & Pucella, 1988). En exerçant ces rôles, elle permet à un groupe, un peuple ou une société de se perpétuer, en valorisant sa culture, ses croyances, voire ses identités.

Kant (1955, 2000) suggère que la morale est constituée de valeurs universelles qui peuvent être découvertes par tout être humain grâce à une loi imposée naturellement. La théorie de la loi naturelle sous-entend que la morale est inhérente à la nature humaine et que le raisonnement qui en découle peut mener à la découverte de principes moraux valides se manifestant à travers les comportements humains. En conséquence, la conception kantienne de la morale est fondée sur un ensemble de règles, de conduites et de devoirs, relatifs au bien et au mal, qui guident les principes souvent érigés en normes ou en doctrines par une autorité, qu'une société se donne et qui s'imposent autant à la conscience individuelle qu'à la conscience collective (Métayer, 2008; Reidenbach & Robin, 1990). La morale se présente ainsi à l'individu comme une dimension impérative, constituée d'un ensemble de règles et de devoirs à accomplir, selon l'exigence d'une autorité morale. Kant affirme par ailleurs que la morale « ne repose pas sur le fait qu'elle possède une valeur instrumentale (...), elle détient au contraire une valeur en soi »⁵. Autrement dit, il y a morale lorsqu'un acte est accompli sans intérêt personnel et par égard pour la loi morale car, selon Kant (1955), les individus agissent moralement en connaissance de cause et parce qu'ils le souhaitent. Agir sans intérêt personnel revient alors à poser un acte non-égoïste, de bonne volonté, basé sur des principes qui guident les sentiments et permettent de découvrir les devoirs et responsabilités qui s'imposent (Kant, 1955).

⁵ Kant, cité par Pojman, 1990, p. 4.

La conception kantienne de la morale ou de ce que l'on peut aussi appeler l'éthique du devoir trouve un complément dans l'analyse de Durkheim (1978 [1893]). De prime abord, Durkheim (1978 [1893]) semble contredire Kant en affirmant que, dans la pratique, les individus agissent non pas parce que les règles les y obligent, mais plutôt par motivation (Durkheim, 1978 [1893]). Selon lui, l'intention de suivre les règles va de pair avec l'intérêt propre à l'individu ; ce dernier agirait donc en fonction de son sentiment envers la règle. Autrement dit, l'individu agit et prend des décisions par rapport à la manière dont il interprète la situation, en fonction de l'utilité ou de la finalité, de ce qu'il considère être le bien. Cette conception de la morale vient rejoindre la pensée véhiculée par l'éthique utilitariste, pensée selon laquelle l'individu agit en fonction de l'importance des règles et de leur utilité. Mais au-delà de cette empreinte utilitariste, et c'est là qu'il complète la pensée kantienne, Durkheim (1978) met plus l'accent sur le caractère fondamental de l'action morale, qui impose une dualité entre la contrainte et le dépassement de soi, qui sont eux aussi inhérents au devoir. Selon lui, cette dualité est un aspect central de la morale, notamment dans les conduites (ou la morale) individuelles. La morale individuelle implique des devoirs envers soi-même, mais aussi envers les autres. Donc, tout individu est soumis à cette réalité dyadique, entre soi et les autres, que le dépassement de soi implique : agir de manière non-égoïste, en respectant l'ordre établi, soit la loi morale, pour emprunter l'expression de Bastide (1961). La contrainte et le dépassement de soi sont nécessaires pour l'intégration sociale de l'individu. Selon Durkheim (1978), « La solidarité qui dérive des ressemblances est à son maximum quand la conscience collective recouvre exactement notre conscience totale et coïncide en tous points avec elle : mais, à ce moment, notre individualité est nulle » (Durkheim, 1978, p. 99). En d'autres termes, plus l'individu est bien intégré dans la société, plus il adhère à la conformité sociale, et plus sa conscience morale se confond avec celle de la société. À l'inverse, un excès d'épanouissement personnel ou de suffisance de soi peut détacher l'individu de la société, voire le marginaliser. Ainsi, non seulement la morale dicte des devoirs à l'individu, mais elle l'ancre aussi dans la norme, celle de la société, édifiée en loi naturelle par une autorité morale.

En continuité avec la conception de ces auteurs, mentionnons celle plus contemporaine proposée par Boisvert et ses collègues (2003), selon laquelle «la morale se présente comme un ensemble de règles, de principes et de normes regroupant les devoirs que l'individu doit accomplir dans ses

sphères d'activités » (Boisvert et al., 2003, p. 14). Autrement dit, la morale englobe un ensemble de règles, de principes et de normes qui constituent des référents guidant l'accomplissement des devoirs ou actions. La morale a ainsi un caractère impératif découlant du devoir : elle renvoie aux règles, qui impliquent la contrainte, notamment parce qu'elles sont édictées par une autorité.

Lorsqu'on parle de morale en milieu de travail, on s'intéresse principalement aux comportements moraux. La définition du comportement moral est ambiguë ou non-consensuelle, en raison de la nature extrêmement subjective de ce concept. Une façon de résoudre ce problème est d'entendre, par comportement moral, la notion retenue par plusieurs auteurs (Haidt, 2003 ; Jones, 1991 ; Tenbrunsel & Smith-Crowe, 2008 ; Trevino et Nelson, 2004) : un comportement considéré par les normes sociales comme pouvant améliorer le bien-être des autres ou y nuire. Par exemple, certaines actions proscrites par la société, telles que le vol, le mensonge, la tricherie, la malversation ou d'autres actes qui pourraient être nuisibles pour l'individu lui-même et pour la société en général, sont des indicateurs de comportements ou d'actes immoraux, alors que des actes contraires seraient des indicateurs de comportements moraux.

Selon la conception retenue, la morale se présente, dans un contexte organisationnel, comme un ensemble de valeurs et de normes sociales et culturelles, qui régissent ou régulent les comportements des individus en milieu de travail (Boisvert et al., 2003; Haidt, 2003 ; Jones, 1991 ; Tenbrunsel & Smith-Crowe, 2008; Trevino et Nelson, 2004). D'un point de vue organisationnel, la morale traduit, selon Boisvert et ses collègues (2003), une sorte de philosophie de gestion des relations entre les employés, selon la vision de la direction. Les auteurs précisent cependant que cette morale n'est pas toujours et en tout temps partagée par tous les employés; par exemple, certains facteurs, tels que la diversité des individus au sein de l'organisation, peuvent engendrer des convictions morales variées, voire antagonistes. Dans ces cas, il peut y avoir expression de comportements contraires (considérés immoraux) aux attentes de la direction, des conflits « de normativité » entre les convictions morales des employés et celles de l'organisation, mais aussi entre les employés eux-mêmes, qui conduisent ultimement à l'affaiblissement de la morale organisationnelle (Boisvert et al., 2003).

1.1.2 Une définition de l'identité

La notion d'identité a fait l'objet de nombreuses recherches scientifiques menées dans différents champs d'études : histoire, philosophie, anthropologie, sociologie, psychologie, et dans le domaine de la santé (Brewer, 1991; Brewer & Gardner 1996; Tajfel & Turner, 1979). Malgré tout, la définition de ce concept ne suscite pas l'unanimité et demeure même floue. C'est d'ailleurs ce qui a mené Kaufmann (2004, p.55) à faire l'affirmation suivante : « Le mot identité se retrouve partout, c'est une espèce de mot-valise dans lequel chacun met son propre contenu. Il est important de définir ce que l'on entend par ce terme, ce qui nous amène à cette interrogation : l'identité, qu'est-ce que c'est ? ».

À la suite de travaux antérieurs, le psychologue social Tap (1979, p.8) a défini l'identité comme étant « un système de sentiments et de représentations de soi, renvoyant à un ensemble de caractéristiques physiques, psychologiques, morales, juridiques, sociales et culturelles à partir desquelles la personne peut se définir, se présenter, se connaître et se faire connaître, ou à partir desquelles autrui peut la définir, la situer ou la reconnaître ». Cette définition montre que la nature de ce concept est plurielle, puisqu'il se décline dans plusieurs types: identité individuelle ou personnelle, dont il sera davantage question dans le cadre de cette thèse, identité sociale, ethnique, professionnelle, sexuelle, générationnelle, nationale, groupale, etc. En résumé, l'identité peut être individuelle, sociale, collective ou culturelle.

Au niveau individuel, l'identité est dite « subjective » : elle se rapporte « à la conscience de soi et à la représentation de soi » (Müller & Prost, 2002, p 9) ou à ce que Codol (1997) appelle « l'appréhension cognitive de soi ». Autrement dit, elle représente le soi en action (Erikson, 1964). Erickson (1964) a défini l'identité individuelle comme « le sentiment de similitude avec soi-même et de continuité existentielle »⁶; elle est ancrée dans l'individu et elle lui permet de se définir et de se distinguer des autres par son unicité, ses attributs caractéristiques et sa capacité d'évoluer dans différentes situations, espaces et moments. Nous insistons sur cette définition parce qu'Erikson est considéré par la communauté scientifique comme le précurseur de la théorie de l'identité dans la psychologie du développement. Celle-ci est devenue une référence pour plusieurs chercheurs qui

⁶ Erikson, cité par Barbot, 2008, p.1.

s'intéressent à ce concept, tous les champs d'étude confondus. Sa conception de l'identité est de nature à sous-tendre l'orientation de cette thèse, car les aspects importants qu'il soulève englobent la plupart des définitions de ce concept. Il faut préciser aussi que la définition du concept d'identité chez Erikson associe les notions de soi (individuel) et de personnalité. Bégin et ses collègues (2000) ont repris cette conception, considérant que ces notions sont très proches et qu'elles sont souvent employées comme synonymes. Cette position amène ces auteurs à proposer la définition suivante de l'identité :

« Le concept d'identité, que certains appellent parfois le soi (self) ou le moi (ego), que d'autres appellent personnalité, caractère ou concept de soi, n'est pas un concept facile à définir. Même si le concept recouvre plusieurs notions, on peut définir l'identité ainsi : le caractère de ce qui demeure identique à soi-même, le sentiment que ressent la personne d'être la même, la conscience de son individualité. On peut aussi définir l'identité de la personne en disant que c'est le sentiment de se sentir unifié et non compartimenté » (Bégin, Bleau & Landry, 2000, p.28).

La définition qu'en donnent Cohen-Scali et Guichard (2008, p.4) s'inscrit dans le même ordre d'idées. Selon eux, l'identité individuelle peut être définie comme « l'ensemble des buts, des valeurs et des croyances que l'individu laisse paraître, ainsi que de tout ce qui constitue sa particularité individuelle par rapport aux autres ». En d'autres termes, l'identité permet à un individu de se reconnaître singulier, différent des autres, mais aussi de se faire reconnaître comme tel des autres (Barbot, 2008). Ainsi, bien que l'identité soit considérée comme un concept ancré chez l'individu, cela ne lui confère pas un caractère fixe et figé dans le temps et l'espace (Müller & Prost, 2002). Plus précisément, Müller et Prost (2002) affirment que l'identité individuelle ferait l'objet d'une construction permanente impliquant le soi personnel, influencé par des expériences collectives (interrelations, pressions sociales, etc.) et des éléments acquis en société, conférés par l'appartenance sociale ou l'environnement immédiat. La conception véhiculée par cette affirmation se rapproche par ailleurs de la définition de l'identité sociale que proposent la sociologie et la psychologie sociale. L'identité sociale, considérée comme « objective » selon ces perspectives, résulte de la conscience d'appartenir à un groupe social, mais aussi de « la valeur et la signification émotionnelle » attachées à cette appartenance (Bauman, 2003, p. 34). Elle permet aussi d'identifier un individu par ses attributs catégoriels, son statut et tout ce qu'il a de différent ou de semblable

avec les autres membres de la société ou de son groupe d'appartenance (sexe, âge, genre, occupation, apparence physique ou phénotypique, etc.) (Goffman, 1975 ; Tajfel et col, 1999).

Les conceptions sociologiques et psychosociales de l'identité cherchent en fait à montrer que l'individu construit son image en fonction de son apprentissage social (socialisation), de l'environnement dans lequel il évolue et de ses interactions sociales (Dukheim, 1978; Erickson, 1964). L'identité individuelle résulte ainsi d'un processus socio-psychologique impliquant le fait social et la collectivité (Barbot, 2008; Santi & Derive, 2003; Taylor, 1998). Ces conceptions considèrent également que l'identité individuelle est influencée par la culture, grâce notamment à son influence sur le fait social (Lamizet, 2002; Taylor, 1998). Selon Lamizet (2002, p.9), « l'ensemble des formes et des pratiques qui inscrivent l'appartenance sociale dans l'expérience réelle de ceux qui en sont porteurs et qui expriment ou revendiquent le lien social qui les fonde dans les pratiques symboliques qui donnent du sens à leur existence ». Autrement dit, grâce à son influence sur l'appartenance et les pratiques sociales, la culture permet à l'individu de construire une image de soi et de l'exhiber ou de l'exprimer dans l'espace public (Lamizet, 2002).

En résumé, l'identité individuelle ou, pour reprendre les termes de Goffman (1975), « l'identité pour soi », est tout ce qui fait la singularité d'un individu, tout en lui assignant une place dans la société. Le constat qui découle des écrits est que l'identité est soit intériorisée, c'est-à-dire ancrée dans la manière dont l'individu se définit en soi, soit symbolisée à travers la manière dont il l'exprime. Par ailleurs, même s'il y a plusieurs définitions de l'identité, il subsiste un point commun entre elles: le sentiment d'être soi-même, singulier et différent d'autrui. Il est donc juste d'affirmer que l'identité rend chaque personne unique et lui permet de se distinguer des autres.

1.1.3 Le rapport entre l'identité et la morale

Le lien entre l'identité et la morale a d'abord été abordé essentiellement d'un point de vue théorique, philosophique (ex : Foucault, 1984, 2009 ; Locke 1694 ; Taylor, 1998). Mais des études, notamment en psychologie du développement et en psychologie organisationnelle et industrielle, qui remontent aux travaux de Podd (1972) puis à ceux d'auteurs tels que Colby et Damon (1992), Watson (1996) et Monroe (2001), ont cherché à établir ce lien de manière empirique.

Platon (428-347 av. J.-C.) fut le premier à aborder la relation entre l'identité et la morale à travers sa dichotomie dialectique qui tourne autour de deux concepts qui se côtoient, mais qui ont des buts et des objets bien distincts: il s'agit du monde du sensible, qui se rapporte au corps et de celui de l'intelligible, qui se rapporte à l'âme. Platon a fait de cette dichotomie dialectique entre le corps et l'âme le centre de son discours moral. Il distingue l'âme, immortelle, immatérielle, du corps dans lequel le monde intelligible (âme) est emprisonné. La conséquence serait alors que l'être humain devrait renoncer à satisfaire les désirs et les besoins corporels pour perfectionner son âme et atteindre le monde intelligible, qui permet de faire le bien. Cette dialectique philosophique, qualifiée de morale « ascétique », consiste aussi à dire que l'être humain ne découvre le savoir que lorsqu'il purge son âme pour pouvoir accéder à la connaissance du bien, au bonheur et donc à la morale. Selon cette perception, l'individu survit à la mort et à la destruction du corps, car il est essentiellement une âme, immatérielle, dont l'essence propre est d'être en vie. Or, l'identité n'existe que parce qu'on est en vie et quiconque est en vie, est aussi en mesure d'intégrer la connaissance et de distinguer le bien du mal, ce qui constitue le fondement même d'une attitude/d'un comportement moral. Autrement dit, la relation entre l'identité et la morale tient ici au fait que c'est par son identité (son existence) qu'un individu accède à la connaissance du bien et du mal.

Dans la conception platonicienne, la morale est interprétée comme une manière de vivre alors que l'identité d'une personne semble liée à sa survie, à son immortalité, soit celle de l'âme. Dès lors, la relation entre les deux concepts résiderait dans la capacité de vivre en harmonie avec ses responsabilités (devoirs) morales.

De son côté, John Locke (1694) a plus tard cherché à expliquer cette relation de manière pratique. Selon lui, l'identité, spécifiquement l'identité personnelle, est le propre d'un « être pensant et intelligent doué de raison et de réflexion, qui peut se considérer lui-même comme une même chose pensante en différents temps et lieux » (Locke, 1694, p. 264)⁷. En d'autres termes, l'identité ne se dissocie pas de la personne, qui est en mesure de réaliser ce que sa conscience ou la société lui dicte, à travers son existence ou au cours de sa vie. L'identité d'une personne possède ainsi une dimension morale qui la lie à la responsabilité morale. L'identité est, dans ce contexte, une condition

⁷ Réédité par Perry 1975.

essentielle à la morale ou à ce que Locke appela la conscience d'être *soi-même*, c'est-à-dire le sentiment que l'on a de nos propres actions. C'est cette conscience, selon lui, qui fait de l'individu un « être raisonnable » (Locke, 1694, p. 335).

Foucault (1984, 2009) affirme pour sa part que l'identité donne à la personne le caractère d'être moral et porteur de sens individuel, mais que cela peut aussi lui permettre de se « désolidariser » des appartenances collectives, voire de s'en exclure. L'individu devient ainsi un être en mesure de penser par lui-même, hors de tout référent, ou encore, pour utiliser les termes de Taylor (1998), de pouvoir se construire un espace « d'autosuffisance » par rapport au social et à la collectivité. Par conséquent, l'individu peut se définir essentiellement en fonction de ce qui importe pour lui, indépendamment de toute relation: seul ce qui importe pour lui compte. Or, cela peut avoir une portée significative sur sa morale. Taylor (1998) disait à cet égard que « Mon identité définit l'horizon de mon monde moral. À partir de mon identité, je sais ce qui est vraiment important pour moi et ce qui l'est moins, je sais ce qui me touche profondément et ce qui est de signification moindre » (Taylor, 1998, p.40). Ainsi, l'identité définit le sens moral d'un individu; elle est indissociable de sa perception de la morale et de sa manière de se définir comme une personne morale. L'identité est donc un déterminant de la morale (Foucault, 1984; Taylor, 1998).

L'intérêt de la psychologie pour l'identité et la morale part d'abord de la psychologie du développement, qui les aborde comme des construits développementaux. La psychologie du développement s'intéresse en particulier au lien entre l'identité de soi et la morale, et à leur impact sur le jugement et le raisonnement. Erikson (1956, 1968) et Kohlberg (1969) en sont les pionniers. Selon Erikson (1968), l'identité chez l'individu, ou ce qu'il appelle l'identité de soi, est liée à la morale en ce sens qu'elle est toujours influencée par le développement des valeurs morales et en fonction du développement de l'individu. Kohlberg (1969), qui abonde dans le même sens, affirme que le développement de l'identité permet l'acquisition d'un jugement moral fondé sur des principes. Selon lui, le raisonnement moral d'un individu évolue au fur et à mesure que son identité se développe.

Une étude de Podd (1972) portant sur le lien entre les jugements moraux fondés sur des principes et l'identité et qui s'inscrit dans cette mouvance de la psychologie du développement, apporte une

explication empirique à ce lien entre l'identité de soi et la morale, du moins en ce concerne la moralité fondée sur des principes. Selon les résultats de cette étude, l'identité évolue en fonction du niveau du jugement moral. Par exemple, les personnes ayant une identité diffuse, c'est-à-dire des personnes ayant peu de repères identitaires, auraient tendance à utiliser un raisonnement moral moins mature que celles ayant des repères identitaires clairs, qui elles ont un jugement moral significativement plus élevée (Podd, 1972). Les résultats de cette étude ont montré également que les personnes ayant une identité de soi plus développée étaient généralement plus matures en termes de jugement moral, comparativement à celle ayant une identité de soi moins développée; quant aux personnes en crise d'identité, elles étaient instables et incohérentes dans leur raisonnement moral.

Certains chercheurs en psychologie organisationnelle et industrielle ont aussi étudié empiriquement le lien entre l'identité et la morale à travers le rôle de l'identité dans l'engagement moral, ou ce que Colby et Damon (1992) ont appelé l'exemplarité morale. Ces auteurs ont montré, grâce à une étude exploratoire sur l'exemplarité morale que, chez les personnes considérées comme des exemples (des modèles) sur le plan moral, il existe une synéchie ou fusion entre leur identité et leur sens de la moralité. Autrement dit, leur identité arrive à s'harmoniser avec leur sens moral à tel point que leurs objectifs personnels et leurs actions concordent avec leur perception de ce qui est juste. Cette affirmation rejoint la thèse d'Erickson (1964) selon laquelle l'identité est fondamentale à l'existence de l'individu parce qu'elle guide ses actions, sa manière d'agir étant influencée par le sens de soi. En d'autres termes, l'identité d'une personne, ou la perception de soi pour reprendre les termes de l'auteur, interfère avec la manière dont il perçoit la morale ou la manière dont il fait la part des choses entre le bien et le mal.

Des auteurs (Damon & Hart, 1992 ; Hardy & Carlo, 2005 ; Moshman, 2005 ; Walker, 2004) mentionnent cependant que la relation entre l'identité et la morale est complexe et difficile à établir, et cela pour deux raisons principales. Premièrement, il est difficile, comme l'affirme Kaufmann (2004), de définir le concept d'identité. Deuxièmement, il est aussi difficile d'établir une théorie de l'identité qui serait facilement applicable à la morale (Damon & Hart, 1992 ; Hardy & Carlo, 2005 ; Moshman, 2005, 2011 ; Walker, 2004). Mais loin de chercher à trancher le débat ou de trouver un consensus ou encore une manière de contourner cette complexité, il convient de retenir

que, tant du point de vue de la philosophie que de celui de la psychologie organisationnelle et industrielle, l'identité est considérée comme une composante de la morale.

1.1.4 Une définition de l'identité morale

Les travaux d'Erikson (1964) sur l'identité et ceux de Blasi (1983, 1984, 1995, 2005) sur le soi moral ont influencé les recherches sur l'identité morale. Erikson (1964) définit l'identité comme une autodéfinition de soi, soit la manière dont un individu se définit lui-même comme personne. Selon lui, l'identité crée le besoin chez l'individu d'être fidèle et authentique à lui-même et, par conséquent, la nécessité pour lui d'agir en conformité avec son identité. Blasi (1983, 1984) explique, quant à lui, comment la tendance qu'ont les individus à s'engager dans l'action (le comportement) morale est directement liée à la perception qu'ils ont de leur propre identité (Blasi, 1983). Il affirme cependant que la détermination d'une conduite morale juste ou non dépend du degré selon lequel une personne intègre les valeurs et certains principes moraux, tant dans sa personnalité que dans sa conception d'elle-même, donc, de son identité morale (Blasi, 1984).

En partant des travaux de ces auteurs (Erikson, 1964 ; Blasi, 1983, 1984, 1995), des chercheurs tels que Aquino et Reed (2002), Damon et Hart (1992) et Erikson (1964) conçoivent l'identité morale comme un mécanisme de régulation du comportement individuel, qui motive également l'action morale. L'identité morale désigne ainsi la manière dont les principes et les mécanismes de l'identité s'articulent autour des actions ou des aspects moraux, précisant comment l'individu agit moralement par lui-même (Bergman, 2004 ; Colby & Damon, 1992 ; Oliner et Oliner, 1988). Il existe toutefois plusieurs définitions de l'identité morale, car ce concept est complexe et difficile à opérationnaliser (Aquino, Freeman, Reed, Lim, & Felps 2009 ; Hardy & Carlo, 2005). La tendance dominante dans la littérature scientifique consiste à l'aborder principalement à travers des schémas (Aquino, Freeman, Reed, Lim, & Felps, 2009 ; Lapsley & Narvaez, 2004 ; Monin & Jordan, 2009 ; Stets & Carter, 2006). Ainsi, l'identité morale y est associée à des schémas cognitifs chez l'individu (Aquino & al, 2009).

Les schémas sont, selon Aquino et ses collègues (2009), des représentations mentales perceptibles ou abstraites qui permettent à l'individu de structurer et d'interpréter ses perceptions par rapport à

un comportement. Ils constituent de ce fait un construit mental pouvant servir à exprimer la perception et le sens que l'individu donne à un acte moral et la façon dont il se perçoit comme une personne morale (Reimer, 2003 ; Stets & Carter, 2006). Selon Aquino et Reed (2002), l'identité morale porte essentiellement sur ces schémas: elle est une image mentale qui permet à une personne de décrire ce que signifie être une personne morale. Autrement dit, l'identité morale renvoie à des structures mentales qui représentent divers aspects de soi-même en tant qu'individu, de ses relations et ses expériences, mais aussi de sa manière de projeter son identité à d'autres ou à la collectivité dans son ensemble (Aquino et al., 2009 ; Fiske, 2000 ; Lapsley & Narvaez, 2004 ; Monin & Jordan, 2009 ; Stets & Carter, 2006). De plus, même si la manière de percevoir l'importance des schémas moraux diffère d'un individu à l'autre, l'identité morale renvoie au degré auquel être une personne morale est important pour l'identité d'une personne (Aquino & Reed, 2002; Stets & Carter, 2006).

Trois types d'identités morales sont traités dans les écrits scientifiques : l'identité morale individuelle, l'identité morale organisationnelle et l'identité morale congruente (Albert & Whetten, 1985 ; Elsbach & Bhattacharya, 2001 ; Hatch & Schultz, 1997, 2000). Les deux premiers types renvoient à l'importance de la morale dans la perception de l'identité de soi (au niveau individuel) et la manière dont l'identité morale est perçue au sein de l'organisation (l'identité morale organisationnelle). Le troisième fait référence à la congruence entre les deux : elle est fondée sur la cohérence entre l'identité morale de l'individu et l'identité morale de l'organisation telle que perçue. Plus précisément, elle renvoie à la convergence entre la morale individuelle et la morale organisationnelle. Par conséquent, la congruence fondée sur l'identité morale a un impact variable sur les comportements, selon qu'elle est forte ou faible.

Nonobstant l'intérêt de ces distinctions, c'est à l'identité morale individuelle que s'intéresse cette thèse, notamment celle du soldat. L'identité morale individuelle détermine à la fois la manière dont un individu s'auto-définit comme personne, mais aussi comme personne morale (Aquino & Reed, 2002 ; Hardy & Carlo, 2011 ; Weaver, 2006). A la suite d'Aquino et Reed (2002), nous considérons cependant que l'identité morale individuelle définit, de manière générale, dans quelle mesure être une personne morale importe pour l'identité d'un individu (Aquino & Reed, 2002). Autrement dit,

elle renvoie à l'importance que l'individu accorde au fait d'être une personne morale. Ce construit est validé à travers un ensemble de traits (honnête, juste, indulgent, amical, généreux, charitable, etc., que nous verrons dans le prochain chapitre) qui caractérisent le sens de soi moral (l'identité morale) et permettent aux individus de s'auto-définir par rapport à la morale et de construire leurs identités sociales (sexe, origine ethnique, genre, appartenance, etc.) (Aquino & Reed, 2002). La conception d'Aquino et Reed (2002) guidera la manière dont le concept d'identité morale est envisagé dans cette thèse.

1.2 L'éthique et les comportements de citoyenneté organisationnelle

Cette section sera consacrée, de manière générale, à l'étude du rôle de l'éthique comme régulateur du comportement, du rapport entre l'éthique formelle et l'éthique informelle, ainsi que de l'émergence et la définition des comportements de citoyenneté organisationnelle qui sont aussi considérés dans la littérature scientifique comme des dimensions de l'éthique informelle. Cette section consistera spécifiquement à définir l'éthique, ses composantes et ses déterminants, ainsi que son rapport à la déontologie et à la morale. Elle portera aussi sur la définition de l'éthique militaire et à une brève description de l'éthique des Forces armées canadiennes (FAC) et la notion de risque éthique. Cette présentation se limitera aux aspects qui servent directement le propos de notre recherche, avec un accent sur l'éthique appliquée.

1.2.1 Une définition de l'éthique

L'éthique est un terme tiré du mot grec *èthé* ou *èthikos* qui signifie mœurs, coutumes ou manière de vivre. Selon le dictionnaire Robert, il est défini à partir du treizième siècle, précisément en 1265, comme « une science de la morale des mœurs ou l'art de diriger la conduite » (Le Petit Robert, 2003 : 964). Ce sens, évidemment large, s'inscrit dans une perspective de philosophie morale, où l'éthique est censée apporter des réponses aux questions portant sur les normes, les mœurs, les coutumes ou les expériences de vie (Legault, 2007a). Conçue comme une discipline qui s'intéresse aux attitudes et aux comportements humains, l'éthique permet notamment une réflexion sur les conduites des individus en société et a pour but de soutenir ou de susciter la réflexion sur l'être humain, ses actes et ses actions dans l'espace et le temps. Elle aide à prendre des décisions en fonction d'évaluations rationnelles de ce qui est moralement bien ou mal, juste

ou injuste, bon ou mauvais (Beauchamp, Bowie, & Arnold, 2008 ; Gabriel, 2009). Elle suscite également la réflexion sur le rapport de l'être humain à son environnement, sur ses interactions avec la nature et avec autrui, sur ses devoirs, obligations et responsabilités, voire le droit et la justice, qui régissent légalement ses actes (Hartle 1989 ; Wenek, 1993).

D'un point de vue philosophique, l'éthique est considérée comme une science de la morale qui consacre l'agir et les modes de pensée des individus sous l'angle des valeurs ou encore, qui caractérise leurs préférences d'un point de vue moral (jugements) (Boisvert et al., 2003 ; Fuchs, 1995). En d'autres termes, elle fait appel aux principes par lesquels une société ou une organisation définit ses normes et harmonise les différentes valeurs et croyances que partagent les individus. Elle procure à l'humain la capacité de déduction et le moyen d'assainir son jugement afin de l'amener à opter pour des valeurs morales ou à développer des principes moraux qui lui permettent de choisir le bien (Beauchamp, Bowie, & Arnold, 2008).

Mais qui dit éthique, d'un point de vue organisationnel, fait référence à l'éthique appliquée. Dans ce contexte, l'éthique s'inscrit dans une perspective qui permet d'édifier un ensemble de conduites partagées, de règles et de codes qui servent à réguler la pratique et l'action, à diriger et à encadrer les conduites, les comportements et les dynamiques sociales au sein de l'organisation (Boisvert et al., 2003 ; Dejoux, 2002 ; Legault, 2007a ; Fuchs, 1995). Selon Boisvert et ses collègues (2003), « le recours à l'éthique devient nécessaire lorsqu'il y a absence de règles ou quand celles-ci sont imprécises. L'éthique constitue alors un outil d'aide à la prise de décision dans l'interprétation des règles et dans la gestion des conflits entre les différentes règles, entre les règles et certaines valeurs de même qu'entre plusieurs valeurs » (Boisvert et al., 2003, p.37). Elle s'inscrit en fait dans une démarche de compromis social dont le but est de prévenir les conflits pouvant porter atteinte à l'organisation et « permet aux individus d'établir un système de valeurs morales partagées et articulées entre elles, [...] un ensemble de principes de conduite partagés, de règles du jeu » (Boisvert et al., 2003, p 27). Autrement dit, l'éthique permet de réfléchir à la manière d'encadrer les actions, les comportements, les décisions, l'engagement, autour d'un système de valeurs partagées volontairement par les membres de l'organisation. De plus, elle permet de gérer le changement, de prévenir des comportements qui pourraient avoir des conséquences négatives pour l'individu lui-même, autrui ou l'organisation (Dejoux, 2002).

En combinant les deux perspectives, organisationnelle et philosophique, l'éthique peut être vue comme une notion que les individus se sont imposée, dans certaines circonstances, pour justement mesurer et réguler leurs actes et leurs pratiques, agir en conformité avec les normes, prendre les bonnes décisions en temps et lieu, et mieux cerner les principes moraux qui encadrent leurs actions et leurs modes de vie. Toutes nos actions et prises de décisions, y compris au travail, sont liées à la raison et à nos intérêts. Par ailleurs, la moralité de nos actes peut être évaluée et jugée bonne ou mauvaise selon les règles régissant une société, une organisation ou une entreprise. C'est dans ce contexte que les individus s'imposent également des normes qui leur permettent de mesurer, de réguler et de s'autoréguler. C'est aussi dans cette optique que des auteurs (Hartle 1989; Wenek, 1993) affirment que l'éthique est appelée à exercer trois fonctions : 1. la protection des individus et de la société contre l'exploitation et les abus; 2. la valorisation du statut professionnel par la déclaration publique de normes de service et par le maintien et la mise en application de ces normes; 3. la légitimation d'actions habituellement non permises, mais nécessaires à l'accomplissement d'activités professionnelles, comme nous le verrons plus tard dans les exemples de risques éthiques.

L'éthique au sein des organisations permet aussi de promouvoir les valeurs, telles que le professionnalisme, d'assainir le climat de travail et de faciliter une gestion basée sur la régulation des comportements (Dejoux, 2002). Par conséquent, afin d'intégrer une dimension plus humaine dans chacune des prises de décision de l'organisation et de permettre aux ressources humaines d'adhérer volontairement aux valeurs de l'organisation et de remplir leurs obligations et responsabilités envers celle-ci, l'éthique doit mettre la personne au cœur de l'organisation, instaurer une culture professionnelle basée sur la droiture et favoriser la justice et l'équité (Hartle 1989 ; Wenek, 1993). Mais au-delà de ces considérations, le respect de la dignité humaine constituant le socle de toute relation en société et donc l'aspect fondamental qui motive les questions éthiques, tant dans la société qu'au sein des organisations. L'éthique permet, dans ce contexte, de réfléchir aux comportements à adopter pour atteindre l'idéal de société et de conduite humaniste.

1.2.2 L'éthique en tant que mode de régulation du comportement

Cette section abordera la manière dont l'éthique fonctionne comme régulatrice du comportement. Mais avant de décrire ce processus, une brève définition de la notion de comportement éthique sera proposée dans le but d'aider à cerner la manière dont elle est envisagée dans le cadre de cette recherche doctorale, qui s'intéresse à l'éthique et à la morale dans leur expression comportementale.

En 1928, Hartshorne et May ont affirmé que le comportement éthique est une manière d'agir ou un acte déterminé par la situation ou le contexte dans lequel un individu se trouve. En d'autres termes, les individus agiraient de manière éthique ou non éthique en fonction de leur compréhension de la situation à laquelle ils font face. Cette définition classique suggère en fait que le comportement éthique serait déterminé, d'une part par les conséquences de l'acte et, d'autre part, par les règles et principes qui guident les actions des individus (Buckley et al. 1998; Rettig 1966). À cette définition à la fois utilitariste et déontologique, ajoutons l'apport de la théorie du lien social selon lequel les individus adoptent des comportements éthiques ou non-éthiques en fonction de leur degré d'attachement ou d'engagement envers la société ou l'organisation, mais aussi selon leurs croyances à l'égard des normes et des lois conventionnelles prescrites (Hirschi, 1969). Trevino et ses collègues (2006) complètent ces définitions par deux précisions. Premièrement, ils affirment que la notion de comportement éthique fait référence aux actions ou à l'agir d'un individu par rapport à ce qui est généralement accepté comme normes morales d'une société ou d'une organisation. Deuxièmement, ils ajoutent que le comportement éthique se produit dans un contexte de prescriptions et de pressions sociales (Trevino, Weaver, & Reynolds, 2006).

Ainsi, le comportement éthique réfère à un large éventail de comportements, ainsi qu'aux facteurs les conditionnant, qui caractérisent la manière dont les individus, en société ou dans les organisations, agissent en fonction de leurs valeurs éthiques ou en conformité avec celles-ci. Il est également sujet à des prescriptions et des pressions sociales. Reste donc à comprendre le rôle des valeurs éthiques par rapport au comportement lui-même. L'apport de Boisvert et de ses collègues a aidé à comprendre cette dynamique. Ces observations ont amené ces auteurs à affirmer que « L'éthique est un mode de régulation des comportements qui provient de l'individu et qui met

l'accent sur des valeurs construites et partagées pour donner un sens à ses décisions et à ses actions, faisant ainsi appel à son jugement personnel et à sa responsabilité » (Boisvert & al., 2003, p, 31). Autrement dit, l'éthique dote l'individu de la capacité d'agir conformément aux règles ou normes, ou encore d'ajuster les actions qu'il entreprend pour réguler lui-même son comportement, dans le cadre d'une action souhaitable ou acceptable par le système, l'organisation ou la société en général. Elle permet en fait à l'individu de s'établir des règles de conduite au sein d'un système (voir aussi Legault, 2007a).

Boisvert et ses collègues (2003) ont identifié deux approches en matière de régulation des comportements, soit « l'hétérorégulation » et « l'autorégulation », lesquelles se distinguent principalement par le degré d'autonomie de l'individu dans la régulation de ses comportements/actions (voir aussi Legault, 2007a).

Selon l'approche d'hétérorégulation, « la régulation des comportements passe par le respect des règles édictées par l'autorité, et la crainte de la sanction par cette dernière dans le cas contraire » (Boisvert & al., 2003, p, 8). Autrement dit, cette approche implique le contrôle des comportements par une entité extérieure, des supérieurs hiérarchiques ou des responsables ayant de l'influence ou dotée d'un certain pouvoir et qui l'exerce sur les individus dans le but de réguler leurs façons de décider ou d'agir. Les dispositifs liés à l'imputabilité sont aussi plus contraignants, parce qu'ils sont confiés à un tutorat de l'autorité ; l'individu est moins autonome dans ses actions (voir aussi Durkheim, 1978 ; Kant, 1955 ; Métayer, 2008 ; Reidenbach & Robin, 1990).

D'après l'approche d'autorégulation, « la régulation émerge plutôt de l'individu, qui décide par lui-même de ses choix et de ses actions. Comme une personne n'existe jamais seule, ses décisions sont influencées par les autres. Ainsi, c'est dans le sens co-construit et partagé par les membres du groupe auquel il appartient et dans la maîtrise de lui-même qu'un individu trouve la source de la régulation de ses comportements » (Boisvert & al., 2003, p, 8). Autrement dit, l'autorégulation implique un processus par lequel l'individu planifie et anticipe son action, évalue et ajuste ses actions par lui-même (son propre jugement) et, lorsque nécessaire, sollicite son environnement social (les autres). L'individu trouve en fait la façon de réguler ses comportements dans un élan conjoint avec la société (ou son groupe d'appartenance) tout en y conservant son autonomie.

C'est son « caractère autorégulateur » qui, selon les mêmes auteurs, distingue l'éthique des autres principaux modes de régulation du comportement et de la société, tels que la déontologie, la morale, les mœurs et le droit. Ainsi, Boisvert et ses collègues (2003, p. 31) affirment que l'éthique est non seulement un mode de régulation des comportements, mais aussi qu'elle « se situe dans une perspective d'autorégulation, parce qu'elle fait appel à une maîtrise de soi qui permet à l'individu d'établir par lui-même et à la lumière des valeurs partagées la gestion de ses comportements ». La possibilité de se réguler par lui-même mène l'individu à réfléchir sur son comportement et sur ses responsabilités à l'égard d'autrui et de la société. L'éthique participe ainsi au développement et à la gestion de l'autonomie de l'individu; elle lui permet de s'autoréguler et de « cultiver les sens de la responsabilité et de l'autonomie », pour reprendre les termes de ces mêmes auteurs (Boisvert & al., 2003). Ceux-ci précisent, par conséquent, que ce sont les valeurs construites conjointement et partagées par les individus au sein d'une même société ou organisation qui guident la réflexion et l'action éthique, ou encore leurs décisions ou leurs comportements éthiques. Mais c'est seulement lorsque les actes que posent les individus sont considérés par leurs pairs comme étant acceptables, justes ou justifiables par rapport aux valeurs partagées, que l'éthique peut être réellement considérée comme un moteur orientant et régulant les comportements (Boisvert & al., 2003; Legault, 2004). Dejoux (2002, pp. 101 et 105), qui abonde dans le même sens, affirme que pour ce faire, l'éthique ne doit pas se limiter à la formalisation de codes d'éthique ou de déontologie ou ce qu'elle appelle le « management par l'éthique ou le management socialement responsable », mais elle doit permettre d'instaurer un « management de la confiance ». Autrement dit, l'éthique doit impliquer la participation de tous les acteurs sociaux au sein d'une organisation, mais surtout celle du gestionnaire, pour son instauration et son application (Seguin et Lapalme, 2017).

1.2.3 L'éthique vs la déontologie

Le terme déontologie vient du grec « *deon* ou *deontos* », qui signifie « devoir », et de « *logos* », science ou discours. La déontologie est la science des devoirs (Siroux, 2004). Dans un contexte organisationnel, elle renvoie aux obligations partagées au sein de l'organisation, elle reflète aussi des valeurs ou principes jugés fondamentaux pour respecter l'éthique dans une profession

(déontologie professionnelle) ou une activité (Legault, 2004). Elle désigne ainsi l'ensemble des devoirs et des obligations inscrits, dans la plupart des organisations, dans un code de déontologie et qui sont imposés aux membres d'une profession donnée. Autrement dit, la déontologie renvoie aux règles qui encadrent l'exercice d'une profession déterminée. Elle est destinée, de ce fait, à l'organisation des pratiques professionnelles selon des normes établies, de manière à régir les comportements des membres d'une profession et « à actualiser des valeurs professionnelles ou organisationnelles » (Boisvert & al., 2003, p. 27). Selon ces mêmes auteurs, la déontologie s'inscrit dans une perspective d'hétérorégulation, dans le sens où la régulation des comportements des individus implique une autorité chargée de les faire respecter et d'imposer des sanctions en cas de non-respect des règles et normes.

La déontologie diffère par ailleurs de l'éthique de deux façons : 1. elle a pour but principal la protection de la profession et du publique; 2. elle est réglementaire (inscrite dans un code) et régie par une autorité, ne laissant pas de place à l'interrogation, la réflexion, ou la remise en question, comme c'est le cas pour l'éthique (Boisvert & al., 2003; Legault, 2004; Morency & Simard, 2004). En fait, l'éthique suscite chez le professionnel la réflexion sur les valeurs qui motivent son action et le choix de la conduite appropriée alors que la déontologie impose des règles et des obligations quant à la conduite des individus au sein d'une organisation, fixant ainsi des limites entre ce qui est acceptable et ce qui ne l'est pas (Legault, 2004). La conformité de l'action à la règle étant importante, voire impérative dans certaines circonstances, la déontologie sanctionne dès lors l'obéissance aux règles ou aux normes établies, voire impose l'ordre dans certains contextes, ou les deux à la fois, comme c'est le cas dans la profession militaire.

Même si elles diffèrent, notamment par leurs objectifs, la déontologie et l'éthique visent toutes deux à réguler les comportements afin d'assurer des rapports socioprofessionnels harmonieux entre les individus au sein d'une organisation ou de la société. La tendance à confondre ces deux concepts est plutôt d'ordre socioculturel, en raison de l'influence de la culture anglo-saxonne qui ne fait pas de distinction entre ces deux concepts (Boisvert & al., 2003). Leur amalgamation remonte d'ailleurs au philosophe utilitariste anglais Jeremy Bentham (1823), qui fut le premier à utiliser le mot déontologie comme un concept ayant le même sens que l'éthique, entre autres dans

un ouvrage intitulé *Essai sur la nomenclature et la classification des principales branches d'Art et Science* (1823, cf. 2010).

Dans le domaine militaire, la terminologie utilisée a deux caractéristiques. Premièrement, le terme déontologie n'est pas utilisé. Deuxièmement, on parle de codes de conduite régis par des valeurs éthiques.

1.2.4 L'éthique vs la morale

Il est fréquent, dans le langage scientifique, d'utiliser de manière synonyme la morale et l'éthique. Cela tient à priori à leur sens étymologique, leurs racines indiquant des significations très proches, voire semblables. Selon le sens original, l'éthique et la morale renvoient aux mœurs ou coutumes et ont pour objectif de renforcer la capacité humaine à faire la part des choses entre le bien et le mal. La distinction entre ces deux concepts résulte aussi de leurs applications pratiques, c'est-à-dire de l'usage qu'on en fait (Clément, 2008).

Selon certains auteurs (Fuchs, 1995 ; Métayer, 2008 ; Morazin et Pucella, 1988), la morale renvoie à un ensemble de normes (règles) et de prescriptions qui régissent le bien et le mal alors que l'éthique est la science de la morale (Russ, 1995). D'après les tenants de cette approche, l'éthique viserait à déterminer les fondements de la morale (Métayer, 2008). On entend ici, par morale, les normes et valeurs sociales qui guident les individus en société et dans leurs interactions et par l'éthique, l'analyse systématique et critique de la morale et des facteurs moraux qui orientent la conduite humaine dans une société, une organisation, une situation ou une activité donnée. Autrement dit, l'éthique permettrait de réfléchir à la moralité de nos actions, soit à la manière d'encadrer les actions et comportements en fonction de valeurs ; quant à la morale, elle se rapporterait à l'encadrement même ou à la surveillance des normes ou des règles établies par des individus, un groupe social, un peuple ou la société. Legault (2004), qui abonde en ce sens, affirme que la morale renvoie à un ensemble de devoirs, de règles, qui permettent de différencier le bien du mal, et auxquels il faudrait se conformer (discipline relative aux devoirs) alors que l'éthique permet de réfléchir en vue du bien-agir (jugement). Selon Legault (2004), la morale fait appel à l'obligation, à la norme ou à un ensemble de règles ayant un caractère universel, irréductible même, alors que l'éthique renvoie à des valeurs, des vertus, des pratiques; elle permet de ce fait la réflexion

sur les comportements, et se détermine de manière relative dans le temps et dans l'espace, en fonction des individus et de la société.

Des auteurs tels que Boisvert et al. (2003) affirment par ailleurs que la morale, l'éthique et la déontologie sont des modes de régulation des comportements (Boisvert et al., 2003). Selon ces auteurs, la morale effectue la régulation par hétérorégulation, soit en imposant « aux individus des devoirs pour faire le bien et éviter le mal au nom d'une autorité extérieure qui les édicte et qui les fonde » (p.14). Autrement dit, la conception du bien et du mal de l'individu n'émane pas forcément de sa propre réflexion, mais peut lui être imposée par une autorité. La morale agit donc selon une perspective d'hétérorégulation, en raison notamment de sa dimension impérative, de son caractère contraignant et de son encadrement par l'autorité. La discipline qu'impose la morale, par le biais de l'autorité, a pour but d'amener l'individu à respecter les règles (les prescriptions/interdictions) normatives dans ses décisions et sa façon d'agir avec autrui (Boisvert et al., 2003; Legault, 2004). En fait, la morale implique un impératif de normalité et se base sur le contrôle alors que l'éthique invite à la critique, au sens – questionnement, et à la recherche du sens des actions ou décisions des individus. Contrairement à la morale, l'éthique n'impliquerait pas nécessairement la surveillance des comportements ou leur encadrement par des codes de conduite. Elle favoriserait plutôt leur régulation par les individus eux-mêmes, grâce aux « valeurs partagées issues d'une construction collective », pour reprendre les termes de Boisvert et de ses collègues (2003). Le but de l'éthique est donc de faciliter la construction d'un espace de reconnaissance et d'initiative collective. Le contrôle ne s'effectue pas nécessairement en fonction de règles formelles, mais par rapport aux valeurs et aux sens partagés par les individus. En éthique, les valeurs sont le socle de la décision et de l'action. Alors que la morale fait appel aux normes ou aux règles qui déterminent le comportement que l'individu doit adopter pour actualiser les valeurs. L'éthique fait appel au jugement, qui permet de trancher entre des valeurs ou face à des dilemmes, avant d'agir. En ce sens, la morale régule le comportement en fonction des normes établies alors que l'éthique conduit l'individu à prendre une décision réfléchie et justifiable avant d'agir.

Pour récapituler, rappelons les différences suivantes. L'éthique relève du domaine de la pratique ou de l'action alors que la morale relève de celui de la règle. La morale est confiée à une autorité, qui par ses actions ou commandements, a pour mission de réguler ou de veiller sur le

comportement d'autrui alors que l'éthique permet la régulation autonome du comportement. En matière de morale, les modes de régulation impliquent la discipline par le contrôle, du supérieur hiérarchique et/ou des responsables, soit les tenants du pouvoir ou d'influence. En matière d'éthique, l'individu se donne des règles de conduite au sein d'un système. En permettant à l'individu de poser des actes délibérés, de manière autonome et responsable, sans nécessairement avoir à se soumettre à une autorité, l'éthique se situe ainsi dans une perspective d'autorégulation du comportement (Boisvert et al., 2003). Par conséquent, le comportement moral est soumis aux normes et règles établies alors que le comportement éthique résulte d'une décision qui fait suite à une réflexion par rapport aux valeurs. Le comportement éthique résulterait donc des valeurs que l'individu considère appropriées face à une situation donnée et qu'il souhaite mettre en pratique dans ses actions.

Il convient toutefois de nuancer la distinction entre ces deux concepts car, d'un point de vue pratique, la morale et l'éthique peuvent être considérées comme deux concepts complémentaires servant un même objectif, celui de favoriser les bonnes actions. En fait, il n'y a pas de réelle contradiction entre ces concepts si l'on considère qu'agir moralement ou agir de manière éthique sont deux idées semblables, la morale édictant des normes et des règles et l'éthique permettant de les choisir. De plus, lorsqu'on parle de morale et d'éthique, on ne peut faire abstraction des valeurs et des principes moraux. Cette affirmation est renforcée par Ricoeur (2000) d'après qui la distinction entre ces deux concepts ne peut être justifiée dans la pratique parce que la morale et l'éthique sont complémentaires et élaborées en vue d'un même objectif, celui de favoriser ou d'assurer la cohésion de la collectivité (Ricoeur, 2000). Cette conception est également partagée, à certains égards, par Legault (2004) et par Boisvert et ses collègues (2003), qui affirment que l'éthique et la morale ont en commun la fonction de régulation des comportements qui permet de maintenir la cohésion sociale et l'harmonie entre les individus au sein d'une organisation ou de la société. Selon ces auteurs, la morale et l'éthique (incluant la déontologie) « ont en commun le fait qu'ils renvoient tous à la conduite humaine, à des questions de justice, de légitimité, d'équité, d'intégrité et que, au moins sur le papier, ils ne semblent pas poser de problème », même si dans la pratique cela ne va pas de soi (Boisvert et al, 2003, p. 28).

England (1967) aborde aussi cette nuance dans la même perspective. Selon lui, les conduites et les comportements qu'adoptent les individus et leurs prises de décision sont influencées par la conception qu'ils se font de l'éthique et de la morale, indistinctement. L'éthique et la morale transmettent des principes par lesquels une société pérennise son histoire, et permettent aux individus de se donner des règles et des codes de conduite. Qui plus est, la plus ancienne approche à l'éthique repose sur l'étude de la morale. D'après cette approche, les individus se servent d'un ensemble de principes philosophiques comme fondement pour agir et prendre des décisions éthiques, porter des jugements ou manifester leurs intentions (Hadot, 2004).

Enfin, Ricoeur (2000) affirme que la tendance à établir une distinction catégorique entre la morale et l'éthique ne subsiste que dans le but de rationaliser le concept d'éthique pour des considérations pratiques (Ricoeur, 2000). Or, selon lui, il n'y a pas de contradiction entre ces concepts, car agir moralement ou agir de manière éthique sont deux idées semblables et que leur séparation serait arbitraire.

C'est aussi dans ce sens que les termes morale (comportement moral) et éthique (comportement éthique) seront utilisés dans cette thèse, soit de manière synonyme et interchangeable. En plus de se fonder sur ces raisons, ce choix s'appuie aussi sur des considérations pratiques ayant trait à la population auprès de laquelle les données ont été collectées. La profession militaire n'encourage pas l'action délibérée, volontaire, internalisée et librement consentie. Les actions du soldat, qu'elles relèvent de l'éthique ou de la morale, sont toujours encadrées par une autorité, qui a pour mission de réguler ou de veiller sur le comportement du soldat, mais qui a aussi le pouvoir de sanction en cas de manquement ou d'actions contraires aux règles établies; la culture militaire étant fondée principalement sur la hiérarchie et l'ordre, ne laisse pas assez de place à l'autorégulation. Quoique nous choisissons d'utiliser les termes éthique et morale de manière interchangeable, nous n'en mettons pas moins l'accent sur les actions choisies, c'est-à-dire celles qui relèvent de l'informel ou du comportement discrétionnaire, plutôt que sur les actions imposées.

1.2.5 L'éthique militaire et l'éthique des Force armées canadiennes

L'éthique s'inscrit au cœur de l'action militaire. L'histoire des conflits armés a démontré que l'éthique fait partie, au même titre que le droit, des conventions et traités internationaux, des modes de régulation qui encadrent et délimitent l'action militaire et les comportements du soldat. L'éthique militaire permet d'édifier des principes et des codes de conduite destinés à la maîtrise de la force, de façon à ce que l'action militaire ne dépasse pas les buts et les objectifs recherchés. Elle vise surtout à enrichir la conscience du soldat et à lui enseigner à faire un usage légitime et raisonné de la force (Gabriel, 2009).

Cette section consiste à définir l'éthique militaire en général et à résumer l'esprit de l'éthique des FAC, auprès desquelles est faite la collecte d'information de cette thèse.

« Aux fondamentaux du métier militaire s'ajoute un socle éthique composé de références, de traditions et de valeurs auxquelles vous aurez à vous référer constamment dans l'exercice de vos responsabilités. L'équilibre entre ce savoir-faire et ce savoir-être vous garantira, en toutes circonstances, le discernement dans le jugement et l'efficacité dans l'action » Michèle Alliot-Marie (2004)⁸.

1.2.5.1 Une définition de l'éthique militaire

D'après Gabriel (2009), l'éthique militaire repose sur le principe fondamental selon lequel les forces armées se distinguent de tout autre groupe social par les caractéristiques suivantes: 1. les forces militaires ont la responsabilité fondamentale de servir et de protéger la société dont elles sont issues; 2. une force armée a le pouvoir de perturber et de détruire la fibre même de la société dont elle est issue; 3. les forces militaires détiennent une « responsabilité absolue » en ce sens que le soldat est plus exposé, que les autres professionnels, à mourir ou à tuer dans l'exercice direct de ses fonctions ou à se placer dans des situations où certains de ses membres risqueraient de se blesser gravement ou de garder des séquelles permanentes de leurs actions; 4. l'exercice de la profession militaire impose la responsabilité, la vertu et surtout le respect de la dignité humaine.

⁸ Mme Michèle Alliot-Marie fut ministre française de la Défense. Ce passage est extrait de son discours aux militaires, le 24 juillet 2004.

Gabriel (2009) affirme par ailleurs que l'éthique militaire doit se concrétiser par la création d'un code d'éthique (ou de conduite) professionnel militaire. La création de ce type de code ne peut, selon lui, que renforcer la confiance traditionnelle qui doit lier la société civile et la profession des armes. Il affirme, en outre, qu'un code de conduite professionnelle inculquerait aux militaires un sentiment d'appartenance à la société, soulignerait le caractère social particulier de leur profession et les aiderait à encadrer leurs responsabilités et leurs obligations professionnelles.

Mais au-delà des principes et des codes de conduite qu'elle doit régir, l'éthique militaire consiste à transformer le soldat en un « guerrier vertueux », qui adhère et respecte les valeurs de son organisation, elles-mêmes fondées sur celles de la société à laquelle il appartient et qu'il a l'obligation *sine qua non* de refléter dans ces actions. Autrement dit, le soldat est le miroir d'une société. Sa conduite irréprochable est d'autant plus importante que le manquement à l'éthique peut avoir des conséquences perverses non seulement sur le succès d'une mission militaire, mais aussi sur la réputation d'un pays. Le manquement à l'éthique peut donc avoir des conséquences sociales et psychologiques dramatiques, tant pour le soldat que pour la société de manière générale. L'élaboration et l'application des règles ou codes d'éthique visent à minimiser ces conséquences, mais aussi à protéger l'image de l'organisation et de la profession des armes. C'est dans ce contexte que l'entraînement et l'endoctrinement que le soldat reçoit continuellement et plus spécifiquement avant d'être déployé en théâtre d'opération sont conçus pour lui conférer la capacité de remplir ses obligations et d'assumer ses responsabilités selon les principes, les valeurs et les comportements attendus, tels que souscrits dans le code de conduite militaire.

Ainsi, l'éthique militaire régisse la profession des armes et assagit moralement les soldats (Pojman, 2006), en promouvant et en renforçant les obligations morales qu'ont les membres des forces armées envers leur organisation, leur État et leur société. Elle permet aussi de renforcer le respect des valeurs universelles (conventions et traités internationaux), des droits et libertés, particulièrement lorsque les militaires sont en mission dans des zones de conflits armés. L'éthique donne donc à l'autorité militaire le pouvoir de maintenir un contrôle sur son effectif et sur ses comportements (Wenker, 1981). En revanche, l'éthique sert aussi de base au pouvoir de décision du militaire lorsqu'il fait face à des situations présentant des dilemmes et nécessitant qu'il prenne

des décisions immédiates (Pojman, 2006). De plus, dans le même sens, comme la profession militaire exige de ses membres de suivre des règles et d'obéir à des ordres sans égard aux préférences ou aux intérêts personnels, l'éthique s'impose au soldat comme un régulateur de conscience et un contrepoids ou une limite à l'obéissance (Gabriel, 2009). Elle permet au soldat de se prévaloir de son devoir moral et légal de désobéir face à des ordres illégaux, immoraux ou contraires à l'éthique militaire et aux valeurs humaines. L'éthique balise donc les responsabilités sociales de la profession des armes et donne au soldat la conscience de mesurer les conséquences de ses actes et d'éviter de poser des actions contraires au respect de la dignité humaine.

La moralité et l'éthique permettent à la profession des armes d'orienter les missions militaires en les basant sur des principes humains et sociaux précis. Humanitaire, car le but même de la guerre ou de la défense est la sécurité nationale, la protection de l'autorité légale et des vies humaines. L'action militaire doit de ce fait se situer au-dessus de tout soupçon malveillant. L'aspect social va de soi, car qui défend, protège; et qui protège permet d'améliorer les conditions de vie en société. L'éthique se présente donc à la profession militaire comme un principe fondamental qui a pour but précis de permettre aux militaires d'orienter leurs actions et de se donner des moyens efficaces de juger et de doser leurs actes.

A partir de ces définitions (Gabriel, 2009 ; Pojman, 2006 ; Wenker, 1981), l'esprit de l'éthique militaire peut se résumer en ces termes : 1. l'éthique est le fondement des décisions des soldats ; 2. l'éthique modèle la conscience militaire et donne du sens à son action. Elle enseigne des règles de conduite et décrit le comportement professionnel qui est souhaitable; 3. l'éthique forge des consciences individuelles fortes et impose des exigences morales que les soldats en devoir, en garnison comme au combat, doivent accepter pour eux-mêmes et pour leurs subordonnés, leurs supérieurs, mais aussi parce qu'ils sont les défenseurs des valeurs fondamentales de nos sociétés; 4. l'éthique invite les militaires à respecter le mandat que la société leur a confié (assurer la sécurité, vie et régulation de la violence extrême, être gardiens des valeurs sociétales) et non de servir leurs propres intérêts et ambitions personnels.

La nature de la profession des armes distingue les militaires de presque tous les autres membres de la société. L'éthique militaire fournit donc des principes intimement associés aux actions des

soldats afin de leur permettre d'agir de façon responsable et d'accepter la responsabilité de leurs actes.

Ainsi, le but de l'éthique militaire est d'amener le soldat à se donner une conscience professionnelle, à développer sa capacité à faire des choix souhaitables dans la mesure des normes établies et à prendre des décisions mesurées et moins préjudiciables. Le but ultime, celui de promouvoir le respect de la dignité humaine, est indéniablement le socle de l'éthique militaire. Les soldats sont tenus non seulement d'y souscrire, mais aussi d'agir en conséquence en faisant notamment la promotion de l'éthique et en intégrant la dimension humaine dans chacune de leurs décisions et de leurs actes. De ce fait, dans l'éthique militaire subsiste un lien étroit entre le professionnalisme institutionnalisé et la conscience humaine.

1.2.5.2 L'éthique des Forces armées canadiennes

Les FAC n'ont pas toujours eu de code d'éthique explicitement écrit. Plusieurs incidents survenus au début des années 1990, durant des missions en Somalie et en Bosnie, ont toutefois démontré que l'absence de valeurs éthiques formelles, transcrites dans un code de conduites, était une des causes principales des problèmes d'éthique évidents observés durant les missions effectuées par les soldats canadiens. Le programme d'éthique de la Défense a donc été élaboré vers la fin des années 1990 pour remédier à ces problèmes.

L'éthique des FAC s'inscrit dans le programme d'éthique du ministère de la Défense nationale (MDN) du Canada. Elle est fondée sur les valeurs de la société canadienne et consiste à déterminer en termes de comportement ce qui est souhaitable, pour les militaires, d'observer et d'accomplir dans des situations de service.

Les FAC ont établi trois principes éthiques : 1. le respect de la dignité humaine, 2. le service indéfectible (avant soi-même) au pays, et 3. l'obéissance et l'appui à l'autorité légale. Ces principes éthiques sont fondés sur les valeurs démocratiques de la société canadienne et sont appliqués dans un ordre de préséance. Ils visent spécifiquement à orienter les décisions et les actions des membres des FAC et à faire en sorte qu'elles soient prises dans l'intérêt public.

L'éthique des FAC énonce les principes et valeurs qui régissent les codes de conduites des membres des FAC. Leur objectif est de promouvoir et de renforcer la responsabilité et les obligations morales des militaires envers leur organisation et la société canadienne, mais aussi leur responsabilité de défense de la souveraineté du Canada (Beauchamp, 1999). Leur visée fondamentale est de maintenir une intégrité éthique en respectant les normes les plus élevées en matière de valeurs et d'éthique, en vue d'aider les soldats des FAC à adopter une conduite toujours respectueuse des valeurs de la société canadienne et du principe du respect de la dignité humaine. L'éthique des FAC se veut donc un encadrement définissant les valeurs auxquelles les soldats doivent adhérer dans leurs actes professionnels, selon le souhait de la société, la mission, le mandat et les objectifs de l'organisation. Elle permet ainsi à l'autorité militaire de maintenir en tout temps un contrôle sur le comportement de ses soldats, qu'ils soient en garnison, en mission au niveau local (au pays) ou encore en zone de conflits armés.

Selon Bradley et Tymchuk (2013, p 7, 8), six raisons principales imposent aux membres des Forces armées canadiennes (FAC) de se comporter de manière éthique : 1.ils sont imputables au droit canadien et au droit et conventions internationaux sur les conflits armés; 2. ils ont le devoir de préserver l'image de leur organisation, car le comportement contraire à l'éthique peut sérieusement nuire à l'image et à la crédibilité de l'institution militaire, en plus d'affaiblir le soutien des membres de la société; 3. l'éthique est importante aux niveaux tactique et stratégique ; se conduire de manière contraire à l'éthique peut entraîner l'échec de la mission. Or dans l'activité militaire, la mission est primordiale; 4. les membres des FAC sont appelés à travailler avec des alliés et avec les populations locales sur les théâtres d'opération ; des comportements contraires à l'éthique peuvent miner leurs relations, compromettre leur mission en termes de résultats opérationnels, et nuire à la réputation internationale des membres des FAC et du Canada; 5. certains types de comportements contraires à l'éthique, tels que le vol ou le gaspillage de biens, peuvent être très coûteux pour l'organisation et dommageables pour la mission; et 6. finalement, la violation des codes d'éthique peut causer des dommages moraux et des blessures psychologiques, tant pour les soldats qui en sont responsables que pour ceux qui en sont témoins.

1.2.6 L'éthique formelle vs l'éthique informelle

Tel que nous l'avons montré, l'éthique renvoie à la régulation des comportements et à la normalisation des rapports entre les individus ou entre des groupes au sein d'une organisation ou de la société (Boisvert & al, 2003 ; Dejoux, 2002 ; Legault, 2004). Cette régulation est le produit d'interactions sociales, par lesquelles des individus échangent des principes et des pratiques. Il n'y a cependant pas, dans les organisations, qu'une seule représentation homogène et constante de l'éthique, mais plutôt une multiplicité de références morales et de valeurs complexes, multidimensionnelles et diversifiées, qui sont exprimées de manière soit formelle ou informelle (Foucher 2010 ; Hireche, & Mourabet, 2007 ; Legault, 2004, 2007a ; Morin, St-Onge, Foucher, Cormier & Cossette, 2011).

Sur le plan formel, l'éthique est explicite : elle fait référence aux comportements ou à la manière dont les individus agissent en fonction des valeurs et règles prescrites ou établies dans un système organisé. Dans le contexte militaire, où elle est typiquement formelle, l'éthique s'apparente aux codes de conduite et autres règlements régissant les comportements et les attitudes. Plus précisément, elle porte sur les normes définies par l'organisation par rapport à des aspects tels que l'exercice des tâches officielles, l'expression de comportements/conduites, l'exercice des actes professionnels et l'acquisition de compétences. Elle se présente comme un instrument de normalisation des comportements, voire comme une instance de contrôle (Legault, 2004, 2007a ; Galambaud, 1994). Selon ces mêmes auteurs, cette formalisation de l'éthique se traduit souvent par une concentration sur les seuls principes affirmés par l'organisation ou aux seuls principes édictés par les dirigeants, et donc à l'instrumentalisation de l'éthique. Le but de la formalisation est de faire de l'éthique un mode de régulation rationnel et objectif des comportements.

Plusieurs auteurs (Bergami & Bagozzi, 2000; Boisvert, Jutras, Lalumière, & Roy, 2010; Galambaud, 1994 ; Gauthier, 2000; Graham, 1991; Podsakoff & al., 2000) affirment cependant que les règles formelles ne peuvent pas à elles seules assurer la régulation des comportements au sein des organisations. Selon Galambaud (1994), la rationalisation de l'éthique comporte aussi des risques à plusieurs égards, dont celui d'occulter les préoccupations des employés et leur discernement. Autrement dit, la formalisation de l'éthique comporte le risque d'enfermer

l'organisation et ses membres dans des schémas normatifs ou dans une seule représentation normative et universaliste de la réalité qui ne tient pas compte des besoins que peuvent avoir les employés de développer d'autres méthodes leur permettant de donner un sens à leurs actions. Or, selon Galambaud (1994), l'éthique organisationnelle n'a de sens pratique que lorsqu'elle reflète le sens des « acteurs », en l'occurrence celui des employés. Miser uniquement sur la formalisation des comportements éthiques peut donc constituer une entrave à l'autonomie de l'individu à l'égard de l'action, en ce sens que sa représentation de lui-même ou du sens qu'il donne à ses actions, peut se noyer dans le discours normatif de l'organisation. De plus, comme nous le verrons plus tard dans les exemples de risque éthiques, cela peut entraîner des effets pervers (Galambaud, 1994), tels que des actes répréhensibles, voire criminels.

L'éthique, d'un point de vue organisationnel, ne peut donc se résumer qu'aux seuls principes normatifs édictés par l'organisation. Elle doit, selon Galambaud (1994), inclure la manière dont les individus s'approprient le sens de leurs actions, mais aussi des principes moraux et des règles implicites issues des systèmes sociaux. C'est dans ce contexte que l'éthique informelle se présente comme le complément ou la contrepartie de l'apport formel. Elle fait alors référence aux comportements ou à la manière dont les individus agissent en fonction des valeurs et règles non-écrites, des actions discrétionnaires (Foucher 2010 ; Morin, St-Onge, Foucher, Cormier & Cossette, 2011). Elle renvoie à divers comportements, qui se caractérisent principalement par des règles informelles ou non-inscrites dans les programmes officiels, mais qui se manifestent dans des actes volontaires (comportements non prescrits dans les tâches officielles) ou discrétionnaires (comportements au choix des individus, non sujets à l'obtention de récompenses formelles) (Boisvert et al., 2010; Podsakoff et al., 2000). Selon Podsakoff et ses collègues (2000), les règles informelles peuvent aussi se présenter comme des us et coutumes, voire comme des comportements moraux, ou sous forme de valeurs sociales ou organisationnelles partagées qui guident les comportements individuels.

Plusieurs auteurs (Bergami & Bagozzi, 2000; Boisvert et al., 2010; Graham, 1991; Podsakoff et al., 2000) affirment ainsi que l'éthique informelle et l'éthique formelle sont complémentaires, en ce sens que les règles informelles permettent de renforcer les règles formelles dans l'orientation et

l'action professionnelles ainsi que dans le bien-être des membres d'une l'organisation. Selon Graham (1991), étant donné que les règles formelles ne peuvent pas à elles seules assurer la régulation des comportements au sein des organisations, les règles informelles peuvent alors, si elles vont dans le sens des valeurs organisationnelles, amener les individus à coopérer pour le maintien d'une cohésion entre eux et pour l'atteinte des objectifs de l'organisation.

D'autres auteurs (Bhatt, 2000; Campbell, 2000; Hodgkinson, 2000; Örtenblad, 2001; Walsh & Tseng, 1998), qui abondent dans le même sens, affirment que l'éthique, vue d'un point de vue informel, permet d'accroître l'engagement des employés envers leur organisation, en leur donnant l'opportunité de prendre des initiatives susceptibles d'élargir les tâches prescrites ou leur rôle au sein de l'organisation. L'éthique informelle renvoie aussi aux comportements pro-sociaux (Wagner & Rush, 2000), à la coopération entre les employés eux-mêmes et entre les employés et les dirigeants de l'organisation (Walsh & Tseng, 1998) et à la citoyenneté organisationnelle (Organ, 1988). Graham (1991) affirme à cet égard que plusieurs comportements liés à l'éthique informelle tels que les comportements de courtoisie, les comportements consciencieux, l'altruisme, l'esprit sportif et la vertu civique s'inscrivent dans la citoyenneté organisationnelle ou ce qu'il a appelé la citoyenneté civique. Tel que nous le verrons dans le prochain chapitre, ces facteurs identifiés comme des comportements de citoyenneté organisationnelle sont considérés dans la littérature scientifique comme des dimensions de l'éthique informelle (Hirschi, 1969; McFerran, Aquino & Duffy, 2010; Podsakoff & al., 2000; Joreman, Kamdar, Daniels & Duell, 2006; Schlenker, 2008).

1.2.7 L'émergence et la définition des comportements de citoyenneté organisationnelle

Le concept de comportement de citoyenneté organisationnelle est apparu à travers différents courants de recherche depuis les années 1930 (Organ, 1988 ; Schlenker 2008 ; Zellars, Tepper, & Duffy, 2002), avec des applications et des référents variables. Il est aujourd'hui le sujet de nombreuses recherches, entre autres dans les champs de la psychologie industrielle-organisationnelle et des relations industrielles, dans le but par exemple de comprendre l'influence de la satisfaction sur la volonté des travailleurs d'aider leurs collègues (Organ, 1988; 1997). Barnard (1938) a réalisé des travaux précurseurs de ce construit en s'intéressant à ce qu'il appela

les comportements volontaires ou *la volonté de coopération*, c'est-à-dire aux efforts de collaboration entre les travailleurs. Il affirma alors que ce sont les services, les actions et les influences des individus qui pérennisent l'existence d'une organisation. Selon lui, les fondements d'une organisation résident dans la capacité ou « la volonté que possède chacun des individus (le personnel) à contribuer au système coopératif » (Barnard, 1938, p.83). Il affirme également que cette volonté de coopérer n'est pas formellement liée à l'obligation contractuelle entre l'individu et son employeur, mais plutôt associée à « la tendance générale et spontanée de la nature humaine à promouvoir et à maintenir un courant d'efforts coopératifs au sein d'un groupe d'individus » (Barnard, 1938, p. 84). Ainsi, les comportements de coopération ou d'aide, ou encore ce qui est devenu avec le temps les comportements de citoyenneté organisationnelle, relèvent, selon Barnard (1938), de la bonne volonté des travailleurs de coopérer et de leur capacité à « exprimer la loyauté, la solidarité, l'esprit de corps et leur lien envers l'organisation » (Barnard, 1938, p.83). Cette thèse de Barnard (1938) montre en fait que l'existence et le fonctionnement, voire le fondement, d'une organisation, ne peuvent se limiter à la performance du travailleur et à sa capacité d'agir ou à exécuter certaines tâches dans l'unique but de produire des résultats pour l'organisation (Organ, 1990). Il croit que ce processus implique aussi des comportements extra rôles, pro-sociaux qui s'insèrent dans des règles informelles. Cette thèse de la volonté de coopérer rejoint, selon Organ (1988), les déterminants des comportements de citoyenneté organisationnelle.

La notion de comportements de citoyenneté organisationnelle découle des travaux d'Organ et de ses collègues (Organ, 1988; Smith, Organ, & Near, 1983). En fait, elle a été élaborée pour décrire des conduites des employés au travail qui, d'après Organ (1988), «ne relèvent pas du rôle ou des tâches prescrites en lien avec l'emploi occupé, des termes spécifiques du contrat passé entre un employé et son organisation. Ces comportements relèvent plutôt d'un choix personnel, de sorte que leur omission n'implique pas de sanction » (Organ, 1988, p. 4). Les comportements de citoyenneté organisationnelle constituent ainsi une dimension contextuelle, engendrée par des « efforts individuels qui ne sont pas liés aux tâches de l'emploi occupé, mais qui sont importants parce qu'ils façonnent le contexte psychologique et social de l'organisation » (Borman & Motowidlo, 1993, p. 71). En d'autres termes, les comportements de citoyenneté organisationnelle ne se réduisent pas uniquement à l'activité des employés dans leur travail: ils s'étendent à d'autres

types de conduites qui favorisent le développement de l'organisation (Podsakoff & MacKensie, 1997). C'est aussi dans ce contexte que Borman (2004) affirme que les comportements de citoyenneté organisationnelle constituent un ensemble de conduites organisationnelles, sociales et psychologiques qu'adoptent volontairement et de manière discrétionnaire les individus pour supporter leur organisation. Ils vont en fait au-delà du rôle et des tâches attendues ou exigées; ils relèvent de la volonté des individus de s'investir dans l'organisation, au-delà des règles formelles et des attentes traditionnelles (production, performance, compétences, etc.) en lien avec l'organisation (Schnake, 2003; Turnipseed 2002; Van Dyne et al. 1995; Vigoda-Gadot 2006). En résumé, les comportements de citoyenneté organisationnelle sont des actes extra-rôles (informels), déterminés par des motifs volontaires, qui favorisent la coopération, permettent aux employés d'accomplir leur travail et de démontrer leur engagement ou leur soutien envers leur organisation, sans que les règles établies les y obligent au préalable (Bateman & Organ, 1983; Smith et al., 1983).

Ainsi, il est approprié de résumer les comportements de citoyenneté organisationnelle principalement en trois points : 1) ils constituent des comportements informels adoptés par des employés, sans contrainte, dans le but de favoriser la coopération entre eux et de renforcer leur engagement ou leur soutien envers leur organisation; expriment donc la volonté des employés de s'investir dans l'organisation (Bateman & Organ, 1983; Smith et al., 1983), 2) ils traduisent un comportement discrétionnaire qui n'est pas reconnu directement ou explicitement par un système de récompense formel et qui vise à promouvoir un fonctionnement efficace de l'organisation (Organ et coll., 2006), 3) ils constituent aussi des conduites au travail qui ne relèvent pas du rôle ou des tâches prescrites ou qui ne se limitent pas à la performance de l'employé et à sa capacité d'agir dans l'unique but de produire des entrants organisationnels (Organ, 1990; Organ, 1988; Smith, Organ, & Near, 1983).

Nous verrons dans le prochain chapitre les déterminants ou les dimensions de ces comportements, mais aussi la manière dont ils sont considérés comme une composante de l'éthique, et spécifiquement de l'éthique informelle.

1.2.8 Le risque éthique

La notion de risque éthique ou encore le comportement éthique à risque renvoie à la thèse de Rettig et Pasamanick (1964) selon laquelle le comportement éthique peut être évalué en fonction du risque perçu ou, plus précisément, du risque que représentent les conséquences des actes. Il y a deux conceptualisations du risque éthique. Il fait référence d'un côté au déploiement des comportements contraires à l'éthique, de manière consciente ou inconsciente, et à l'adaptation des comportements positifs, mais qui peuvent s'avérer négatifs. Les individus qui adoptent des comportements non éthiques sont moins conscients de ces derniers parce que leurs actes n'ont pas de conséquences réelles (de valeur) pour eux, alors que ceux qui ont tendance à adopter des comportements éthiques sont plus sensibles aux conséquences de leurs actes et aux risques que ceux-ci peuvent engendrer pour la société. Ainsi conçu, le risque éthique est déterminé en fonction de deux critères : les perceptions des conséquences du comportement et les normes établies. D'un autre côté, un comportement est dit à risque, selon Bradley et Tymchuk (2013, p.7), lorsque des « valeurs personnelles, organisationnelles ou sociétales ou encore lorsque les relations entre différentes parties sont ou peuvent être compromises par l'acte que pose un tiers ». Le risque éthique fait alors référence à la possibilité que les conséquences d'un acte soient nuisibles pour une personne, un groupe, une organisation ou encore pour l'ensemble de la société.

Par exemple, le comportement organisationnel déviant est potentiellement associé au risque éthique. Les comportements organisationnels déviants réfèrent à des actions formelles ou informelles qui violent les normes organisationnelles (Galperin, 2002). Mais, selon des chercheurs (Galperin, 2002 ; Robinson & Bennett, 1995), ces comportements peuvent être constructifs et/ou destructifs. D'un point de vue constructif, les comportements déviants portent sur des actions non-conformes, mais conscientes, posées par un individu dans le but de réparer des anomalies dans les règles de son organisation (Galperin, 2002). Par exemple, le fait de ne pas se conformer à des politiques ou à des règles dysfonctionnelles peut être considéré comme un comportement éthique à risque, mais qui favorise le bon fonctionnement de l'organisation. Par contre, le comportement déviant destructif est celui qui viole les règles organisationnelles et qui a des impacts négatifs sur le bien-être des individus au sein de l'organisation (Robinson & Bennett, 1995). Par exemple,

prendre des pauses excessives, couvrir (ou refuser de rapporter) les fautes graves d'un collègue ou voler des biens de l'organisation sont des comportements destructifs.

Robinson et Bennett (1995) ont affirmé qu'il existe d'autres comportements éthiques à risque qui sont censés profiter à l'organisation : ils les nomment « inconduites non éthiques à bénéfices organisationnels ». Par exemple, la falsification de rapports ou de documents dans le but d'obtenir un contrat pour l'organisation, est un comportement non éthique, mais qui peut apporter des bénéfices à l'organisation (Robinson & Bennett, 1995). Selon Vardi et ses collègues, ces types de comportements sont généralement dirigés vers des cibles externes, d'autres organisations, des clients, ou d'autres institutions ou organismes sociaux (Vardi & Weitz 2004 ; Vardi & Wiener, 1996). Ces auteurs précisent cependant que ces types de comportements (malversations) sont destructifs, car même s'ils peuvent être bénéfiques pour l'organisation, ils peuvent avoir des répercussions graves sur ses partenaires ou sur des employés d'autres organisations.

Même s'il n'existe pas de définition formelle du risque éthique au sein des FAC, deux documents, soit *Le leadership dans les Forces canadiennes (2005)* et le *Manuel de doctrine interarmées (2007)*, définissent le mot « risque » comme un comportement ayant un double volet : d'une part, « toute circonstance qui expose un décideur ou un plan d'action à un danger qui peut soit avoir une conséquence négative, soit empêcher ou entraver l'atteinte d'un ou de plusieurs objectifs » ; d'autre part, « la possibilité de pertes ou de conséquences négatives d'une mission en termes de probabilité et de gravité d'un incident » (Bradley & Tymchuk, 2013, p. 7)⁹. Ainsi, du point de vue des FAC, la notion de risque éthique renvoie à la possibilité qu'un individu, en l'occurrence le soldat, agisse à l'encontre ou transgresse une ou plusieurs règles, normes ou valeurs ; autrement dit, qu'il adopte un comportement contraire à l'éthique, aux codes de conduite militaire ou qui implique des conséquences morales ou juridiques (Bradley & Tymchuk, 2013). Enfin, ces mêmes auteurs affirment qu'il est quasiment impossible d'empêcher ou de réduire le risque éthique avant que l'acte répréhensible ne soit commis, mais il serait possible d'en atténuer les conséquences avant

⁹ Voir documents : *Le leadership dans les Forces canadiennes : fondements conceptuels*, Kingston (Ont.) : Presse de l'Académie canadienne de la défense, 2005, p. 132. *Gestion des risques aux fins des opérations des FC*, Manuel de doctrine interarmées B-GJ-005-502/FP-000, 2007, p. 1-2. Cité dans Bradley et Tymchuk, 2013, p 7.

que l'acte commis ne produise des effets négatifs à long terme sur l'organisation, en renforçant les mécanismes d'encadrement et de régulation des comportements (Bradley & Tymchuk, 2013).

Il n'existe pas, dans la littérature scientifique, de critères validés pour mesurer le risque éthique. Cependant, Bradley et Tymchuk (2013) ont identifié huit types d'actes répréhensibles ou de comportements non éthiques, immoraux ou illicites qui peuvent constituer, selon eux, un risque éthique : 1. le vol (vol de biens, de matériel; l'acceptation de faveurs, de pots-de-vin, d'avantages accordés à des entrepreneurs; l'abus de pouvoir); 2. le gaspillage (mauvaise gestion d'un programme, gaspillage des ressources de l'organisation); 3. la mauvaise gestion (dissimulation d'un mauvais rendement, rédaction de faux rapports ou fausses projections de rendement); 4. les manquements à la sécurité (utilisation de produits dangereux ou non conformes, conditions de travail dangereuses); 5. le harcèlement sexuel (avances sexuelles importunes, demandes de faveurs sexuelles, contact verbal ou physique de nature sexuelle); 6. la discrimination (basée sur des facteurs qui ne sont pas liés à l'emploi, y compris les libertés protégées); 7. les infractions à la loi (lois de la guerre, règles d'engagement, ordonnances et règlements royaux, règlements militaires pertinents), la discrimination proscrite par *La Charte canadienne des droits et libertés* (race, sexe, religion, orientation sexuelle, etc.); 8. les autres infractions de nature éthique (inconduite/infraction aux normes militaires professionnelles) qui n'entrent pas dans les autres catégories (Bradley & Tymchuk, 2013, p. 8).

Ainsi, toute situation ou action, y compris les comportements d'aide, qui peut potentiellement produire des effets pervers sur l'organisation et sur le comportement du soldat, ou empêcher la réalisation de sa mission, constitue un risque éthique. Ce comportement a le potentiel d'avoir un impact négatif, voire des conséquences graves, sur la capacité des militaires d'accomplir leur mission, ainsi que sur leurs activités quotidiennes et leur développement professionnel.

Conclusion

Ce chapitre avait pour objectif de définir et de préciser les concepts sous-tendant cette étude : l'éthique, la morale, le risque éthique, l'identité et l'éthique militaire. Il a aussi apporté des précisions sur les concepts faisant l'objet direct de l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle.

L'identité morale peut se décliner de diverses façons, mais c'est la version d'Aquino et Reed (2002) qui est retenue dans le cadre de cette thèse. Elle est ici vue comme déterminée par des traits moraux qui permettent à un individu de s'auto-définir comme une personne morale. Elle renvoie à la manière dont une personne s'identifie à la moralité ou la perception qu'elle a d'être une personne morale.

Les comportements de citoyenneté organisationnelle renvoient, quant à eux, à divers comportements qui se caractérisent principalement par des règles informelles, non inscrites dans les tâches officielles et qu'adoptent volontairement les individus pour s'aider mutuellement et supporter leur organisation. Ils se traduisent par des actes volontaires ou discrétionnaires, des comportements pro-sociaux ou de coopération. Tel que nous le verrons plus en profondeur dans le prochain chapitre, les comportements de citoyenneté organisationnelle constituent une dimension de l'éthique informelle. Il faut par ailleurs préciser que l'éthique informelle se présente comme le complément de l'apport formel. Elle complète et renforce l'éthique formelle, les règles prescrites par celle-ci ne pouvant pas à elles seules assurer la régulation des comportements au sein des organisations.

Il a été montré aussi, dans ce chapitre, que l'éthique et la morale font partie des principaux modes de régulation des comportements dans les sociétés et dans les organisations. Au-delà de leurs motivations et applications différentes, la distinction fondamentale entre ces modes de régulation est d'ordre sémantique : elle relève du fait que l'éthique s'inscrit dans une perspective d'autorégulation, soumise à une logique de prise de décision alors que la morale s'inscrit dans une perspective d'hétérorégulation, dans laquelle elle est soumise à une logique d'autorité. Autrement dit, l'éthique renvoie à l'action délibérée et librement consentie, telle que les comportements de citoyenneté organisationnelle, alors que la morale renvoie à l'action imposée ou aux comportements régulés. Il a été décidé cependant que, dans le cadre de cette thèse, la morale et l'éthique, notamment le comportement moral et le comportement éthique, seront utilisés de manière synonyme et interchangeable. Cette posture tient au fait que malgré la démarcation sémantique entre ces deux concepts, la littérature scientifique indique que l'éthique et la morale ont comme objectif commun la régulation du comportement, l'établissement et le maintien de la

cohésion, et des interactions sociales harmonieuses. Les deux construits renvoient en effet à des principes par lesquels la société pérennise ses normes, son histoire et par lesquels les individus se donnent des règles de conduite. A cela s'ajoute le fait que les actions militaires, qu'elles soient d'ordre moral ou éthique, sont toujours régulées et encadrées par une autorité. Toutefois, même en choisissant d'utiliser les termes éthique et morale de manière interchangeable, nous les abordons dans le sens de comportements discrétionnaires, plutôt que d'actions imposés.

Ce chapitre a également permis de décrire, à titre informatif, l'éthique militaire qui a pour but de doter la profession militaire de codes de conduite dont la finalité est de renforcer la conscience du soldat, qui lui est aussi porteur de valeurs morales et sociales. L'éthique militaire renvoie à la responsabilité et à l'obligation comme des dimensions fondamentales, qui sont renforcées par des principes tels que le respect de la dignité humaine et la vertu morale. Lorsqu'on parle d'éthique militaire, on fait référence à la manière dont la profession procède pour que ses codes de conduite reflètent les valeurs de la société. Toutefois, l'éthique militaire n'établit pas de démarcation entre la logique basée sur l'ordre, c'est-à-dire l'obéissance et le contrôle, et l'engagement autonome ou encore le développement de responsabilités partagées. Autrement dit, il y subsiste une fusion entre les devoirs moraux et les valeurs éthiques. Dans la pratique, l'éthique militaire vise l'action. Elle est fondée sur un raisonnement utilitariste, dont le but est de déterminer le meilleur moyen d'accomplir la mission. Ainsi, la réflexion et les valeurs partagées sont souvent noyées dans cette quête. Cette même quête valorise aussi l'éthique formelle au détriment des comportements issus de règles informelles. De plus, que l'on parle d'éthique ou de code de conduite, le contrôle s'effectue *ipso facto* en fonction de règles formelles. L'objectif est de faire de l'éthique un mode rationnel et objectif de régulation des comportements. La raison de cette posture est simple : la profession militaire est par excellence un métier de risque dont le travail (ex : au combat) s'effectue souvent dans des conditions extrêmes qui imposent au soldat de savoir faire la part des choses entre ses obligations militaires formalisées et institutionnalisées et ses obligations envers les valeurs humaines, telles que le respect de la dignité de la personne.

CHAPITRE II. CONCEPTUALISATION ET MESURE DES VARIABLES DE LA RECHERCHE

Complémentaire au premier chapitre qui a servi à définir et à préciser les concepts utilisés dans le cadre de cette étude, ce deuxième chapitre du cadre théorique traite des variables ciblées dans notre recherche : leur conceptualisation, leur nature, leurs déterminants, leurs influences et leur mesure. Les variables sont l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Seront également examinés les interrelations entre ces deux construits et leur rapport avec l'éthique. La dernière section de ce chapitre porte sur les déterminants susceptibles d'avoir une influence sur l'identité morale et l'adoption de comportements de citoyenneté organisationnelle : la formation en éthique et l'expérience, en termes d'ancienneté ou de nombre d'années de service et de séniorité (grade ou échelon hiérarchique).

2.1 La conceptualisation de l'identité morale

Cette première section de ce deuxième chapitre du cadre théorique traite spécifiquement de la conceptualisation et mesure de la variable identité morale. Sont examinés spécifiquement ses perspectives théoriques et ses instruments de mesure, les traits et dimensions utilisés pour la valider, ses antécédents, son lien avec le comportement éthique ainsi que son influence sur le risque de développer des comportements non-éthique.

2.1.1 La contribution de Kohlberg à la conceptualisation de l'identité morale

Le concept d'identité morale a fait l'objet de nombreuses études, tant théoriques qu'empiriques. Au préalable, il convient de mentionner la contribution de Kohlberg (1969), car la conception contemporaine de l'identité morale est inspirée de ses apports sur le raisonnement moral qui fait partie de son modèle du développement cognitif moral. Selon ce modèle, le niveau de raisonnement moral d'une personne prédit son comportement. Ce modèle stipule également que les principes moraux, lorsqu'ils sont compris et intégrés par une personne, motivent, de manière intrinsèque, son action morale. D'après Kohlberg, au fur et à mesure que ses capacités de raisonnement moral évoluent en fonction des situations morales qu'il rencontre, l'individu est plus enclin à recourir à des principes moraux dans l'exercice de son jugement. Le raisonnement moral

se développe et croît au même rythme que les principes moraux, amenant l'individu à reconnaître ses obligations et à se comporter conformément à son jugement moral.

Kohlberg (1969) affirme aussi que le caractère moral prend forme dans les structures cognitives et évolue en fonction de leur développement. Selon lui, l'individu progresse à travers différents stades de développement avant d'arriver à la maturité sur le plan moral. Ce développement se fait selon une séquence comprenant trois niveaux rendant compte du jugement dans la prise de décision éthique ou morale : pré-conventionnel, conventionnel et post-conventionnel. Chaque niveau comporte deux stades de développement moral cognitif, le second étant considéré plus avancé dans le processus d'évolution que le premier. Kohlberg affirme que les individus évoluent de manière ordonnée à travers ces différents niveaux, selon une progression séquentielle irréversible. Ainsi, une fois que l'individu a progressé d'un niveau plus bas à un niveau plus avancé, il n'aurait plus la même appréciation de la situation vécue au niveau antérieur et il en serait de même pour les autres niveaux et stades vers lesquels l'amène son évolution.

Au niveau pré-conventionnel, l'individu raisonne, face à une situation morale ou éthique, en fonction des conséquences concrètes de ses actes et de son intérêt personnel immédiat. C'est le sens de soi qui prédomine, c'est en fonction de lui que l'individu tend à opter pour des comportements éthiques de manière opportuniste, à tous les paliers de ce niveau de développement. Le premier stade (stade 1) est celui de l'obéissance, qui se caractérise par la volonté de l'individu d'éviter toute sanction ou conséquence néfaste qui découlerait de sa décision. Pour ce faire, il agit en fonction des règles établies et négocie ses propres principes par crainte de sanctions : il analyse la situation d'un point de vue égocentrique. Une fois rendu au stade plus évolué, soit le deuxième de ce niveau (stade 2), l'individu agit en fonction de ses intérêts personnels. Ce stade est, selon Kohlberg (1969), celui de l'individualisme, où le sujet n'agit que pour satisfaire ses intérêts immédiats et ses propres attentes. Ainsi, le soldat dont le raisonnement se situe au niveau pré-conventionnel aura tendance à adopter des comportements moralement acceptés, par obéissance aux règles et au code de conduite ou par allégeance à ses collègues ou aux normes subjectives prédominantes dans son unité (organisation). À l'inverse, si c'est son sens de soi qui prédomine, c'est-à-dire si son identité individuelle commande ses actions, il se

comportera de la manière qu'il juge la plus adéquate, la moins contraignante et la moins dommageable, par crainte de représailles de ses pairs ou en raison d'autres conséquences qu'il anticipe et prévoit.

Au niveau conventionnel, le comportement de l'individu est guidé par la pensée collective : il choisit d'agir en conformité avec les normes et les attentes de la société, il se plie aux pressions sociales (provenant de la société ou d'un groupe de pairs). Le premier stade conventionnel (stade 3) est celui où l'individu raisonne selon le principe de reconnaissance réciproque à autrui, c'est-à-dire en fonction des relations et des attentes mutuelles. Ici, le comportement moral ou éthique est fondé sur la demande de reconnaissance réciproque et s'élabore en fonction des attentes des pairs, des proches ou de la majorité. Le deuxième stade conventionnel (stade 4) réfère à la conformité face au système social. L'individu agit par conscience des devoirs et des obligations pour permettre au système de fonctionner ou pour contribuer au bien de la société ou de son groupe d'appartenance. Ainsi, le soldat dont le raisonnement se situe au niveau conventionnel aura tendance à respecter les règles et l'autorité existante, à faire ce qui est attendu de lui ou encore à adopter des comportements conformes à l'éthique pour bien paraître aux yeux des autres, du système, ou pour être reconnu comme quelqu'un de responsable ou de professionnel.

Le niveau post-conventionnel est, quant à lui, guidé par des principes et des valeurs universelles. Il caractérise un individu qui a tendance à adopter un jugement fondé sur des principes moraux et des valeurs éthiques universelles. Au premier stade post-conventionnel (stade 5), les comportements moraux ou éthiques de l'individu tendent à se conformer aux normes de la société. L'individu a tendance à se soumettre à l'obligation de respecter les normes établies, telles que la loi, les droits et libertés, la justice et la dignité humaine. Au second stade de ce niveau (stade 6), l'individu peut consciemment rejeter des normes qui ne correspondent pas à des valeurs telles que la justice. Il y a un raisonnement considérant à la fois la loi et les principes. Le soldat dont le raisonnement résulte du niveau post-conventionnel aura tendance à adopter des comportements éthiques de manière irréprochable puisque cela s'inscrit dans l'esprit des lois, des règles, des codes de conduite et des principes universels, ou encore parce que les impératifs de justice l'exigent, et

que le fait de violer ces principes constitue pour lui une action opportuniste, dirigée contre la société.

Le modèle classique de Kohlberg rend compte du processus qui guide le raisonnement et le jugement des individus en vue d'éventuelles actions morales ou éthiques. Il faut toutefois préciser que ce modèle traite essentiellement du raisonnement des individus face à une situation morale et non pas des actions qu'ils pourraient entreprendre face à celle-ci, ou de leurs motivations à considérer ces actions. Des auteurs (Bergman, 2004 ; Damon, 1984 ; Hart, 2005) font d'ailleurs remarquer que la relation entre le jugement et l'action morale n'y est pas clairement définie. À cet égard, Kohlberg (1971, 1973) affirme lui-même que le jugement moral est une condition nécessaire mais non-suffisante pour que certains comportements moraux, tels que l'honnêteté et l'altruisme, soient adoptés. Nonobstant ces limites, il suggère qu'il existe une corrélation entre les différents stades du développement et l'action morale ; par exemple, les individus ayant atteint un niveau élevé de développement moral seraient plus aptes à résister à la tentation d'adopter le même raisonnement que ceux du stade inférieur, et à prendre des décisions éthiques sans l'influence d'autrui (Haidt, 2001).

Bien que ce modèle (rationaliste) ait beaucoup influencé l'étude des questions morales au sein des organisations, il soulève beaucoup de critiques. L'une des principales est celle en vertu de laquelle le niveau de raisonnement moral d'un individu est susceptible de prédire son comportement ou de motiver de manière intrinsèque son action morale (Blasi, 1980). Selon Blasi, le raisonnement moral n'a qu'une influence modérée sur l'action morale. D'autres auteurs (Colby & Damon, 1992 ; Hart & Fegley, 1995) qui ont poursuivi l'examen empirique de ce lien entre le raisonnement moral et l'action morale, apportent également une nuance à cette relation. Selon eux, les individus ayant un sens moral élevé ne sont pas nécessairement ceux qui ont la meilleure capacité de raisonnement moral. Le raisonnement moral ne serait donc pas le principal déterminant du comportement moral subséquent. Ce constat a amené certains chercheurs (Blasi, 1980, 1984 ; Damon, 1984 ; Eisenberg, 1986 ; Hardy & Carlo, 2005 ; Hoffman, 2000) à explorer d'autres facteurs, dont l'identité morale, afin de mieux comprendre le rôle de la motivation dans l'engagement envers l'action morale ou celui de l'émotion morale sur cette même motivation.

La motivation renvoie à l'engagement d'un individu à agir conformément à sa perception de la morale (Eisenberg 1986; Rest et al., 2000). Selon Rest et ses collègues (2000), elle caractérise un individu déterminé « à agir conformément à la morale, à donner priorité à ses propres valeurs morales au détriment de celles des autres et à être considéré personnellement responsable des conséquences morales » qui en découlent¹⁰. En d'autres termes, la motivation évoque ici le sentiment d'obligation d'agir en conformité avec soi-même (Eisenberg 1986).

Dans le même ordre d'idées, Hoffman (2000) a proposé une théorie centrée sur le rôle de l'émotion morale. Ce concept renvoie ici au sentiment qui guide les perceptions de l'individu ; il est aussi le principal facteur de motivation du comportement ou de l'action morale. Selon Hoffman (2000), les principes moraux ne peuvent motiver le comportement moral que lorsqu'ils sont chargés d'émotions. Autrement dit, l'émotion morale renforce la motivation de l'individu envers l'action morale. Cette dynamique suppose que plus l'identité morale est fondamentale pour l'individu, plus elle a tendance à influencer ses pensées, ses émotions et à motiver son comportement ou ses actions morales (Blasi, 1984 ; Higgins, 1996 ; Oysemian, 2007). Blasi (2004) affirme par ailleurs que l'influence exercée par l'identité morale sur la motivation morale s'explique principalement par le fait que l'être humain a besoin d'être motivé pour agir, voire pour agir en conformité avec sa propre perception de la réalité. Par exemple, lorsque certaines vertus morales sont importantes pour son identité, cela motive un individu à se comporter en conformité avec son sens moral ou sa propre perception de la moralité.

Damon (1984), qui abonde dans le même sens, ajoute que «le niveau de jugement (ou raisonnement) moral d'une personne ne détermine pas sa perception de la place qu'occupe la morale dans sa vie. Pour savoir comment un individu traite de cette question, il faut connaître non seulement ses croyances morales, mais aussi sa compréhension de son propre rapport avec ses croyances morales » (Damon, 1984, p.110). Cela dit, même si la morale impose à l'individu des obligations, de la responsabilité sociale et une vie en accord avec les préoccupations morales collectives, elle est d'abord et avant tout influencée par le sens de soi ou le soi moral, et donc par l'identité morale.

¹⁰ Rest et al., cités par Messervey et al., 2010, p.6.

2.1.2 Les perspectives théoriques de l'identité morale

Il existe, dans la tradition conceptuelle, deux perspectives différentes de l'identité morale : soit celle qui est fondée sur la personnalité et celle de nature sociocognitive (Aquino & Reed, 2002 ; Blasi, 1983,1984, 2005 ; Damon & Hart, 1992, Hart, Yates, Fegley & Wilson, 1995 ; Lapsley & Narvaes, 2004). De leur côté, Shao et al (2008) ont exploré une troisième approche dite intégrative, qui se veut en fait une fusion des deux perspectives traditionnelles (Shao, Aquino & Freeman, 2008). Nous examinerons, dans les prochaines sections, les deux perspectives en mettant en évidence les forces et les faiblesses de chacune, avant d'expliquer brièvement l'approche dite intégrative.

2.1.2.1 La perspective fondée sur la personnalité

La perspective fondée sur la personnalité conçoit l'identité morale en s'appuyant sur l'influence de certaines valeurs, telles que l'honnêteté, la justice, la bonté, la volonté, l'intégrité, le désir (Haidt, 2001, 2012 ; Peterson & Seligman, 2004 ; Rokeach, 1973 ; Schwartz, 1992, 2006). Elle résulte des travaux de Blasi (1983, 1984, 1995, 2005) sur le « concept de soi » conçu comme un modèle d'explication de l'identité morale. Ce modèle, aussi inspiré par celui du développement cognitif ou du raisonnement moral de Kohlberg, cherche essentiellement à expliquer le rôle des comportements moraux dans la motivation d'un individu à s'engager dans des actions morales ou à agir selon ses croyances morales. Il comportait au début trois propositions ou composantes (Blasi, 1983). La première renvoie à l'expression d'une action qui se déploie non seulement en fonction d'un jugement moral, mais aussi selon des principes de responsabilité, ce qui exige des individus qu'ils évaluent leur responsabilité dans leur manière d'agir. La deuxième composante a trait au degré de centralité de la morale dans le concept de soi (voir aussi Blasi, 1995). Par exemple, selon Blasi, (1984), un individu ayant une forte identité morale peut manifester des traits ou des valeurs moraux, tels que l'honnêteté, la justice ou la bonté, en les considérant comme des éléments plus centraux de son concept de soi que des individus ayant une faible identité morale. Enfin, la troisième composante fait référence à la quête d'autonomie de l'individu, qui donne une impulsion à sa motivation envers l'action morale. En vertu de ces trois composantes, l'individu dont le concept de soi est centré sur des préoccupations morales voudra agir de manière compatible avec

son soi moral, c'est-à-dire la manière dont il se perçoit comme une personne morale ou ce qu'être moral signifie pour lui (Blasi, 1984).

Tel que mentionné, le modèle de Blasi (1983) est à la base de la perspective fondée sur la personnalité. L'identité morale renvoie ici à l'importance du soi moral, c'est-à-dire à la manière dont la morale est fondamentale à l'identité d'un individu, et à sa quête d'autonomie (Colby & Damon, 1992). Elle traduit aussi la manière dont les croyances ou les perceptions morales deviennent les principaux éléments du concept de soi (Damon & Hart, 1992, Hart, Yates, Fegley & Wilson, 1995).

La conception de l'identité morale proposée par Blasi a eu cours jusqu'à sa plus récente étude portant sur le soi moral (Blasi, 2005), au cours de laquelle il a revu son modèle initial en y ajoutant trois vertus (valeurs) qu'il considère essentielles à l'identité morale d'une personne : la volonté, l'intégrité et le désir moral. La volonté est définie comme la maîtrise de soi guidant le comportement de l'individu en conformité avec les buts moraux et à l'encontre de la dérive. Elle s'inscrit dans la poursuite constante de bonnes actions morales. De son côté, l'intégrité renvoie au souci qu'a l'individu de maintenir intact son concept de soi afin de pouvoir adopter des comportements compatibles avec son identité. La volonté et l'intégrité se rapportent cependant plus à la motivation qui représente les fondements de l'identité morale, qu'à la morale comme telle (Blasi, 2005). Ainsi, ces vertus ou valeurs fondamentales pour l'identité morale d'une personne guident son engagement dans l'action morale. Quant au désir moral, il reflète, selon Blasi (2005), l'intensité avec laquelle l'individu aspire à la moralité et renforce la manifestation des traits moraux tels que l'honnêteté, l'équité, la justice, la compassion et la bonté. Autrement dit, le désir moral détermine le niveau de conviction et la volonté d'agir selon le soi moral.

Ainsi, la conception de l'identité morale fondée sur la personnalité renvoie à la fois à la maîtrise de soi et au souci de l'individu de maintenir son sens de soi intact, de rester congruent (Blasi, 2005). Selon l'auteur, ces deux conditions doivent être satisfaites pour que l'identité morale agisse sur le désir et l'action d'ordre moral. Mais de manière générale, l'accent est ici mis sur le sens de la morale pour soi, c'est-à-dire sur l'importance que l'individu accorde à la morale dans la

manifestation de facteurs tels que les valeurs, les buts moraux et les vertus, qu'il considère centraux pour son identité (et son soi moral) (Blasi, 1995, 2005).

Selon Shao et ses collègues (2008), la perspective fondée sur la personnalité a eu trois apports importants : elle a contribué à notre compréhension de l'identité morale, aidé à comprendre son influence en tant que déterminant fondamental du fonctionnement moral et permis de comprendre la manière dont les traits moraux, la volonté et la motivation guident les comportements moraux. Hardy et Carlo (2005) affirment, quant à eux, que cette perspective permet de comprendre la manière dont l'identité morale se développe chez l'individu. Sa force relève du fait qu'elle met l'accent sur quatre aspects importants : 1. le rôle central du soi dans les actions morales ; 2. la manière dont l'identité morale détermine l'action morale ; 3. le pouvoir explicatif des désirs moraux, plutôt que les capacités morales (ex : le raisonnement moral), par rapport aux comportements moraux ; 4. la façon dont la volonté de maîtrise de soi influe sur le lien entre l'identité morale et l'action morale. Ainsi, la conception de l'identité morale fondée sur cette perspective fait de la moralité d'un individu une composante de sa conception de soi (de son identité individuelle). Elle suggère aussi que la prise en considération des buts moraux et des valeurs dans son identité morale peut guider ses actions (Blasi, 2005). Autrement dit, l'identité morale est ici conçue comme durable et stable dans le temps, ce qui permet de l'aborder plus aisément dans plusieurs contextes (Shao et al., 2008).

Des auteurs affirment cependant que cette conceptualisation de l'identité morale comporte des lacunes. Hardy & Carlo (2005) affirment, à cet égard, qu'en insistant sur le fait que pour être considéré moral, le comportement doit impliquer le désir moral, Blasi réduit l'identité morale à des comportements qui sont uniquement liés à des actions posées de manière volontaire et résultant d'un processus délibéré et conscient. Cela omet, par conséquent, la possibilité que des comportements moraux puissent être automatiques, spontanés et engendrés par une perspective morale plus « heuristique » que par un raisonnement conscient et planifié (Narvaez & Lapsley, 2005 ; Narvaez, 2008).

D'autres auteurs (Aquino, Freeman, Reed, Lim, & Felps, 2008 ; Hart, 2005 ; Markus & Kunda, 1986) affirment que l'approche fondée sur la personnalité soulève des problèmes conceptuels.

Selon Markus et Kunda (1986), celle-ci ne prend pas en considération la nature dynamique et polyvalente des identités personnelles. Par exemple, Aquino et ses collègues (2008) affirment que la conception de l'identité morale proposée par Blasi ne s'applique qu'aux individus pour qui l'identité morale est centrale dans le concept de soi (Aquino, Freeman, Reed, Lim, & Felps, 2008). Par conséquent, elle n'explique ni le moment ni les situations dans lesquelles le développement de l'identité morale peut être considéré comme une composante du concept de soi, et ne contribue pas à faire comprendre comment l'identité morale peut être influencée par d'autres identités (Lapsley & Narvaez, 2004). Hart (2005), qui abonde aussi en ce sens, affirme que la conception de l'identité morale de Blasi a tendance à omettre les antécédents sociaux, simplifiant ainsi les structures complexes du fonctionnement moral. C'est notamment pour remédier à ces limites que certains chercheurs ont opté pour une approche sociocognitive en tant qu'alternative cohérente à la conceptualisation de l'identité morale.

2.1.2.2 La perspective sociocognitive

La perspective sociocognitive de l'identité morale se base sur la théorie de la cognition sociale de Bandura (2001) pour expliquer le rôle de la cognition dans le fonctionnement moral. Selon cette théorie, le fonctionnement moral est fondé sur des schémas cognitifs, tels que la mémoire, l'identité et la manière de traiter l'information sociale, de régir les comportements moraux par des processus cognitifs tacites, implicites, automatiques, voire spontanés. Les schémas cognitifs conditionnent ainsi l'accès à la connaissance et, par ricochet, le comportement moral¹¹. Des auteurs (Aquino et Reed, 2002, Narvaez, Lapsley, Hagele, & Lasky, 2006) se sont inspirés de cette conception pour expliquer l'identité morale d'une personne comme une forme de définition de soi (autodéfinition), déterminée par sa capacité à accéder à la structure de la connaissance et qui lui permet de traiter l'information sociale et d'activer son identité morale. Ainsi, selon Aquino et ses collègues (2008), lorsque l'identité morale est facilement activée, elle régule fortement le comportement ou l'action morale. À l'inverse, lorsque l'activation de l'identité morale est restreinte ou contrainte, celle-ci agit modérément comme régulateur du comportement ou de l'action morale/éthique (Aquino et al, 2008). L'action morale est ainsi déterminée par des schémas cognitifs structurant et interprétant les perceptions du comportement moral par rapport aux interactions sociales.

¹¹ Voir aussi: Festinger, 1957; Higgins, 1996.

Selon la perspective sociocognitive, l'identité morale est un autorégulateur du soi moral. Elle serait en fait comme une représentation cognitive organisée qui est constituée de valeurs morales, de buts et de traits moraux, donc de schémas moraux perceptifs permettant à l'individu de donner un sens à ses actions (Aquino & Reed, 2002). Autrement dit, l'identité morale serait une image mentale guidée par des interactions et des expériences morales ; lorsqu'elle est activée, elle permet à un individu d'avoir une idée de ce que signifie pour lui être une personne morale. De ce fait, l'identité morale exerce un rôle important dans le traitement de l'information sociale, guidant et régissant les interactions de l'individu avec les autres (Aquino & Reed, 2002 ; Lapsley & Narvaez, 2004). Aquino et Reed (2002) précisent cependant que ces schémas peuvent, dans certains contextes, devenir permanents et être reproduits de manière habituelle et spontanée, notamment lorsqu'ils sont basés sur les mêmes expériences ou interactions. Par exemple, une personne généreuse qui éprouve du plaisir à donner de son temps pour faire du bien ou pour aider ceux qui sont dans le besoin, peut en arriver à croire que non seulement c'est la meilleure chose à faire, mais aussi qu'il aime aider les autres. Pour cette personne, le fait d'aider devient alors une habitude, et au fil du temps, la répétition de ces actes peut devenir une routine qui fait partie de son répertoire comportemental (Diprose, 2002 ; Reed, Aquino & Levy 2007).

Ainsi, à la différence de la perspective traitée précédemment, qui met l'accent sur des aspects de l'identité morale tels que la personnalité, le concept de soi ou la conviction et la volonté d'agir selon son soi moral, la perspective sociocognitive élargit la conception de l'identité morale à la manière dont des facteurs situationnels peuvent influencer le traitement de l'information sociale et, du coup, le concept de soi moral (Bargh, Bond, Lombardi, & Tota, 1986). Nonobstant cet apport, la distinction majeure provient toutefois du fait que, d'après l'approche sociocognitive, le développement de l'identité morale se fait à travers des structures cognitives qui émergent d'interactions sociales ou se développent à travers des comportements ou valeurs empruntés à la société (Lapsley & Narvaez, 2004). Les travaux adoptant cette approche traitent aussi des mécanismes d'accessibilité aux structures cognitives qui permettent de comprendre la manière dont l'identité morale agit sur les comportements caractérisant le fonctionnement moral automatique, spontané et non-délibéré (Lapsley & Narvaez, 2004). Cette approche aide aussi à comprendre comment les facteurs spécifiques à l'individu et ceux d'ordre situationnel interagissent dans le fonctionnement moral. Cela permet également, selon Aquino et ses collègues (2008),

d'expliquer à la fois la variabilité du comportement moral selon les situations et les facteurs personnels spécifiques à l'individu et la manière dont il perçoit l'identité comme faisant partie du sens de soi. Cette approche privilégiée par Aquino et Reed (2002) guide, comme nous le verrons plus tard, la manière dont l'identité morale est abordée dans cette thèse.

Shao et ses collègues (2008) affirment que la principale faiblesse de la perspective sociocognitive provient du fait qu'elle n'insiste pas sur la nature unique du soi moral, comme le fait celle fondée sur la personnalité. Selon ces auteurs, l'approche sociocognitive accorde la priorité à l'identité morale au détriment d'autres types d'identités pouvant influencer sur le comportement éthique, l'action morale étant déterminée par des schémas cognitifs structurant les perceptions de celle-ci. De plus, l'approche sociocognitive peut plus difficilement expliquer certains comportements moraux individuels, tels que l'exemplarité morale exprimée par l'engagement envers des causes morales (ex : Martin Luther King, Mahatma Gandhi et Nelson Mandela), ou envers l'action morale, parce que cet engagement est déterminé par une motivation morale qui n'est pas influencée par des facteurs situationnels. Cet engagement est donc plus facile à expliquer par la perspective fondée sur la personnalité, mais cela n'est pas l'objectif de cette thèse.

Shao et ses collègues (2008) affirment par ailleurs que malgré leurs différences et leurs limites, les perspectives basées sur la socio-cognition et la personnalité partagent deux aspects en commun dans leurs conceptualisations de l'identité morale : 1. l'identité morale d'un individu peut avoir différents niveaux d'importance dans son autodéfinition (Blasi, 1983, Damon, 1984) ; 2. le désir de cohérence exprimé par l'individu, ou son souci de maintenir son sens de soi intact (au niveau moral), renforce sa motivation à agir selon son soi moral (Blasi, 2004b). Autrement dit, c'est l'importance de l'identité individuelle, ou la relation entre le sens de soi et la représentation mentale de la morale, c'est-à-dire la relation entre la façon dont la personne se définit et sa perception de la morale, associée à son désir d'auto-cohérence, qui lie l'identité morale à l'action morale. Ce sont ces constats qui motivent, en partie du moins, la démarche de Shao et de ses collaborateurs en vue d'explorer une autre approche, nommée intégrative, qui sera le sujet de la prochaine section.

2.1.2.3 La perspective intégrative

La perspective intégrative cherche à trouver des points de jonction entre la perspective sociocognitive et celle fondée sur la personnalité, en mettant l'accent sur ce qu'elles ont en commun. Cet effort va dans le sens de la littérature scientifique qui suggère l'existence d'une certaine convergence entre ces deux perspectives (Shao et al., 2008).

Cette perspective cherche à intégrer la conception sociocognitive de l'identité morale à la conceptualisation des désirs primordiaux, ou traits moraux, proposée par Blasi (2005). Selon cet auteur, le soi moral est déterminé par la volonté, c'est-à-dire par une réflexion consciente et délibérée sur les désirs primordiaux ou traits moraux comme la compassion, la justice, la vertu, l'honnêteté et l'équité. D'un point de vue sociocognitif, ces désirs moraux ne sont pas hiérarchisés ; ils font tous partie du concept de soi. Mais selon Shao et ses collègues (2008), les désirs associés aux aspects de l'identité de l'individu qui sont facilement accessibles à la connaissance peuvent agir comme régulateurs du comportement moral sans nécessiter une volonté ou une réflexion consciente et délibérée. Puisque les désirs moraux sont appréhendés de façon différente par la perspective sociocognitive et par celle fondée sur la personnalité, il est important de prendre en considération ces deux façons de voir dans la conceptualisation de l'identité morale.

L'approche intégrative recherche aussi des complémentarités entre les deux autres perspectives. Tel qu'il a été montré précédemment, celle fondée sur la personnalité conçoit l'identité morale comme une entité délibérément et intentionnellement façonnée à partir du soi moral (ou morale personnelle), des croyances et des buts moraux (Blasi, 1983-2005). Pour cette raison, elle serait la plus apte à expliquer les comportements moraux subséquents ou la « moralité prospective » (orientée vers l'avenir), pour reprendre les termes de Shao et de ses collègues (2008). Quant à la perspective sociocognitive, elle propose que l'identité morale s'exprime à travers des comportements moraux pouvant s'avérer automatiques, spontanés et non-délibérés (Lapsley & Narvaez, 2004) permettant de comprendre les actions qui se produisent quotidiennement dans des situations et des conditions aléatoires ou changeantes.

Les deux perspectives peuvent être considérées comme complémentaires également pour les raisons suivantes. Premièrement, étant donné que la personnalité reflète les valeurs sociales dont elle peut difficilement être dissociée, chaque perspective a une utilité explicative. Deuxièmement, l'identité morale est conçue, dans les deux cas, comme un prédicteur de l'action morale qui peut être vu comme complémentaire au modèle du développement cognitif ou du raisonnement moral (Aquino & Reed, 2002, p. 1425). Shao et ses collègues (2008) affirment cependant que cette perspective a fait l'objet de peu d'études et demeure encore sujette à une exploration visant à déterminer ses forces et faiblesses. Elle ne serait donc pas à privilégier dans le cadre cette étude.

2.1.3 Les instruments de mesure de l'identité morale

La plupart des instruments servant à évaluer les comportements et autres composantes de la moralité d'un individu se basent sur la mesure de valeurs. Bien que cette approche ne permette pas de cerner spécifiquement ou directement l'identité morale, elle mérite d'être mentionnée, par ce qu'elle a donné naissance à des instruments mesurant des caractéristiques de la moralité telles que la sagesse, le courage, l'humanité et la justice, qui sont aussi prises en compte dans le construit de l'identité morale (Campbell et al., 2015). Ces instruments pourraient donc constituer une alternative pour mesurer l'identité morale. Cependant, Shao et ses collègues (2008) ont recensé, dans la littérature, trois approches différentes pour mesurer l'identité morale : l'approche discrète, aussi appelée latente, l'approche relative et l'approche directe. Nous décrivons les trois dans les sections suivantes, en mettant en évidence leurs forces et faiblesses respectives.

2.1.3.1 La mesure de la personnalité par les valeurs

La mesure de la personnalité par les valeurs a inspiré l'élaboration d'instruments exploratoires qui sont constamment revus et réévalués. Ces instruments visent à mesurer, par auto-évaluation, le rôle des valeurs par rapport au développement moral ou à l'orientation des actions en cette matière. Campbell et ces collègues (2015) ont identifié plusieurs instruments de mesure inspirés par cette approche, dont les quatre principaux : le questionnaire d'enquête sur les valeurs de Schwartz (1992) (*SVS = Schwartz Value Survey*), le questionnaire sur les valeurs en action (*VIA = Values in Action*) de Peterson et Seligman (2004), le questionnaire sur les fondements moraux (*MFQ = Moral Foundations Questionnaire*) de Graham et de ses collègues (2011) et, l'un des plus récents,

le questionnaire sur le portrait des valeurs (*PVQ = Portrait Values Questionnaire*) de Schwartz (2012).

Le SVS est utilisé pour mesurer les différences individuelles en ce qui traits aux caractéristiques de la personnalité morale (Schwartz, 1992). Il permet d'identifier et de comprendre les différences individuelles par rapport aux valeurs (Campbell, Jayawickreme & Hanson 2015). Autrement dit, cet instrument est utilisé dans le but d'évaluer la manière dont chaque individu réagit par rapport aux valeurs morales. Les questionnaires VIA (Peterson & Seligman, 2004) et le MFQ (Graham, Nosek, Haidt, Iyer, Koleva, & Ditto, 2011) ont pratiquement le même objectif. Ils sont administrés pour comprendre comment les habitudes et les comportements moraux des individus varient selon leur personnalité (Fleeson, Furr, Jayawickreme, Meindl, Helzer, 2014). Le VIA évalue six vertus centrales, qui sont aussi utilisées, dans certaines études, pour mesurer l'identité morale. Ce sont la sagesse/connaissance, le courage, l'humanité, la justice, la tempérance et la transcendance. Ces vertus sont ici considérées comme des caractéristiques propres à une forte personnalité (Campbell, Jayawickreme, & Hanson, 2015).

Le MFQ de Graham et de ses collègues (2011) est basé sur la théorie des fondements moraux (*Moral Foundations Theory = MFT*) de Haidt et de ses collègues (2004), qui explore la relation entre les intuitions morales et les vertus ou valeurs morales (Haidt, 2001; Haidt & Joseph, 2004). A l'aide de cette théorie, les auteurs expliquent que malgré le rôle des intuitions, la personnalité morale se construit par l'évolution des mentalités qui prépare l'individu à apprendre certains principes moraux (Haidt & Joseph, 2004). Basé sur cette thèse, le MFQ cherche à mesurer deux aspects de la morale, soit la pertinence des actions morales et la qualité des jugements moraux, à travers cinq fondements de la morale ; le mal, l'équité, les relations intergroupes, l'autorité et la pureté (Graham et al., 2011). La pertinence des actions morales est mesurée par l'importance relative de chacun des cinq fondements pour l'individu, alors que l'évaluation du jugement moral se fonde sur l'importance des comportements ou des actions par rapport à ces mêmes fondements.

Le PVQ est un autre instrument de mesure de la personnalité morale basé sur les valeurs que Schwartz (2012) a développé comme alternative au SVS, ayant pour cibles les buts, les aspirations ou les souhaits influençant l'importance relative des valeurs morales pour un individu (Campbell et

al., 2015), cet instrument est considéré comme le plus utile pour mesurer les valeurs de base chez les enfants et les individus ayant une éducation limitée (Schwartz, 2012).

2.1.3.2 L'approche discrète - Observation

L'approche discrète, aussi appelée approche latente, utilisée pour la mesure de l'identité morale, est étroitement liée à la perspective fondée sur la personnalité (Shao, Aquino & Freeman, 2008). Elle n'est rattachée à aucun instrument de mesure de l'identité morale, étant plutôt basée sur l'observation des comportements moraux par un tiers. Cette approche consiste à mesurer l'identité morale en observant des indicateurs de comportements pro-sociaux ou volontaires, dont la spécificité varie en fonction des objectifs et de la nature du sujet à l'étude. Elle permet au chercheur de déterminer, par exemple, la manière dont les individus s'engagent dans des actions morales, telles que le fait de s'impliquer volontairement dans la communauté ou celui d'être un exemple moral pour d'autres individus, ce qui est considéré comme un indicateur d'une forte identité morale (Atkins, Hart & Donnelly, 2004 ; Nasir & Kirshner, 2003 ; Reimer, 2003)

Selon Shao et ses collègues (2008), le recours à l'observation permet d'éviter les biais sociaux accompagnant une auto-évaluation. Cette approche permet également de distinguer les individus dont l'identité morale est très importante pour leur définition de soi (basée sur l'auto-évaluation) de ceux pour qui l'identité morale est une composante centrale de leur sens de soi (basée sur l'observation). Par exemple, si l'on prend l'implication volontaire dans la communauté comme un indicateur de l'identité morale, il est possible d'observer les individus qui participent dans la communauté de façon constante et active ; ceux-ci sont considérés comme ceux dont l'identité morale joue un rôle central dans leur sens de soi. Cette approche ne permet pas, par conséquent, d'examiner des questions de moralité qui ne sont pas directement observables (Shao et al., 2008). Autrement dit, elle ne permet pas d'identifier les individus dont l'identité morale est très importante pour leur autodéfinition, c'est-à-dire ceux dont le soi moral ou leur manière de se définir comme une personne morale est directement liée à leur identité. De plus, l'observation peut s'avérer une démarche insuffisante pour comprendre comment la fonction autorégulatrice de l'identité morale peut varier selon des facteurs situationnels.

2.1.3.3 L'approche relative

L'approche relative à la mesure de l'identité morale est étroitement liée à la perspective sociocognitive (Shao et al., 2008). Elle consiste en une auto-évaluation comparant l'identité morale d'un individu à d'autres aspects de son identité. Les questionnaires qu'elle inspire demandent aux participants d'indiquer l'importance qu'ils accordent aux valeurs morales par rapport à d'autres valeurs qui ne sont pas forcément morales. Les valeurs morales qui sont prises en compte proviennent d'échelles de mesure ou questionnaires existants alors que les valeurs non-morales peuvent renvoyer à des facteurs relatifs au travail (Hart & Fegley, 1995 ; Reimer & Wade -Stein, 2004). Il n'y a pas de questionnaire préétabli ; le chercheur peut lui-même construire et valider son propre questionnaire, ou utiliser des outils de mesure existants. Les participants sont invités à compléter un questionnaire mesurant l'importance qu'a pour eux chacun des traits moraux retenus, par exemple sur une échelle de type Likert, afin de déterminer si leur identité morale permet de prédire d'autres comportements

Dans son étude portant sur l'influence de l'identité, du raisonnement moral et de l'empathie sur le comportement pro-social, Hardy (2006) a mesuré l'identité morale en se servant de l'adhésion à 16 vertus comme indice de cette dernière. Les participants furent invités à évaluer l'importance de chacune des 16 vertus sur une échelle de type Likert à quatre catégories de réponse : huit de ses vertus étaient de nature qualificative, sans lien avec la morale. L'identité morale a été calculée à partir de la différence des scores entre les réponses aux deux types de valeurs morales et non-morales.

L'instrument de mesure le plus récent, appelé *Questionnaire d'identité morale* (QIM), a été développé par Black et Reynolds (2016) et s'inscrit dans cette approche relative. Il évalue l'importance que les individus accordent à leurs principes moraux et la manière dont ils agissent en fonction de ces derniers, indépendamment de leurs opinions politiques ou de leurs croyances religieuses. L'objectif poursuivi est de déterminer comment l'identité morale permet d'évaluer l'intégrité morale et l'importance de la moralité pour le soi moral. La dimension *intégrité morale* renvoie au désir d'un individu d'établir une cohérence entre ses intentions et ses actions. La dimension *morale de soi* renvoie, quant à elle, à la façon dont les individus s'identifient aux valeurs morales et agissent en conséquence.

Pour élaborer leur instrument de mesure, les auteurs ont combiné plusieurs échelles et facteurs développés par d'autres auteurs, dont l'échelle d'identité morale d'Aquino et Reed (2002) qui mesure l'identité morale à travers des traits relatifs au fait d'être une personne morale. Les échelles utilisées sont les suivants : 1) l'échelle d'attribution des responsabilités (ARS) de Schwartz et Howard (1984), qui mesure la tendance à nier ses responsabilités pour des actes qui pourraient nuire aux autres ; 2) l'échelle d'intégrité (IS) de Schlenker (2008), conçue pour mesurer l'engagement des individus envers les principes moraux ; 3) l'échelle de la personnalité machiavélique (EPM), développée par Dahling et ses collègues (2009), qui renvoie à la tendance à se méfier des autres, à rechercher le pouvoir et à manipuler autrui, ce qui inclut les moyens (immoraux ou amoraux) utilisés pour y arriver (Dahling, Whitaker, & Levy, 2009); 4) l'indice de réactivité interpersonnelle (IRI) de Davis (1980), qui mesure l'empathie ; 5) l'échelle générale d'auto-efficacité (EGAE) de Schwarzer et Jérusalem (1995) qui mesure la capacité perçue des individus à faire face aux défis de la vie et au stress en général. Les propriétés psychométriques révélées par les analyses de validation du QIM ont été jugées, d'un point de vue statistique, fiables pour mesurer l'identité morale et pour évaluer l'intégrité morale et la morale de soi.

Shao et ses collègues (2008) affirment que cette approche comporte un avantage et un inconvénient. L'avantage résulte du fait que la mesure de l'identité morale est combinée à d'autres valeurs ou aspects de l'identité qui ne relèvent pas nécessairement de la morale. En procédant ainsi, cette approche cherche en fait à comprendre l'influence des facteurs situationnels sur l'importance de l'identité morale par rapport à d'autres identités dans l'auto-conception de soi. Elle permet ainsi, selon ces auteurs, de contrôler des biais sociaux (désirabilité sociale) grâce au croisement entre les deux types de valeurs (morales et non-morales) qui peut les atténuer (Shao et al., 2008). Ces auteurs affirment cependant que cela dépend de la manière dont les participants répondent au questionnaire : si leur auto-évaluation (leur perception) des valeurs ou des traits moraux qui leur sont présentés reflète à même proportion l'évaluation qu'ils font des traits non-moraux, cette mesure de l'identité morale devrait éliminer les biais sociaux ou ceux relatifs à l'intérêt personnel.

L'inconvénient de cette approche est que la combinaison des valeurs morales avec celles non-morales ou avec d'autres aspects de l'identité peut poser des problèmes méthodologiques,

notamment en ce qui a trait à la capacité prédictive de cette approche. Shao et ses collègues (2008) ont expliqué ce problème à travers un scénario impliquant deux individus, A et B, qui ont complété un même questionnaire de mesure relative de l'identité morale portant sur le soi moral (les vertus morales) par rapport à l'identité axée sur le travail (vertus non-morales). Ils affirment à cet égard que si l'analyse des données recueillies indique que l'individu A a une forte identité morale et une faible identité relative au travail, et que l'individu B a une forte identité morale ainsi qu'une forte identité relative au travail, cela signifie que l'identité morale a plus d'importance pour A que pour B. En conséquence, l'identité morale devrait jouer un rôle autorégulateur plus important chez l'individu A que chez l'individu B (Shao et al., 2008, p. 522). Or, selon ces auteurs, si les deux individus étaient évalués uniquement en fonction des vertus ou valeurs morales, sans considérer l'identité relative au travail, le rôle autorégulateur de leurs identités morales serait équivalent pour A et pour B. De la même manière, si les deux individus étaient placés devant une situation ou une action morale perçue comme problématique ou menaçante pour leur identité et que cette situation était perçue comme relativement plus importante pour A que pour B, alors l'individu A pourrait être plus susceptible de réagir négativement que l'individu B.

2.1.3.4 L'approche directe

L'approche directe, qui est aujourd'hui la plus utilisée pour mesure l'identité morale, est aussi associée à la perspective sociocognitive. Elle consiste en une auto-évaluation du soi moral par laquelle les répondants sont invités à indiquer dans quelle mesure les traits moraux identifiés comme des dimensions de l'identité morale sont importants pour eux. Ajoutons que l'identité morale est ici conçue comme un prédicteur *apriori* du comportement moral (Aquino & Reed, 2002, Pratt et al., 2003 ; Reed & Aquino, 2003). Le questionnaire utilisé dans le cadre de cette approche mesure des traits moraux que les participants eux-mêmes considèrent comme importants ou aptes à bien décrire une personne morale.

L'instrument de mesure de l'identité morale adoptant l'approche directe, qui est jusqu'ici la plus rigoureusement validée et la plus utilisée dans la recherche scientifique, est celui d'Aquino et Reed (2002). L'identité morale est ici évaluée à partir d'un ensemble de neuf traits moraux : bienveillant, compatissant, juste, amical, généreux, serviable, travaillant, honnête et gentil. Ces traits sont regroupés dans deux dimensions que les auteurs ont appelées internalisation et symbolisation.

L'internalisation mesure le degré selon lequel les traits moraux identifiés par l'individu sont centraux pour son concept de soi. Elle renvoie ainsi à la manière dont un individu se définit comme une personne morale en indiquant l'importance qu'il accorde à certains traits moraux dans son concept ou définition de soi. De son côté, la symbolisation rend compte de la manière dont l'individu exprime publiquement son identité à travers son comportement, ses actions concrètes. Autrement dit, l'internalisation mesure l'importance de la moralité pour soi, alors que la symbolisation permet d'évaluer dans quelle mesure le fait d'avoir ces traits se reflète dans les actions (Aquino & Reed, 2002). Il est démontré empiriquement que la dimension de l'internalisation est non seulement celle qui mesure le mieux les traits et l'importance de la moralité pour soi, c'est-à-dire l'identité morale, mais aussi celle qui est la plus fortement liée aux comportements éthiques (Aquino & Reed, 2002 ; Chisholm, 1998; Cohen et al., 2014; Fehr & Schmidt, 1999; Diprose, 2002; Gersbach & Haller, 2009; Gilbert & Procter 2006; Johnson, Rowatt, & Petrini, 2011; Kokaz, 2005; Reed, Aquino & Levy 2007; Rogers, 2014). Autrement dit, par rapport à la symbolisation, l'internalisation est implicitement plus adéquate pour mesurer ou évaluer la force/niveau/puissance de la relation entre les traits moraux et l'auto-conception, c'est-à-dire l'identité morale (Aquino & Reed, 2002; Aquino & Freeman, 2009; Aquino, Freeman, Reed, Lim & Felps, 2009; Aquino, McFerran & Laven, 2011; Aquino & Reed, 2002; Detert, Treviño & Sweitzer, 2008; Jennings, Mitchell & Hannah, 2015; Morton, Worthley, Testerman & Mahoney, 2006; Reed & Aquino, 2003; Reed, Aquino & Levy, 2007; Reynolds, 2006;2028; Reynolds & Ceranic, 2007; Shao, Aquino & Freeman, 2008; Sparks & Hunt, 1998; Winterich, Aquino, Mittal & Swartz, 2013).

Selon Aquino & Reed (2002), même si l'identité morale peut varier d'un individu à l'autre, les neuf traits ou facteurs moraux retenus sont suffisamment communs et fondamentaux pour permettre de comprendre le soi moral de la plupart des individus. Il est aussi démontré empiriquement (Aquino et al., 2008 ; Aquino & Reed, 2002 ; Aquino, Reed, Thau, & Freeman, 2007 ; Caldwell & Moberg, 2007 ; Olsen, Eid, & Johnsen, 2006, Reed & Aquino, 2003 ; Reynolds & Ceranic, 2007 ; Sage, Kavussanu, & Duda, 2006) que les traits et les dimensions mesurés constituent des indices métriques valables de l'identité morale.

Shao et ses collègues (2008) affirment que la principale force de cette approche est d'évaluer l'identité morale à partir uniquement de ses composantes, ce qui permet d'obtenir un indicateur fiable de l'importance du soi moral et de la manière dont se manifeste l'identité morale. Selon ces auteurs, cette approche permet non seulement de prédire l'identité morale, mais aussi l'influence des facteurs situationnels sur son rôle régulateur, mieux que les approches discrètes et relatives. De plus, même si elle prête flanc à la désirabilité sociale, plusieurs études montrent que les biais observés ne constituent pas un problème majeur comparativement aux problèmes que posent les approches discrètes et relatives, car il est possible de statistiquement les contrôler (Aquino & Reed, 2002 ; Caldwell & Moberg, 2007; Olsen et al., 2006; Reed & Aquino, 2003; Reynolds & Ceranic, 2007; Sage et al., 2006).

2.1.4 Les traits et dimensions de l'identité morale

Aquino et Reed (2002) précisent que les traits composant l'identité morale peuvent être importants pour des individus et ne pas l'être pour d'autres. Par exemple, l'équité peut être une qualité morale fondamentale pour un individu, alors que pour un autre, la compassion peut être au centre de son identité morale. Ils affirment également qu'être une personne morale peut, en soi, varier d'un individu à l'autre, nonobstant la perception de ce qui est moralement important. Toutefois, l'identité morale est constituée, malgré ces variations, de traits et de dimensions qui permettent de la mesurer avec des échelles fiables, selon Aquino et Reed (2002).

L'instrument de mesure de l'identité morale élaboré et validé par Aquino & Reed (2002) relève de l'approche directe. Il mesure des traits moraux, regroupés en deux dimensions (internalisation et symbolisation). Ces traits et ces dimensions ont été identifiés à l'aide d'une étude effectuée auprès de 116 étudiants et 112 étudiantes de premier cycle à l'Université du Delaware, qui avaient diverses origines ethniques et dont l'âge moyen était de 20,4 ans. L'étude consistait à leur demander d'identifier les traits personnels qui caractérisent une personne morale. Un total de 376 traits moraux ont été nommés, mais une synthèse résultant de la combinaison de synonymes a permis aux auteurs de réduire cette liste à 19 traits distincts: bienveillant, compatissant, consciencieux, attentionné, fiable, être éthique, juste, indulgent, amical, généreux, charitable, travaillant, serviable, honnête, gentil, loyal, religieux, digne de confiance et compréhensible. Une

analyse subséquente plus poussée, basée sur la fréquence des mentions par les répondants, soit au moins 30% des fois, a amené Aquino et Reed à retenir une liste de neuf traits à titre de dimensions constitutives de l'identité morale: bienveillant, compatissant, juste, amicale, généreux, serviable, travaillant, honnête et gentil (voir aussi Mayer, Aquino, Greenbaum & Kuenzi, 2012).

Ces neuf traits se définissent ainsi. Une personne bienveillante en est une qui se soucie du bien-être et de l'intérêt des autres (Reed, Aquino, & Levy, 2007; Reimer, 2003). Être amical renvoie à un comportement affectueux envers autrui (Chisholm, 1998; Gersbach & Haller, 2009). Une personne serviable est altruiste; autrement dit, elle pense aux autres (Cohen et al., 2014; Trivers, 1971). La compassion, réfère au fait de prendre soin des autres et de vouloir leur bien-être (Gilbert, 2005). Une personne généreuse partage, en donnant de son temps pour faire du bien ou aider ceux qui sont dans le besoin (Diprose, 2002; Reed, Aquino & Levy, 2007). L'honnêteté (honnête) renvoie à l'intégrité ou à l'authenticité qu'une personne manifeste à travers ses actions (Cohen et al., 2014; Johnson, Rowatt, & Petrini, 2011). Être juste inspire une aversion à l'inégalité et une expression d'équité (Fehr & Schmidt, 1999; Kokaz, 2005). Elçi et ses collègues (2011) décrivent le travaillant comme un individu investissant beaucoup d'énergie dans une quête de rendement et de productivité. Enfin, la gentillesse fait référence à la civilité, à la courtoisie, à l'hospitalité ou à la capacité d'un individu d'être chaleureux (Gilbert & Procter, 2006; Rogers, 2014).

2.1.5 L'identité morale et ses antécédents

La littérature scientifique semble, de manière générale, adopter le concept ou construit de l'identité morale telle que défini par Aquino et Reed (2002) pour qui il renvoie à la manière dont un individu se définit comme une personne morale. Ce concept sert à autoréguler l'action morale autour de dimensions et traits moraux (Aquino & Reed, 2002). Toutefois, il ne suffit pas de définir le concept d'identité morale ; il importe de comprendre ses origines et ses conséquences ; c'est ce que nous ferons dans les paragraphes suivants.

La plupart de études sur les facteurs influençant le développement de l'identité morale (Goodman, 2000 ; Hart, Atkins & Ford, 1999, Hart, Field, Garfinkle, & Singer, 1997; Hart, Keller, Edelstein, & Hofmann, 1998; McCadden, 1997) ont cherché à cerner l'influence de l'éducation morale et des

caractéristiques de la personnalité. Concernant l'éducation morale, ces études ont montré qu'elle peut activer les structures de connaissances associées à l'identité morale. Boisvert et ses collègues (2003) affirment à cet égard que l'éducation morale s'appuie sur des dispositifs (ex : les chartes des droits et liberté, des textes sacrés/religieux, des codes de conduite, la constitution) qui favorisent la connaissance de la morale et une adhésion à cette dernière. La transmission et l'intériorisation de ces dispositifs permettent également d'activer les structures de connaissances associées à l'identité morale chez l'individu (Goodman, 2000). Il est également démontré que la personnalité exerce le même type d'influence sur l'identité morale (Hart et al., 1997, 1998, 1999). Shao et ses collègues (2008) affirment cependant que ces dispositifs ont une pertinence limitée, en particulier dans le contexte organisationnel. Selon ces auteurs, au-delà de l'éducation morale ou des caractéristiques de la personnalité, les facteurs les plus associés au développement de l'identité morale sont de trois ordres : les interactions sociales, la participation aux actions morales et le contexte communautaire ou institutionnel et organisationnel.

D'une part, en partant de la thèse selon laquelle la moralité est inhérente au fait social, des auteurs (Moshman, 2004 ; Tappan, 1999) ont montré que les interactions entre les individus jouent un rôle primordial dans le développement de l'identité morale. Par exemple, Tappan (1999), qui a étudié l'influence de la communication linguistique sur les interactions sociales, affirme que l'identité morale des individus se développe grâce aux interactions (dialogues, discussions) linguistiques. Moshman (2004), qui abonde dans le même sens, soutient par ailleurs que les interactions sociales contribuent au développement de l'identité morale en ce sens qu'elles facilitent la réflexion et la découverte de soi.

D'autres études (Davidson & Youniss, 1991 ; Keller & Edelstein 1993 ; Keller, Fang, Fang, Edelstein, Cecora, & Eckert, 2004), qui portent spécifiquement sur l'importance des interactions avec les pairs, établissent de manière empirique une relation étroite entre les interactions sociales et le développement de l'identité morale. Par exemple, Keller et Edelstein (1993) trouvent que les relations entre pairs favorisent le développement de la conscience envers les obligations et renforcent le sens des responsabilités morales chez les jeunes, entre autres chez les enfants et les adolescents, ce qui, selon eux, conduit au développement de leur identité morale. Keller et ses collègues (2004) renforcent cette thèse en affirmant que les relations interpersonnelles avec des

pairs ou des proches (amis, confidents, etc.) permet aux individus de s'auto-définir par rapport à la moralité, et donc de développer leur identité morale. Davidson et Youniss (1991) constatent que les interactions sociales avec des pairs influents sur l'identité morale en invitant à mettre l'accent sur certaines valeurs morales, telles que l'égalité et la coopération, qui sont essentielles à l'établissement des jugements moraux et de la personnalité morale. Ainsi, les interactions sociales entre pairs constituent, pour les raisons suivantes, une source majeure de l'identité morale : les expériences individuelles et des liens affectifs qu'elles produisent ; le développement des obligations et le renforcement du sens des responsabilités qu'elles favorisent.

Plusieurs autres études ayant examiné l'influence des relations interpersonnelles avec des pairs, des parents, des personnes de référence ou des modèles ont également montré que les interactions sociales exercent un rôle prépondérant dans le développement de l'identité morale (Colby & Damon, 1992, 1995; Grolnick, Deci, & Ryan, 1997; Grotevant, 1998; Hart et al., 1999; Oliner & Oliner, 1988; Pratt, Hunsberger, Pancer, & Alisat, 2003; Reimer & Wade-Stein, 2004, Walker & Hennig, 1997; Walker, Hennig & Krettenauer, 2000; Walker & Taylor, 1991). Par exemple, la recherche de Reimer et Wade-Stein (2004), qui porte sur le rôle des relations avec les pairs et les parents dans le développement de l'identité morale chez des adolescents, indique que ces personnes peuvent être considérés non seulement comme des modèles, mais aussi comme des artisans de l'identité morale des adolescents. Cette recherche montre donc que les influences sociales, en particulier les interactions sociales avec les parents et les pairs pendant l'adolescence, exercent un rôle essentiel dans le développement de l'identité morale.

D'autre part, en s'appuyant sur la thèse selon laquelle les individus se perçoivent eux-mêmes en fonction de leurs comportements (voir la théorie de la perception de soi élaborée par Bem, 1967), plusieurs chercheurs (Atkins et al., 2004 ; Colby & Damon, 1992; Hart et al., 1998) ont montré que la participation des individus aux actions morales est reliée à leur identité morale. Hart et ses collègues (1998) analysent cette relation en se servant, comme indice, de la participation des individus dans des services communautaires, alors que Colby et Damon (1992) portent leur attention sur l'exemplarité morale. Selon Hart et ses collègues (1998), le fait d'être impliqué dans la communauté constitue une façon de participer aux actions morales et d'ainsi contribuer au développement de l'identité morale. Autrement dit, en s'engageant dans la communauté, un

individu entrerait naturellement dans une dynamique d'interactions sociales contribuant à activer les structures de connaissances associées à l'identité morale. Colby et Damon (1992) affirment par ailleurs que les individus considérés comme des personnes morales ou des modèles au sein de leur communauté sont plus enclins à participer aux actions morales. Selon ces auteurs, leur dévouement exprimé à travers des actions morales finit par harmoniser leur sens de soi avec leur sens moral, ce qui contribuerait à renforcer leur perception de la moralité. Il existerait, de ce fait, une relation entre les actions morales et le développement ou le renforcement de l'identité morale des individus.

Toutefois, le rôle des actions morales en matière de développement de l'identité morale mérite des clarifications. Plusieurs études portant sur cette relation (Aquino & Reed, 2002 ; Hardy, 2006) montrent plutôt que c'est l'identité morale qui prédit les actions morales, comme c'est le cas aussi pour la motivation et l'émotion morale (Aquino, Reed, Thau, & Freeman, 2007 ; Aquino et al., 2009 ; Blasi, 2004 ; Colby & Damon, 1993 ; Damon & Hart, 1992 ; Hardy & Carlo, 2005). Autrement dit, l'identité morale détermine la motivation des individus envers les actions morales, mais aussi leurs émotions morales. Les actions morales seraient ainsi la conséquence de l'identité morale.

Plusieurs études ont montré que le contexte communautaire/institutionnel exerce aussi une influence déterminante sur le développement de l'identité morale. Pratt et ses collègues (2003) ont exploré ce rôle en examinant la relation entre l'implication dans la communauté et le soi moral chez des élèves du secondaire. Les résultats de leur étude montrent que l'engagement que les individus expriment en participant à des actions au service de leur communauté prédit leur identité morale. Cela signifie aussi que le contexte communautaire est associé au développement de l'identité morale.

Damon et Gregory (1997) ont, quant à eux, exploré le développement de l'identité morale à l'adolescence, en comparant l'influence de la communauté à celui de l'école en matière d'éducation morale. Leur étude montre que l'éducation morale dispensée par la communauté contribue de manière plus efficace au développement de l'identité morale chez les jeunes (adolescents), que celle dispensée à l'école. Selon ces auteurs, cela est dû au fait que la communauté offre aux jeunes plus de possibilités de s'impliquer dans des activités communautaires

et d'acquérir de l'expérience à travers leurs interactions avec les autres membres de la communauté, ce qui contribuerait au développement à la fois de leur identité morale et de leur engagement moral, autrement dit de leur motivation à s'engager dans des actions morales (Damon & Gregory, 1997). Il faut toutefois préciser que c'est l'influence de la communauté sur l'éducation morale, et non l'inverse, qui contribue au développement de l'identité morale.

Une autre étude (Nasir & Kirshner, 2003) effectuée à partir d'un échantillon d'élèves fréquentant une école musulmane a exploré le rôle prépondérant du contexte institutionnel dans le développement de l'identité morale. Les résultats de cette étude ont montré que lorsque l'institution dispense une éducation incluant des principes ou des pratiques culturelles ou communautaires, cela peut inciter les jeunes à participer au service communautaire, ce qui contribue au développement de leur identité morale. Cette recherche montre que l'adoption d'une approche communautaire dans l'enseignement (l'institution scolaire) peut contribuer au développement de l'identité morale, en promouvant la responsabilité morale des élèves, et au renforcement de leur motivation envers des actions morales (Higgins-D'Alessandro & Power, 2005).

En fait, plusieurs facteurs peuvent influencer le développement de l'identité morale. Il n'est cependant pas surprenant que la majeure partie des recherches sur les antécédents de l'identité morale, incluant celles sur la motivation, l'émotion et l'engagement moral, portent sur des enfants et des adolescents. Cette tendance s'inscrit dans la suite de la théorie du développement de Piaget (1932) et de Kohlberg (1969) qui suppose que la conscience de l'identité de soi et le développement moral se forment dès l'enfance et prennent forme au cours de l'adolescence (Hardy & Carlo, 2011 ; Thompson, 2009). Des études ont en effet montré que le développement de l'identité morale est un facteur important dans le développement des enfants et des adolescences (Damon, 2004 ; 2006 ; Moshman, 2005, 2011) et qu'il existerait même des signes précoces de développement moral chez certains jeunes enfants (Campbell, 2012 ; Kochanska, 2002). Kochanska (2002), qui a mené une étude sur ce sujet, affirme que les individus commencent à avoir des réactions affectives face à l'action morale dès leur petite enfance (Kochanska, 2002). Selon lui, à partir du moment où les enfants commencent à réagir aux règles établies par leurs parents, en s'y conformant ou en les ignorant, ils commencent à faire la part des choses, à distinguer le bien du mal. Une étude plus récente de Campbell (2012) montre aussi que les individus prennent conscience de leur soi moral

dès leur jeune âge. L'auteur montre en fait que l'identité morale des enfants commence à se développer dès leur jeune âge, leur permettant ainsi d'agir ou de réagir face à des actions morales. Cette prise de conscience reflète également leurs choix ; leurs préférences pour le comportement pro-social et l'évitement du comportement antisocial (Campbell, 2012). Les adolescents, comparativement aux jeunes enfants, ont plus d'interactions sociales avec leurs pairs, ce qui les amène à davantage prendre conscience de soi, mais aussi à prendre en considération la place qu'occupent les autres dans ces interactions (ex : traiter les autres comme on aimerait se faire traiter) (Carlo, 2006). Or, l'interaction sociale comporte des normes pertinentes pour le développement du soi moral (Hardy & Carlo, 2011). C'est ainsi que les interactions sociales pendant l'adolescence aident à développer la compréhension de l'importance pour soi de la morale et consolide l'identité morale chez l'individu.

Le développement de l'identité morale dans le contexte organisationnel est aussi fortement associé aux interactions sociales (Colby & Damon, 1995 ; Shao et al., 2008). Les organisations constituent en effet un environnement d'interactions sociales, de participation et d'engagement envers des actions morales (Weaver, 2006). Selon Weaver, le milieu de travail peut être propice au développement de l'identité morale, permettant ainsi de renforcer continuellement l'engagement et la motivation des employés envers l'action morale. Fazio (1986) a affirmé à cet égard que l'environnement de travail favorise l'adoption continue de comportements qui renforcent l'engagement et la motivation morale, et de ce fait, contribue au développement des identités morales des employés qui se manifeste dans leur manière de traiter l'information ou d'interagir. Autrement dit, les interactions au sein de l'organisation peuvent jouer un rôle important sur l'identité morale des employés. Par conséquent, la compréhension du rôle de ces interactions en matière d'identité morale peut servir de référence à l'exploration de la manière dont celle-ci influence le comportement conforme ou non conforme à l'éthique dans les organisations.

Précisons que l'identité morale, telle qu'elle est abordée dans cette thèse, renvoie à l'importance que l'individu accorde à la morale dans la façon dont il se définit. Cette orientation identitaire a certes des liens avec la personnalité en général, mais elle n'est pas un trait de personnalité (Aquino & Reed, 2002; Hardy & Carlo, 2011; Reed & Aquino, 2003). De plus, elle n'est ni l'intention d'agir dans un sens éthique, ni la motivation à agir conformément aux prescriptions morales (Rest,

1986). Cette disposition identitaire peut cependant créer un terrain propice au développement d'une intention d'agir dans un sens éthique et au développement de la motivation à agir en ce sens.

2.1.6 Le lien entre l'identité morale et le comportement éthique

Divers auteurs ont proposé des réflexions sur les liens entre l'identité morale et les comportements éthiques. Par exemple, Aquino et Reed (2002) affirment que l'identité morale d'une personne est un des principaux facteurs qui guident ses comportements éthiques ou moraux. D'autres auteurs abondent dans le même sens (Batson, 1998 ; Batson & Thompson, 2001). Batson et Thompson (2001) affirment que l'identité morale ou la morale personnelle, pour reprendre leurs termes, sert à comprendre les conduites morales ou éthiques, car elle peut influencer sur le jugement d'un individu, sa motivation morale et son intensité morale. Ces auteurs affirment aussi que l'identité morale peut influencer le comportement éthique d'un individu, selon la situation dans laquelle il se trouve et son état (Batson & Thompson, 2001, p. 54). Par exemple, certains individus seraient plus enclins à n'agir que conformément à leurs propres normes morales, même lorsqu'ils sont conscients que leurs actions vont à l'encontre des normes collectives (Batson, 1998). En revanche, d'autres individus peuvent avoir un comportement éthique conforme (agir en fonction des règles) même si cela est contraire à leur sens moral ou à ce qu'ils perçoivent comme étant moral. Cela indique, selon Batson (1998), que l'influence de l'identité morale sur le comportement éthique ou l'acte que l'individu pose par rapport aux questions morales ou éthiques, peut être médiatisée par des variables telles que des objectifs et des intérêts personnels incluant la motivation morale. Cela indique également qu'il est possible de prédire, au-delà de la relation avec le comportement éthique, quel niveau d'identité morale produit plus de comportements éthiques conformes ou contraires aux valeurs morales.

La recension des écrits effectuée dans le cadre de cette thèse a permis d'examiner la relation entre l'identité morale et les comportements moraux ou éthiques dans un contexte organisationnel. L'analyse de plusieurs des travaux recensés (Aquino & Reed, 2002 ; Aquino, Becker, 2005 ; Aquino et al., 2007, 2009 ; Blasi 1984 ; Erikson 1964 ; Hart, Atkins & Ford 1998 ; McFerran, Aquino & Duffy, 2010 ; Reynolds & Ceranic, 2007) a révélé que l'identité morale individuelle influence les comportements éthiques.

Plusieurs études empiriques (Aquino & Reed, 2002 ; Aquino, Reed, Thau, & Freeman, 2007; Bennett, Thau, Aquino et Reed, 2005; Detert, Trevino & Sweitzer, 2008 ; Hart, Atkins & Ford, 1998; McFerran, Aquino & Duffy, 2010; Reynolds & Ceranic, 2007) indiquent que le niveau d'identité morale prédit la qualité de certains comportements éthiques. Par exemple, l'étude de Bennett et de ses collègues (2005) montre que l'importance que l'individu accorde à sa perception d'être une personne morale influence sa façon d'agir par rapport aux normes organisationnelles. Selon ces auteurs, l'identité morale d'un individu contribue à la régulation des comportements éthiques ; lorsque l'identité morale individuelle est forte, les individus ont tendance à se conformer aux règles établies au sein de l'organisation ; à l'inverse, lorsque l'identité morale individuelle est faible, ils ont tendance à transgresser les règles (Bennett et al., 2005). Ainsi, une faible identité morale individuelle tendrait à rendre les individus plus réfractaires aux règles. Cette affirmation va dans le sens de la thèse de Durkheim (1978) selon laquelle, dans la pratique, les individus agissent par motivation ou par intérêt et non parce que les règles les y obligent. L'identité morale individuelle va donc de pair avec les sentiments que l'individu éprouve à l'égard des règles.

L'étude de Reynolds et Ceranic (2007) ciblant l'influence de l'identité morale et des jugements moraux sur le comportement éthique des institutions (académiques) et des organisations, montre également qu'une identité morale forte a une incidence positive sur le comportement moral ou éthique. Cette étude a été menée auprès de deux échantillons, l'un composé d'étudiants et l'autre de gestionnaires. La première partie de cette étude révèle la présence d'un lien entre une forte identité morale et la propension à faire des dons ou à s'adonner à des activités de bienfaisance. L'analyse des données recueillies auprès des étudiants indique également que, lorsqu'il y a un consensus social sur un comportement ou une question morale telle la bienfaisance, l'identité morale et le jugement moral prédisent indépendamment les comportements moraux ; à l'inverse, lorsqu'un comportement, comme la tricherie, ne fait pas l'objet d'un consensus social, l'identité morale ne peut prédire les comportements moraux que lorsqu'elle interagit avec le jugement moral. Ainsi, l'identité morale prédit le comportement éthique mais, dans certaines circonstances, la relation entre l'identité morale et le comportement moral/éthique dépend du consensus social, c'est-à-dire du degré d'acceptabilité du comportement moral. Quant à l'analyse des données recueillies auprès des gestionnaires, elle montre qu'une identité morale forte engendre plus de comportements de gestion ou de leadership qui sont positifs sur le plan de l'éthique (Reynolds &

Ceranic, 2007). Cette conclusion est confirmée par une étude de Mayer et de ses collègues (2012) qui affirme qu'une forte manifestation de l'identité morale chez les chefs de groupes (ou les gestionnaires) est positivement liée au comportement de leadership éthique (Mayer, Aquino, Greenbaum & Kuenzi, 2012). La notion de leadership éthique renvoie ici à la manière dont les dirigeants agissent en fonction de l'éthique ou, en d'autres termes, à leur motivation envers les actions morales au sein de l'organisation. Selon Mayer et ses collègues (2012), l'influence de l'identité morale individuelle sur le comportement du groupe se fait à travers le leadership éthique. Autrement dit, l'identité morale des dirigeants a non seulement des incidences sur leurs comportements, mais aussi sur la dynamique du groupe. Cela signifie également que l'identité morale des leaders a une influence sur l'identité morale organisationnelle.

De leur côté, Detert et ses collègues (2008), qui ont mené une étude sur le lien entre l'identité morale et l'engagement moral, ont conclu qu'une identité morale forte est négativement liée au désengagement moral (Detert, Trevino, & Sweitzer, 2008). Autrement dit, plus l'identité morale est forte, plus les individus ont des comportements éthiques positifs et plus ils sont engagés sur le plan moral. La conclusion de l'étude de Caldwell et Moberg (2007), effectuée auprès d'étudiants en MBA, va dans le même sens. Ces auteurs ont examiné le rôle modérateur de l'identité morale dans l'association entre la culture éthique organisationnelle et l'imagination morale, qu'ils ont définie comme « un processus qui implique un examen approfondi des éléments éthiques d'une décision » (Caldwell & Moberg, 2007, p. 193). Leur étude a révélé la présence d'une association positive entre l'identité morale et la culture éthique organisationnelle (au sens du comportement souhaité). En revanche, l'effet d'interaction entre ces éléments indique un impact négatif sur l'imagination morale des individus : plus précisément, l'interaction entre la culture éthique et l'imagination morale est plus forte chez les individus ayant une identité morale plus faible que chez ceux dont l'identité morale est plus forte. Ainsi, l'identité morale non seulement prédit le comportement éthique, mais sa forte manifestation favoriserait l'adoption de comportements éthiques plus que l'imagination morale.

Des recherches (McFerran, Aquino & Duffy, 2010 ; Schlenker, 2008 ; Johnson & Schlenker, 2007) mesurant la relation entre l'idéologie éthique et le comportement éthique fournissent d'autres données sur l'influence de l'identité morale. Celle-ci est associée à l'idéologie éthique, en servant

de lien entre les idéaux moraux et l'identité personnelle d'un individu (Colby & Damon, 1993). Plus spécifiquement, la notion d'idéologie éthique renvoie à « un système intégré de croyances, de valeurs, de normes et d'auto-évaluations qui orientent un individu dans son discernement entre le bien et le mal. Elle fournit des schémas moraux et des scénarios pour évaluer les actions et la manière de se comporter par rapport elles, ainsi que l'identité morale qui décrit le caractère éthique d'un individu » (Schlenker, 2008, p. 1079) (*Traduction libre de l'auteur*)¹². Schlenker (2008) affirme à cet égard que l'idéologie éthique repose sur un continuum entre deux dimensions : l'une constituée de principes, l'autre d'opportunités basées sur des intérêts personnels. Selon lui, un individu qui adopte une idéologie fondée sur des principes accorde plus d'importance à ces derniers dans son autodéfinition et s'en sert comme base de son comportement éthique, sans prendre en compte les conséquences sociales ou personnelles en découlant (Schlenker, 2008). En revanche, un individu animé par une idéologie opportuniste a tendance à négocier les principes moraux en fonction de ses intérêts personnels en mettant l'accent sur lui-même, au détriment des autres.

En suivant cette logique, il est possible d'extrapoler en postulant que les individus dont l'identité morale est forte adoptent des comportements éthiques fondés sur des principes, alors que ceux dont l'identité morale est faible se comportent de manière opportuniste. Cette tendance est démontrée par la recherche de Schlenker (2008) dont les résultats indiquent que les individus adoptant des comportements fondés sur des principes ont des normes plus élevées concernant la conduite morale ou éthique que celles privilégiées par les opportunistes. Johnson et Schlenker (2007), qui ont aussi analysé ce lien, affirment que les personnes adoptant des comportements éthiques basés sur des principes sont moins susceptibles de rationaliser les comportements immoraux ou contraires à l'éthique, et présentent un niveau très élevé dans certains traits relatifs à l'identité morale, tels que la bienveillance et certains comportements d'aide tels qu'être serviable ou altruiste. Selon McFerran et ses collègues (2010), cela s'explique par le fait que ces individus croient être plus responsables envers eux-mêmes qu'envers d'autres. Par conséquent, les individus

¹² Citation originale: "An ethical ideology is an integrated system of beliefs, values, standards, and self-images that define the individual's orientation toward matters of right and wrong. It provides moral schemas and scripts for assessing events and behaving in them, and a moral identity that describes one's ethical character" (Schlenker, 2008, p. 1079).

dont l'identité morale est forte, qui adoptent des comportements basés sur des principes, ont tendance à accorder plus d'importance à ce qu'ils croient être juste et moins de poids aux actions des autres, peu importe les conséquences sociales qui en découlent. Les auteurs précisent toutefois qu'il peut y avoir des coûts à adopter des comportements fondés sur des principes. Par exemple, les dénonciateurs ou ceux qui rapportent certaines pratiques de leurs collègues contraires à l'éthique sont souvent confrontés à l'ostracisme, à des représailles, voire à la marginalisation ou à l'exclusion.

Même si le but de cette thèse ne consiste pas spécifiquement à établir un lien entre l'identité morale et l'idéologie éthique, il est important de montrer que les croyances peuvent influencer sur la façon dont les individus jugent, captent, traitent et transforment leur raisonnement dans leurs actes et comportements moraux ou éthiques (Barnett et al., 1994 ; Forsyth, 1985, Forsyth, 1981). L'examen du lien entre l'identité morale et l'idéologie éthique vient aussi confirmer la thèse d'Aquino et Reed (2002), selon laquelle l'identité morale, mais aussi la manière dont elle se manifeste, est associée aux types de comportements éthiques qu'adoptent les individus. Selon ces auteurs, les individus dont l'identité morale est élevée ont plus tendance à se conformer aux règles que ceux dont l'identité morale est faible. Autrement dit, plus l'identité d'un individu est d'ordre moral, plus ce dernier sera conscient des valeurs de l'organisation et adoptera des comportements éthiques conséquents. À l'inverse, l'individu ayant une identité morale faible aura tendance à agir à l'encontre des valeurs de l'organisation et donc, à transgresser les codes ou à adopter des comportements non-éthiques.

En résumé, l'identité morale individuelle permet de prédire le comportement éthique (Aquino & Reed, 2002 ; Reynolds & Ceranic, 2007 ; Winterich, Mittal & Ross, 2009). Aquino et Reed (2002) précisent cependant que la dimension de l'internalisation de l'identité morale est plus fortement liée à l'adoption d'un comportement éthique que celle de la symbolisation. Ainsi, l'éthique serait fortement associée à la manière dont les individus intériorisent la moralité pour soi (internalisation). Cette affirmation rejoint en partie la thèse kantienne selon laquelle la morale doit être dépourvue de tout intérêt personnel. Mais dans le contexte spécifique de l'identité morale individuelle, celle-ci doit être fortement internalisée pour être dépourvue d'intérêt personnel ou ne pas constituer un opportunisme éthique (Aquino & Reed, 2002).

Ces constats permettent de postuler que l'identité morale peut être associée à des réactions d'ordre anxieux, car adopter les comportements moraux ou éthiques souhaités impose un choix. Or, choisir peut susciter de l'anxiété en raison de l'incertitude engendrée par les conséquences résultant des diverses options et les risques liés aux décisions prises. Dans le cas du soldat, l'identité morale implique aussi son jugement moral, ses intentions, ses attitudes ou encore sa propre perception de ce qui est bon ou mauvais. Cependant, le fait qu'il doive décider ou faire des choix conformément au code de conduite militaire implique aussi le risque qu'il sacrifie sa propre morale au profit des normes organisationnelles. C'est justement à ce niveau qu'interviennent plusieurs facteurs, tels que la prise de conscience, l'analyse de la situation et la motivation, qui déterminent le rapport entre le comportement et l'éthique.

2.1.7 L'identité morale et le risque éthique

Le lien entre l'identité morale et les comportements moraux ou éthiques n'est pas uniquement positif. La littérature scientifique montre que l'identité morale peut aussi être reliée à des comportements immoraux ou non-éthiques dans le contexte organisationnel (Aquino & Reed, 2002, Hardy, 2006). Des études empiriques révèlent que l'identité morale peut prédire l'adoption de comportements non-éthiques. Par exemple, Sage et ses collègues (2006) ont étudié l'influence de l'identité morale sur les comportements adoptés par des footballeurs britanniques lors de matchs de football. Leur étude montre qu'il existe une relation entre l'identité morale de certains joueurs et la probabilité que ces derniers adoptent des comportements antisociaux, tels que chercher délibérément à blesser un adversaire, plonger délibérément pour tromper l'arbitre (amener l'arbitre à sanctionner le joueur adverse pour rudesse ou brutalité) ou donner des coups de coude de manière délibérée et sournoise. Ces comportements seraient non seulement planifiés, mais aussi déterminés par un jugement de pertinence morale.

Anand et ses collègues (2005), qui ont examiné la relation entre l'identité morale et le comportement éthique auprès de nouveaux employés rejoignant des équipes existantes, affirment que le risque de dérive se pose lorsque les interactions avec les collègues déjà en poste entraînent un changement de leur identité morale vers la norme collective établie au sein du groupe (Anand, Ashforth & Joshi, 2005). Ces auteurs mentionnent l'exemple des individus commettant des actes

de corruption dans une organisation qui rationalisent ces derniers pour les justifier et qui peuvent contaminer de nouveaux employés en les incitant (consciemment ou inconsciemment) à agir de façon non-éthique ou en leur faisant croire que ce genre de comportements est acceptable au sein de l'organisation. L'exercice de cette influence est attribuable au fait que les interactions avec les collègues favorisent une identité de groupe, dont les exigences comportementales peuvent entrer en conflit avec celles de l'identité morale individuelle, entre autres lorsque l'employé est confronté à une question d'ordre moral (Ashforth & Anand, 2003). Le risque éthique se manifeste ici à travers le conflit entre l'identité de groupe et l'identité morale individuelle. Dans ce contexte, l'identité de groupe influence le comportement éthique dans la mesure où les nouveaux employés sont motivés à agir conformément aux attentes des anciens membres de l'équipe. Par conséquent, si l'équipe encourage des attitudes et des comportements éthiques, les nouvelles recrues seront plus motivées à adopter des conduites morales reflétant des normes sociales acceptables ; à l'inverse, ces personnes auront tendance à reproduire des actes ou des comportements non-éthiques en présence de normes déviantes (Aquino & Reed, 2002 ; Hogg & Van Knippenberg, 2003 ; Van Knippenberg, Van Knippenberg, De Cremer, & Hogg, 2004).

Dans une étude portant sur les stratégies de négociations commerciales, Aquino et Becker (2005) ont examiné l'influence des facteurs situationnels (climat éthique ou non-éthique) et individuels (mensonges, détresse psychologique et perception de ses attributs moraux) sur l'utilisation des stratégies de neutralisation ou d'atténuation du mensonge, telles que la minimisation, le dénigrement et le refus. La stratégie de neutralisation est ici définie comme un mécanisme de désengagement moral utilisé par des individus comme une forme de rationalisation cognitive leur permettant d'agir de manière à violer leurs propres normes morales ou d'adopter des comportements non-éthiques. Les auteurs ont conclu que les individus dont les préoccupations morales sont au cœur de leur définition de soi ont plus tendance à utiliser des stratégies de neutralisation ou d'atténuation du mensonge dans des négociations que ceux dont les préoccupations morales contribuent de façon secondaire à leur définition de soi. Les individus qui se préoccupent le plus des conséquences morales d'une transgression agiraient ainsi dans le but d'atténuer la détresse psychologique ou la culpabilité résultant d'une action incohérente avec leur identité morale (Aquino & Becker, 2005). Ces auteurs ajoutent que ces individus sont aussi

susceptibles d'utiliser la stratégie de neutralisation pour justifier un comportement moralement discutable.

Ainsi, l'identité morale peut être associée à la fois positivement au comportement éthique et négativement à la probabilité d'adopter un comportement non-éthique. Par conséquent, si les individus ayant une faible identité morale sont plus réfractaires aux règles, ceux dont l'identité morale est forte ont à la fois tendance à se conformer aux règles établies au sein de l'organisation et à les contourner. Ces derniers présentent plus de risque d'adopter des comportements non-éthiques, en raison du fait qu'ils sont plus conscients des conséquences de leur actes, mais aussi qu'ils sont plus susceptibles de chercher à atténuer leurs dérives pour se laisser convaincre qu'ils agissent de manière cohérente avec leur identité morale.

2.2 Les comportements de citoyenneté organisationnelle

Les comportements de citoyenneté organisationnelle ne constituent pas un construit univoque et simple ; il y a une variation à la fois de leurs attributs, des listes servant à les répertorier et des termes utilisés pour les désigner. Il est donc approprié d'apporter des précisions sur la nature et les composantes des comportements de citoyenneté organisationnelle, avant de mentionner pourquoi ils peuvent être considérés comme des manifestations ou une expression des comportements éthiques à caractère informel. Cette seconde section de ce deuxième chapitre traite en fait des comportements de citoyenneté organisationnelle: leur conceptualisation, leur contribution dans les organisations, leur dimension éthique ainsi que leur influence sur le risque de développer des comportements non-éthiques. Il y est également montré la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle.

2.2.1 Une conceptualisation des comportements de citoyenneté organisationnelle et de ses dimensions

Les premières études sur les comportements de citoyenneté organisationnelle ont passé d'un construit unidimensionnel, soit le conformisme, à un modèle multidimensionnel. Le modèle bidimensionnel de Smith et de ses collègues (1983) a été proposé, à cet égard, comme conceptualisation initiale. Il comportait deux dimensions, soit l'altruisme et le conformisme. La

première, l'altruisme, renvoie aux comportements d'aide intentionnellement dirigés vers des individus spécifiquement identifiés comme nécessitant une coopération ou de l'aide ; par exemple, intervenir pour alléger la tâche d'un collègue surchargé de travail ou remplacer un collègue malade. La seconde, le conformisme, fait référence au désir d'intégrer les valeurs et les procédures organisationnelles. La conformité organisationnelle, qui est aussi appelée dévouement organisationnel (Van Scotter & Motowildo, 1996), renvoie à l'intériorisation des normes de l'organisation et l'adhésion de l'individu, voire son obéissance inconditionnelle, aux règles de l'organisation.

En se basant sur les travaux de Smith et de ses collègues (1983), Organ (1988) a proposé une nouvelle conceptualisation composée de quatre dimensions: l'altruisme, l'esprit consciencieux, l'esprit sportif et la courtoisie, ou prévoyance. Mais, à la suite des travaux de Podsakoff et de ses collègues (1990), une cinquième dimension a été ajoutée : le civisme (Podsakoff & Mackenzie, 1994; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990). Cette conceptualisation comporte des ressemblances avec les travaux antérieurs, tout en proposant des innovations.

L'altruisme garde la même définition que celle de Smith et ces collègues (1983). D'un point de vue organisationnel, il renvoie à la participation informelle, qui se définit par des comportements volontaires de coopération (Katz, 1964; Wagner & Rush, 2000) ou d'aide (Bergami & Bagozzi, 2000; Organ, 1988; Podsakoff et al., 1990 - 2000), visant le bien-être des collègues et l'intérêt de l'organisation dans son ensemble.

L'esprit consciencieux renvoie à la conscience sociale à l'égard de l'organisation (Podsakoff et al., 1990 - 2000). Elle se rapporte spécifiquement à l'importance que l'individu accorde à son travail et aux valeurs de l'organisation.

L'esprit sportif, qui est aussi dit esprit d'équipe ou esprit de corps dans le domaine militaire, fait référence aux attitudes positives au travail permettant de renforcer les capacités des gestionnaires ou des employés à utiliser les ressources de l'organisation de manière efficace et proactive ou d'éviter des plaintes inutiles. L'esprit sportif renvoie en fait à l'obligation qu'un individu se donne de toujours poursuivre et honorer ses engagements envers son organisation, tout en coopérant

étroitement avec ses collègues, peu importe les conséquences et les situations inattendues (Organ, 1988; Podsakoff et al., 1990 - 2000)

La courtoisie fait référence à l'ouverture d'esprit et à la manière de traiter les autres. D'un point de vue organisationnel, elle renvoie à la participation informelle, définie par la capacité d'un individu, avant d'agir, à consulter et à prendre en compte les opinions des autres pouvant être affectés par ses décisions (Organ, 1988; Podsakoff et al., 1990, 2000)

Enfin, la vertu civique est synonyme d'implication dans les affaires organisationnelles ou de volonté de participer de façon responsable à la vie politique et sociale de l'organisation (Bergami & Bagozzi, 2000; Podsakoff & Mackenzie, 1994; Podsakoff et al., 1990 - 2000). Elle caractérise les employés capables d'initiative personnelle et faisant preuve de créativité et d'innovation, grâce à leurs idées constructives (Bergami & Bagozzi, 2000; Podsakoff et al., 2000). En éthique, la vertu civique se réfère précisément à l'intégrité, au respect des normes et règles morales (Podsakoff et al., 2000).

Podsakoff et ses collègues (1990) ont opérationnalisé ces cinq dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle dans le but, notamment, d'aider à mieux comprendre les agissements individuels en matière d'ordre, de ponctualité et de présence au travail, qui vont au-delà des exigences organisationnelles. Même si des études empiriques tendent à montrer que les organisations éprouvent des difficultés à distinguer certains comportements liés à ces dimensions ou aux comportements d'aide envers les collègues, entre autres l'altruisme et la courtoisie (MacKenzie, Podsakoff, & Fetter, 1993), cet instrument à cinq dimensions est largement utilisé dans la recherche sur le comportement organisationnel (Allen & Rush, 1998; Higgins, 2002; Kidwell, Mossholder, & Bennett, 1997; Konovsky & Organ, 1996; Koys, 2001; Lam, Hui, & Law, 1999). Il convient toutefois de mentionner que d'autres dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle ont été identifiées et utilisées dans différentes études, en fonction de leur nature et de leurs objectifs (Podsakoff, MacKenzie, Paine, & Bachrach, 2000). La conception de Podsakoff et de ses collègues (1990) demeure cependant la plus usitée, pour les raisons suivantes : ses dimensions ont été validées; elle comprend deux types de comportements visant des objectifs organisationnels d'ordre collectif, soit la participation et la collaboration à la gestion

de l'organisation (participer aux réunions; s'engager dans des débats politiques; exprimer ses opinions et ses idées sur les stratégies innovantes), mais aussi la protection de ses intérêts (rapporter les risques potentiels d'activités ou de comportements suspects ou dommageables pour l'organisation). Il convient également de mentionner qu'il est possible d'utiliser moins de cinq de ses dimensions, et pouvoir les mesurer, composer un score total par l'addition des cotes attribuées aux énoncés et vérifier la cohérence interne en fonction des données empiriques (Bettencourt, 2004; Djerboua, 2016; Grimault & Gangloff, 2018; Hoffman, Blair, John Meriac & Woehr, 2007; Kapela & Pohl, 2018; Konovsky & Organ, 1996; Lo, 2009; Niehoff, 2000; Podsakoff, 2011; Podsakoff, 2011; Podsakoff & Mackenzie, 1994; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990).

2.2.2 Les comportements de citoyenneté et le contexte organisationnel

La contribution des comportements de citoyenneté organisationnelle dans les organisations est aujourd'hui largement confirmée (Foucher 2010 ; Jahangir, Akbar, & Haq, 2004; McNeely & Meglino, 1994; Morin, St-Onge, Foucher, Cormier & Cossette, 2011; Morrison, 1994; Organ, 1990; Podsakoff et al., 2000, etc.). Des recherches empiriques identifient, notamment, la satisfaction au travail et l'engagement affectif comme des attitudes associées aux comportements de citoyenneté organisationnelle (McNeely & Meglino, 1994; Morrison, 1994; Organ, 1990).

La satisfaction au travail est désignée comme l'antécédent fondamental des comportements de citoyenneté organisationnelle. Plusieurs travaux, dont ceux d'Organ (1988), ont montré que la satisfaction reflète l'équité avec laquelle les employés sont traités. En continuité logique, des auteurs (Brown, 1993 ; Jahangir, Akbar, & Haq, 2004) ont affirmé que la satisfaction au travail a une relation positive et significative avec les comportements de citoyenneté organisationnelle; ainsi, les travailleurs les plus satisfaits sont plus susceptibles d'adopter des comportements de citoyenneté organisationnelle.

L'engagement affectif envers l'organisation est aussi identifié comme un antécédent important des comportements de citoyenneté organisationnelle (Podsakoff et al., 2000). Allen et Meyer (1996, p. 253) affirment que « l'attachement émotionnel résulte de l'identification de l'employé à son organisation »; cette forme d'engagement fait aussi référence à la manière dont un individu adhère

aux valeurs de son organisation, désire y appartenir et prévoit en demeurer un membre loyal (Jahangir et al., 2004; Van Dyne, Cummings & Parks, 1995). Selon Allen & Meyer (1996), cette forme d'engagement harmonise les comportements informels aux comportements formels. En d'autres termes, le partage et l'acceptation des valeurs et des buts organisationnels, ainsi que l'attachement émotionnel à son organisation, amènent l'employé à orienter et à adapter ses comportements discrétionnaires pour le bien de l'organisation.

Au-delà de la satisfaction au travail et de l'engagement affectif, les comportements de citoyenneté organisationnelle ont aussi une influence sur le rendement individuel et la performance organisationnelle (Foucher, 2010 ; Morin et al., 2011). Du côté du rendement individuel, trois types de raisons méritent l'attention : 1. certains auteurs, dont Foucher (2010), proposent un modèle explicatif du rendement où celui-ci est composé de deux types de variables : le rendement de type contextuel et celui qui est relié directement aux tâches ; 2. nombre d'organisations attribuent, lors de l'évaluation du rendement, un poids variable au rendement contextuel qui peut aller jusqu'à 20% de la cote décernée, alors que cette pratique n'est pas toujours connue des employés (Morin et al., 2011); 3. il est pertinent de prendre en compte le rendement de citoyenneté dans la gestion des talents et des compétences, car certains comportements de citoyenneté organisationnelle représentent une part non négligeable des compétences à l'origine du rendement (Morin et al., 2011). Du côté de la performance organisationnelle, des études empiriques montrent qu'il existe une relation positive et significative entre cette dernière et les comportements de citoyenneté organisationnelle (Cardona, Lawrence, & Bentler, 2004; Hodson, 2002).

2.2.3 La dimension éthique des comportements de citoyenneté organisationnelle

Les comportements de citoyenneté organisationnelle s'apparentent aux comportements extra rôles, volontaires ou pro-sociaux (Organ, 1988; Podsakoff et al., 1990; Turnipseed, 2002). Tel qu'il a été montré, ils se rapportent à des conduites au travail qui ne relèvent pas du rôle ou des tâches prescrites et des termes spécifiques du contrat de l'employé (Orang, 1988). Ils seraient également adoptés avec l'intention de promouvoir le bien-être d'autrui, du groupe ou de l'organisation (Turnipseed 2002). Bref, les comportements de citoyenneté organisationnelle sont des indices de

participation informelle à l'organisation, qui se traduisent par des activités des employés pour aider leurs collègues et protéger leur organisation.

Des chercheurs ont cependant insisté sur le caractère moral et éthique de ces comportements (Graham, 1991; Joireman, Kamdar, Daniels & Duell, 2006; Katz, 1964; McFerran, Aquino & Duffy, 2010; Schlenker, 2008; Podsakoff et al., 1990 - 2000). Katz (1964) a d'abord traité des comportements volontaires en faisant ressortir la dualité qui est à leur origine : celle entre la volonté d'agir et le devoir d'agir. Selon lui, il existe un doute raisonnable sur les limites entre le choix volontaire des individus et le devoir d'agir, autrement dit entre agir par bonne volonté et agir parce que l'on en ressent l'obligation pour remédier à l'absence d'une autre option ou pour préserver l'intégrité de l'organisation. Ainsi, Katz soulève la question de savoir jusqu'à quel point une conduite basée sur des règles informelles ou spontanée, issue de la « bonne volonté », peut être enracinée dans des considérations morales (Katz, 1964). D'autres chercheurs (Graham, 1989; Podsakoff et al., 1990), qui abondent dans le même sens, suggèrent de prendre en compte le fait que, au-delà de la simple volonté des individus d'agir dans le but de coopérer, il y a un caractère moral implicite, d'un autre ordre, aux comportements de citoyenneté organisationnelle ; ceux-ci imposeraient aux individus un ensemble d'obligations morales les invitant à poser des actes qui contribuent au bon fonctionnement de l'organisation. Il ne faut d'ailleurs pas ignorer que la transgression des règles informelles, même en l'absence de sanctions, peut avoir un impact sur l'image de l'organisation, sa productivité et les stratégies qu'elle déploie pour assurer sa bonne gestion. Pour ces raisons, la volonté ne peut pas se dissocier des obligations morales que les employés ont envers leur employeur; en conséquence, les comportements informels peuvent aussi être éthiques ou non éthiques (Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990).

Une autre raison milite en faveur de l'association entre comportement de citoyenneté organisationnelle et éthique. Coopérer demande de faire des choix afin d'entreprendre des actions promouvant le bien-être autour de soi et dans l'organisation. Cependant, certains choix peuvent aller à l'encontre du désir de l'autre et de son bien-être, ce qui peut constituer une inconduite ou une action non éthique. Par exemple, insister de manière persistante pour aider ou conseiller un collègue qui préfère sublimer plutôt que d'être assisté peut être considéré comme de

l'acharnement, voire du harcèlement, de la part de la personne qui propose de l'aide. Ainsi, la volonté de coopérer peut être sujette à des obligations morales.

La relation entre les comportements de citoyenneté organisationnelle et l'éthique est aussi présente dans les façons d'agir suivantes. Par exemple, lorsqu'un employé fait preuve de civisme en communiquant ses idées ou un point de vue différent sur les changements organisationnels à implanter, il contribue non seulement à augmenter la performance mais aussi la capacité de changer, tant d'un point de vue stratégique qu'opérationnel (Podsakoff et al., 2000). De la même manière, lorsque des employés démontrent plus de volonté de coopérer en s'aidant et se soutenant mutuellement dans l'exercice de leurs tâches, ce que Podsakoff et ses collègues (2000) appellent l'esprit sportif, ils contribuent à instaurer un climat éthique qui favorise des relations plus harmonieuses et permettent une gestion des ressources stratégiques et opérationnelles plus proactive.

L'étude empirique de Schlenker (2008) sur la relation entre l'idéologie éthique et le bénévolat montre aussi le caractère éthique des comportements de citoyenneté organisationnelle. En contribuant au bien-être des autres et en étant de nature discrétionnaire, le bénévolat ressemble aux comportements de citoyenneté organisationnelle. Selon Schlenker (2008), le caractère éthique du bénévolat est attribuable au fait que l'idéologie est associée à des attitudes non-égoïstes spécifiques aux comportements d'aide, telles qu'aider les autres par principe ou pour des raisons altruistes (McFerran, Aquino & Duffy, 2010; Joireman, Kamdar, Daniels & Duell, 2006). En transposant aux comportements de citoyenneté organisationnelle, cela voudrait dire qu'un individu exprimerait ces derniers pour assurer le bien-être des autres et de l'organisation, plutôt que pour des raisons égoïstes. Ainsi, les individus agissant par principe seraient plus susceptibles d'exprimer avec constance des comportements de citoyenneté organisationnelle que ceux qui agissent de manière opportuniste.

En conséquence, il est légitime de penser que l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle est indissociable de l'éthique (Turnipseed, 2002). Aux raisons invoquées, il convient d'ajouter les suivantes. Dans une étude sur la relation entre l'éthique et les comportements

de citoyenneté organisationnelle, Turnipseed (2002) montre que les individus adoptant le plus souvent les comportements éthiques souhaités par leur organisation sont également ceux qui expriment le plus des comportements de citoyenneté organisationnelle (Turnipseed 2002). De leur côté, Allen et Meyer (1996) affirment que les employés qui entretiennent de bonnes relations interpersonnelles au travail, en termes d'entraide, qui démontrent un engagement affectif envers l'organisation et qui expriment davantage de comportements de citoyenneté organisationnelle, sont aussi ceux qui adoptent plus des comportements conformes aux règles, valeurs et normes de l'organisation. Les comportements de citoyenneté organisationnelle seraient non seulement fortement associés aux comportements éthiques, mais ils constitueraient une dimension informelle de l'éthique organisationnelle pouvant contribuer au renforcement des valeurs formelles de l'organisation.

2.2.4 Les comportements de citoyenneté organisationnelle et le risque éthique

En revanche, les comportements de citoyenneté organisationnelle peuvent augmenter les risques de développer des comportements non éthiques, comme l'ont révélé plusieurs recherches (Kaptein, 1998; Lammers & Stapel, 2009; Loewenstein, 1996; Organ, 1994; Podsakoff & MacKensie, 1997; Turnipseed, 2002; Valdesolo & DeSteno, 2006). La manifestation des risques éthiques et des comportements déviants en cette matière peut avoir diverses racines, comme le montrent les travaux suivants. Premièrement, Joireman et ses collègues (2006) ont montré que les comportements de citoyenneté organisationnelle peuvent constituer un couteau à double tranchant, en étant le lieu d'un compromis entre les intérêts personnels à court terme et les coûts et bénéfices collectifs à long terme. Dans le même sens, l'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle peut devenir un facteur de risque éthique lorsque les conduites qui en découlent sont contre-productives ou préjudiciables à l'organisation (Robinson & Bennett, 1995). Par exemple, baisser les prix de produits impropres à la consommation pour mieux les écouler dans le but de rapporter des bénéfices immédiats à son organisation est un acte informel pouvant avoir des conséquences négatives sur la santé des clients. Deuxièmement, certaines attitudes sous-tendant les comportements de citoyenneté organisationnelle peuvent être antagonistes. Par exemple, aider un collègue à falsifier des rapports d'évaluation contrevient aux valeurs de l'organisation et favorise, de ce fait, le risque de développer des comportements non éthiques (Podsakoff &

MacKensie, 1997). Troisièmement, certains comportements organisationnels dits déviants, qui peuvent se manifester formellement ou informellement par des comportements de citoyenneté organisationnelle, ont été identifiés comme pouvant conduire à des comportements éthiques à risque (Galperin, 2002; Vardi & Weitz, 2004; Vardi & Weiner, 1996). Ces types de comportements sont classifiés en fonction de leurs conséquences, soit constructifs, bénéfiques ou destructifs (Galperin, 2002; Robinson & Bennett, 1995).

Au niveau informel, les comportements organisationnels déviants dits constructifs concernent les actions qui, même si elles transgressent les normes organisationnelles, sont jugées socialement bénéfiques pour une organisation (Galperin, 2002). Par exemple, faire fi des règles de l'organisation dans le but de satisfaire les besoins d'un client est un acte informel qui transgresse les règles formelles, mais dont le but peut être d'aider ou de maintenir de bonnes relations avec le client. Même s'ils peuvent être bénéfiques pour l'organisation, ces comportements risquent d'engendrer des problèmes éthiques, car l'absence d'encadrement par des règles formelles peut mener à la dérive (Galperin, 2002).

Les comportements déviants dits inconduites bénéfiques renvoient aux actions dirigées consciemment ou inconsciemment vers une entité extérieure, dans le but de favoriser son organisation (Vardi & Weitz, 2004 ; Vardi & Weiner, 1996). Font partie de cette catégorie les pratiques suivantes : la divulgation d'une fausse information au profit de son organisation, la falsification de documents, le refus de coopérer à une enquête ou de signaler les comportements contraires à l'éthique ou illégaux pour protéger son organisation. Même si ces types d'inconduites ne sont pas nécessairement inadmissibles pour une organisation, en raison notamment de leur conformité avec les normes en vigueur, elles comportent des risques éthiques en ce sens qu'elles peuvent causer des préjudices à des organisations partenaires, à leurs clients, à leurs employés ou encore à la société en général (Warren, 2003).

Enfin, les comportements déviants classés comme destructifs concernent les actions informelles qui enfreignent les normes de l'organisation et qui peuvent avoir des conséquences graves sur cette dernière (Robinson & Bennett, 1995), même s'ils ne sont pas déployés dans un but négatif. Par exemple, prendre des pauses supplémentaires ou plus longues que ce qui est acceptable, ou encore

passer plus de temps que nécessaire à discuter sont des types de comportements qui peuvent représenter des manquements méritant l'attention.

2.2.5 Le lien entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle

Les recherches rapportées montrent que l'identité morale est un déterminant des comportements éthiques et que les comportements de citoyenneté organisationnelle sont une expression de l'éthique informelle. La littérature scientifique révèle également que l'identité morale individuelle exerce un rôle déterminant dans l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle en tant que dimension informelle de l'éthique (Ashforth & Arand, 2003; Aquino & Reed, 2002 ; Blasi 2004; McFerran & Schlenker, 2008; McFerran, Aquino & Duffy 2010; Turnipseed, 2002). Plus précisément, ces études indiquent que l'identité morale permet de prédire efficacement les comportements moraux/éthiques, ainsi que les comportements de citoyenneté organisationnelle, de coopération volontaire (Aquino et al., 2008 ; Aquino, Reed, Thau, & Freeman, 2007 ; Caldwell & Moberg, 2007 ; Olsen, Eid, & Johnsen, 2006 ; Reed & Aquino, 2003 ; Reynolds & Ceranic, 2007, Sage, Kavussanu, & Duda, 2006).

La relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle a d'abord été analysée d'un point de vue théorique. Blasi (1983), qui s'est inspiré de Kohlberg pour en traiter selon une perspective d'interaction dialectique entre la cognition morale et l'action morale, affirme que le sens de soi ou, par extension, le sens de soi moral, le raisonnement moral et l'action morale telle la coopération pour des raisons altruistes, sont reliés. Dans une autre étude, il a affirmé que la moralité est une dimension d'ordre psychologique faisant partie intégrante de la personnalité d'un individu, ce qui fait en sorte qu'il est difficile de la mesurer sans prendre en considération la personnalité entière et la manière d'agir en conformité avec les normes et avec autrui (Blasi, 2004). En conséquence, il est légitime de penser que l'identité morale influence à la fois les comportements moraux/éthiques et, par extension, les comportements de citoyenneté organisationnelle, car ceux-ci sont liés à la fois à l'identité d'un individu et à la manière dont il interagit avec autrui, par la coopération et l'aide apportée aux autres.

Des recherches empiriques confirment l'existence d'une relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle (Aquino & Reed, 2002 ; Ashforth & Armand, 2003). Aquino et Reed (2002) constatent que l'identité morale, qu'elle soit individuelle ou organisationnelle, influence l'expression de comportements d'entraide dans les organisations. L'étude de McFerran et de ses collaborateurs (2010), dont les résultats vont dans le même sens, montre non seulement que l'éthique est associée aux comportements pro-sociaux au travail, mais aussi qu'il existe une relation entre le degré d'identité morale d'un individu et la manière dont il exprime des comportements relatifs à la citoyenneté organisationnelle. Par exemple, les individus manifestant une identité morale plus forte sont non seulement moins portés à poser des actes contraires à l'éthique au travail, mais sont aussi très consciencieux, aimables, ouverts à de nouvelles expériences tout en exprimant plus de comportements d'entraide (Matherne, 2009). Autrement dit, les individus qui manifestent une identité morale plus forte expriment plus de comportements de citoyenneté organisationnelle.

D'autres recherches empiriques (Aquino & Reed, 2002 ; Reed & Aquino, 2003 ; Reynolds & Ceranic, 2007) ont examiné la relation entre l'identité morale et les comportements pro-sociaux, qui peuvent être assimilés à des comportements de citoyenneté organisationnelle. Ces études ont révélé une relation entre l'identité morale et les comportements pro-sociaux, tels que faire des dons de bienfaisance (Reynolds & Ceranic, 2007) ou du bénévolat (Aquino & Reed, 2002; Colby & Damon, 1992; Hart & Fegley 1995; Reed & Aquino, 2003). Par exemple, Aquino et Reed (2002) ont montré que les individus manifestant plus d'identité morale sont plus portés à participer à des activités sociocommunitaires, telles que « faire du bénévolat dans un foyer pour sans-abri, organiser une campagne de collecte alimentaire, encadrer des jeunes en difficulté ou visiter des patients dans un établissement de soins » (Aquino & Reed, 2002, p. 1433). Les résultats d'une autre de leurs études (Reed & Aquino, 2003), celle-ci portant sur la propension à faire des dons à l'UNICEF, montre que l'identité morale est positivement associée à la probabilité de faire ces derniers. Selon ces auteurs, les personnes manifestant plus d'identité morale sont non seulement plus portées à faire des dons, mais aussi à verser des montants supérieurs à ceux des donateurs manifestant moins d'identité morale. Reynolds et Ceranic (2007), dont l'étude a porté sur le rôle de l'identité morale et des jugements moraux dans la propension à faire des dons de bienfaisance,

arrivent à la même conclusion. Selon eux, l'identité morale est positivement associée au versement de dons de bienfaisance et donc à l'expression de comportements apparentés à ceux de citoyenneté organisationnelle en ce sens que le don est un acte altruiste, qui lui-même est une dimension des comportements de citoyenneté organisationnelle.

2.3 La formation en matière d'éthique

Il est démontré dans la littérature qu'un des principaux leviers de promotion des pratiques éthiques dans une organisation consiste en l'acquisition de connaissances en cette matière (Bernard & Jara 1986; Boisvert et al., 2003; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001). Au sens général, la connaissance traduit l'état du savoir acquis par une variété de processus, perceptuels et cognitifs, d'apprentissages, de raisonnements et d'expériences (Schilck, 2009).

Dès l'antiquité, Aristote affirmait que la vertu morale, qu'il considérait être le fondement de l'éthique, est une faculté acquise. Selon lui, tous les humains libres sont nés avec le potentiel de devenir vertueux sur le plan éthique; cependant, ils doivent acquérir la connaissance leur permettant de développer les habitudes de bon sens, la raison et la sagesse pratique (*phronesis*). Autrement dit, l'éthique s'acquiert par l'apprentissage et l'expérience, mais s'exerce par les compétences intellectuelles. L'éthique est de ce fait une faculté morale qui résulte de l'*habitus* (apprentissage, socialisation, endoctrinement dans le contexte militaire). L'acquisition de la connaissance éthique participe ainsi au renforcement des capacités humaines à reconnaître les valeurs et les normes souhaitées au sein d'une société ou d'une organisation. Ainsi, un consensus philosophique, qui passe notamment par Socrate (470-399 av. J.-C.), Platon (428-347 av. J.-C.), Aristote (384-322 Av. J.-C.) et Spinoza (1677), s'est formé à l'effet que la connaissance en éthique permet d'agir moralement et de poser des actes qui respectent la dignité humaine. Dans le prolongement de ces opinions s'est formé un postulat faisant aussi consensus depuis Aristote, à l'effet que l'aptitude des individus à reconnaître et à appliquer des notions d'éthique passe par la connaissance fondée sur les valeurs morales, laquelle s'acquiert grâce à la formation. En conséquence, il faut enseigner l'éthique pour améliorer les conduites humaines, orienter les individus vers le bien, et les doter de la capacité à faire la part des choses et à agir de manière responsable.

Plus près de nous, Boisvert et ses collègues (2003) abondent dans le même sens en affirmant que, pour assurer l'adhésion des individus à la morale, il faut d'abord et avant tout établir des dispositifs favorisant l'acquisition de la connaissance de cette morale, tels que les valeurs sociales, religieuses, des prérogatives législatives (ex : droits de la personne) et les codes de bonne conduite. C'est ainsi que, dans le contexte organisationnel, la connaissance en matière d'éthique implique aussi la formation et l'apprentissage par rapport à l'application des normes et valeurs, des codes et des règles de l'organisation, bref, de l'acquisition des connaissances éthiques organisationnelles. La formation traduit la manière dont les valeurs d'une organisation sont développées, transmises et intégrées par ses membres. Elle permet l'acquisition de la connaissance en éthique et participe ainsi au renforcement des capacités des employés à reconnaître les valeurs et les normes souhaitées au sein de l'organisation. De ce fait, elle favorise l'adoption de bonnes attitudes et comportements éthiques, ainsi que l'adhésion des membres à la culture organisationnelle, aux valeurs professionnelles et aux normes sociales de l'organisation (Bernard & Jara 1986; Daddis, 2004).

2.3.1 Le but et la conception de la formation en éthique

Il y a un consensus dans la littérature scientifique à l'effet que la formation est l'un des outils les plus efficaces pour gérer les comportements éthiques à risque et favoriser l'instauration d'une culture éthique au sein d'une organisation (Bernard & Jara 1986 ; Daddis, 2004 ; Wells & Schminke, 2001). Durkheim (1974b) disait la même chose de la vie morale. Selon lui, « comme la morale exprime la nature de la société et que celle-ci n'est pas plus connue directement de nous que la nature physique, la raison de l'individu ne peut pas plus être la législatrice du monde moral que celle du monde matériel » (Durkheim, 1974b, p. 98). Autrement dit, la formation est aussi un outil efficace pour véhiculer et faire évoluer la morale ou l'éthique dans les mentalités des individus et, par extension, dans l'organisation.

Par la formation en éthique qu'elle diffuse à ses membres, une organisation vise à favoriser leur adhésion à sa culture organisationnelle, à ses valeurs professionnelles et à ses normes sociales. Cette formation porte sur ce qu'il faut faire et comment le faire dans des situations précises. Boisvert et ses collègues (2003) ajoutent qu'étant donné qu'elle s'inscrit dans une logique de dialogue entre les individus et de prévention des comportements à risque, la formation s'avère un des mécanismes essentiels au développement de l'éthique.

Plusieurs écrits scientifiques (Bernard & Jara 1986; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001) ont montré que certains comportements éthiques à risque, ainsi que des problèmes éthiques d'ordre organisationnel, sont occasionnés par un manque de formation éthique ou une formation dont la nature et la conception comportent des déficiences (Wells & Schminke, 2001). C'est le cas, par exemple, des programmes de formation à l'éthique instaurés par les organisations, qui ne sont pas nécessairement fondés sur des cadres théoriques solides. Selon Wells et Schminke (2001), pour que la formation en éthique devienne un outil efficace de régulation des comportements, elle doit être élaborée en considérant quatre types de critères: les caractéristiques des employés, le mode de conception de la formation, le transfert ou application des compétences acquises en formation, et l'évaluation de la formation.

Les caractéristiques personnelles des employés, combinées à leurs connaissances éthiques préalables, permettent de renforcer les effets de la formation sur leurs comportements. Les connaissances éthiques préalables conditionnent le développement moral cognitif, l'intégrité et l'assurance. La combinaison des connaissances éthiques préalables et des effets de la formation sur le comportement éthique dépendent, entre autres, de l'éducation et de l'âge. Wells et Schminke (2001) ont montré, en ce sens, que le niveau d'éducation est le facteur qui contribue le plus au développement moral cognitif. De plus, selon eux, les travailleurs âgés sont, dans certains cas, plus réceptifs à la formation. En conséquence, ces auteurs suggèrent que les gestionnaires de RH incluent, dans leurs critères de sélection, les expériences préalables en éthique et les caractéristiques personnelles telles que le niveau d'éducation et l'intégrité. Car, selon eux, la meilleure façon de renforcer la formation et la connaissance de l'éthique au sein d'une organisation est d'embaucher des employés plus éthiques, qui auront ainsi un meilleur impact sur les autres. À ces caractéristiques s'ajoute la motivation à apprendre, qui permet de savoir dans quelle mesure les employés sont engagés à changer leurs attitudes et leurs conduites éthiques. C'est ce qui amène Bernard et Jara (1986) à affirmer que l'efficacité de la formation en éthique ne se résume pas à une communication efficace des principes éthiques. Selon eux, on doit aussi s'efforcer de susciter la motivation des individus à apprendre pourquoi et comment appliquer les principes éthiques. Car, si les individus n'ont pas la motivation d'apprendre ces principes, leurs attitudes et comportements éthiques pourraient changer de manière négative (Bernard & Jara, 1986).

Selon Wells et Schminke (2001), les organisations doivent inclure dans la gestion stratégique des RH (GSRH) trois préoccupations touchant la conception de la formation en éthique, soit évaluer les besoins d'apprentissage, déterminer le contenu de la formation, et identifier les approches pédagogiques appropriées. La première préoccupation est celle qui a trait à l'évaluation des besoins et à l'alignement des actions en fonction de ces derniers. Ainsi, après avoir identifié les problèmes éthiques récurrents, on détermine le contenu des programmes et les méthodes de formation pouvant aider à atténuer les problèmes diagnostiqués. Pour identifier les besoins de façon fiable et valide, les organisations ont intérêt à se servir de moyens appropriés. Au nombre de ces derniers, mentionnons l'administration de sondages sur le climat éthique (défini à partir des orientations stratégiques, des décisions et des attitudes en matière d'éthique organisationnelle) auprès des employés, la constitution de comités consultatifs, la réalisation d'entrevues individuelles, la tenue de discussions de groupe et la mise sur pied de centres d'appréciation du personnel par simulation dans le cas des gestionnaires. La formation doit aussi être évaluée. L'évaluation permet de collecter de l'information sur les effets de la formation, entre autres sur les attitudes et les comportements des employés, et d'ainsi déterminer si celle-ci est efficace ou non. Les résultats de l'évaluation permettent d'orienter les décisions touchant le maintien tel quel, l'amélioration, le réaligement ou l'abandon de programmes de formation en éthique, ainsi que la détermination des budgets à leur allouer (Wells & Schminke, 2001).

La capacité des employés à transférer leurs compétences à d'autres, que l'on appelle transfert latéral des compétences, peut aussi être considérée comme un indice de l'efficacité de la formation en éthique, en raison de l'amélioration qu'elle apporte ainsi aux comportements et à la performance des employés. À cet effet, Wells et Schminke (2001) affirment que le transfert des compétences touchant le développement moral cognitif conduit à un raisonnement éthique plus adéquat et, par conséquent, à un meilleur comportement éthique au travail. Des facteurs de l'environnement organisationnel interne, entre autres le climat dans lequel se déroule la formation, la culture d'apprentissage continu et le climat éthique, peuvent être influencés par le transfert en matière d'éthique. Par exemple, l'interaction sociale avec des pairs et avec des superviseurs est susceptible de faciliter l'adoption, par les employés, des valeurs de l'organisation. Une organisation qui a une culture d'apprentissage continu a probablement davantage tendance à encourager ses employés à

maintenir leurs compétences en éthique. L'apprentissage continu pourrait donc permettre aux organisations d'obtenir de meilleurs résultats de leurs investissements dans la formation en éthique organisationnelle (Wells & Schminke, 2001). Enfin, la formation en éthique, et son transfert, contribueraient à renforcer le climat éthique au sein de l'organisation.

2.3.2 La formation en éthique militaire

L'éthique s'inscrit dans l'enseignement militaire en raison de la nature de ce métier et des dérives qu'il peut occasionner, l'histoire militaire fournissant de nombreux exemples d'actes non-éthique, voire criminels, commis par des soldats en uniforme. Ceux-ci ont amené les tenants de débats sur les questions militaires à soulever plusieurs questions sur les moyens à prendre, entre autres pour réaliser les actes suivants : reconnaître le mal et choisir de ne pas le faire; inculquer aux chefs militaires et aux subalternes les notions de bien et la manière de le reconnaître; déterminer la responsabilité des militaires impliqués dans des conflits armés. Des experts en éthique militaire, tels que Bernard et Jara (1986), Daddis (2004), Grossman (2007), Noe et Peacock (2008), s'entendent sur quatre conditions essentielles permettant de renforcer la formation et la connaissance en éthique chez le soldat : la motivation, l'évaluation, l'éthique au combat et le climat de travail. Un des objectifs des programmes de formation en éthique militaire est en fait d'amener le soldat à agir et à se conduire de manière éthique. Pour ce faire, les programmes de formation en éthique militaire doivent, selon ces auteurs, remplir certaines conditions pour être efficaces : les personnes formées doivent être motivés à changer ; elles ont besoin de connaître les attentes et la façon de les réaliser, et d'être évaluées en fonction de leurs connaissances; les conditions du milieu de travail doivent être favorables pour que le changement se produise ; dans le cas spécifique des combats, la formation en éthique doit être adaptée à la manière dont les soldats exercent leurs fonctions sur le champ de bataille. Avant de mettre en œuvre un programme de formation en éthique, il est donc important de réunir ces conditions pour assurer que les efforts déployés soient couronnés de succès.

Kahneman (2003) affirme que l'une des stratégies pour atténuer les risques éthiques est de dispenser une formation en éthique militaire réaliste et adaptée aux conditions difficiles de l'environnement des soldats. Cela permet, selon lui, de mieux les préparer à faire face à des situations rencontrées sur le terrain, où la pensée rationnelle peut être compromise (Kahneman,

2003). Une recherche évaluant l'efficacité de la formation en éthique offerte aux militaires de l'*US Army* déployés en Iraq montre que celle-ci a contribué à réduire les infractions de nature éthique commises sur le champ de bataille et a augmenté les signalements ou dénonciations des écarts de conduite de collègues (Warner, Appenzeller, Mobbs, Parker, Warner, Grieger & Hoge, 2011). Une autre étude, celle-là effectuée auprès des membres de la Défense nationale du Canada (civils et militaires), a mesuré les perceptions qu'ont les employés de la relation entre la formation en éthique et les étapes de la prise de décision en cette matière; les données colligées indiquent que la formation en éthique a une grande influence sur la sensibilisation aux enjeux éthiques au sein des FAC et du MDN (Messurvey et al., 2010). Ces résultats montrent également que la formation en éthique permet d'améliorer les capacités des soldats à reconnaître des enjeux éthiques et les aide à prendre les décisions qui s'imposent en cette matière.

Treviño et ses collègues (1999) affirment qu'il est bénéfique d'inclure dans la formation en éthique militaire des discussions (dialogues) informelles (Trevino, Weaver, Gibson & Toffler, 1999). Selon ces auteurs, les organisations qui mettent l'accent sur les discussions ouvertes comme outil de formation en éthique augmentent la probabilité d'avoir des employés qui agissent plus de façon éthique que les organisations qui ne privilégient pas cette démarche.

Deschamps (2015) affirme, quant à elle, que la formation en éthique militaire serait plus efficace si elle visait aussi les leaders ou gestionnaires. Selon elle, la manière dont les FAC dispensent la formation peut porter les soldats à croire que l'éthique n'est pas une compétence militaire de base. Par conséquent, si cette formation visait aussi les leaders de l'organisation, elle démontrerait que l'éthique fait partie intégrante des opérations et de la culture militaire.

2.3.3 Le rapport entre la formation en éthique, l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle

Des études ont montré que l'éducation morale favorise la connaissance de la morale et l'adhésion des individus à celle-ci (Bernard & Jara 1986; Boisvert et al., 2003; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001). Il est également démontré que l'éducation morale est associée positivement à l'identité morale (Goodman, 2000 ; McCadden, 1997). Shao et ses collègues (2008) affirment que dans le contexte organisationnel, l'implication de l'institution/organisation dans l'éducation ou la

formation de ses employés, a une influence majeure sur l'identité morale. Ainsi, la volonté et la manière dont l'organisation dispense l'éducation morale, ou par extension, la formation en éthique, permet de développer l'identité morale et d'influencer les comportements éthiques des employés. Autrement dit, au-delà du fait qu'elle soit un des principaux leviers de promotion des pratiques éthiques, la formation en éthique a une influence sur le développement et la transmission des valeurs d'une organisation à ses membres. Elle favorise leur adhésion à la culture organisationnelle et aux normes sociales de l'organisation, ainsi que le respect des valeurs morales et des codes de bonne conduite (Shao & al., 2008). Cela signifie que la formation est un déterminant de l'identité morale.

Une étude de Baker ses collègues (2006) affirment qu'il existe, de manière générale, un lien positif entre la promotion des valeurs éthiques au sein d'une organisation et l'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle. Selon cette étude, la diffusion de valeurs éthiques au sein d'une organisation peut améliorer les comportements éthiques des employés et accroître la prévalence des comportements de citoyenneté organisationnelle qui sont bénéfiques à l'organisation (Baker, Hunt, Andrews, 2006). Il demeure cependant que nous n'avons pas retracé, dans les écrits scientifiques, de recherches mesurant spécifiquement les effets de la formation en éthique sur les comportements de citoyenneté organisationnelle. Il est donc impossible, à ce stade-ci, de confirmer ou d'infirmer que celle-ci ait un lien direct ou améliorerai l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle. C'est une lacune que nous explorerons dans le cadre de cette thèse.

2.4 L'expérience professionnelle et l'éthique

L'expérience ou ancienneté des employés, mesurée par le nombre d'années de service ou par le grade ou le niveau hiérarchique est aussi, d'après certains auteurs (Elm & Nichols, 1993; Messervey et al., 2010; Wells & Schminke, 2001), un déterminant des comportements reflétant l'éthique au travail. Selon Wells & Schminke (2001), l'expérience professionnelle est un des facteurs qui permettent de renforcer les comportements éthiques ; l'accumulation d'expériences au cours des années passées au sein d'une même organisation permettrait aux employés d'adopter des conduites conformes aux règles de l'organisation (McFerran et al., 2010). À l'appui de cette

hypothèse, mentionnons qu'une étude effectuée auprès des membres des FAC montre que les militaires ayant plus d'années de service (au moins 25 années d'ancienneté) ont plus tendance que ceux ayant entre 6 à 10 années de service à percevoir de manière positive le climat éthique et les conduites conformes aux règles de l'organisation (Messervey et al., 2010). Ainsi, plus un employé accumule de l'expérience professionnelle, plus il est susceptible d'adopter des comportements éthiques conformes aux valeurs de son organisation. Autrement dit, les soldats qui ont plus d'années de service, ceux qui sont plus vieux et plus matures, sont plus susceptibles d'adopter des comportements éthiques souhaitables, et donc d'agir avec moins de risque éthique.

L'étude effectuée par Messervey et ses collaborateurs (2010) auprès des membres des FAC révèle aussi que le grade a un impact sur certains comportements éthiques au sein des FAC. Elle fait notamment ressortir les trois différences suivantes : 1. les militaires du grade (MR) ont plus tendance que les officiers à percevoir de manière négative le climat éthique de l'organisation; 2. les officiers supérieurs sont plus susceptibles que les officiers subalternes et les MR de juger que certains comportements, tels que croire que le fait d'omettre (ou de refuser) de signaler des manquements à l'éthique, comporte des implications éthiques; 3. les MR supérieurs sont plus enclins que les MR subalternes à percevoir que le fait de dissimuler des informations compromettantes est contraire à l'éthique.

Certaines études suggèrent que l'expérience professionnelle peut avoir un impact sur le sens de soi des employés et sur l'éthique informelle au sein d'une organisation (Elm & Nichols, 1993). Mais il demeure que nous n'avons pas retracé, dans les écrits scientifiques, de recherche mesurant spécifiquement les effets de l'expérience professionnelle sur l'identité morale. Par ailleurs, une étude de Kegans et ses collaborateurs (2012) établie un lien positif entre l'expérience professionnelle et une des dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle, soit la vertu civique (Kegans, McCamey, & Hammond, 2012). Selon cette étude, l'expérience de travail, en termes de la durée et du nombre d'années passées dans une profession ou dans une organisation, augmente l'intégrité chez l'employé, son respect des normes et règles morales et sa volonté à s'impliquer davantage dans les affaires de son organisation. Cette étude précise cependant qu'il n'existe pas de relation entre l'expérience professionnelle et les autres dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle. Il demeure aussi que nous n'avons pas retracé,

dans les écrits scientifiques, de recherche mesurant spécifiquement les effets de l'expérience professionnelle sur ces autres dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle. C'est une lacune que nous explorerons également dans le cadre de cette thèse.

Conclusion

Ce deuxième chapitre du cadre théorique se veut complémentaire au premier. Il a pour objet spécifique le cadre conceptuel, les instruments de mesure des variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle, leurs interrelations et leur rapport avec l'éthique. Il a également porté sur trois variables, soit la formation en éthique, le nombre d'années de service et la séniorité (le grade), qui sont susceptibles d'avoir un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale et l'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle.

Il a été rapporté, dans ce chapitre, que la perspective sociocognitive utilisant une approche directe est plus adéquate pour analyser et mesurer l'identité morale (Aquino et Reed, 2002; Bargh, Bond, Lombardi, & Tota, 1986; Narvaez, Lapsley, Hagele, & Lasky, 2006). Elle permet en fait de mieux mesurer cette dernière et d'obtenir un indicateur fiable de l'importance du sens de soi moral ou de la manière dont elle se manifeste chez un individu (Aquino & Reed, 2002 ; Mayer, Aquino, Greenbaum et Kuenzi, 2012 ; Reed, Aquino, & Levy, 2007; Reimer, 2003).

Il a été aussi mentionné que la conceptualisation des comportements de citoyenneté organisationnelle est basée sur une variation de dimensions servant à les répertorier et les désigner (Bateman & Organ, 1983; Organ et coll., 2006; Organ, 1990; Organ, 1988; Smith, Organ, & Near, 1983; Podsakoff et al., 1990; Smith et al., 1983). Les dimensions abordées dans la conceptualisation de Podsakoff et ses collègues (1990, 2000), qui est privilégiée dans le cadre de cette recherche, ont un caractère moral et éthique en ce sens qu'elles imposent aux individus des obligations morales (Graham, 1991; Joireman, Kamdar, Daniels & Duell, 2006; Katz, 1964; McFerran, Aquino & Duffy, 2010; Schlenker, 2008; Podsakoff et al., 1990 - 2000).

Ce chapitre a également permis de fournir de l'information indiquant que l'identité morale prédit les comportements éthiques ou moraux des individus, incluant ceux d'ordre informel tels que les comportements de citoyenneté organisationnelle, dans un contexte organisationnel (Aquino &

Reed, 2002; Aquino, Becker, 2005; Aquino, Reed, Thau, & Freeman, 2007; Ashforth & Armand, 2003; Blasi, 1984 – 2004; Batson et Thompson, 2001 ; Bennett, Thau, Aquino et Reed, 2005; Blasi 1984; Caldwell & Moberg, 2007; Colby & Damon, 1993 Detert, Trevino & Sweitzer, 2008; Erikson 1964; Hart, Atkins & Ford 1998; Mayer, Aquino, Greenbaum & Kuenzi, 2012; McFerran, Aquino & Duffy, 2010; Reynolds & Ceranic, 2007; Schlenker, 2008 ; Winterich, Mittal & Ross, 2009). Autrement dit, l'identité morale est associée positivement aux comportements de citoyenneté organisationnelle (Aquino et al., 2008; Caldwell & Moberg, 2007; Olsen, Eid, & Johnsen, 2006 ; Reed & Aquino, 2003 ; Sage, Kavussanu, & Duda, 2006).

Ce chapitre a finalement traité de la relation entre la formation et l'éthique ainsi que celle entre l'expérience professionnelle et l'éthique. La formation constitue un des principaux leviers de promotion des pratiques éthiques en raison de son influence sur le développement et la transmission des valeurs de l'organisation à ses membres (Bernard & Jara 1986; Boisvert et al., 2003; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001). Elle permet l'acquisition des connaissances en éthique, contribuant ainsi à l'adhésion des membres à la culture organisationnelle, aux valeurs professionnelles et aux normes sociales de l'organisation, de même qu'au respect des normes établies (Bernard & Jara 1986; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001). Elle favorise en fait l'adhésion des individus aux valeurs morales et aux codes de bonne conduite (Bernard & Jara 1986; Boisvert et al., 2003; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001). L'expérience professionnelle est aussi associée à certaines dimensions des comportements éthiques au travail en ce sens que l'accumulation d'expériences antérieures peut amener les employés à agir ou à adopter plus facilement des attitudes ou des comportements moraux et des conduites conformes aux règles et aux valeurs éthiques de leur organisation (Elm & Nichols, 1993; McFerran et al., 2010 ; Messervey et al., 2010; Wells & Schminke, 2001).

CHAPITRE III. LE CADRE OPÉRATOIRE DE LA RECHERCHE

Ce chapitre expose le cadre de référence de la recherche. Il comporte quatre sections. La première présente une brève synthèse du cadre théorique. La deuxième précise le modèle d'analyse qui la soutient. La troisième décrit les variables de la recherche et l'instrument de mesure privilégié. Quant à la quatrième, elle apporte trois précisions sur l'application du cadre opératoire et la nature de la thèse : la question qui la sous-tend ainsi que les hypothèses qu'elle tentera de vérifier.

3.1 Une synthèse des fondements théoriques

Cette thèse, rappelons-le, s'intéresse à l'influence de l'identité morale individuelle sur la dimension informelle de l'éthique organisationnelle telle qu'exprimée à travers les comportements de citoyenneté organisationnelle. Les objectifs sont de vérifier dans quelle mesure l'identité morale du soldat influe sur l'expression des comportements susceptibles d'aider ses collègues de travail et son organisation, en prenant en compte l'influence possible de deux déterminants, soit la formation en éthique et l'expérience professionnelle, sur ce processus.

Cette démarche se fonde sur le postulat que la formalisation éthique est insuffisante pour comprendre la manière dont les individus se comportent ou, encore, pour assurer la régulation des comportements au sein des organisations (Gauthier, 2000; Mercier, 1997; 2003; Salmon, 2003; Weaver & Trevino, 2001b). S'appuyer uniquement sur la formalisation des comportements éthiques risque d'enfermer l'organisation et ses employés dans une approche éthique normative pouvant ignorer leurs comportements extra-rôles ou pro-sociaux, et ainsi occulter les choix résultant de leur libre arbitre et posés de façon autonome (Galambaud, 1994). Autrement dit, l'éthique organisationnelle est constituée d'un amalgame de références morales et de valeurs formalisées par l'organisation, et de règles informelles et d'actions discrétionnaires exprimées par les employés (Hireche, & Mourabet, 2007 ; Legault, 2004, 2007a; Morin, St-Onge, Foucher, Cormier & Cossette, 2011). Ainsi, pour rendre compte de l'éthique organisationnelle, il y a lieu de considérer, en plus de sa dimension formelle, sa dimension informelle qui se manifeste dans les comportements pro-sociaux et discrétionnaires des employés, tels ceux de citoyenneté organisationnelle (Gauthier, 2000 ; Katz, 1964 ; Mercier, 1997, 2003 ; Podsakoff et al., 1990 ;

Salmon, 2003 ; Weaver & Trevino, 2001b). L'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle reflétant la prise en charge de responsabilités morales par les individus, c'est aussi pour cette raison qu'elle fait partie intégrante de l'éthique (Turnipseed 2002). Au-delà de ce que démontre l'individu par le travail qu'il accomplit dans le cadre de ses rôles et fonctions au sein de l'organisation, c'est par ses comportements de citoyenneté organisationnelle qu'il reflète la manière dont il perçoit et évalue les règles établies par l'organisation ou la société en général. La contribution des comportements de citoyenneté organisationnelle dans les organisations est aujourd'hui largement confirmée par les recherches empiriques (Jahangir, Akbar, & Haq, 2004; McNeely & Meglino, 1994; Morin, St-Onge, Foucher, Cormier & Cossette, 2011; Morrison, 1994; Organ, 1990; Podsakoff et al., 2000).

Par ailleurs, la manière dont un individu se comporte face à l'éthique ou à la morale en situation professionnelle est déterminée par son identité morale. À ce titre, plusieurs chercheurs ont démontré, tant d'un point de vue théorique qu'empirique, que l'identité morale contribue à réguler les comportements éthiques ou moraux des individus (Aquino & Reed, 2002 ; Blasi 1984 ; Erikson 1964 ; Hart, Atkins & Ford 1998 ; Reynolds & Ceranic, 2007 ; Winterich, Mittal & Ross, 2009). En fait, comme l'indiquent les écrits scientifiques, l'identité morale est un prédicteur du comportement moral et éthique (Aquino & Reed, 2002, Aquino, Becker, 2005 ; Aquino, Reed, Thau, & Freeman, 2007 ; Ashforth & Armand, 2003 ; Blasi, 1984, 2004 ; Erikson 1964 ; Hart, Atkins & Ford 1998 ; Johnson & Schlenker, 2007 ; McFerran, Aquino & Duffy, 2010 ; Pratt et al., 2003 ; Reed & Aquino, 2003 ; Reynolds & Ceranic, 2007 ; Schlenker, 2008 ; Turnipseed, 2002). De plus, l'identité morale est associée positivement aux comportements de citoyenneté organisationnelle (Aquino et al., 2008; Caldwell & Moberg, 2007; Olsen, Eid, & Johnsen, 2006 ; Reed & Aquino, 2003 ; Sage, Kavussanu, & Duda, 2006).

Il est aussi démontré, dans la littérature scientifique, que la formation est un des principaux leviers de promotion des pratiques éthiques en raison de son influence sur le développement et la transmission des valeurs d'une organisation à ses membres (Bernard & Jara 1986; Boisvert et al., 2003; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001). Par exemple, Boisvert et ses collègues (2003) affirment que la formation renforce l'adhésion des individus aux valeurs morales et aux codes de bonne conduite. D'autres auteurs précisent que la formation permet l'acquisition des connaissances

en éthique et qu'elle contribue ainsi à l'adhésion des membres à la culture organisationnelle, aux valeurs professionnelles et aux normes sociales de l'organisation, ainsi qu'au respect des normes établies (Bernard & Jara 1986; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001). Certaines recherches portent à penser que la formation en éthique pourrait avoir une influence positive sur le développement ou la manifestation de l'identité morale, ainsi que sur l'expression des comportements de citoyenneté (Goodman, 2000, McCadden, 1997 ; Shao & al., 2008; Baker & al., 2006).

De son côté, l'expérience des employés, basée sur le nombre d'années de service et le grade (militaire) ou le poste occupé, est aussi associée aux comportements relatifs à l'éthique au travail (Elm & Nichols, 1993; Messervey et al., 2010; Wells & Schminke, 2001). L'expérience professionnelle est considérée à cet égard comme un facteur déterminant des comportements éthiques ; ainsi, l'accumulation d'expériences antérieures peut amener les employés à agir ou à adopter plus facilement des attitudes ou des comportements moraux et des conduites conformes aux règles et aux valeurs éthiques de leur organisation (McFerran et al., 2010 ; Messervey et al., 2010 ; Wells & Schminke, 2001). Bien que cela n'ait pas été explicitement démontré, des études ont postulé que l'expérience professionnelle pourrait avoir un impact sur le sens de soi ou, par extension, sur l'identité morale des employés et sur l'éthique informelle au sein d'une organisation (Elm & Nichols, 1993 ; Wells & Schminke, 2001).

3.2 Le modèle d'analyse proposé

Tel qu'illustré à la figure 1, le modèle d'analyse qui sera testé dans cette thèse est composé d'une variable dépendante, soit les comportements de citoyenneté organisationnelle, d'une variable indépendante, soit l'identité morale et de trois variables modératrices susceptibles d'exercer un effet de modération sur la relation entre l'identité morale et l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle, soit la formation en éthique, les années de service et la «séniorité», basée sur le grade ou échelon hiérarchique.

Ce modèle postule d'abord un lien positif entre l'identité morale du soldat et sa capacité à exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle. Le postulat de cette relation s'appuie sur l'ensemble des études faisant de l'identité morale un prédicteur des comportements

discrétionnaires, pro-sociaux ou de citoyenneté organisationnelle (Aquino & Reed, 2002; Aquino, Becker, 2005; Aquino, Reed, Thau, & Freeman, 2007; Ashforth & Arnand, 2003; Blasi 1984-2004; Erikson 1964; Caldwell & Moberg, 2007; Hart, Atkins & Ford 1998; Johnson & Schlenker, 2007 ; McFerran, Aquino & Duffy, 2010; Olsen, Eid, & Johnsen, 2006; Pratt et al., 2003 ; Reed & Aquino, 2003 ; Reynolds & Ceranic, 2007; Sage, Kavussanu, & Duda, 2006; Schlenker, 2008; Turnipseed, 2002; Winterich, Mittal & Ross, 2009).

Ce modèle propose ensuite d'explorer le lien direct entre les variables modératrices elles-mêmes, soit la formation en éthique et l'expérience professionnelle (années de service et séniorité/grade), ainsi que leur lien direct avec l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle.

Enfin, ce modèle propose d'examiner l'effet modérateur des variables formation en éthique, années de service et séniorité sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité à exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle.

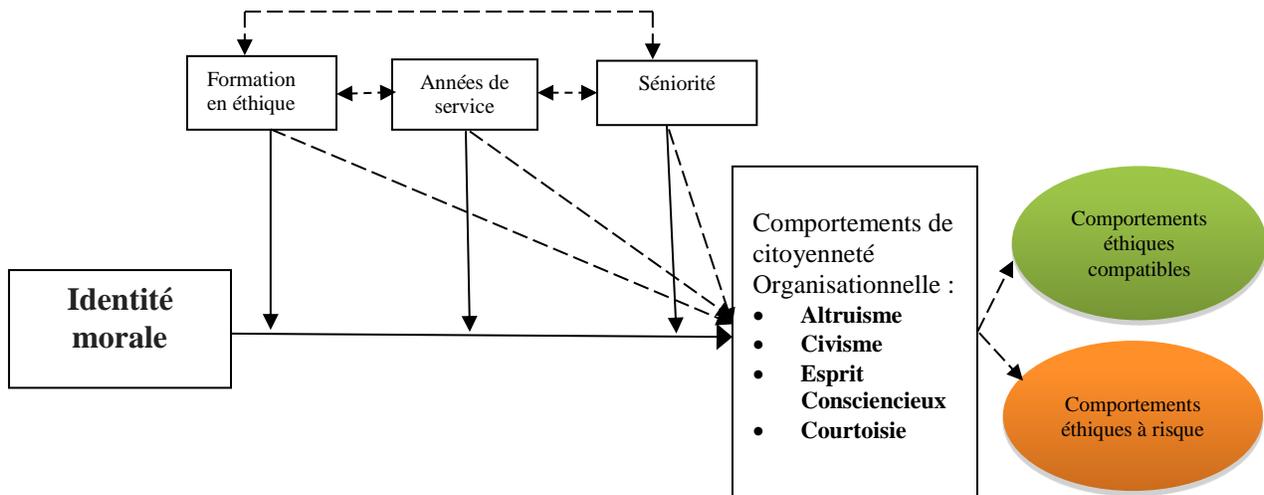


Figure 1 : Modèle proposé

3.3 La variable dépendante

Les comportements de citoyenneté organisationnelle constituent la variable dépendante de cette recherche. Ceux-ci font référence, rappelons-le, aux conduites au travail des employés qui ne relèvent pas du rôle ou des tâches prescrites ou, qui ne se limitent pas à la performance de l'employé et à sa capacité d'agir dans l'unique but de produire des entrants organisationnels

(Organ, 1990 ; Organ, 1988 ; Smith, Organ, & Near, 1983). Plus précisément, les comportements de citoyenneté organisationnelle sont constitués d'un ensemble de conduites organisationnelles, sociales et psychologiques, normalement adoptées volontairement et de manière discrétionnaire par les employés, pour supporter les efforts de l'organisation (Borman, 2004 ; Morin, St-Onge, Foucher, Cormier & Cossette, 2011). Ajoutons que, selon Bateman et Organ (1983) et Smith et al. (1983), ils font référence à des comportements informels adoptés par des employés, sans contrainte, dans le but de favoriser la coopération entre eux et de renforcer leur engagement ou leur soutien envers leur organisation. Ils expriment donc la volonté des employés de s'investir dans l'organisation.

En se basant sur les travaux antérieurs, entre autres ceux de Smith et de ses collègues (1983) et d'Organ (1988), Podsakoff et ses collègues (1990) ont proposé une conceptualisation des comportements de citoyenneté organisationnelle comprenant cinq dimensions: l'altruisme, le civisme, l'esprit consciencieux, l'esprit sportif ou esprit d'équipe et la courtoisie. Ces cinq dimensions sont opérationnalisées dans le but, notamment, d'aider à mieux comprendre les agissements individuels des employés et les comportements organisationnels d'ordre collectif, visant le bon fonctionnement de l'organisation et son maintien, soit la participation et la collaboration à la gestion de l'organisation et la protection de sa réputation. Même si d'autres dimensions ont été prises en compte, les cinq mesurées par cet instrument sont non seulement validées, mais aussi les plus utilisées dans la recherche sur les comportements de citoyenneté organisationnelle (Allen & Rush, 1998; Higgins, 2002; Kidwell, Mossholder, & Bennett, 1997; Konovsky & Organ, 1996; Koys, 2001; Lam, Hui, & Law, 1999). C'est ce qui explique le choix de la conceptualisation et du questionnaire élaborés par Podsakoff et ses collègues (1990).

Toutefois, dans le cadre de cette thèse, quatre des dimensions développées par ces auteurs seront mesurées, à savoir l'altruisme, l'esprit consciencieux, la courtoisie et la vertu civique, l'esprit sportif n'ayant pas été inclus dans le questionnaire de l'enquête effectuée par la Défense nationale. Ce choix se fonde sur l'hypothèse que l'esprit sportif ou esprit d'équipe ou encore esprit de corps est une dimension ancrée chez les soldats et que, par conséquent, les résultats risqueraient d'avoir une faible variabilité. Plusieurs études démontrent aussi qu'il est possible d'utiliser d'autres, plus, ou moins que cinq dimensions, et pouvoir les mesurer, composer un score total par l'addition des

cotes attribuées aux énoncés et vérifier la cohérence interne en fonction des données empiriques (Bettencourt, 2004; Djerboua, 2016; Grimault & Gangloff, 2018; Hoffman, Blair, John, Meriac, & Woehr, 2007; Kapela, & Pohl, 2018; Konovsky & Organ, 1996; Lo, 2009; Niehoff, 2000; Podsakoff, 2011; Podsakoff & Mackenzie, 1994; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990).

3.4 La variable indépendante

Le construit de l'identité morale constitue la variable indépendante. Telle que définie dans la recension des écrits, l'identité morale qualifie la manière dont une personne se perçoit en tant que personne morale (Aquino & Reed, 2002 ; Aquino et al., 2009 ; 2002 ; Blasi, 2005 ; Bartels & al, 1998 ; Erikson, 1964 ; Fiske, 2000 ; Lapsley & Narvaez, 2004 ; Monin & Jordan, 2009 ; Stets & Carter, 2006). Mesurer l'identité morale sert aussi à comprendre la manière dont une personne s'identifie à la moralité (Aquino & Reed, 2002; Bartels et al., 1998; Blasi, 1980 - 2005; Erikson, 1964). Il existe trois conceptions de l'identité morale : celle qui est fondée sur la personnalité, celle de nature sociocognitive et celle dite intégrative (Aquino & Reed, 2002 ; Blasi, 1983,1984, 2005; Damon & Hart, 1992, Hart, Yates, Fegley & Wilson, 1995 ; Lapsley & Narvaez, 2004).

Entre les perspectives fondées sur la personnalité, celle dite intégrative et celle de nature sociocognitive, c'est cette dernière qui a été retenue dans le cadre de cette recherche. Ayant inspiré plusieurs études, cette perspective explique l'identité morale en se basant sur le rôle de la cognition, plus spécifiquement celui des schémas cognitifs dans le fonctionnement moral. À la différence de la perspective fondée sur la personnalité, elle intègre dans sa conception de l'identité morale les facteurs situationnels, qui peuvent influencer le sens de soi moral (Bargh, Bond, Lombardi, & Tota, 1986 ; Shao & al, 2008). La perspective dite intégrative a, quant à elle, fait l'objet de peu d'études.

La perspective sociocognitive se compose, rappelons-le, de deux approches mesurant l'identité morale : l'approche relative et l'approche directe (Shao et al., 2008). La mesure de l'identité morale fondée sur l'approche relative sous-tend l'utilisation d'un instrument d'autoévaluation comparant l'identité morale d'un individu à d'autres aspects de son identité, en fonction de l'importance qu'il accorde à des valeurs morales et par rapport à son travail (Hart & Fegley, 1995 ; Reimer & Wade

-Stein, 2004). Toutefois, en raison de sa complexité, cette approche peut poser des problèmes de cohérence méthodologique. En conséquence, l'instrument de mesure de l'identité morale utilisé dans le cadre de cette étude doctorale relève de l'approche directe, qui est jusqu'ici la plus rigoureusement validée et la plus utilisée dans les recherches (Aquino & Reed, 2002 ; Mayer, Aquino, Greenbaum et Kuenzi, 2012 ; Reed, Aquino, & Levy, 2007 ; Reimer, 2003). Cette approche permet d'évaluer l'identité morale et d'obtenir un indicateur fiable de l'importance du sens de soi moral ou de la manière dont se manifeste l'identité morale (Aquino & Reed, 2002). L'instrument de mesure qui lui est associé comporte neuf traits ou qualités élaborés et validés par Aquino et Reed (2002) : bienveillant, compatissant, juste, amical, généreux, serviable, travaillant, honnête et gentil. Il est démontré empiriquement que ces traits constituent des indices métriques fiables pour mesurer l'identité morale. (Aquino et al., 2008 ; Aquino & Reed, 2002 ; Aquino, Reed, Thau, & Freeman, 2007 ; Caldwell & Moberg, 2007 ; Olsen, Eid, & Johnsen, 2006, Reed & Aquino, 2003 ; Reynolds & Ceranic, 2007, Sage, Kavussanu, & Duda, 2006 ; Shao et al., 2008). Ces traits sont regroupés dans deux dimensions, à savoir celle de l'internalisation et celle de la symbolisation. La dimension de l'internalisation est cependant celle qui sera analysée dans le cadre de cette thèse, car c'est celle qui est utilisée dans l'enquête effectuée par la Défense nationale auprès des soldats participants, la dimension de la symbolisation n'ayant pas été incluse. Il est aussi démontré empiriquement que l'internalisation est non seulement la dimension qui mesure le mieux les traits et l'importance de la moralité pour soi, c'est-à-dire l'identité morale, mais aussi celle qui est la plus fortement liée aux comportements éthiques (Aquino & Reed, 2002 ; Chisholm, 1998; Cohen et al., 2014; Fehr & Schmidt, 1999; Diprose, 2002; Gersbach & Haller, 2009; Gilbert & Procter 2006; Johnson, Rowatt, & Petrini, 2011; Kokaz, 2005; Reed, Aquino & Levy 2007; Rogers, 2014). Par exemple, selon Aquino et Reed (2002), «la dimension internalisation est celle qui est la plus fortement liée aux normes et au raisonnement moral ... Par rapport à la symbolisation, l'internalisation est implicitement plus adéquate pour mesurer ou évalue la force/niveau/puissance de la relation entre les traits moraux et l'auto-conception », c'est-à-dire l'identité morale (Aquino & Reed, 2002, pp. 1437) (*Traduction libre de l'auteur*)¹³. Jennings et ses collègues affirment également que « l'internalisation est positivement et systématiquement liée

¹³ Citation originale: "Internalization dimension showed the strongest relationships to normlessness and moral reasoning ... compared with Symbolization, Internalization was more strongly related to the implicit measure that assesses the strength of association between the moral traits and the self-concept." (Aquino & Reed, 2002, pp. 1437).

aux comportements et aux intentions éthiques, et négativement aux comportements et aux intentions contraires à l'éthique et contre-productifs. Par contre, lorsque l'internalisation et la symbolisation sont combinées pour mesurer l'identité morale, cela ne donne des résultats significatifs que si d'autres facteurs/construits modérateurs sont pris en compte » (Jennings, Mitchell & Hannah, 2015, p. 150) (*Traduction libre de l'auteur*)¹⁴. Autrement dit, par rapport à la dimension Symbolisation, l'identité morale issue de la dimension internalisation est plus positivement liée aux comportements éthiques.

3.5 Les variables modératrices

Les variables modératrices ou variables de contrôle sont les caractéristiques sociodémographiques retenues, soit la formation en éthique et l'expérience professionnelle. La formation en éthique constitue un des principaux leviers de promotion des pratiques éthiques en raison de son influence sur le développement et la transmission des valeurs d'une organisation à ses membres (Bernard & Jara 1986; Boisvert et al., 2003; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001). Elle favorise l'adhésion des individus aux valeurs morales et aux codes de bonne conduite (Bernard & Jara 1986; Boisvert et al., 2003; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001). Elle permet aussi l'acquisition des connaissances en éthique et contribue ainsi à l'adhésion des membres à la culture organisationnelle, aux valeurs professionnelles et aux normes sociales de l'organisation, ainsi qu'au respect des normes établies (Bernard & Jara 1986; Daddis, 2004; Wells & Schminke, 2001). De ce fait, elle pourrait éaglement avoir une influence positive sur l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle (Goodman, 2000, McCadden, 1997 ; Shao et al., 2008). La formation en éthique a été incluse dans le questionnaire de l'enquête effectuée par la Défense nationale afin d'identifier le type de formation de cette nature-là plus dispensée par les Forces armées canadiennes et pour mesurer son impact sur les comportements du soldat.

¹⁴ Citation originale: "Internalization was positively and consistently related to ethical behaviors and intentions and consistently negatively related to unethical and counterproductive behaviors and intentions. Conversely, differences emerged for symbolization moral identity. When internalization and symbolization were combined into a composite measure of moral identity, significant results did not emerge unless moderators were considered (e.g., regulatory focus, self-control, group norms, and ethical leadership)." Jennings et al., 2015, p. 150).

L'expérience professionnelle est une expression utilisée dans cette thèse pour parler des deux caractéristiques suivantes : années de service et grade ou échelon hiérarchique du soldat. Les grades des participants sont catégorisés sous l'expression séniorité. L'expérience des employés, basée sur le nombre d'années de service et le grade, est aussi associée aux comportements relatifs à l'éthique au travail (Elm & Nichols, 1993; Messervey et al., 2010; Wells & Schminke, 2001). L'accumulation d'expériences antérieures peut amener les employés à agir ou à adopter plus facilement des attitudes ou des comportements moraux et des conduites conformes aux règles et aux valeurs éthiques de leur organisation (McFerran et al., 2010 ; Messervey et al., 2010; Wells & Schminke, 2001). Des études suggèrent également que l'expérience professionnelle peut avoir un impact sur l'éthique informelle au sein d'une organisation (Elm & Nichols, 1993). L'intérêt d'analyser cette caractéristique est que, dans la profession militaire, la promotion à un grade n'est pas nécessairement ou entièrement liée au nombre d'années de service. Bien que la promotion à un grade supérieur exige que le militaire ait accumulé un certain nombre d'années de service au grade antérieur, les facteurs déterminants sont le rendement au travail et le potentiel, combinés à d'autres aspects (ex : l'éducation (académique), le développement professionnel, les affections ou les positions et rôles antérieurs, la participation à des missions outre-mer, etc.), pour se voir octroyer le grade supérieur. Les deux caractéristiques, soit les années de service et séniorité, sont incluses dans le questionnaire de l'enquête effectuée par la Défense nationale afin de mesurer l'impact du nombre d'années de service et du grade sur les comportements du soldat.

Dans le cadre de cette thèse, nous explorerons ces liens de deux façons : 1. en vérifiant leur effet direct sur la capacité du soldat à exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle vus comme une expression d'ordre éthique; 2. en mesurant leur effet modérateur sur la relation entre l'identité morale et l'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle. Autrement dit, nous chercherons, d'une part, à savoir comment ces déterminants sont susceptibles d'influer sur les comportements de citoyenneté organisationnelle, et d'autre part, à déterminer dans quelle mesure, par leur contribution au changement de l'identité morale, ils peuvent influencer les comportements de citoyenneté organisationnelle. Cette vérification empirique se fera à partir des données recueillies dans le cadre de l'enquête éthique de la Défense du Canada.

3.6 La question de recherche

La recension des écrits effectuée dans le cadre de cette thèse a permis de dégager la conclusion suivante : l'identité morale est associée positivement aux comportements de citoyenneté organisationnelle, qui peuvent être considérés comme une dimension de l'éthique informelle. La recension des écrits suggère également que la formation en éthique et l'expérience professionnelle ont une influence sur l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle, c'est-à-dire sur l'éthique informelle au sein d'une organisation. En revanche, la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle est inexplorée dans le domaine militaire. Dans le but de combler ces lacunes, cette recherche vise à répondre aux questions suivantes :

Existe-t-il un lien positif entre l'identité morale du soldat et sa capacité à exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle, conçus comme une expression de comportements éthiques volontaires et informels, au sein des Forces armées, en l'occurrence les FAC ? Si oui quelle est la force de ce lien ?

Dans quelle mesure la capacité du soldat à exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle varient-elle en fonction de la formation en éthique et de l'expérience professionnelle ?

Dans quelle mesure la formation en éthique et l'expérience professionnelle influent-elles sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité à exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle conçus comme une expression de comportements éthiques volontaires et informels ?

3.7 Les hypothèses de recherche

Des études (Aquino & Reed, 2002, Aquino, Becker, 2005; Aquino & al., 2008; Aquino & al., 2007; Ashforth & Arnand, 2003; Blasi, 1984 - 2004; Caldwell & Moberg, 2007 ; Erikson 1964; Hart, Atkins & Ford 1998; Johnson & Schlenker, 2007 ; McFerran & al., 2010; Olsen & al., 2006 ; Pratt & al., 2003 ; Reed & Aquino, 2003 ; Reynolds & Ceranic, 2007; Sage & al., 2006 ; Schlenker, 2008; Turnipseed, 2002; Winterich, Mittal & Ross, 2009) ont démontré, tant d'un point de vue

théorique qu'empirique, que l'identité morale contribue à prédire et à réguler les comportements éthiques ou moraux des individus, incluant ceux d'ordre informel tels que les comportements de citoyenneté organisationnelle. Selon ces études, l'identité morale est associée positivement aux comportements de citoyenneté organisationnelle (; Reed & Aquino, 2003 ;). En nous basant sur les résultats de ces recherches et sur une extension de ces derniers à la population étudiée, nous déduisons, de manière générale, qu'il existe un lien entre l'identité morale et l'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle ou l'éthique informelle au sein des FAC. Nous postulons par ailleurs que la formation en éthique et l'expérience professionnelle exercent un effet modérateur sur cette relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle.

Ainsi nous avons formulé les hypothèses suivantes en lien avec les questions de recherche :

H1. L'identité morale du soldat est associée positivement à sa capacité d'exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle.

H2. La formation en éthique exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle.

H3. Le nombre d'années de service exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle.

H4. La séniorité, c'est-à-dire le grade ou échelon hiérarchique, exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle

Ces hypothèses seront vérifiées au niveau global et en fonction de chacune des quatre dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle retenues dans le cadre de cette thèse soit l'altruisme, le civisme l'esprit consciencieux et la courtoisie. L'existence de ces associations sera vérifiée à l'aide d'équations structurelles visant à déterminer si le modèle proposé et rapporté à la figure 1 est confirmé. Cette méthode statistique, de nature robuste, permet de déterminer des liens positifs entre les variables prises en compte.

PARTIE II. MÉTHODOLOGIE

Cette deuxième partie de la thèse fournit l'information sur diverses facettes de la méthodologie de recherche. Sont traités le devis de recherche, l'échantillon, les instruments de mesure et les méthodes d'analyse des données. Compte tenu qu'il s'agit d'une étude faite sur des données secondaires, soit celles du Directeur général recherche et analyse – Personnel militaire (DGRAPM), Défense nationale du Canada, des précisions sont apportées sur cette banque de données, entre autres sur la population qu'elle vise et sur son évolution.

CHAPITRE IV. LA DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

Ce quatrième chapitre de la thèse porte sur la démarche méthodologique. Tel que mentionné auparavant, il explique le devis et le design de la recherche et fournit des précisions sur la population à l'étude et les mesures des variables utilisées. Il décrit aussi les analyses statistiques prévues et les procédures suivies pour la collecte et la conservation des données.

4.1 Le devis de recherche

Cette recherche doctorale s'inscrit dans le cadre du programme d'éthique du ministère de la Défense nationale du Canada (MDN) et des FAC. Le MDN a été le premier ministère au sein du gouvernement du Canada à établir son propre programme d'éthique (Penney, 1996). Ce programme a été élaboré vers la fin des années 1990 afin de remédier à certains problèmes d'éthique observés dans le milieu de travail et durant des missions outremer dans lesquelles les FAC étaient impliquées. Il remplit, en outre, les deux fonctions suivantes : 1. déterminer, en termes spécifiques, ce qu'il est souhaitable que le personnel observe et accomplisse dans des situations de service ; 2. orienter, guider, évaluer et améliorer les comportements éthiques des militaires des FAC et des employés du MDN de manière continue. Dans ce programme, l'éthique poursuit les fins suivantes : 1. déterminer ce qui est bien et ce qui est mal ; 2. définir les principes et les obligations qui régissent l'action et les pratiques justes des individus et des institutions ; 3. expliquer la notion d'être une personne intègre ; 4. choisir de faire ce qu'il convient. Ce programme comporte également un énoncé d'éthique qui décrit trois principes (respecter la dignité de toutes les personnes; servir le Canada avant soi-même et obéir à l'autorité légale et l'appuyer) et six obligations (intégrité, loyauté, courage, honnêteté, impartialité et responsabilité) principales du personnel des FAC et du MDN.

En 1998, la direction du Programme d'éthique de la Défense (PED) a demandé au Directeur général recherche et analyse – Personnel militaire (DGRAPM), d'élaborer un outil permettant de mesurer la culture éthique et le processus décisionnel en matière d'éthique dans les FAC et au MDN. C'est ainsi que Kelloway et ses collègues ont développé le premier questionnaire d'enquête sur l'éthique, basé sur la prise de décision éthique, qui sera plus tard modifié et amélioré par Dursun et ses

collègues (Dursun, Morrow, & Beauchamp, 2003 ; Kelloway, Barling, Harvey & Adams-Roy, 1999). Ce questionnaire a été administré périodiquement (1999, 2003, 2007 et 2010) aux membres des FAC et aux employés civils du MDN, sous l'égide du Programme d'éthique de la Défense, au sein de l'organisation du chef – Service d'examen (CS Ex). Mais en 2013, grâce notamment aux résultats de l'analyse psychométrique de l'Enquête éthique de la Défense de 2010 (Lavergne & Messervey, 2015), le DGRAPM a décidé de réviser et d'améliorer le questionnaire d'enquête original afin de prendre en considération les importantes évolutions de la recherche et des publications en psychologie cognitive et en psychologie morale. Cette nouvelle version révisée a été utilisée pour *l'Enquête éthique de la Défense 2014-2015*, qui conserve toutefois plusieurs énoncés de la version précédente tels que les caractéristiques individuelles, situationnelles et contextuelles. Le but de cette version révisée est non seulement de comprendre le processus de prise de décision éthique, mais aussi l'expression des comportements extra-rôles et pro-sociaux et leur influence sur le risque éthique ou les facteurs de risque éthique. C'est ainsi que cette collecte d'information a inclus de nouvelles variables et construits tels que l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, lesquels sont un objet d'étude dans le cadre de cette thèse.

Compte tenu de ces caractéristiques de *l'Enquête éthique de la Défense - mesurer le risque éthique au sein du MDN / CAF (04ID03-020)*, le devis de recherche en est un de nature synchronique et quantitative. Ce devis se justifie par le fait que les données issues de la littérature existante montrent qu'il est possible de mesurer et d'analyser les variables et les déterminants pris en compte de façon adéquate. Concernant le devis, ajoutons qu'il s'agira d'une recherche faite à partir de données secondaires. Le recours à cette façon de faire se fonde sur trois raisons : 1. le nombre de répondants, qui permet des analyses statistiques performantes; 2. le soin mis à l'élaboration des instruments; 3. la possibilité d'effectuer des analyses originales sur l'information collectée.

4.2 Les données collectées - population cible et procédures éthiques

Tel que mentionné, cette recherche doctorale est basée sur des données secondaires de *l'Enquête éthique de la Défense - mesurer le risque éthique au sein du MDN / CAF (04ID03-020)*, de 2014-2015. Outre celles qui ont trait aux échelles mesurant les construits cibles de notre recherche, soit

l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, les caractéristiques sociodémographiques que sont la formation en éthique, les années de service (AS) et le grade (Séniorité), des données ont été collectées sur les aspects suivants : âge, sexe, première langue officielle (PLO), emplacement géographique et éducation. Les membres des FAC, notamment ceux de la Force régulière, ont précisé quel est leur uniforme distinctif pour les trois éléments (UDE = Mer, Terre et Air), s'ils avaient été déployés à l'extérieur du Canada au cours de l'année précédente et s'ils avaient participé à une mission de combat.

La population ciblée par *l'Enquête éthique de la Défense de 2014-2015* est composée des civils employés par le MDN et des militaires. Le personnel civil est composé d'employés du MDN ayant un statut indéterminé ou un mandat de plus de trois mois. La population militaire comprend le personnel de la Force régulière ainsi que celui de la Force de réserve classe A et classe B (A= occasionnelle ou appelé au besoin et B = temps partiel). Les soldats recrues, les élèves-officiers, les membres des FAC ayant moins d'une année de service et les membres des FAC qui ne faisaient pas partie de l'effectif en activité lors de l'administration du questionnaire de l'enquête, ont été exclus de la population ciblée.

Les membres des FAC et les employés civils du MDN ont été invités à remplir le questionnaire sur l'éthique de la Défense sur une base volontaire. Les membres de la Force régulière, les réservistes de classe B et les employés civils ont reçu une version électronique du questionnaire, alors que ceux qui ne possèdent pas d'adresse courriel et/ou d'adresse postale d'unité des FAC et les réservistes de classe A ont rempli la version papier. L'annexe A présente le questionnaire utilisé; cependant, seulement les variables ou les construits retenus aux fins de notre recherche doctorale sont inclus.

Dans le cadre cette thèse, les données utilisées portent uniquement sur le personnel militaire de la Force régulière ayant complété le questionnaire en ligne ou par courrier. Ces données ont trait aux échelles mesurant les construits cibles de notre recherche, soit l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, les caractéristiques sociodémographiques que sont la formation en éthique, les années de service et le grade (séniorité). La participation des membres est volontaire. Les données recueillies sont strictement confidentielles et ne seront

communiquées qu'aux membres de l'équipe de recherche et au MDN autorisés. Aucun renseignement permettant d'identifier directement les participants ne sera conservé. L'information collectée sera traitée de manière strictement confidentielle et dépersonnalisée; les publications ne permettront pas d'identifier les répondants.

Ce projet a bénéficié de deux certificats d'éthique. Le projet initial a obtenu l'approbation du Comité d'examen de la recherche en sciences sociales (CERSS) de la DGRAPM pour la réalisation de l'étude et l'exploitation des données recueillies ainsi que pour d'éventuelles utilisations de données secondaires. Ce projet a également obtenu un certificat d'éthique de l'Université du Québec en Outaouais (UQO) pour la réalisation de la thèse à partir des données secondaires issues des données initiales recueillies par la Défense nationale.

4.3 L'échantillonnage

Lors de chaque enquête sur l'éthique de la défense, un échantillon aléatoire stratifié est sélectionné à partir de la population du MDN et des FAC en utilisant les données du Directeur - Système de gestion du personnel militaire (DSGPM). L'échantillon de *l'Enquête éthique de la Défense 2014-2015* représente de façon adéquate la population cible des FAC et du MDN. La base d'échantillonnage pour la Force régulière, qui constitue la population à l'étude dans le cadre de cette thèse, se limite au personnel militaire travaillant à temps plein.

Un échantillon comportant un peu plus de 4000 membres de la Force régulière a été stratifié par groupe de grades. Le calcul de la puissance a servi à déterminer la taille de l'échantillon et sa répartition entre les strates, le tout en fonction d'une marge d'erreur globale prévue de 3 % (au niveau de confiance de 95 %). Cette marge d'erreur est de 6% pour les officiers et 5% pour les militaires du rang (sous-officiers). Le taux de réponse probable est estimé en fonction de celui obtenu lors d'enquêtes similaires de 2008 à 2010, soit entre 28% et 30 %.

4.3.1 La conception de l'échantillon

L'échantillonnage pour la Force régulière a été élaboré en fonction des facteurs suivants : la détermination de la taille de l'échantillon et sa répartition selon l'environnement militaire, les

unités et les catégories de grades, et le taux de réponse probable. La taille de l'échantillon a été déterminée à partir du nombre total de militaires qui composent la Force régulière des FAC, en utilisant les données du DSGPM de 2014. Le tableau 1 indique une population totale de 56 598 membres, répartie en fonction de l'environnement militaire, de l'unité et des grades.

Tableau 1 : Population totale de la Force régulière

Environnement/unité	MR Sub	Officiers Sub	MR Sup	Officiers Sup	Total
Force Aérienne Royale	6799	1988	2329	825	11941
Armée (Terre)	13138	1882	4788	933	20741
Marine Royale	4794	793	2295	471	8353
Commandement du personnel militaire (CPM)	2789	1024	1918	817	6548
MAT	194	350	526	406	1476
Autres	3269	867	2040	1363	7539
Total	30983	6904	13896	4815	56,598

Plusieurs facteurs ont été pris en compte dans le calcul de la taille de l'échantillon : les marges d'erreur (ME) souhaitées, le taux d'échantillonnage par strate (ne dépassant pas 15%) et la taille globale de l'échantillon souhaité (moins de 5000). Le taux de 15% est basé sur la taille globale de l'échantillon souhaité et sur des expériences antérieures. Puisque la même population est interrogée à plusieurs reprises au cours d'une année, sur différents sujets, il a été jugé nécessaire de garder la taille des échantillons et les taux d'échantillonnage au minimum requis sans affecter les marges d'erreur (ME).

Les étapes de base suivies pour calculer les ME sont les suivantes : 1. calculer une taille d'échantillon satisfaisante ; 2. diviser cette taille de l'échantillon par le taux de réponse attendu pour obtenir le nombre de répondants échantillonnés ; 3. calculer le taux d'échantillonnage par strates.

Pour respecter les marges d'erreur spécifiées ci-dessus, le calcul de la taille de l'échantillon est obtenu à partir de l'équation ci-dessous, où n est la taille de l'échantillon, z , le niveau de confiance souhaitée, e , la marge d'erreur souhaitée, P l'estimation de la variabilité de la population, et N la taille de la population. Dans les enquêtes comme celles-ci, il est souhaitable que P soit égal à 0,5,

et $z = 1.96$, pour un niveau de confiance de 95% de la distribution normale (Messervey et al., 2010). Le choix de la conception de l'échantillon final est basé sur ces indices.

$$n = \frac{\left(\frac{z}{e}\right)^2 P(1 - P)N}{\left(\frac{z}{e}\right)^2 P(1 - P) + N}$$

Ainsi, pour une marge d'erreur globale (3%), la taille de l'échantillon serait de 1048 (si l'on obtient un taux de réponse de 100%). Mais pour satisfaire les marges d'erreur marginales, il faudrait une taille de l'échantillon de 1246.

Différents schémas de répartition des répondants sont testés pour trouver un échantillon satisfaisant, c'est-à-dire qui répond aux critères ci-dessus. La population visée par l'enquête, qui répond à tous les critères de marge d'erreur, est composée de 4056 militaires de la Forces régulière (tableau 2). Avec cette population, il est attendu que l'échantillon de l'enquête atteigne 1246 militaires de la Forces régulière (tableau 3). Ainsi, une fois la collecte de données complétée, si l'échantillon (le nombre de participants/répondants) dépasse celui attendu, cela respectera ou améliorera les marges d'erreurs anticipées. Les tableaux 2 et 3 font état de la distribution de la population et de l'échantillon.

Tableau 2 : Population totale de la Force régulière ciblée

Environnement/unité	MR Sub	Officiers Sub	MR Sup	Officiers Sup	Total
Force Aérienne	306	259	117	99	781
Armée (Terre)	395	245	168	112	920
Marine	432	104	173	57	766
CPM	265	134	164	99	662
Mat	30	53	77	59	219
Autres	278	113	153	164	708
Total	1706	908	852	590	4056

Tableau 3 : Nombre de réponses attendues - Force régulière

Environnement/unité	MR Sub	Officiers Sub	MR Sup	Officiers Sup	Total
Force Aérienne	76	76	53	44	249
Armée (Terre)	79	65	68	47	258
Marine	80	28	74	24	207
CPM	63	38	68	41	210
Mat	8	16	38	27	90
Autres	63	35	62	73	231
Total	369	258	363	256	1246

4.3.2 Le taux de réponse estimé

Une fois les données recueillies, l'échantillon sera comparé à la population cible afin de vérifier s'il est représentatif. Le taux de non-réponse estimé, qui a été utilisé pour calculer la taille de l'échantillon, a été obtenu à partir du produit du taux d'erreur, du taux de réponse (obtenu dans les enquêtes antérieures) et du pourcentage des adresses courriels manquantes.

L'enquête éthique précédente a eu un taux de réponse global valide de 28,66%. Il a été montré que pour les membres de la Force régulière, le grade ou échelon hiérarchique était intimement relié aux non-réponses. Par exemple, il était plus probable que les militaires subalternes remplissent le questionnaire de l'enquête que les officiers supérieurs. Étant donné que l'enquête 2014-2015 a ciblé la même population, il est attendu que le taux de réponse soit sensiblement le même. La marge d'erreur était alors également de 3%. Les calculs prévisionnels anticipent un taux de réponse global de la Force régulière de 29,24% pour cette enquête. Toutefois, des aléas non contrôlables, tels que l'élimination de questionnaires causée par l'absence de réponse à certaines questions, pourraient affecter le taux de réponse et du même coup le nombre total (n) de participants. En postulant l'existence de ce type de scénario, nous anticipons que le nombre de participants ou de répondants à l'enquête se situera entre 900 (minimum) et 1480 (maximum) militaires de la Forces régulière.

4.4 La mesure des variables à l'étude

Les variables utilisées dans le cadre de cette recherche doctorale sont l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, ainsi que deux déterminants : la formation en

éthique et l'expérience professionnelle (années de service et séniorité). Les variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle ont été validées par diverses recherches, entre autres, celles des auteurs suivants : Aquino & Reed, 2002; Jöreskog & Sörbom, 1993; et Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990. Des analyses factorielles confirmatoires (AFC) seront effectuées afin de vérifier si la structure factorielle des variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle est représentée convenablement par les données empiriques recueillies.

4.4.1 L'échelle mesurant les comportements de citoyenneté organisationnelle

Des dimensions ou sous-échelles ont été utilisées dans des recherches empiriques pour mesurer les comportements de citoyenneté organisationnelle (Lievens & Anseel, 2004 ; Podsakoff et al., 1990). La version originale de *l'OCB Scale* de Podsakoff et de ses collègues (1990), qui est la plus utilisée dans les recherches sur les comportements de citoyenneté organisationnelle, mesure cinq dimensions (sous-échelles): l'altruisme (5 items), le civisme (4 items), l'esprit consciencieux (5 items), l'esprit sportif ou esprit d'équipe (5 items) et la courtoisie (5 items) sur une échelle de Likert à 7 catégories de réponse (1= fortement en désaccord à 7= fortement en accord). Les scores possibles pour les dimensions qui comportent 5 items peuvent varier entre 5 et 35, et à celles à 4 items, entre 4 et 28 (Organ, 1988; Podsakoff et al., 1990). Les cinq sous-échelles ont aussi été combinées afin d'établir un score global. Établi à partir d'une addition des scores aux 24 énoncés, ce score global varie entre 24 et 168. Plus il est élevé, plus il indique que le participant présente un comportement susceptible d'aider ses collègues de travail et son organisation. Ce score global présente une cohérence interne acceptable (alpha de Cronbach de 0.77) (Podsakoff et al., 1990). Leur consistance interne a donc été démontrée acceptable, dans l'ensemble. L'analyse factorielle confirmatoire des cinq sous-échelles a donné également des résultats statistiquement significatifs : $\chi^2(N=235) 790.88, p < .001$; TLI de 0,94, pour l'ensemble (Podsakoff et al., 1990). Ces résultats montrent en fait que la structure factorielle des échelles de de cette variable est représentée convenablement.

Les sous-échelles utilisées dans le cadre de cette thèse sont celles mesurées à l'aide de la version de *l'OCB Scale* de Podsakoff et ses collègues (1990), à l'exception de l'esprit sportif. Ce choix

s'explique par le fait que cette dimension n'a pas été retenue dans la collecte des données utilisées dans le cadre de cette thèse. Les quatre sous-échelles retenues mesurent la vertu civique (4 énoncés) et d'autres comportements d'aide tels que l'esprit consciencieux (5 énoncés), la courtoisie (5 énoncés), et l'altruisme (5 énoncés). Elles sont composées de 19 items ou énoncés évaluant les comportements de citoyenneté organisationnelle sur une échelle de Likert à 7 catégories de réponse (1= fortement en désaccord à 7= fortement en accord). Les scores totaux obtenus par l'addition des cotes attribuées aux 19 items peuvent varier entre 19 à 133 (Podsakoff et al., 1990). Des analyses subséquentes des données empiriques permettront de vérifier si ces quatre dimensions présentent un alpha de Cronbach (α) équivalent ou meilleur que celui qui est suggéré dans les écrits. Autrement dit, l'analyse des données empiriques permettra de vérifier la cohérence interne au score total pour ces quatre dimensions, mais aussi pour chacune de ces quatre dimensions. (Konovsky & Organ, 1996; Podsakoff & Mackenzie, 1994; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990).

4.4.2 L'échelle mesurant l'identité morale

La mesure de l'identité morale retenue dans cette recherche est basée sur l'approche cognitive. Elle est plus précisément appréhendée par neuf traits moraux servant à décrire une personne morale: bienveillant, compatissant, juste, amical, généreux, serviable, travaillant, honnête et gentil (Aquino & Reed, 2002). Ces traits sont mesurés à l'aide d'énoncés regroupés en deux catégories ou sous-échelles respectivement intitulées Internalisation et Symbolisation. La première sous-échelle indique, rappelons-le, la manière dont l'identité morale individuelle est ancrée, intériorisée, chez l'individu; elle traduit en fait la manière dont les traits moraux sont profondément enracinés dans le concept de soi, aussi appelé auto-conception de soi. La seconde sous-échelle caractérise la manière dont un individu manifeste, exprime ou extériorise, par ses actions, ces traits moraux. La dimension Internalisation étant celle qui est mesurée dans le sondage des FAC, c'est celle qui sera étudiée dans le cadre de cette thèse. De plus, il est démontré empiriquement que la dimension internalisation est non seulement celle qui mesure le mieux l'identité morale individuelle, mais aussi celle qui est la plus fortement liée aux comportements éthiques (Aquino, McFerran, & Laven, 2011 ; Aquino & Reed, 2002 ; Jennings, Mitchell, & Hannah, 2015 ; Winterich, Aquino, Mittal, & Swartz, 2013). Cette dimension est examinée en fonction de cinq critères : 1. *Je serais heureux de*

posséder ces caractéristiques (traits) ; 2. Le fait de posséder ces caractéristiques est un élément important de mon identité ; 3. J'aurais honte de posséder ces caractéristiques ; 4. Le fait de posséder ces caractéristiques n'est pas vraiment important pour moi ; 5. Je désire fortement posséder ces caractéristiques. Il est demandé aux participants, c'est-à-dire les soldats, de se définir en fonction des neuf traits mentionnés et en lien avec ces cinq critères, en indiquant dans quelle mesure le fait d'avoir ces traits est ou non important. Ils sont ainsi invités à décrire, sur une échelle Likert à cinq catégories de réponse allant de 1 (fortement en désaccord ou pas du tout d'accord) à 5 (fortement d'accord ou tout à fait d'accord), comment il s'auto-identifie, en tant que personne morale, à chacun des neuf traits moraux (Aquino et Reed, 2002). Les analyses de validation effectuées par Aquino & Reed (2002) donnent un alpha Cronbach pour la sous-échelle internalisation de l'identité morale ($\alpha = .77$) acceptable. L'analyse factorielle confirmatoire des traits moraux montre aussi des résultats statistiquement acceptables : $\chi^2(34, N=347) = 85.46, p < .001$ est significatif (inférieur à 0,05); RMSR (Root Mean Square Residual) = .03 est ajusté (inférieur à 0,05), GFI Goodness of Fit-Index) = .95, CFI (Comparative Fit-index) = .95, NFI (Normed Fit-Index = 92). De plus, les estimations des paramètres pour tous les énoncés sont significatives (Aquino & Reed, 2002, p.1428). Des analyses subséquentes, dans le cadre de cette thèse, permettront également de comparer les scores globaux obtenus à ceux qui sont rapportés et de vérifier si cette dimension présente un alpha de Cronbach (α) équivalent ou meilleur que celui obtenu par Aquino & Reed (2002). En calculant un score global à partir des quatre dimensions retenues, nous ne prétendons nullement produire l'équivalent du score résultant des cinq dimensions; il s'agit plutôt d'un moyen pour fournir un estimé d'ensemble dont la valeur sera évaluée à partir de l'alpha de Cronbach.

4.4.3 La formation en éthique

La formation en éthique est une caractéristique mesurée dans le cadre de cette étude en tant que variable modératrice. Dans le cadre de l'enquête éthique de la Défense, elle est appréhendée par quatre questions (énoncés) touchant le type de formation en matière d'éthique que les participants ont reçue de la part des FAC ou du MDN. Un de ces énoncés est retenu dans le cadre cette thèse : (FE) vérifie si les répondants ont participé ou non à *une formation impliquant une séance de dialogue officielle ou informelle sur l'éthique* dans leur milieu de travail au cours de la dernière

année. Le choix de cet énoncé s'explique par le fait qu'il représente le type de formation en éthique le plus utilisé dans les FAC. Ce type de formation, d'environ 3 heures, est constitué d'une présentation magistrale – des ateliers de groupes basés sur des thèmes et des mises en situations et une discussion générale. Elle permet de rappeler les objectifs éthiques des FAC et de donner aux militaires l'occasion de discuter de cas concrets impliquant des manquements à l'éthique. Plus précisément, il est demandé aux participants d'indiquer s'ils ont participé à une formation impliquant des séances de discussions relatives à l'éthique dans leur milieu de travail au cours de l'année précédant l'enquête. Il leur a été fourni trois choix de réponse : Oui, Non et Je ne sais pas. Le dernier choix, « Je ne sais pas », est inclus dans le questionnaire à titre alternatif, pour les participants qui ne se souviennent pas du type de formation qu'ils ont reçue. Mais dans le cadre cette recherche doctorale, la formation en éthique sera recodée et transformée en variable binaire avec deux choix de réponse : Oui et Non. Les réponses indiquant le choix « *Je ne sais pas* » sont comptabilisées comme « Non », en partant du principe que le militaire qui répond qu'il ne sait pas s'il a participé à une formation en éthique, ne l'a pas fait.

4.4.4 L'expérience professionnelle

L'expérience professionnelle est une autre caractéristique sociodémographique mesurée dans le cadre de cette étude. Elle est constituée de deux variables modératrices : le nombre d'années de service et la séniorité (grade ou échelon hiérarchique). Le nombre d'années de service est regroupé en périodes de 5 ans pour un total de 6 périodes (1 à 5 ans; 6 à 10 ans; 11 à 15 ans; 16 à 20 ans; 21 à 25 ans; 25 ans et plus). Elle sera codée sous une forme de variable numérique continue, portant sur un choix de réponse entre 1 et 6. La séniorité est un amalgame, créé à partir de quatre groupes de grades : de militaires du rang (MR) subalternes (soldat/matelot 3^e classe / matelot 2^e classe; caporal/matelot de 1^{ere} classe; caporal-chef/matelot chef); de MR supérieurs (sergent/maître de 2^e classe; adjudant/maître de 1^{ere} classe; adjudant-maître/premier maître de 2^e classe; et adjudant-chef/premier maître de 1^{ere} classe); d'officiers subalternes (sous-lieutenant/enseigne de vaisseau 2; lieutenant/enseigne de vaisseau; capitaine/lieutenant de vaisseau); d'officiers supérieurs (major/capitaine de corvette; lieutenant-colonel/capitaine de frégate; colonel/capitaine de vaisseau et officiers généraux/amiraux). Pour les fins de cette recherche, les niveaux de séniorité ont été

regroupés en deux catégories : Séniorité 1 (MR supérieurs et Officiers supérieurs) et Séniorité 0 (MR subalternes et Officiers subalternes).

4.5 Les méthodes d'analyse statistique

Cette dernière section de la méthodologie a pour objectif de décrire la stratégie d'analyse des données. Dans un premier temps, nous traiterons des méthodes utilisées pour vérifier les valeurs statistiques des construits mesurés en commençant par la description des données. Dans un second temps, nous ferons état des méthodes utilisées pour analyser les liens entre les variables et ainsi vérifier si les résultats obtenus vont dans le sens des hypothèses énoncées. Compte tenu que la description et l'analyse des données sont effectuées à l'aide de deux logiciels différents mais compatibles, soit SPSS et AMOS, nous avons structuré le texte qui suit en fonction de ce critère.

4.5.1 L'analyse SPSS

Le logiciel SPSS sera utilisé aux fins suivantes : 1. effectuer des analyses sociodémographiques; 2. établir les statistiques descriptives (N %, moyenne et écart type) de l'ensemble des variables à l'étude; et 3. effectuer des analyses de corrélations et des tests alphas afin de vérifier la fiabilité des données recueillies et les indices de validité des échelles dans les variables à l'étude,

Dans un premier temps, nous décrirons la distribution des sujets dans les différentes catégories démographiques et vérifierons si la variabilité est suffisante pour permettre la poursuite des analyses. Cette analyse servira à comparer taille de l'échantillon à la population, en fonction du taux de réponse estimé, pour déterminer sa représentativité. Les distributions analysées porteront sur les aspects suivants :

- Information sur le nombre total de soldats ayant répondu au sondage (N)
- Le nombre d'années de service des répondants
- La séniorité en quatre catégories de grades (MR subalterne; MR supérieur; Officier subalterne et Officier supérieur)
- La formation en éthique, en fonction de l'indice retenu : (FE) une formation impliquant une séance de dialogue officielle ou informelle sur l'éthique participé à une séance de dialogue officielle ou informelle sur l'éthique.

Dans un deuxième temps, nous décrirons les réponses aux différentes variables à l'étude : identité morale (total), comportements de citoyenneté organisationnelle (selon les quatre dimensions ou sous-échelles), formation en éthique, années de service et séniorité. Des analyses de khi-deux sur les variables modératrices et des analyses ANOVA seront effectuées à cet effet. Ces analyses serviront à élaborer des tableaux croisés permettant de déterminer la variabilité, d'une part des caractéristiques sociodémographiques et d'autre part de l'identité morale (total) et des comportements de citoyenneté organisationnelle (selon les quatre dimensions ou sous-échelles) manifestés par les participants, et selon les tendances sociodémographiques, soit la formation en éthique, le nombre d'années de service et la séniorité. Les analyses de comparaison multiple seront effectuées à l'aide du test de *Tukey (Tukey HSD)* afin de déceler les différences significatives entre les groupes, en fonction des variables croisées. Le test de *Tukey* est considéré comme un des meilleurs pour effectuer des comparaisons multiples afin d'évaluer des différences entre des moyennes de groupes et d'estimer l'importance de leurs différences (Johnson & Wichern, 1992; Marques de Sà, 2003; Rouanet & Lépine, 1970).

Enfin, nous effectuerons des analyses de corrélations afin de vérifier la corrélation entre les facteurs/énoncés retenus dans les variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle, ainsi que des tests alphas afin de vérifier leur fiabilité. Les résultats de ces analyses permettront de vérifier si la structure factorielle des variables est représentée convenablement par les données empiriques recueillies.

4.5.2 La modélisation par équations structurelles (MES) et AMOS

La modélisation par équations structurelles (MES) est une méthode d'analyse statistique qui permet, notamment, de faire des analyses de régression et des analyses factorielles (Arbuckle & Wothke, 1999; Bollen, 1989; Long, 1983; Roussel, Durieu, Campoy, & El Akremi, 2002; Steiger, 1990). Deux approches concurrentes se sont imposées dans la modélisation des équations structurelles. L'une, dite « Covariance-based SEM » (*SEM = Structural Equation Modeling*), met plus l'accent sur la modélisation de la matrice de covariance des variables observées alors que l'autre, connue sous le nom de « PLS » (*Partial Least Squares*) ou de « Component-based SEM », s'intéresse plus à la causalité entre les variables. Mais une autre approche, issue de la méthode

« Component-based SEM », appelée GSCA (*Generalized Structural Component Analysis*), a été proposée par Hwang et Takane (2004) comme une manière d'optimiser les scores d'un critère global (Arbuckle & Wothke, 1999; Roussel, Durieu, Campoy, & El Akremi, 2002). Dans le cadre de cette recherche doctorale, ce sera la « Covariance-based SEM » (*SEM = Structural Equation Modeling*) qui sera utilisée car elle permet « une généralisation de l'analyse factorielle en facteurs communs et spécifiques au cas de plusieurs tableaux de données reliés entre eux par des liens de causalité » (Tenenhaus, 2008, p. 87). Ce type de démarche permettra de tester le modèle théorique proposé à l'aide d'une série d'équations de régression et de l'examiner en tant que modèle explicatif des comportements éthiques informels et discrétionnaires au sein des FAC. En d'autres termes, cette approche permettra de tester les hypothèses de recherche, mais aussi de valider le modèle de mesure et/ou d'ajuster le modèle structurel, si nécessaire.

Le logiciel AMOS sera utilisé pour la MES. AMOS est un logiciel de modélisation par équations structurelles, qui permet l'analyse simultanée de structures complexes (Arbuckle, 2012; Arbuckle, & Wothke, 1999). L'utilisation de ce logiciel permet d'effectuer des analyses par équations structurelles et de médiation, d'une part pour vérifier si la structure factorielle des variables est représentée convenablement par les données, et d'autre part pour vérifier si les hypothèses de recherche et le modèle théorique proposé sont confirmés par les données empiriques.

4.5.2.1 Les analyses factorielles confirmatoires

L'analyse factorielle confirmatoire (AFC) exerce les rôles suivants : 1. vérifier, sur un échantillon de l'étude (n), si la structure factorielle des variables est représentée convenablement par les données; 2. établir la structure des relations entre des variables latentes et les énoncés qui servent à les mesurer; 3. confronter la théorie aux données recueillies afin d'établir dans quelle mesure les dimensions ou variables à l'étude s'harmonisent aux données empiriques (Lance & Vandenberg, 2002; Roussel, Durrieu et al., 2002). Ajoutons qu'elle permet aussi d'évaluer dans quelle mesure le modèle (théorique) que l'on cherche à vérifier se reflète ou est confirmé par les données empiriques.

Selon Diamantopoulos et Siguaw (2000), l'interprétation statistique de l'AFC repose sur une solution standardisée ou non standardisée et la meilleure manière de la déterminer est de s'appuyer sur les indices statistiques suivants: chi-carré (χ^2), RMSEA (« *Root Mean Square Error of Approximation* »), CFI (« *Comparative Fit Index* »), GFI (« *Goodness of Fit Index* ») et TLI (rho2) (*Tucker-Lewis Index*). Ces auteurs affirment qu'il est préférable que la valeur du Chi-deux soit non-significatif ($p >,05$) pour que le modèle théorique reproduise de manière convenable les données empiriques; toutefois, dans un contexte où la taille de l'échantillon est grande, un Chi-deux significatif peut constituer une valeur satisfaisante. Dans les deux cas, les résultats peuvent indiquer que le modèle théorique représente bien les données empiriques, dépendamment des indices statistiques d'ajustement obtenus (RMSEA, CFI, GFI, TLI) (Diamantopoulos & Siguaw, 2000; Jöreskog & Sörbom, 2001). L'indice RMSEA reflète l'ajustement du modèle théorique. Sa valeur confirme un bon ajustement lorsqu'elle est inférieure à 0,05 (intervalle de confiance de 90 à 95%), elle est convenable lorsqu'elle se situe entre 0,05 et 0,08; une valeur supérieure à 0,08 est considérée comme un ajustement faible (Arbuckle, 2012; Jöreskog & Sörbom, 2001; Steiger, 1990). La valeur de l'indice CFI oscille, quant à elle, entre 0 et 1 et doit être supérieure à 0,95 pour indiquer une bonne harmonisation entre le modèle théorique et les données empiriques (Jöreskog & Sörbom, 2001; McDonald & Marsh, 1990). La valeur de l'indice GFI doit être égal ou supérieure à 0,90, mais inférieure ou égale à 1 pour que le modèle soit considéré bon ou acceptable (Arbuckle, 2012; Diamantopoulos & Siguaw, 2000; Jöreskog & Sörbom, 2001; Tanaka & Huba, 1985). Quant à l'indice de TLI (équivalent au Bentler-Bonnet Non-Normed Fit Index (NNFI)), il varie entre 0 et 1, mais une valeur plus proche de 1 (supérieure à 0,90) est considérée très bonne (Arbuckle, 2012; Bentler & Bonett, 1980). Par ailleurs, des valeurs égales à 0,90, pour ces trois derniers indices, sont considérées acceptables.

Le recours à l'analyse factorielle confirmatoire permettra aussi, dans le cadre de cette recherche doctorale, d'évaluer dans quelle mesure le modèle théorique proposé est confirmé par les données empiriques.

4.5.2.2 Les analyses de l'effet direct et de l'effet modérateur

L'analyse MES permettra de vérifier, d'une part, l'effet direct entre les variables à l'étude et, d'autre part, le rôle modérateur de la formation en éthique et celui de l'expérience professionnelle sur la relation entre l'identité morale du soldat et les comportements de citoyenneté organisationnelle, au niveau global et en fonction de chacune de ses quatre dimensions. Ces analyses serviront à déterminer si les résultats obtenus vont dans le sens des hypothèses de cette recherche.

L'analyse de modulation consiste à vérifier, en mesurant l'effet d'interaction, si la relation entre deux variables est affectée par une troisième variable (Morgan-Lopez & MacKinnon, 2006). Elle est un processus dit d'interaction linéaire-par-linéaire, qui consiste généralement à estimer un modèle de régression dans lequel une variable dépendante Y (VD) est régressée sur une variable indépendante X (VI), par une variable modératrice Z (VM) ainsi que le produit entre la VI et la VM, soit Z et X (ZX) (Aiken & West, 1991 ; Edwards & Lambert, 2007). Il existe différents outils (SPSS, LISREL, Amos, etc.) pour analyser l'effet de modulation, mais il est recommandé d'utiliser AMOS pour une étude basée sur un grand échantillon, $N > 200$, car cela donne plus de puissance statistique aux résultats obtenus (Anderson & Gerbing, 1988; Edwards & Lambert, 2007; Fornell & Larcker, 1981; Nunnally & Bernstein, 1994; Pedhazur & Schmelkin, 1991).

La méthode la plus simple pour analyser l'effet de modulation par équation structurelle avec AMOS consiste d'abord à créer, à partir de SPSS, une variable d'interaction (VInt) en multipliant la variable indépendant X (VI) par la variable modératrice Z (VM) pour ensuite vérifier avec AMOS dans quelle mesure la VD est régressée sur la VI, grâce à l'effet de la VM ainsi que celui de la VInt (Aiken & West, 1991 ; Edwards & Lambert, 2007). On considère alors qu'il y a un effet modérateur de VM dans la relation entre VI et VD lorsque les valeurs t de la relation entre VI et VM, de celle entre VI et VD et de celle entre VInt et VD sont significatives (Yiing & Bin Ahmad, 2009 ; Hayes & Matthes, 2009). Cette méthode diffère cependant pour une analyse multi-groupe avec une ou des VI latentes ou continues et/ou avec une ou des variables dichotomiques ou binaires, comme c'est le cas dans le modèle proposé dans notre étude doctorale (Hayduk, 2016 ; Steinmetz, Schmidt, Tina-Booh, Wiczorek, & Schwartz, 2009 ; Vandenberg, 2002).

Dans le cas de l'analyse de modération multi-groupe avec une ou des VI latentes et une ou des variables continues, il faut d'abord transformer, à partir de SPSS, la VI en variable observable et créer deux autres variables centrées sur la moyenne, résultant de l'interaction entre la VI transformée et la VM (VIC et VMC). La variable centrée sur la moyenne est la moyenne obtenue de la somme de deux variables X et Y lorsqu'on prend en considération toutes les caractéristiques et tous les facteurs à l'étude (Chen, Adleman, Saad, Leibenluft, & Cox, 2014; Mithchel, 2005; Poldrack, Mumford, & Nichols, 2011). La transformation de la VI en variable observable permet d'établir la covariance entre VI, VM, VInt, VIC et VMC alors que la variable centrée sur la moyenne permet de contrôler ou de comparer les distributions des données. Il faut ensuite vérifier, en utilisant AMOS, dans quelle mesure la VD est régressée sur la VI, grâce à l'effet de VM ainsi que ceux de Vint, de VIC et de VMC. Cette façon de procéder permet de stabiliser le modèle. On considère alors qu'il y a un effet modérateur de VM dans la relation entre VI et VD lorsque l'interaction (VInt) est significative (Tabachnick, & Fidell, 2007). Si l'interaction VInt est significative, il est aussi nécessaire de déterminer/décélérer sa valeur, à l'aide d'une calculatrice *Excel*, en y insérant les coefficients de régression non standardisés. Ce processus permet d'interpréter la variabilité de l'effet de modération.

Dans le cas de l'analyse de modération multi-groupe avec des variables binaires ou dichotomiques, il est recommandé d'utiliser le test d'invariance, qui consiste à analyser chaque effet de modération dans deux modèles (sans contrainte et avec contrainte), en fonction du nombre de groupes (ex. A et B), pour ensuite vérifier si les relations entre les groupes sont statistiquement significatives et le degré de modération dans un intervalle de confiance compris entre 90% et 99% (Tabachnick, & Fidell, 2007). Cette analyse comporte les étapes suivantes : 1. créer des variables en fonction du nombre des groupes, 2. tester un premier modèle sans contrainte en incluant ces variables et relever le X^2 et le $t(ddl)$, 3. re-tester le même modèle, mais cette fois-ci avec une contrainte au niveau de la variable indépendante en s'assurant d'avoir inclus tous les groupes (cocher la case "Tous les groupes") afin de leur donner le même poids au niveau de la régression et, relever également le X^2 et le $t(ddl)$, et 4. déterminer la modération à l'aide de la calculatrice pour la *différence de X^2* *Excel* en y insérant les valeurs X^2 et $t(ddl)$ de chacun des deux modèles (sans contrainte et avec contrainte). Une fois ces étapes complétées, la calculatrice pour la différence de X^2 produira les valeurs de la différence entre les groupes, le niveau de signification de la valeur t et le seuil de comparaison de

confiance de χ^2 . Si la valeur t est statistiquement significative ($p < .05$) cela indique qu'il y a un effet modérateur de VM dans la relation entre VI et VD (Tabachnick, & Fidell, 2007).

Conclusion

Ce chapitre a porté sur la méthodologie de recherche illustrant le devis de recherche et l'échantillon, les sources de données, la description des instruments de mesure des variables et la stratégie d'analyse des données. La méthodologie décrite dans ce chapitre a servi pour l'analyse des données empiriques et les tests du modèle proposé et des hypothèses de recherche. Les résultats de l'analyse empirique sont présentés dans le chapitre suivant.

PARTIE III. RÉSULTATS ET DISCUSSION

Cette partie de la thèse porte sur les deux derniers chapitres consacrés aux résultats et la discussion. Le premier chapitre de cette partie (chapitre 5) présente les résultats des analyses de validation des données et ceux de vérification des hypothèses de recherche. Le deuxième chapitre de cette partie (chapitre 6) propose une discussion des résultats obtenus.

CHAPITRE V. DESCRIPTION ET ANALYSE DES RÉSULTATS

Ce chapitre, qui présente la description et l'analyse des résultats, se divise en cinq sections. La première section rappelle les variables mesurées et précise les recodages qu'il a fallu effectuer. La deuxième section fournit des données décrivant l'échantillon de répondants et permettant d'en apprécier la représentativité. Après avoir apporté des précisions sur la répartition aux diverses questions des réponses données par les répondants et livré de l'information sur la normalité de leurs distributions, la troisième section rapporte les résultats d'analyses bi-variées visant à vérifier si les scores d'identité morale et de comportements de citoyenneté organisationnelle diffèrent en fonction des caractéristiques sociodémographiques mesurées. Cette section, dont les données ont été traitées à l'aide du logiciel SPSS, aide à déterminer, notamment, si la poursuite des analyses est justifiée. La quatrième section apporte de l'information sur la fidélité et la validité interne des deux principales catégories de variables retenues dans cette recherche, soit l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Cette information provient de deux sources : a) des tests, tels des alphas de Cronbach, effectués avec le logiciel SPSS ; b) des analyses factorielles confirmatoires réalisées avec le logiciel AMOS. La cinquième section, basée sur l'utilisation de ce même logiciel, décrit les résultats d'équations structurelles visant à vérifier les hypothèses à la base de cette recherche.

5.1 Variables mesurées et recodages

Les énoncés et les dimensions mesurés dans cette recherche se rattachent à deux construits : l'identité morale (IMorale = 5 énoncés) et les comportements de citoyenneté organisationnelle (CCO = 19 énoncés). L'identité morale, qui est la variable indépendante, est mesurée sur une échelle Likert à 5 catégories de réponse allant de 5 (fortement en désaccord ou pas du tout d'accord) à 1 (fortement d'accord ou tout à fait d'accord). De leur côté, les CCO, qui représentent la variable dépendante, sont mesurés à l'aide d'une échelle Likert comportant 7 catégories de réponse allant de 1 (totalemment en désaccord) à 7 (totalemment en accord). Les facteurs mesurant les CCO sont répartis dans quatre dimensions ou sous-échelles représentant la conscience (Cons), la vertu civique (Civ), la courtoisie (Court) et l'altruisme (Alt). Ces dimensions se composent respectivement de 5, 4, 5 et 5 énoncés.

Rappelons qu'en plus des énoncés et dimensions mentionnées, trois variables sociodémographiques sont mesurées, soit la formation en éthique, les années de service et la séniorité (grade ou échelon hiérarchique). La prise en compte de ces variables sert à deux fins : déterminer si elles influent sur l'identité morale et les CCO ; vérifier si elles exercent un effet modérateur entre l'identité morale et les CCO.

Des transformations ont été apportées afin d'assurer l'homogénéité des échelles. Les énoncés 3 et 4, qui font partie de ceux qui mesurent l'identité morale (IMorale3 = *J'aurais honte de posséder ces caractéristiques* ; IMorale4. *Le fait de posséder ces caractéristiques n'est pas vraiment important pour moi*), ont été recodés de manière inversée sur l'échelle Likert à 5 catégories de réponse afin de les ajuster aux choix de réponses (Aquino et Reed, 2002; Jöreskog & Sörbom, 1984). De plus, l'énoncé 3 (IMoral 3) a été retiré car il nuit à l'homogénéité du facteur en ne satisfaisant pas aux critères établis dans la littérature¹⁵. Après son retrait, le coefficient de cohérence (validité) interne ($\alpha = .77$) est égal à celui suggéré (Aquino et Reed, 2002) et l'ajustement de la structure factorielle est adéquat (RMSR = .029, inférieur à 0,05) (Jöreskog & Sörbom, 1984). A la suite de ces modifications, le construit d'identité morale mesuré dans cette étude est composé de quatre énoncés : IMorale1 = *Je serais heureux de posséder ces caractéristiques (traits)* ; IMorale2 = *Le fait de posséder ces caractéristiques est un élément important de mon identité* ; IMorale4 = *Le fait de posséder ces caractéristiques n'est pas vraiment important pour moi* ; et IMorale5 = *Je désire fortement posséder ces caractéristiques* (tableaux 14, 15 ,16 et 17).

L'énoncé mesurant la caractéristique sociodémographique « formation en éthique (FE) » vise à vérifier si les participants à l'étude ont suivi *une formation impliquant une séance de dialogue officielle ou informelle sur l'éthique* dans leur milieu de travail au cours de la dernière année. À cette fin, trois choix de réponse leur étaient proposés : (1) Oui, (2) Non et (3) Je ne sais pas. Ces réponses ont été recodées et transformées en variables binaires dichotomique, soit en deux catégories de réponse : (1) Oui et (0) Non. Cela a permis de comptabiliser et d'analyser les réponses indiquant le choix « *Je ne sais pas* » comme « Non ». Autrement dit, lorsqu'un militaire répond qu'il ne sait pas s'il a participé ou non à une formation en éthique, il est considéré qu'il ne

¹⁵ Coefficient de cohérence (validité) interne, $\alpha = .76$ et ajustement des donnée, RMSR = .070 est supérieur à .05.

l'a pas fait. Ce recodage a permis d'effectuer des analyses multi-groupes afin d'examiner les effets de modération formation en éthique sur la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle (Chen, Adleman, Saad, Leibenluft, & Cox, 2014; Edwards & Lambert, 2007; Poldrack, Mumford, & Nichols, 2011; Yiing & Bin Ahmad, 2009; Tabachnick, & Fidell, 2007).

Pour faciliter les analyses statistiques, les réponses à l'énoncé mesurant la caractéristique sociodémographique « nombre d'années de service (AS) » ont été regroupées en périodes de 5 ans de façon à constituer une variable numérique continue (Yiing & Bin Ahmad, 2009 ; Tabachnick, & Fidell, 2007). Les 6 catégories ainsi formées proposent les choix de réponse suivants : 1 à 5 ans ; 6 à 10 ans ; 11 à 15 ans ; 16 à 20 ans ; 21 à 25 ans ; 25 ans et plus.

La troisième caractéristique sociodémographique, soit le grade, comprend quatre catégories de réponses : 1. militaire du rang subalterne (MR Sub), 2. militaire du rang supérieur (MR Sup), 3. officier subalterne (Off Sub) et 4. officier supérieur (Off Sup). La variable a été renommée *Séniorité* (Sen) et les réponses ont été recodées et regroupées en deux catégories binaires afin de créer deux groupes : les militaires subalternes, soit Séniorité 0 (Sen0 = MR Sub et Off Sub) et les cadres supérieurs de la hiérarchie, soit Séniorité 1 (Sen1 = MR Sup et Off Sup). Ce sont ces deux catégories (Sen1 et Sen0) qui sont analysées dans le modèle proposé.

5.2 Description des répondants

La description de l'échantillon à l'étude, dorénavant nommé échantillon de répondants ou répondants, se divise en trois sections fournissant une information complémentaire sur sa nature, sa représentativité et sa distribution. La première fait état du nombre total de répondants. La deuxième présente la distribution des répondants en fonction des caractéristiques sociodémographiques mesurées. La troisième propose une analyse croisée, à l'aide de khi deux, la distribution des répondants aux diverses caractéristiques sociodémographiques retenues.

5.2.1 Nombre de répondants

Pour recueillir les données empiriques, un questionnaire a été envoyé aux 4056 membres des FAC dans le cadre de l'*Enquête éthique de la défense nationale*. Au total, 1485 militaires de la Force régulière ont complété le questionnaire, en ligne ou par courrier, pour un taux de réponse d'environ

37%. L'élimination de certains participants, causée par l'absence de réponses à plusieurs questions, a réduit le nombre total (n) de participants, le faisant passer à 1028, et affecté le taux de réponses, qui a été réduit à 25%. Même s'il a été diminué, le nombre total de répondants ($n = 1028$) respecte l'objectif de départ, qui était de 900 à 1480 participants, et est, selon les critères de Statistique Canada (2014) suffisant pour permettre les analyses statistiques projetées. Quant à la marge d'erreur de l'échantillon, elle demeure acceptable, soit 3.03%¹⁶.

5.2.2 Distribution des répondants en fonction des caractéristiques sociodémographiques

Les participants qui ont répondu au questionnaire d'enquête devaient fournir de l'information sur les caractéristiques suivantes : leur expérience militaire en termes de grade, leur nombre d'années de service dans les FAC et leur participation, ou non, à une formation en éthique durant les 12 mois précédant l'enquête. Le tableau 4 présente la distribution des réponses à ces caractéristiques sociodémographiques. Avant d'apporter des précisions sur cette dernière, il convient de mentionner que presque tous les répondants (96,7%) ont rempli le questionnaire de l'enquête en ligne.

Un répondant sur deux est un militaire de rang subalterne (MR Sub & Off Sub = 50%), les autres sont des militaires de grades supérieurs (MR Sup & Off Sup = 50%). Toutefois, comme dans les précédentes enquêtes de la Défense nationale (Messervy et al., 2010), le grade est lié au taux de réponse. Ainsi, les membres du rang supérieurs (MR Sup = 27,4%) ont été un peu plus nombreux à participer à cette étude, suivis des officiers subalternes (Off Sub = 26,0%), des membres du rang subalterne (MR Sub = 24,0%) et des officiers supérieurs (Off Sup = 22,6%). Environ 3 répondants sur 10 (30,3%) ont accumulé 25 années et plus de service et un peu plus de 6 sur 10 (61,5%) ont accumulé plus de 5 années de service, soit entre 6 et 25 ans (6-10 ans = 16,1% ; 11-15 ans = 19,3% ; 16-20 ans = 12,7% et 21-25 ans = 13,4%), alors qu'un peu moins de 1 sur 10 (8,2%) compte moins de 6 années de service. Enfin, la majorité des répondants ont participé durant la dernière année à une séance de formation impliquant des scénarios de dialogues ou de discussions portant sur l'éthique en milieu de travail (FE = 69,5%).

¹⁶ Cette marge d'erreur est calculée en utilisant la formule de Statistique Canada, telle qu'illustrée dans la démarche méthodologique.

Tableau 4 : Distribution des réponses aux caractéristiques démographiques

Caractéristiques démographiques	Spécifications	Répartition (%)	N
Participants		100,0	1028
Version complétée	Papier	3.3	34
	électronique	96.7	994
Expérience Professionnelle (par Grades)	Séniorité (Sen0):	50.0	514
	MR Sub	24.0	247
	Off Sub	26.0	267
	Séniorité (Sen1):	50.0	514
	MR Sup	27.4	282
	Off Sup	22.6	232
Expérience Professionnelle Nombre d'années de service = AS	0-5 ans	8.2	84
	6-10 ans	16.1	166
	11-15 ans	19.3	198
	16-20 ans	12.7	131
	21-25 ans	13.4	138
	25 ans et +	30.3	311
Formation en éthique	FE	69.5	714

5.2.3 Distribution croisée aux caractéristiques sociodémographiques

Les croisements ont été faits entre les variables sociodémographiques et les distributions ont été analysées à l'aide de khi-deux pour déceler les recoupements ou recouvrements. Les résultats sont présentés aux Tableaux 5, 6 et 7.

Le premier croisement a été fait entre la *Séniorité* (Sen) et les *Années de service* (AS); il avait pour objectif de déterminer si le grade auquel les participants appartiennent diffère selon l'ancienneté. Le khi-deux résultant du croisement entre les *Années de service* et la *séniorité* s'est avéré significatif : $\chi^2 (5, N = 1028) = 370.396, p = .000$ (tableau 5). Cela signifie que les participants faisant partie du groupe des grades supérieurs, soit les officiers supérieurs (Off Sup) et les membres du rang supérieurs (MR Sup), ont plus d'années de service (ont accumulé 16 années de service et plus) que les participants appartenant au groupe des grades subalternes, soit les officiers subalternes (Off Sub) et les membres du rang subalternes (MR Sub). En conséquence, quoique la

promotion à un grade ne soit pas entièrement liée au nombre d'années de service, la relation trouvée confirme qu'un militaire doit avoir cumulé un certain nombre d'années au grade inférieur avant d'être promu à un grade supérieur.

Tableau 5 : Résultats au khi-deux pour *Séniorité* et *Années de service*

Sen	AS							χ^2 (ddl)
	0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	25 et +	Total	
Sen0	81	153	133	51	38	58	514	370.396 (5)***
	15.8%	29.8%	25.9%	9.9%	7.4%	11.3%	100.0%	
Sen1	3	13	65	80	100	253	514	
	0.6%	2.5%	12.6%	15.6%	19.5%	49.2%	100.0%	
Total	84	166	198	131	138	311	1028	
	8.2%	16.1%	19.3%	12.7%	13.4%	30.3%	100.0%	

Note. *** $p < .01$.

Le deuxième croisement a pour cible la *Séniorité* et la participation à une *Formation* (FE) en éthique; il a pour objectif de déterminer si la participation à une formation en éthique diffère selon le grade (tableau 6). Le khi-deux a révélé une différence significative : $\chi^2 (1, N = 714) = 17.626$, $p = .000$. Autrement dit, les officiers ayant un grade supérieur (Off Sup et MR Sup = 54,3%) ont été plus nombreux à participer à une formation en éthique en milieu de travail au cours des 12 mois précédant l'enquête.

Le troisième croisement s'est fait entre les *Années de service* et la participation à une *Formation* (FE); il avait pour objectif de déterminer si la participation à une formation en éthique en milieu de travail durant les 12 mois précédant l'enquête diffère selon l'ancienneté (tableau 7). Le khi-deux indique ici aussi une différence significative : $\chi^2 (5, N = 714) = 370.396$, $p = .000$. Ainsi, la participation des militaires à une formation en éthique augmenterait en fonction de leur ancienneté. La distribution des répondants révèle par ailleurs que c'est chez les militaires comptant au moins 25 années de service qu'il y a la plus forte proportion de répondants ayant suivi une formation en éthique durant l'année précédant le sondage, soit 30,1% comparativement à au plus 19,6% dans les autres groupes.

Les distributions croisées aux caractéristiques sociodémographiques ont permis en fait d'observer les relations entre elles. Ainsi, les corrélations significatives entre ces variables tendent à indiquer qu'elles ne sont pas totalement indépendantes les unes des autres.

Tableau 6 : Résultats au khi-deux pour Séniorité et formation en éthique

Sen	FE		χ^2 (ddl)
	Non	Oui	
Sen0	188 59.9%	326 45.7%	17.627(1)***
Sen1	126 40.1%	388 54.3%	
Total	314 100.0%	714 100.0%	

Note. *** $p < .01$.

Tableau 7 : Résultats au khi-deux pour Années de service et formation en éthique

AS	FE		χ^2 (ddl)
	Non	Oui	
0-5 ans	30 9.6%	54 7.6%	18.508 (5)**
6-10 ans	69 22.0%	97 13.6%	
11-15 ans	58 18.5%	140 19.6%	
16-20 ans	30 9.6%	101 14.1%	
21-25 ans	31 9.9%	107 15.0%	
25 ans et +	96 30.6%	215 30.1%	
Total	314 100.0%	714 100.0%	

Note. ** $p < .05$.

5.3 Analyses bi-variées des résultats

Cette troisième section est consacrée à l'analyse bi-variée des réponses ou résultats à l'aide d'analyses de variance (ANOVA). Les premières analyses sont effectuées sur les scores d'identité morale pour déterminer s'ils diffèrent en fonction des caractéristiques sociodémographiques. Les analyses de variance ont ensuite pour cible les comportements de citoyenneté organisationnelle

pour déterminer s'ils varient selon les caractéristiques sociodémographiques. Ces deux séries d'analyses sont précédées de statistiques descriptives (moyennes et écarts-types) sur les réponses aux échelles mesurant l'identité morale et les comportements de citoyenneté.

5.3.1 Analyses identité morale et comportements de citoyenneté : statistiques descriptives

Des statistiques descriptives ont d'abord été calculées pour deux raisons : a) illustrer les distributions de réponses; b) déterminer si ces distributions permettent des analyses statistiques. Les statistiques qui sont calculées, soit les moyennes (*M*) et les écarts-types (*ET*), sont présentés au tableau 8.

Des analyses de fréquences ont été effectuées pour illustrer les distributions et les concentrations des réponses aux variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle, au niveau des énoncés et des échelles. Les statistiques qui sont calculées sont présentés aux tableaux 37 à 60 en annexe B. Rappelons qu'au niveau de l'identité morale, les participants étaient invités à indiquer leur réponse sur une échelle Likert à cinq catégories de réponse allant de 1 (fortement en désaccord ou pas du tout d'accord) à 5 (fortement d'accord ou tout à fait d'accord). Les résultats des analyses de fréquences montrent que la majorité des participants ont indiqués être tout à fait accord avec chacun des énoncés de l'identité morale. Au niveau des comportements de citoyenneté organisationnelle, les participants étaient invités à indiquer leur réponse sur une échelle Likert à cinq catégories de réponse allant de 1 (fortement en désaccord ou pas du tout d'accord) à 7 (fortement d'accord ou tout à fait d'accord). La majorité des réponses pour les énoncés, ainsi que pour les échelles, se situe entre la 6^{ème} et la 7^{ème} catégorie. Cela signifie également que la majorité des participants ont indiqué être tout à fait d'accord avec chacun des énoncés et des échelles décrivant les comportements d'aide au travail.

Sur une échelle comprenant cinq catégories de réponse, les répondants estiment, en moyenne, qu'ils sont « totalement d'accord » pour dire qu'ils agissent en fonction d'une identité morale ($M = 4.52$, $ET = 0.60$). Sur une échelle à sept catégories de réponse, ils sont un peu moins d'accord pour affirmer qu'ils expriment des comportements de citoyenneté organisationnelle ($M = 5.97$, $ET = 0.66$). Ceux qu'ils disent exprimer ont cependant tendance à être d'une intensité variable, comme l'indiquent les moyennes suivantes qui vont de 6,24 à 5,44 : courtoisie (Court) ($M = 6.24$, $ET =$

0,69), altruisme (Alt) (M = 6.19, ET = 0.72), consciencieux (Cons) (M = 6.02, ET = 0.83) et vertus civiques (Civ) (M = 5.44, ET = 1.06). Les militaires ayant participé à cette étude se perçoivent donc, en moyenne, comme des personnes ayant une forte identité morale et exprimant des comportements de citoyenneté organisationnelle.

Tableau 8 : Statistiques descriptives des variables Identité morale et Comportements de citoyenneté organisationnelle

Variables	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>ET</i>
IMorale	1028	4.52	0.60
Cons	1028	6.02	0.83
Civ	1028	5.44	1.06
Court	1028	6.24	0.69
Alt	1028	6.19	0.72
CCO	1028	5.97	0.66

Note : IMorale = Identité morale; CCO = Comportement de citoyenneté organisationnelle; Cons = Conscience; Civ = Vertu civique (civisme); Court = Courtoise; Alt = Altruisme. L'étendue théorique des scores de l'identité morale varie de 1 à 5, l'étendue théorique des scores de CCO globale ainsi que de ses quatre sous-échelles (conscience, vertu civique, courtoisie et altruisme) varie de 1 à 7.

Des calculs de coefficients d'asymétrie et d'aplatissement ont été effectués pour déterminer si les distributions aux variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle permettent des analyses statistiques (Tabachnick & Fidell, 2007). Les statistiques qui sont calculées, soit les valeurs (*Z*) des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement, sont présentées aux tableaux 61 et 62, en annexe B¹⁷. Les distributions aux variables ont donné un coefficient d'asymétrie (CAS) de -1.551, Erreur type du coefficient d'asymétrie (ETCAS) = .076) et un coefficient d'aplatissement (CAP) de 2.813 F(ETCAP = .152) pour l'identité morale et un CAS de -.730 (ETCAS = .076) et un CAP de .496 (ETCAP = .152) pour les comportements de citoyenneté organisationnelle. Les valeurs *Z* des distributions aux deux variables sont les suivantes : CAS = -16.73 (-1.551/.076) et CAP = 20.40 (2.813/.152) pour identité morale et CAS = -9.60 (-.730/.076) et CAP = 3.26 (.496/.152). Les distributions au niveau des échelles des comportements de citoyenneté organisationnelle ont donné les statistiques suivantes : Conscience : CAS = -1.272 (ETCAS .076), CAP = 3.101 (ETCAP = .152); Civique : CAS = -.839 (ETCAS .076), CAP =

¹⁷ La valeur *Z* = Coefficients d'asymétrie/Erreur type du coefficient d'asymétrie; *Z* = Coefficient d'aplatissement/Erreur type du coefficient d'aplatissement

1.036 (ETCAP = .152); Courtoisie : CAS = -1.090 (ETCAS .076), CAP = 1.619 (ETCAP = .152); Altruiste : CAS = -932 (ETCAS .076), CAP = .496 (ETCAP = .152). Les valeurs Z de ces échelles sont les suivantes : Conscience : CAS = -16.73 (-1.272/.076), CAP = 20.40 (3.101/.152); Civique : CAS = -11.03 (-.839/.076), CAP = 6.81 (1.036/.152); Courtoisie : CAS = -14.34 (-1.090/.076), CAP = 10.65 (1.619/.152); Altruiste : CAS = -9.60 (-932/.076), CAP = 7.53 (.496/.152). Ces valeurs (Z) sont nettement inférieures ou supérieures à celles suggérées pour une distribution normale, qui se situent entre 1,96 ($p < 0,05$), 2,58 ($p < 0,01$) ou au maximum 3,29 ($p < 0,001$) (Tabachnick et Fidell, 2007). Cela signifie que les distributions aux variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle ne sont pas normales.

Pour remédier à cela et corriger les distributions des données, des calculs ont été effectués à l'aide des trois techniques de transformation : la racine carrée (SQRT), la transformation logarithmique (Log 10) et la transformation inverse ou rétroactive (Tabachnick & Fidell, 2007). Les données résultant de ces transformations statistiques sont présentées aux tableaux 63 et 64 en annexe B. Elles montrent qu'aucune des techniques de transformation n'a permis de normaliser la distribution des données. Pour ce faire, le test ANOVA non-paramétrique a été utilisé pour effectuer les analyses de distributions des scores aux variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle en fonction des variables sociodémographiques. Ce calcul est celui qui est recommandé dans ce cas, car il ne requière pas de normalité au niveau de la distribution des données (Kendall, 1938; Osborne, 2002; Tabachnick & Fidell, 2007). Ce traitement statistique consiste à calculer la valeur H , qui est la distribution approximative des chi deux (chi-carrés). Autrement dit, le test ANOVA non-paramétrique permet une comparaison plus approximative de la distribution des chi deux dans un contexte où les distributions ne sont pas normales (Bolek & Coggins, 2003; Cafazzo, Valsecchi, Bonanni & Natoli, 2010; Choi, Lee, Huh, & Kang, 2003; Fagerland, & Sandvik, 2009).

5.3.2 ANOVA Non-paramétrique: identité morale et caractéristiques sociodémographiques

Les paragraphes qui suivent sont consacrés à l'analyse de la distribution des scores d'identité morale en fonction de deux caractéristiques sociodémographiques, la *Séniorité* (grades) *Années de*

service et la participation à une session de formation sur l'éthique en milieu organisationnel durant les 12 mois ayant précédé le sondage. Les résultats de ces analyses sont présentés au tableau 9.

Les scores d'identité morale se distribuent différemment en fonction de la variable *Séniorité* (grade) ($H(9.506) = .002, p < .01$). Les militaires de grades supérieurs, soit les officiers supérieurs (Off Sup) et les membres du rang supérieur (MR Sup) ($M = 4.58, ET = 0.55$), estiment posséder une identité supérieure à celle que pensent avoir les officiers subalternes et les membres du rang subalternes ($M = 4.47, ET = 0.64$).

L'identité morale que les répondants disent posséder diffère également en fonction de la formation en éthique, telle que mesurée dans cette recherche ($H(4.407) = .036, p < .05$). Plus précisément, les militaires qui ont participé à la formation en éthique ($M = 4.56, ET = 0.58$) disent, en moyenne, avoir une identité morale plus forte que ceux qui n'ont pas participé à une formation ($M = 4.45, ET = 0.64$).

Les réponses fournies indiquent également que l'identité morale que les répondants estiment posséder varie en fonction de la variable *Années de service* ($H(11.732) = .036, p < .05$).

En revanche, les moyennes des quartiles varient mais croissent pas de manière constante en fonction des années de service. Ainsi, il n'est pas démontré que l'ancienneté ou le temps passé au sein des FAC a une influence sur l'identité morale d'un soldat.

Tableau 9 : Résultats de la variabilité de l'identité morale en fonction des déterminants sociodémographiques

<i>Sen</i>	<i>N</i>	<i>MQ</i>	<i>M</i>	<i>ET</i>	<i>H</i> (<i>Sig.</i>)
Sen0	514	487.38	4.47	0.64	9.506***
Sen1	514	541.62	4.58	0.55	(.002)
Total	1028		4.52	0.54	
<i>FE</i>					
Oui	714	526.75	4.56	0.58	4.407 **
Non	314	486.65	4.45	0.64	(.036)
Total	1028		4.52	0.60	
<i>AS</i>					
0-5 ans	84	427.98	4.37	0.66	11.732**
6-10 ans	166	515.99	4.51	0.58	(.039)
11-15 ans	198	518.78	4.51	0.66	
16-20 ans	131	508.53	4.52	0.59	
21-25 ans	138	499.26	4.51	0.59	
25 ans et +	311	543.62	4.58	0.56	
Total	1028		4.52	0.60	

L'étendue théorique des scores de l'identité morale varie de 1 à 5. Note. *** $p < .01$, ** $p < .05$ et $p > .05$.
MQ = moyenne des quartiles.

5.3.3 ANOVA Non-paramétrique: Comportements de citoyenneté organisationnelle et caractéristiques sociodémographiques

Une analyse de variance a aussi été utilisée pour déterminer si les comportements de citoyenneté organisationnelle des participants varient en fonction des caractéristiques sociodémographiques mesurées : *Séniorité/Grades*, *Années de service* et *Formation* en éthique. Les résultats de ces analyses sont présentés aux tableaux 10, 11 et 12.

L'analyse de variance révèle que les scores de citoyenneté organisationnelle diffèrent selon la séniorité ($H(31.073) = .000, p < .01$) (tableau 10). Plus précisément, les officiers supérieurs et les membres du rang supérieurs ($M = 6.09, ET = 0.60$) estiment exprimer davantage de comportements de citoyenneté organisationnelle que ne le pensent les officiers subalternes et membres du rang subalterne ($M = 5.86, ET = 0.69$). Les analyses de variance révèlent aussi des différences significatives aux quatre dimensions ou échelles : *Courtoisie* ($H(20.511) = .000, p < .01$), *Altruisme* ($H(5.077) = .024, p < .05$), *Conscience* ($H(19.108) = .000, p < .01$) et *Vertus civiques*

($H(30.461) = .000, p < .01$). Les militaires de grades supérieurs disent exprimer plus de *courtoisie* ($M = 6.34, ET = 0.64$), d'*altruisme*, ($M = 6.24, ET = 0.71$), de *conscience* au travail ($M = 6.15, ET = 0.74$) et de *vertus civiques* ($M = 5.63, ET = 0.94$) que les militaires de grades subalternes : *courtoisie* ($M = 6.14, ET = 0.72$), *altruisme*, ($M = 6.14, ET = 0.74$), *conscience* au travail ($M = 5.89, ET = 0.90$) et *vertus civiques* ($M = 5.24, ET = 1.14$). Ces résultats peuvent être interprétés de trois façons; 1. le grade pourrait agir sur la volonté du soldat d'aider son organisation et ses collègues de travail par des comportements manifestant de la courtoisie, de l'altruisme, de la conscience au travail et des vertus civiques; 2. l'accès à un grade serait en partie attribuable à la capacité d'exprimer ces mêmes comportements de citoyenneté organisationnelle; 3. le fait de détenir un grade plus élevé amène à se percevoir, en raison des obligations inhérentes à ce statut, comme une personne exprimant davantage ces différents comportements de citoyenneté organisationnelle.

Les analyses de variance révèlent aussi que les comportements de citoyenneté organisationnelle diffèrent en fonction de la formation en éthique ($H(28.148) = .000, p < .01$) (tableau 11). Les scores moyens des répondants ayant participé à une formation impliquant des scénarios de dialogues ou de discussions sur l'éthique ($M = 6.04, ET = 0.65$) s'avèrent significativement plus élevés que ceux des personnes qui disent ne pas avoir participé à ce type d'activité ($M = 5.82, ET = 0.66$). On observe aussi les mêmes tendances aux quatre dimensions ou sous-échelles des comportements de citoyenneté organisationnelle : Ceux qui ont participé à une formation en éthique disent en moyenne exprimer plus de comportements associés à la *courtoisie* ($H(7.602) = .005, p < .001$), à l'*altruisme* ($H(9.203) = .002, p < .01$), à la *conscience* ($H(18.751) = .000, p < .01$) et aux *vertus civiques* ($H(35.147) = .000, p < .05$). Les moyennes de chacun des participants et non participants à ces quatre facettes des comportements de citoyenneté organisationnelle sont les suivantes : *Courtoisie* (Oui/FE : $M = 6.28, ET = 0.67$ et Non/FE : $M = 6.15, ET = 0.72$), *Altruisme* (Oui/FE : $M = 6.24, ET = 0.69$ et Non/FE : $M = 6.09, ET = 0.79$), *Conscience* au travail (Oui/FE : $M = 6.09, ET = 0.82$ et Non/FE : $M = 5.87, ET = 0.86$) et *Vertu civique* (Oui/FE3 : $M = 5.56, ET = 1.03$ et Non/FE : $M = 5.15, ET = 1.07$).

Bien que les résultats obtenus au niveau global des comportements de citoyenneté organisationnelle indiquent des différences significatives entre les participants en fonction des

années de service ($H(21.510) = .000$, * $p < .01$), cette tendance ne se manifeste pas dans toutes les dimensions (tableau 12). On observe en fait que seules les réponses à la conscience au travail ($H(25.528) = .000$, $p < .01$) et à la vertu civique ($H(23.454) = .000$, $p < .01$) se sont avérées significativement différentes. Cela signifie que l'ancienneté, en termes de nombre d'années de service, n'a d'effets positifs que sur l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle relatifs à la conscience au travail et à la vertu civique. Plus précisément, les militaires qui ont accumulé plus d'années de service disent accorder plus d'importance à leur travail et aux valeurs de l'organisation, et se voient comme plus intègres et plus respectueux, à la fois des valeurs et des codes de conduites des FAC. Autrement dit, l'ancienneté ou le temps passé au sein des FAC n'amènerait pas les militaires à exprimer plus de comportements susceptibles d'aider leur organisation et leurs collègues de travail.

Tableau 10 : Résultats de la variabilité des CCO en fonction de la Séniorité (ANOVA)

Séniorité		<i>N</i>	<i>MQ</i>	<i>M</i>	<i>ET</i>	<i>H</i> (<i>Sig.</i>)
CCO	Sen0	514	422.88	5.86	0.69	31.073*** (.000)
	Sen1	514	566.12	6.09	0.60	
	Total	1028		5.97	0.66	
Cons	Sen0	514	474.20	5.89	0.90	19.108*** (.000)
	Sen1	514	554.80	6.15	0.74	
	Total	1028		6.02	0.83	
Civ	Sen0	514	463.58	5.24	1.14	30.461*** (.000)
	Sen1	514	565.42	5.63	0.94	
	Total	1028		5.44	1.06	
Court	Sen0	514	473.05	6.14	0.72	20.511*** (.000)
	Sen1	514	555.95	6.34	0.64	
	Total	1028		6.24	0.69	
Alt	Sen0	514	493.91	6.14	0.74	5.077** (.024)
	Sen1	514	535.09	6.24	0.71	
	Total	1028		6.19	0.73	

L'étendue théorique des scores de CCO globale ainsi que de ses quatre sous-échelles (conscience, vertu civique, courtoisie et altruisme) varie de 1 à 7. Note. *** $p < .01$, ** $p < .05$. *MQ* = moyenne des quartiles.

Tableau 11 : Résultats de la variabilité des CCO en fonction de la Formation en éthique (ANOVA)

Formation en éthique		<i>N</i>	<i>MQ</i>	<i>M</i>	<i>ET</i>	<i>H</i> (<i>Sig.</i>)
CCO	Non	314	440.42	5.82	0.66	28.148*** (.000)
	Oui	714	547.08	6.04	0.65	
	Total	1028		5.97	0.66	
Cons	Non	314	454.46	5.87	0.86	18.751*** (.000)
	Oui	714	540.90	6.09	0.82	
	Total	1028		6.02	0.83	
Civ	Non	314	432.03	5.15	1.07	35.147*** (.005)
	Oui	714	550.77	5.56	1.03	
	Total	1028		5.44	1.06	
Court	Non	314	476.45	6.15	0.72	7.602*** (.005)
	Oui	714	531.23	6.28	0.67	
	Total	1028		6.24	0.69	
Alt	Non	314	472.71	6.09	0.79	9.203*** (.002)
	Oui	714	532.88	6.24	0.69	
	Total	1028		6.19	0.73	

L'étendue théorique des scores de CCO globale ainsi que de ses quatre sous-échelles (conscience, vertu civique, courtoisie et altruisme) varie de 1 à 7. *** $p < .01$. *MQ* = *moyenne des quartiles*.

Tableau 12 : Résultats de la variabilité des CCO en Fonction des Années de service (ANOVA)

Années de service (AS)		<i>N</i>	<i>MQ</i>	<i>M</i>	<i>ET</i>	<i>H</i> (<i>Sig.</i>)
CCO	0-5 ans	84	450.54	5.81	0.73	21.510*** (.001)
	6-10 ans	166	444.10	5.82	0.67	
	11-15 ans	198	510.22	5.93	0.75	
	16-20 ans	131	518.72	6.00	0.62	
	21-25 ans	138	536.85	6.05	0.51	
	25 ans et +	311	560.38	6.08	0.62	
	Total	1028		5.97	0.66	
Cons	0-5 ans	84	425.22	5.71	1.09	25.528*** (.000)
	6-10 ans	166	448.24	5.84	0.88	
	11-15 ans	198	505.62	5.97	0.89	
	16-20 ans	131	524.52	6.07	0.74	
	21-25 ans	138	561.30	6.19	0.63	
	25 ans et +	311	564.65	6.14	0.77	
	Total	1028		6.02	0.83	
Civ	0-5 ans	84	461.29	5.21	1.18	23.454*** (.000)
	6-10 ans	166	437.67	5.17	1.09	
	11-15 ans	198	503.06	5.37	1.14	
	16-20 ans	131	521.16	5.46	1.06	
	21-25 ans	138	543.60	5.57	0.88	
	25 ans et +	311	561.45	5.61	1.00	
	Total	1028		5.44	1.06	
Court	0-5 ans	84	474.54	6.15	0.71	8.341 (.138)
	6-10 ans	166	486.97	6.17	0.72	
	11-15 ans	198	511.46	6.20	0.77	
	16-20 ans	131	513.21	6.24	0.70	
	21-25 ans	138	495.87	6.24	0.60	
	25 ans et +	311	550.73	6.34	0.63	
	Total	1028		6.24	0.69	
Alt	0-5 ans	84	514.43	6.19	0.76	3.793 (.580)
	6-10 ans	166	418.77	6.11	0.76	
	11-15 ans	198	526.75	6.19	0.79	
	16-20 ans	131	512.37	6.21	0.65	
	21-25 ans	138	499.89	6.22	0.53	
	25 ans et +	311	531.30	6.22	0.76	
	Total	1028		6.19	0.73	

L'étendue théorique des scores de CCO globale ainsi que de ses quatre sous-échelles (conscience, vertu civique, courtoisie et altruisme) varie de 1 à 7. Note. *** $p < .01$ et $p > .05$. *MQ* = *moyenne des quartiles*.

Les analyses univariées et bi-variées ont servi à décrire l'échantillon des répondants et leur représentativité, à examiner les corrélations entre les variables et à calculer des statistiques descriptives permettant de vérifier les concentrations et les distributions des réponses aux variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle et, ainsi, de déterminer la possibilité de poursuivre des analyses statistiques.

Ces analyses ont permis de faire deux constats essentiels à la poursuite des analyses statistiques: a) les caractéristiques sociodémographiques sont, à certains égards, interdépendantes ; b) les scores d'identité morale et de comportements de citoyenneté organisationnelle diffèrent en fonction des caractéristiques sociodémographiques mesurées. Bien que les statistiques descriptives calculées indiquent que les distributions des réponses aux variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle ne sont pas normales, il est possible de poursuivre des analyses statistiques notamment à l'aide d'analyses de variance (ANOVA non-paramétrique), et d'effectuer l'analyse multivariée menant à des résultats d'équations structurelles et de vérifier les hypothèses à la base de cette recherche

5.4 Analyses de fidélité et de validité interne

Cette section présente les résultats des analyses factorielles confirmatoires des échelles mesurant l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, la validation de leurs mesures, l'ajustement du modèle proposé et le test des hypothèses. Les échelles de mesure utilisées, rappelons-le, ont été validées par des recherches théoriques et empiriques (Aquino & Reed, 2002 ; Jöreskog & Sörbom, 1993 ; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990). Les analyses factorielles confirmatoires (AFC) sont effectuées afin de vérifier si leur structure factorielle est représentée convenablement par les données empiriques recueillies. Ainsi, la dimensionnalité et la fiabilité des mesures/échelles ont été évaluées en vue d'estimer le modèle proposé et de vérifier si les résultats vont dans le sens des hypothèses de recherche.

Les analyses par équations structurelles requièrent aussi une vérification spécifique de la normalité de la distribution pour les variables. Cette vérification s'est faite à l'aide de la technique d'amorçage (*bootstrapping*) pour chacun des calculs et analyses effectués avec AMOS.

L'amorçage permet d'ajuster la normalité des distributions avec un indice de confiance de 95 sur 1000 en fonction de l'échantillon, tant au niveau des énoncés qu'à celui des échelles (Andrew & Hayes, 2009; Bonett & Wright, 2007; Byrne, 2010; Kline, 2011; Hu & Wang, 2010; Shrout & Bolger, 2002).

5.4.1 Spécification du modèle

Le modèle d'analyse (figure 1) proposé dans le cadre de cette étude est constitué de deux catégories de variables : une dite de mesure et l'autre, structurelle. La première catégorie, celle de mesure, est constituée de l'ensemble des énoncés observables (variables manifestes) qui contribuent à mesurer les variables ou construits latents, et la deuxième, celle dite structurelle, comprend l'ensemble des relations entre les construits latents, c'est-à-dire le réseau de relations que nous cherchons à vérifier dans le cadre de cette étude. Les variables latentes sont l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle et ses sous-échelles. Les énoncés qui les composent sont significativement et positivement corrélés (Bollen & Lennox – 1991; Diamantopoulos & Siguaw – 2006). Le tableau 13 présente les valeurs de la relation entre les variables latentes et les énoncés. Les seuils minimaux (valeur t égale ou supérieure à 1.96 et β égale ou supérieure à .07) retenus pour les estimations sont ceux suggérés pour ce type d'analyse (Aquino & Reed, 2002; Bollen & Lennox – 1991; Diamantopoulos & Siguaw – 2006; Jöreskog & Sörbom, 1993; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990).

Tableau 13 : Relation de causalité entre les construits et les énoncés (réflexivité)

			Estimations β	Valeurs t
IMorale1	<---	IMorale	.809	***
IMorale2	<---	IMorale	.914	29.778***
IMorale4	<---	IMorale	.450	14.223***
IMorale5	<---	IMorale	.679	22.758***
Cons1	<---	Cons	.605	***
Cons2	<---	Cons	.577	14.964***
Cons3	<---	Cons	.754	18.051***
Cons4	<---	Cons	.727	17.658***
Cons5	<---	Cons	.706	17.314***
Civ1	<---	Civ	.472	***
Civ2	<---	Civ	.571	16.569***
Civ3	<---	Civ	.908	15.052***
Civ4	<---	Civ	.824	14.947***
Court1	<---	Court	.737	***
Court2	<---	Court	.819	28.043***
Court3	<---	Court	.677	19.898***
Court4	<---	Court	.671	19.725***
Court5	<---	Court	.798	23.479***
Alt1	<---	Alt	.727	***
Alt2	<---	Alt	.781	28.176***
Alt3	<---	Alt	.809	25.169***
Alt4	<---	Alt	.870	27.012***
Alt5	<---	Alt	.824	25.643***

Note. *** $p < .01$.

5.4.2 Opérationnalisation des échelles de mesure

Les variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle sont d'abord soumises à un test de validité à l'aide d'analyses factorielles confirmatoires (AFC) en utilisant AMOS. Les indices d'ajustement, les valeurs t et les valeurs de corrélations multiples au carré (SMC) servent à déterminer dans quelle mesure les facteurs du modèle sont confirmés par les données observées. En outre, des tests de fiabilité sont effectués à l'aide du coefficient alpha de Cronbach (1951) afin de déterminer la cohérence interne des construits du modèle. Normalement, un coefficient alpha supérieur à .70 est considéré comme une cohérence interne satisfaisante (Nunnally, 1978). Mais dans le cadre de cette thèse, seul un coefficient alpha égal ou supérieur à .77, tel que suggéré dans la validation des construits à l'étude (Aquino & Reed, 2002; Jöreskog &

Sörbom, 1993; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990) est prise en considération. De plus, des tests sont effectués pour déterminer les coefficients de corrélation des construits identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle. Les résultats obtenus aux AFC, les indices d'ajustement, les coefficients alphas et les coefficients de corrélation sont présentés dans les sections suivantes. Afin de maximiser la puissance des résultats statistiques, seules les valeurs égales ou supérieures à celles suggérées dans la littérature consultée sont considérées acceptables.

5.4.2.1 Structure factorielle de la variable identité morale

Une analyse factorielle confirmatoire est effectuée afin d'évaluer la structure factorielle ou la dimensionnalité du construit de l'identité morale. Un premier test est réalisé sur ses cinq énoncés. Selon les valeurs-t, qui doivent être égales ou supérieures à 1.96, et les corrélations multiples au carré (SMC égale ou supérieur à .07) de chacune des estimations de paramètres, les cinq énoncés ont saturé de manière significative (<.05) (tableau 14) (Aquino & Reed, 2002; Bollen & Lennox – 1991; Diamantopoulos & Siguaw – 2006).

Tableau 14 : Résultats de l'analyse factorielle confirmatoire de la variable Identité Morale avec 5 facteurs

Facteurs	Valeurs <i>t</i> *	Valeur de Corrélations multiples au carré (SMC**)
IMorale1	22.833	.680
IMorale2	23.150	.806
IMorale3	8.389	.079
IMorale4	13.299	.204
IMorale5	Contrôlé	.467

* Valeur-t a dépassé les niveaux de signification ($t > 1,96$).

** Valeur de Corrélations multiples au carré pour les variables manifestes.

IMorale1 = Je serais heureux de posséder ces caractéristiques (traits); IMorale2 = Le fait de posséder ces caractéristiques est un élément important de mon identité; IMorale3 = J'aurais honte de posséder ces caractéristiques; IMorale4 = Le fait de posséder ces caractéristiques n'est pas vraiment important pour moi; et IMorale5 = Je désire fortement posséder ces caractéristiques.

Toutefois, les indices d'ajustement et de fiabilité (coefficient alpha de Cronbach) suggèrent qu'il est possible d'obtenir un meilleur ajustement en retirant l'énoncé *J'aurais honte de posséder ces caractéristiques* (IMorale3). Les indices d'ajustement obtenus au premier test sont présentés au tableau 15. En effet, bien que les résultats obtenus à partir des analyses de régression pour l'énoncé

IMorale3 ($t = 8.389$, $SMC = 0.079$) soient significatifs (tableau 14), le coefficient de cohérence interne ($\alpha = .76$) et un des indices d'ajustement relatifs aux cinq énoncés de l'identité morale ($RMSR = .07$ est supérieur à $0,05$) n'atteignent pas les valeurs suggérées (tableau 15). Cela signifie que le maintien de cet énoncé dans la variable Identité morale ne permet pas d'obtenir, selon les critères retenus, une structure factorielle qui est représentée convenablement par les données empiriques recueillies.

Tableau 15 : Indices d'ajustement et coefficient de cohérence (validité) interne pour la variable Identité Morale avec 5 facteurs

Indices	Valeurs suggérées	Valeurs obtenues *
χ^2	N/A	23.98
$t(ddl)$	N/A	4
χ^2 Sig. (Joreskog & Sorbom, 2001)	$p > .05$	0.00
GFI (Joreskog & Sorbom, 2001)	$> .90$	0.99
CFI (Jöreskog & Sörbom, 2001)	$> .95$	0.98
TLI (rho2) (Bentler & Bonnet, 1980)	$> .90$	0.97
RMSA	$\leq .05$	0.07
Alpha (α) (Aquino & Reed, 2002)	.77	.76
* Les statistiques en gras indiquent une valeur qui est égale, dépasse ou est meilleure que celle recommandée pour l'indice.		

Un deuxième test du construit de l'identité morale est réalisé en excluant l'énoncé IMorale3. Cet énoncé, rappelons-le, a été éliminé car il nuit à l'homogénéité du facteur en ne satisfaisant pas aux critères établis dans la littérature. Les valeurs-t et les corrélations multiples au carré indiquent que les quatre énoncés conservent une saturation significative ($<.05$) (tableau 16). La valeur du coefficient de cohérence interne, qui s'élève dorénavant à $\alpha = .77$, est égal à celui suggéré (Aquino et Reed, 2002) et les indices d'ajustement sont eux aussi améliorés : $GFI = 0.99$ et $CFI = 0.99$ (Jöreskog & Sörbom, 1984), $TLI = 0.99$ (Bentler & Bonnet, 1980) et $RMSR = .029$ (inférieur à $0,05$) (Jöreskog & Sörbom, 1984). Ces résultats indiquent une capacité supérieure d'explication que ceux obtenus avec l'inclusion de l'énoncé IMorale3. Le tableau 17 présente les indices d'ajustement et la valeur du coefficient de cohérence interne obtenus pour le construit Identité morale, ainsi que les valeurs suggérées. Les statistiques en gras indiquent une valeur qui est égale ou supérieure à celle suggérée. Les résultats obtenus au deuxième test permettent d'obtenir une structure factorielle représentée convenablement par les données empiriques recueillies. Ainsi,

quatre énoncés de l'identité morale sont utilisés pour l'estimation du modèle et la vérification des hypothèses.

Tableau 16 : Résultats de l'analyse factorielle confirmatoire de la variable Identité Morale avec 4 facteurs

Facteurs	Valeurs t^*	Valeur de Corrélations multiples au carrée (SMC**)
IMorale1	22.792	.674
IMorale2	23.122	.812
IMorale4	13.350	.204
IMorale5	Contrôlé	.466

* Valeur-t a dépassé les niveaux de signification ($t > 1,96$).

** Valeur de Corrélations multiples au carré pour les variables manifestes.

Tableau 17 : Indices d'ajustement et coefficient de cohérence (validité) interne pour la variable Identité Morale

Indices	Valeurs suggérées	Valeurs obtenues *
χ^2	N/A	3.77
$t(ddl)$	N/A	2
χ^2 Sig. (Joreskog & Sorbom, 2001)	$p > .05$	0.00
GFI (Joreskog & Sorbom, 2001)	$> .90$	0.99
CFI (Jöreskog & Sörbom, 2001)	$> .95$	0.99
TLI (rho2) (Bentler & Bonnet, 1980)	$> .90$	0.99
RMSA	$\leq .05$	0.029
Alpha (α) (Aquino & Reed, 2002)	.77	.77

* Les statistiques en gras indiquent une valeur qui est égale, dépasse ou est meilleure que celle recommandée pour l'indice.

5.4.2.2 Structure factorielle de la variable comportements de citoyenneté organisationnelle

Une analyse factorielle confirmatoire est aussi effectuée afin d'évaluer la dimensionnalité ou structure factorielle des comportements de citoyenneté organisationnelle. Les valeurs-t et les corrélations multiples au carré de chacune des estimations des paramètres indiquent que les dix-neuf énoncés saturant de manière significative ($<.05$) (tableau 18).

Tableau 18 : Résultats de l'analyse factorielle confirmatoire de la variable Comportements de citoyenneté organisationnelle

Facteurs	Valeurs t^*	Valeur de Corrélations multiples au carré (SMC ^{**})
Alt1	25.713	.531
Alt2	28.472	.615
Alt3	29.757	.652
Alt4	33.008	.755
Alt5	Contrôlé	.677
Court1	24.395	.481
Court2	28.681	.602
Court3	26.986	.549
Court4	27.595	.567
Court5	Contrôlé	.733
Civ1	14.913	.222
Civ2	18.542	.326
Civ3	27.938	.825
Civ4	Contrôlé	.679
Cons1	17.382	.372
Cons2	16.574	.335
Cons3	20.846	.561
Cons4	20.361	.530
Cons5	Contrôlé	.497

* Valeur-t a dépassé les niveaux de signification ($t > 1,96$).

** Valeur de Corrélations multiples au carré pour les variables manifestes.

Alt1 = Vous aidez les personnes (collègues) qui ont été absentes; Alt2 = Vous aidez d'autres personnes qui doivent composer avec une lourde charge de travail; Alt3 = Vous aidez à orienter les personnes nouvellement arrivées même si vous n'avez pas à le faire; Alt4 = Vous êtes disposé à aider des personnes qui ont des problèmes liés au travail; Alt5 = Vous êtes toujours prêt à donner un coup de main aux personnes qui vous entourent. Court1 = Vous prenez des mesures pour prévenir des problèmes avec d'autres employés; Court2 = Vous portez attention à la façon dont votre comportement affecte le travail des autres; Court3 = Vous n'abusez pas des droits des autres; Court4 = Vous essayez d'éviter de créer des problèmes pour vos collègues; Court5 = Vous tenez compte des répercussions de vos actes sur les collègues. Civ1 = Vous participez à des réunions qui ne sont pas obligatoires, mais qui sont considérées comme étant importantes; Civ2 = Vous participez à des activités qui ne sont pas obligatoires, mais qui sont bonnes pour l'image de l'organisation; Civ3 = Vous vous tenez au courant des changements au sein de l'organisation; Civ4 = Vous prenez connaissance des annonces, des notes de service, etc., et vous vous tenez à jour à ce sujet. Cons1 = Votre taux de présence au travail est supérieur à la norme; Cons2 = Vous ne prenez pas de pauses supplémentaires; Cons3 = Vous respectez les règles et les règlements du MDN/des FAC même lorsque vous n'êtes pas surveillé; Cons4 = Vous êtes l'un des employés/membres les plus consciencieux; Cons5 = Vous croyez en un travail effectué de façon consciencieuse pour un salaire raisonnable.

Les indices d'ajustement indiquent également que les dix-neuf énoncés saturent de manière significative et l'alpha de Cronbach (0,91) témoigne d'un degré de cohérence interne adéquat. Le tableau 19 présente les indices d'ajustement et la valeur du coefficient de cohérence interne obtenus pour le construit comportements de citoyenneté organisationnelle, ainsi que les valeurs recommandées (Bentler & Bonnet, 1980 ; Jöreskog & Sörbom, 1984; Podsakoff & coll., 1990). Les statistiques en gras indiquent une valeur qui est égale ou supérieure à celle recommandée. Ainsi, le coefficient de cohérence interne ($\alpha = .91$) est supérieur à celui recommandé, soit $\alpha = .77$ (Podsakoff & coll., 1990) et il y a un bon ajustement des énoncés du construit: GFI = 0.94 et CFI = 0.96 (Jöreskog & Sörbom, 1984), TLI = 0.95 (Bentler & Bonnet, 1980) et RMSR = .05 (égal à 0,05) (Jöreskog & Sörbom, 1984). Ces résultats indiquent que la structure factorielle du construit comportements de citoyenneté organisationnelle est représentée convenablement par les données empiriques recueillies. Aussi les dix-neuf énoncés seront utilisés pour l'estimation du modèle et la vérification des hypothèses.

Tableau 19 : Indices d'ajustement et coefficient de cohérence (validité) interne pour la variable Comportements de citoyenneté organisationnelle

Indices	Valeurs suggérées	Valeurs obtenue *
χ^2	N/A	541.68
<i>t(ddl)</i>	N/A	143
χ^2 Sig. (Joreskog & Sorbom, 2001)	p > .05	0.00
GFI (Joreskog & Sorbom, 2001)	> .90	0.94
CFI (Jöreskog & Sörbom, 2001)	> .95	0.96
TLI (rho2) (Bentler & Bonnet, 1980)	> .90	0.95
RMSA	≤ .05	0.05
Alpha (α) (Podsakoff & coll., 1990)	.77	.91
* Les statistiques en gras indiquent une valeur qui est égale, dépasse ou est meilleure que celle recommandée pour l'indice.		

Les scores aux variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle, ainsi qu'aux dimensions de cette dernière, sont agrégés en vue de l'estimation du modèle et du test des hypothèses. Les données utilisées pour les corrélations sont la moyenne de la somme des énoncés respectifs. Le tableau 20 présente la matrice de corrélations des données agrégées pour chacune des échelles, ainsi que les statistiques descriptives pour chacune de ces mêmes échelles. Les corrélations rapportées invitent à faire les observations suivantes. Premièrement, les corrélations

significatives entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle encouragent la poursuite des analyses portant sur les liens entre ces variables. Deuxièmement, les corrélations significatives entre chacun des comportements de citoyenneté organisationnelle et le score général suggèrent qu'il y a un trait commun unissant ces dimensions, même si l'utilisation de ce score général s'avère discutable en raison du fait qu'il ne résulte que de quatre des cinq dimensions du construit général de citoyenneté organisationnelle proposées par Podsakoff et al. Troisièmement, les corrélations significatives entre les dimensions tendent à indiquer qu'elles ne sont pas totalement indépendantes les unes des autres, les valeurs alphas s'étalant de .79 à .90 (entre conscience et altruisme), indiquent des coefficients de cohérence interne supérieurs aux valeurs suggérées dans la littérature ($\alpha = .77$) (Aquino & Reed, 2002 ; Podsakoff & coll., 1990).

Tableau 20 : Statistiques descriptives, coefficients de cohérence interne et coefficients de corrélation pour identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle, calculés avec SPSS

	M	ET	IM	Cons	Civ	Court	Alt	CCO Total
IMorale	4.52	0.60	(.777)					
Cons	6.02	0.83	.38**	(.796)				
Civ	5.44	1.06	.30**	.46**	(.800)			
Court	6.24	0.69	.45**	.53**	.47**	(.876)		
Alt	6.19	0.73	.42**	.51**	.42**	.71**	(.901)	
CCO	5.97	0.66	.48**	.79**	.75**	.83**	.81**	(.912)

Notes. ** $p < .01$.

Note: les coefficients alpha sont présentés sur la diagonale, entre-parenthèses.

5.5 Résultats des analyses à équations structurelles

Rappelons que cette recherche vise à vérifier un modèle (figure 1) postulant deux types de relations. Les premières portent sur les liens directs entre l'identité morale du soldat et les comportements de citoyenneté organisationnelle qu'il estime exprimer. Ce lien direct est mesuré à l'aide de régressions (β égal ou supérieur à 0.07 ou t égale ou supérieure à 1.96) calculées pour chacun des comportements de citoyenneté organisationnelle (Aiken & West, 1991; Aquino & Reed, 2002; Bollen & Lennox – 1991; Diamantopoulos & Siguaw – 2006; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990). Les secondes ont pour objet les effets modérateurs de trois variables sociodémographiques, soit le fait d'avoir suivi ou non une formation en éthique durant l'année

précédant le sondage, la séniorité (en fonction du grade) et le nombre d'années de service sur les liens entre l'identité morale du soldat et les comportements de citoyenneté organisationnelle qu'il estime exprimer. Cet effet est aussi mesuré à l'aide de régressions (β ou t) calculées pour chacun des comportements de citoyenneté organisationnelle (Aiken & West, 1991; Aquino & Reed, 2002; Bollen & Lennox – 1991; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990). La vérification de l'existence des différents liens mentionnés est exprimée à travers des hypothèses.

L'analyse des données obtenues vise à déterminer le degré d'ajustement du modèle aux données empiriques et, en corollaire, à vérifier si celles-ci vont dans le sens des hypothèses. Afin d'optimiser la valeur des tendances observées, les résultats des analyses statistiques seront jugés bons ou convenables, dans le cas de l'ajustement du modèle, ou acceptables, dans le cas des hypothèses, lorsqu'ils sont égaux ou supérieurs à ceux suggérés dans la littérature (Bentler & Bonnet, 1980; Hu & Bentler, 1999; Jöreskog & Sörbom, 2001; Marsh, Hau, & Wen, 2004; Pedhazur & Pedhazur-Schmelkin, 1991; Podsakoff & coll., 1990; Sun, 2005; Tabachnick & Fidell, 2001). Si les résultats des analyses ne satisfont pas à ces critères, le modèle sera vu comme s'éloignant des données obtenues et l'hypothèse ne sera pas acceptée. Quant aux résultats ayant trait aux hypothèses portant sur les effets de modération, elles seront acceptées si elles satisfont aux conditions suivantes : si les résultats des analyses statistiques indiquent une modération au niveau global des quatre dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle, les hypothèses de modération sont acceptées (Edwards & Lambert, 2007; Yiing & Bin Ahmad, 2009). Si les résultats des analyses statistiques indiquent une relation ou une modération au niveau d'au moins une dimension des comportements de citoyenneté organisationnelle, les hypothèses seront partiellement acceptées (Yiing & Bin Ahmad, 2009; Podsakoff & coll., 1990). Si les résultats des analyses ne satisfont pas à ces critères, les hypothèses de modération ne sont pas acceptées.

5.5.1 Estimation du modèle proposé

Les indices d'ajustement du modèle proposé sont présentés au tableau 21. La valeur du χ^2 de 636.62 est significative (ddl = 214, $p < 0.00$), mais dans le contexte de cette étude, où la taille de l'échantillon est grande, ce Chi-deux constitue une valeur acceptable pour la poursuite des analyse (Diamantopoulos & Siguaw, 2000; Jöreskog & Sörbom, 2001). Les valeurs obtenues au GFI

(0.95), CFI (0.96) et TLI (rho2 = 0.96) sont supérieures aux valeurs suggérées dans la littérature. La valeur du RMSEA (0.04) est meilleure que celle suggérée dans la littérature. Ces résultats indiquent un bon ajustement du modèle. Le modèle théorique proposé est ainsi confirmé par les données empiriques.

Tableau 21 : Indices d'ajustement du modèle proposé

Indices	Valeurs suggérées	Valeurs obtenue *
χ^2	N/A	636.62
t(ddl)	N/A	214
χ^2 Sig. (Joreskog & Sorbom, 2001)	p > .05	0.00
GFI (Joreskog & Sorbom, 2001)	> .90	0.95
CFI (Jöreskog & Sörbom, 2001)	> .95	0.96
TLI (rho2) (Bentler & Bonnet, 1980)	> .90	0.96
RMSEA	≤ .05	0.04
* Les statistiques en gras indiquent une valeur qui est égale, dépasse ou est meilleure que celle recommandée pour l'indice.		

Nous avons aussi vérifié les indices d'ajustement du modèle en fonction de chacune des dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle : conscience, civisme, courtoisie et altruisme. Les résultats sont présentés au tableau 22. Ces résultats indiquent également un meilleur ajustement du modèle pour chacune de ces dimensions. Les valeurs obtenues sont : conscience au travail : $\chi^2 = 71.67$ (ddl = 21 p < 0.00), GFI = 0.98, CFI = 0.97, TLI (rho2) = 0.96 et RMSEA = 0.04; vertu civique : $\chi^2 = 32.20$ (ddl = 13 p < 0.00), GFI = 0.99, CFI = 0.99, TLI (rho2) = 0.98 et RMSEA = 0.03; courtoisie : $\chi^2 = 20.10$ (ddl = 17 p < 0.00), GFI = 0.99, CFI = 0.99, TLI (rho2) = 0.99 et RMSEA = 0.01; altruisme : $\chi^2 = 40.17$ (ddl = 20 p < 0.00), GFI = 0.99, CFI = 0.99, TLI (rho2) = 0.99 et RMSEA = 0.01). Le χ^2 pour chacune de ces dimensions est acceptable pour la poursuite des analyses. Les valeurs obtenues aux indices d'ajustement sont statistiquement supérieures aux valeurs suggérées dans la littérature.

Tableau 22 : Indices d'ajustement du modèle en fonction des dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle

Indices	Valeurs suggérées	Valeurs obtenue *
Conscientieux		
χ^2	N/A	71.67
t(ddl)	N/A	21
χ^2 Sig. (Joreskog & Sorbom, 2001)	p > .05	0.000
GFI (Joreskog & Sorbom, 2001)	> .90	0.98
CFI (Jöreskog & Sörbom, 2001)	> .95	0.97
TLI (rho2) (Bentler & Bonnet, 1980)	> .90	0.96
RMSEA	≤ .05	0.04
Civique		
χ^2	N/A	32.20
t(ddl)	N/A	13
χ^2 Sig. (Joreskog & Sorbom, 2001)	p > .05	0.002
GFI (Joreskog & Sorbom, 2001)	> .90	0.99
CFI (Jöreskog & Sörbom, 2001)	> .95	0.99
TLI (rho2) (Bentler & Bonnet, 1980)	> .90	0.98
RMSEA	≤ .05	0.03
Courtoisie		
χ^2	N/A	20.10
t(ddl)	N/A	17
χ^2 Sig. (Joreskog & Sorbom, 2001)	p > .05	0.026
GFI (Joreskog & Sorbom, 2001)	> .90	0.99
CFI (Jöreskog & Sörbom, 2001)	> .95	0.99
TLI (rho2) (Bentler & Bonnet, 1980)	> .90	0.99
RMSEA	≤ .05	0.01
Altruisme		
χ^2	N/A	40.17
t(ddl)	N/A	20
χ^2 Sig. (Joreskog & Sorbom, 2001)	p > .05	0.005
GFI (Joreskog & Sorbom, 2001)	> .90	0.99
CFI (Jöreskog & Sörbom, 2001)	> .95	0.99
TLI (rho2) (Bentler & Bonnet, 1980)	> .90	0.99
RMSEA	≤ .05	0.03
* Les statistiques en gras indiquent une valeur qui est égale, dépasse ou est meilleure que celle recommandée pour l'indice.		

5.5.2 Les effets directs entre les variables

Des analyses de régression sont effectuées pour vérifier s'il existe des relations directes entre les variables du modèle proposé, mais aussi en fonction des dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle. Les résultats, qui sont présentés au tableau 23, indiquent que l'identité morale a un effet direct sur les comportements de citoyenneté organisationnelle ($\beta = .560$, $t = 13.452$, $p < .01$), ainsi que sur chacune de ses quatre dimensions. Cet effet se présente respectivement de la manière suivante : *Courtoisie* ($\beta = .527$, $t = 15.017$, $p < .01$), *Altruisme* ($\beta = .476$, $t = 14.564$, $p < .01$), *Vertu civique* ($\beta = .310$, $t = 8.449$, $p < .05$) et *Conscience* ($\beta = .457$, $t = 12.593$, $p < .01$).

On observe aussi qu'au niveau global des quatre dimensions, il y a une relation directe entre la formation en éthique et les comportements de citoyenneté organisationnelle ($\beta = .074$, $t = 2.558$, $p < .05$) ainsi qu'entre la séniorité et les comportements de citoyenneté organisationnelle ($\beta = .087$, $t = 2.465$, $p < .05$). La relation entre les années de service et les comportements de citoyenneté organisationnelle ($\beta = .050$, $t = 1.441$, $p > .05$) n'est cependant pas observée. Seule sa relation avec les dimensions *Conscience* ($\beta = .139$, $t = 3.635$, $p < .01$) et *Vertu civique* ($\beta = .113$, $t = 2.921$, $p < .05$) est avérée. Ces résultats vont également dans le sens de ceux obtenus aux analyses de variance, où il est démontré que l'ancienneté, en termes d'années de service, n'agit que partiellement sur l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle (tableau 12). Autrement dit, au niveau global des quatre dimensions, le nombre d'années de service ne contribue que partiellement à la manière dont le soldat exprime des comportements susceptibles d'aider son organisation et ses collègues de travail.

Les résultats des analyses de régression indiquent aussi que même si leur relation est confirmée au niveau global des quatre dimensions, on constate que les relations directes entre, d'une part, la formation en éthique et la courtoisie ($\beta = .047$, $t = 1.568$, $p > .05$) ainsi que la formation en éthique et l'altruisme ($\beta = .054$, $t = 1.825$, $p > .05$) et, d'autre part, celle entre la séniorité et la conscience ($\beta = .038$, $t = .993$, $p > .05$) ainsi que la séniorité et l'altruisme ($\beta = .036$, $t = .985$, $p > .05$) sont faibles. On observe toutefois une amélioration significative des statistiques lorsque ces trois variables (formation en éthique, années de service et séniorité) sont analysées distinctement, sans

relation (covariance) entre elles. Ainsi, les résultats statistiques de la relation entre la séniorité et l'altruisme ($\beta = .042, t = 1.436, p < .05$) se sont améliorés, ceux de la relation entre la formation en éthique et la courtoisie ($\beta = .070, t = 2.026, p < .05$), ceux de la relation entre la formation en éthique et l'altruisme ($\beta = .070, t = 2.013, p < .05$) ainsi que ceux de la relation entre la séniorité et la conscience ($\beta = .130, t = 4.128, p < .01$) vont alors dans le sens postulé. En revanche, l'effet du nombre d'années de service demeure inchangé. Cela signifie que l'interaction entre ces variables, telle qu'observée aux analyses de khi-deux (tableaux 5, 6 et 7) ainsi qu'à celles de variance (tableaux 10, 11 et 12), a affecté la relation entre les deux variables (formation éthique et séniorité) et certaines dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle. Cela explique également la relation inexistante entre les années de service et les comportements de citoyenneté organisationnelle au niveau global.

Ces résultats ne remettent toutefois en cause ni le modèle proposé, ni la poursuite de l'analyse du rôle modérateur des variables formation en éthique, années de service et séniorité dans la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, car cela n'est pas une condition *sine qua none* pour le test de modération. En effet, le test de modération n'exige pas d'effet direct entre la variable modératrice et les variables dépendante et indépendante.

Tableau 23 : Statistiques des relations directes entre les variables du modèle proposé

			Estimations β	Valeurs t
CCO	<---	IMorale	.560	13.452***
CCO	<---	FE	.073	2.558**
CCO	<---	Sen	.087	2.465**
CCO	<---	AS	.050	1.441
Cons	<---	IMorale	.457	12.593***
Civc	<---	IMorale	.310	8.449***
Court	<---	IMorale	.527	15.017***
Alt	<---	IMorale	.475	14.564***
Cons	<---	FE	.082	2.634**
Civ	<---	FE	.112	3.502***
Court	<---	FE	.047	1.568
Alt	<---	FE	.054	1.825
Court	<---	FE (2)	.070	2.026**
Alt	<---	FE (2)	.070	2.013**
Cons	<---	AS	.139	3.635***
Civ	<---	AS	.113	2.921**
Court	<---	AS	.017	.470
Alt	<---	AS	-.001	-.017
Cons	<---	Sen	.038	.993
Civ	<---	Sen	.094	2.432***
Court	<---	Sen	.107	2.915**
Alt	<---	Sen	.036	.985
Cons	<---	Sen (2)	.120	3.803***
Alt	<---	Sen (2)	.042	1.436

Note. *** $p < .01$.

Note. ** $p < .05$.

(2) = Résultats des tests sans covariance avec le nombre d'année de service.

5.5.3 Vérification des hypothèses

Des analyses de régression ont été effectuées à partir du modèle réajusté pour vérifier les relations/associations entre les variables ou les hypothèses à l'étude. La première hypothèse sera acceptée si les résultats des analyses de régression (β et t) sont significatifs ($p < .05$), soit β est égal

ou supérieur à 0.07 et t , est égale ou supérieure à 1.96 (Aiken & West, 1991 ; Aquino & Reed, 2002 ; Bollen & Lennox, 1991 ; Diamantopoulos & Sigauw, 2006 ; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990). En revanche, si β et t sont non-significatifs ($p > .05$), l'hypothèse ne sera pas acceptée. Les analyses effectuées viseront également à vérifier les hypothèses 2, 3 et 4 portant sur leur rôle modérateur dans la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Elles seront acceptées, rappelons-le, si elles satisfont aux deux conditions suivantes : 1. il y a une modération au niveau global des quatre dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle (Edwards & Lambert, 2007; Yiing & Bin Ahmad, 2009), 2. il y a une modération au niveau d'au moins une dimension des comportements de citoyenneté organisationnelle (Yiing & Bin Ahmad, 2009; Podsakoff & coll., 1990). Si ces critères ou ces conditions ne sont pas satisfaites, les hypothèses de modération sont considérées comme n'allant pas dans le sens des hypothèses.

5.5.3.1 Hypothèse 1. Lien entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle

L'hypothèse 1 prédit que l'identité morale du soldat est associée positivement à sa capacité d'exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle. Autrement dit, l'identité morale du soldat a une influence sur l'expression de ses comportements de citoyenneté organisationnelle, tel que vérifié précédemment (tableau 23). Les résultats des analyses effectuées à partir du modèle proposé (figure 1), vont dans le sens de l'hypothèse : l'identité morale prédit, de manière positive et significative, les comportements de citoyenneté organisationnelle ($\beta = .560$, $t = 13.452$, $p < .01$) ainsi que chacune des quatre dimensions analysées (*Courtoisie* : $\beta = .527$, $t = 15.017$, $p < .01$, *Altruisme* : $\beta = .475$, $t = 14.564$, $p < .01$, *Vertu civique* : $\beta = .310$, $t = 8.449$, $p < .01$ et *Conscience* : $\beta = .457$, $t = 12.593$, $p < .01$) (tableaux 23 et 24). Ces résultats montrent, de manière générale, que les soldats dont l'identité morale est forte sont plus susceptibles d'aider leur organisation et leurs collègues au travail, et donc de manifester des comportements considérés comme une expression de l'éthique informelle. Plus précisément, les soldats dont l'identité morale est forte ont une meilleure conscience sociale à l'égard des FAC et accordent plus d'importance à leur travail et aux valeurs des FAC (conscience), ils sont intègres, respectent plus les normes et les règles morales et démontrent plus de volonté à participer de façon responsable à la vie politique et sociale des FAC

(vertu civique). Les soldats dont l'identité morale est forte sont aussi plus ouverts d'esprit, traitent mieux les collègues de travail (courtoisie), sont davantage portés à coopérer et se préoccupent plus du bien-être de leur collègues et de l'intérêt des FAC (altruisme). Les résultats empiriques allant dans le sens de l'hypothèse 1, celle-ci est donc acceptée.

Tableau 24 : Statistiques des relations entre Identité morale et Comportements de citoyenneté organisationnelle et en fonction de ses dimensions

			Estimations β	Valeurs t
CCO	<---	IMorale	.560	13.452***
Cons	<---	IMorale	.457	12.593***
Civc	<---	IMorale	.310	8.449***
Court	<---	IMorale	.527	15.017***
Alt	<---	IMorale	.475	14.564***

Note. *** $p < .01$.

5.5.4 Tests de modération

Trois tests de modération sont effectués afin de vérifier les hypothèses 2, 3 et 4. Ces hypothèses prédisent que la formation en éthique, les années de service et la séniorité exercent un rôle de modération dans la relation entre l'identité morale du soldat et l'expression de ses comportements de citoyenneté organisationnelle. Il est postulé que la formation en éthique exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle (hypothèse 2). Autrement dit, il est postulé que le fait de participer à la formation en éthique influe positivement sur la relation entre la manière dont le soldat se perçoit comme une personne morale et sa volonté d'aider son organisation et ses collègues au travail. Il est aussi postulé que le nombre d'années de service exerce un effet modérateur sur cette relation (hypothèse 3). Enfin, il est envisagé que la séniorité, c'est-à-dire le grade ou échelon hiérarchique, exerce un effet modérateur sur cette relation (hypothèse 4). Les sections suivantes présentent les résultats obtenus pour vérifier empiriquement ces hypothèses.

5.5.4.1 Hypothèse 2. Rôle modérateur de la formation en éthique dans la relation entre l'identité morale les comportements de citoyenneté organisationnelle

Le premier test de modération sert à vérifier si la relation entre l'identité morale du soldat et l'expression de ses comportements de citoyenneté organisationnelle (au niveau global et pour chacune des quatre dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle à l'étude) est modérée par le fait d'avoir suivi la formation en éthique. Étant donné que la mesure de cette dernière consiste en une variable binaire dichotomique (Non et oui), l'analyse multi-groupe a été utilisée pour examiner cet effet de modération (Edwards & Lambert, 2007; Yiing & Bin Ahmad, 2009; Tabachnick, & Fidell, 2007). Le test d'invariance est donc utilisé pour vérifier la différence de X^2 ($p < .05$) entre le modèle sans contrainte et celui avec contrainte dans la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle (Tabachnick, & Fidell, 2007). Les variables années de service et séniorité sont incluses dans l'analyse du modèle comme facteurs de covariance. Les résultats sont présentés aux tableaux 25, 26, 27, 28 et 29. Il y a modération si la valeur t , obtenue à partir de l'analyse d'invariance, est statistiquement significative ($p < .05$), s'il n'y a pas d'invariance (Non) et que la différence entre les X^2 des deux modèles (sans contrainte et avec contrainte) est égale ou supérieure à 90% c'est-à-dire à une des valeurs indiquées au *Seuil de Comparaison de Confiance/ χ^2 et Différence* (Yiing & Bin Ahmad, 2009; Tabachnick, & Fidell, 2007). Cela indiquera que la formation en éthique exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Le cas échéant, l'hypothèse ne sera pas acceptée.

Au niveau global des quatre dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle, les analyses révèlent qu'il y a une différence entre les militaires ayant suivi une formation en éthique (Oui – $\beta = .56$) et ceux qui ne l'ont pas suivie (Non – $\beta = .48$). La différence entre les X^2 des deux modèles est de 0.741 et la valeur t (0.389) n'est pas significative ($p > .05$), mais invariante, se situant dans un intervalle de confiance de moins de 90% (tableau 25). On constate en fait que la relation entre l'identité morale et l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle est statistiquement plus forte chez les militaires ayant suivi une formation en éthique que chez ceux qui ne l'ont pas suivie, mais que cette différence n'est pas assez forte pour que cette relation soit modérée par le fait d'avoir suivi la formation en éthique. Les analyses révèlent cependant des résultats différents au niveau de chacune des quatre dimensions de citoyenneté organisationnelle.

Tableau 25 : Formation en éthique comme modérateur de la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle au niveau global

Type de modèle	χ^2	t(ddl)	Niveau de signification de valeur t	Invariance?	% Confiance	Différence-groupes = β
Sans contraintes	898.288	392				
Avec contraintes	899.029	393				
Nombre de groupes		2				Oui : .56 Non : .48
Différence	0.741	1	0.389	Oui	- de 90%	Oui
<i>Seuil de Comparaison Confiance/χ^2 et Différence</i>						
90%	900.99	393				
Différence	2.71	1	0.100			
95%	902.13	393				
Différence	3.84	1	0.050			
99%	904.92	393				
Différence	6.63	1	0.010			

Note : Seuil de Confiance/ χ^2 et Différence permet d'établir le degré de confiance de l'effet de modulation (% Confiance); % Confiance indique le degré de confiance de l'effet de modulation; Différence entre groupes β = coefficients de régression standardisés, celle-ci permet de montrer la variance entre les groupes, mais ne signifie pas forcément qu'il y a modulation ou non; Invariance indique la différence en fonction du niveau de signification (Non veut dire qu'il y a différence entre les groupes et Oui, pas de différence); t(ddl)= degré de liberté; Niveau de signification est établi entre les χ^2 et les t(ddt) des 2 types de modèles en fonction des groupes (oui et non).

Au niveau de la dimension *conscience*, les analyses révèlent qu'il y a une différence entre les militaires qui ont suivi une formation en éthique (Oui – β = .65) et ceux qui ne l'ont pas fait (Non – β = .49). La différence entre les X^2 des deux modèles est de 7.093 et la valeur t (0.008) est significative (p < .01) mais non-invariante se situant dans un intervalle de confiance de plus de 99% (tableau 26). La relation entre l'identité morale et la conscience est statistiquement plus forte chez les militaires ayant suivi une formation en éthique que chez ceux qui ne l'ont pas suivie et cette différence est statistiquement significative. Cela signifie que la relation entre l'identité morale du soldat et la conscience est modérée à plus de 99% par le fait d'avoir suivi une formation en éthique.

Tableau 26 : Formation en éthique comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Conscience

Type de modèle	χ^2	t(ddl)	Niveau de signification de valeur t	Invariance?	% Confiance	Différence-groupes = β
Sans contraintes	101.343	34				
Avec contraintes	108.436	35				
Nombre de groupes		2				Oui : .65 Non : .49
Différence	7.093	2	0.008	Non	+ de 99%	Oui
<i>Seuil de Comparaison Confiance/χ^2 et Différence</i>						
90%	104.05	35				
Différence	2.71	1	0.100			
95%	105.18	35				
Différence	3.84	1	0.050			
99%	107.98	35				
Différence	6.63	1	0.010			

Note : Seuil de Confiance/ χ^2 et Différence permet d'établir le degré de confiance de l'effet de modération (% Confiance); % Confiance indique le degré de confiance de l'effet de modération; Différence entre groupes β = coefficients de régression standardisés, celle-ci permet de montrer la variance entre les groupes, mais ne signifie pas forcément qu'il y a modération ou non; Invariance indique la différence en fonction du niveau de signification (Non veut dire qu'il y a différence entre les groupes et Oui, pas de différence); t(ddl)= degré de liberté; Niveau de signification est établi entre les χ^2 et les t(ddt) des 2 types de modèles en fonction des groupes (oui et non).

Au niveau de la dimension *civique*, les analyses révèlent qu'il y a une différence entre les militaires qui ont suivi une formation en éthique (Oui – β = .45) et ceux qui ne l'ont pas fait (Non – β = .25). La différence entre les X^2 des deux modèles est de 4.676 et la valeur t (0.031) est significative (p <.05) mais non-invariante, se situant dans un intervalle de confiance de plus de 95% (tableau 27). La relation entre l'identité morale et la vertu civique est statistiquement plus forte chez les militaires ayant suivi une formation en éthique que chez ceux qui ne l'ont pas suivie et cette différence est statistiquement significative. Cela signifie que la relation entre l'identité morale du soldat et la vertu civique est modérée à plus de 95% par le fait d'avoir suivi une formation en éthique.

Tableau 27 : Formation en éthique comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Civisme

Type de modèle	χ^2	t(ddl)	Niveau de signification de valeur t	Invariance?	% Confiance	Différence-groupes = β
Sans contraintes	29.297	20				
Avec contraintes	33.896	21				
Nombre de groupes		2				Oui : .45 Non : .25
Difference	4.676	1	0.031	Non	+ de 95%	Oui
<i>Seuil de Comparaison Confiance/χ^2 et Différence</i>						
90%	31.93	21				
Difference	2.71	1	0.100			
95%	33.06	21				
Difference	3.84	1	0.050			
99%	35.85	21				
Difference	6.63	1	0.010			

Note : Seuil de Confiance/ χ^2 et Différence permet d'établir le degré de confiance de l'effet de modulation (% Confiance); % Confiance indique le degré de confiance de l'effet de modulation; Différence entre groupes β = coefficients de régression standardisés, celle-ci permet de montrer les variance entre les groupes, mais ne signifie pas forcément qu'il y a modulation ou non; Invariance indique la différence en fonction du niveau de signification (Non veut dire qu'il y a différence entre les groupes et Oui, pas de différence); t(ddl)= degré de liberté; Niveau de signification est établi entre les χ^2 et les t(ddt) des 2 types de modèles en fonction des groupes (oui et non).

Au niveau de la dimension *courtoisie*, les analyses révèlent qu'il n'y a pas de différence significative entre les militaires qui ont suivi une formation en éthique (Oui – β = .63) et ceux qui ne l'ont pas suivie (Non – β = .61), La différence entre les X^2 des deux modèles est de 0.653 et la valeur t (0.884) n'est pas significative (p >.05) mais invariante, se situant dans un intervalle de confiance de moins de 90% (tableau 28). Cela signifie que la relation entre l'identité morale du soldat et la courtoisie n'est pas modérée par le fait d'avoir suivi une formation en éthique.

Tableau 28 : Formation en éthique comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Courtoisie

Type de modèle	χ^2	t(ddl)	Niveau de signification de valeur t	Invariance?	% Confiance	Différence-groupes = β
Sans contraintes	27.854	30				
Avec contraintes	27.201	27				
Nombre de groupes		2				Oui : .63 Non : .61
Différence	0.653	1	0.884	Oui	- de 90%	Oui
<i>Seuil de Comparaison Confiance/χ^2 et Différence</i>						
90%	30.56	27				
Différence	2.71	1	0.100			
95%	31.70	27				
Différence	3.84	1	0.050			
99%	34.49	27				
Différence	6.63	1	0.010			

Note : Seuil de Confiance/ χ^2 et Différence permet d'établir le degré de confiance de l'effet de modération (% Confiance); % Confiance indique le degré de confiance de l'effet de modération; Différence entre groupes β = coefficients de régression standardisés, celle-ci permet de montrer les variance entre les groupes, mais ne signifie pas forcément qu'il y a modération ou non; Invariance indique la différence en fonction du niveau de signification (Non veut dire qu'il y a différence entre les groupes et Oui, pas de différence); t(ddl)= degré de liberté; Niveau de signification est établi entre les χ^2 et les t(ddt) des 2 types de modèles en fonction des groupes (oui et non).

Au niveau de la dimension *altruisme*, les analyses révèlent qu'il n'y a pas de différence significative entre les militaires qui ont suivi une formation en éthique (Oui – β = .63) et ceux qui ne l'ont pas fait (Non – β = .61). La différence entre les X^2 des deux modèles est de 0.163 et la valeur t (0.686) n'est pas significative ($p > .05$) mais invariante, se situant dans un intervalle de confiance de moins de 90% (tableau 29). Autrement dit, bien que la relation entre l'identité morale et l'altruisme soit statistiquement plus forte chez les militaires qui ont suivi une formation en éthique que chez ceux qui ne l'ont pas suivie, cette différence n'est pas assez forte pour entraîner un effet de modération. Cela signifie que la relation entre l'identité morale du soldat et l'altruisme n'est pas modérée par le fait d'avoir suivi une formation en éthique.

Tableau 29 : Formation en éthique comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Altruisme

Type de modèle	χ^2	t(ddl)	Niveau de signification de valeur t	Invariance?	% Confiance	Différence-groupes = β
Sans contraintes	41.930	32				
Avec contraintes	42.093	33				
Nombre de groupes		2				Oui : .63 Non : .60
Difference	0.163	1	0.686	Oui	- de 90%	Oui
<i>Seuil de Comparaison Confiance/χ^2 et Différence</i>						
90%	44.64	33				
Difference	2.71	1	0.100			
95%	45.77	33				
Difference	3.84	1	0.050			
99%	48.56	33				
Difference	6.63	1	0.010			

Note : Seuil de Confiance/ χ^2 et Différence permet d'établir le degré de confiance de l'effet de modulation (% Confiance); % Confiance indique le degré de confiance de l'effet de modulation; Différence entre groupes β = coefficients de régression standardisés, celle-ci permet de montrer les variance entre les groupes, mais ne signifie pas forcément qu'il y a modulation ou non; Invariance indique la différence en fonction du niveau de signification (Non veut dire qu'il y a différence entre les groupes et Oui, pas de différence); t(ddl)= degré de liberté; Niveau de signification est établi entre les χ^2 et les t(ddt) des 2 types de modèles en fonction des groupes (oui et non).

En résumé, le fait d'avoir suivi une formation en éthique exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa conscience organisationnelle ou sa conscience au travail ainsi que sur la relation entre l'identité morale du soldat et son expression de la vertu civique. Autrement dit, la relation entre l'identité morale du soldat et le fait d'accorder plus d'importance à son travail et aux valeurs des FAC (conscience) ainsi que le fait de démontrer plus d'intégrité, de respect des normes et règles morales et la volonté de participer de façon responsable à la vie politique et sociale des FAC (vertu civique) est modérée par la formation en éthique. Les différences entre les groupes ne sont pas toutefois assez fortes pour que la participation à une formation en éthique exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et son ouverture d'esprit et sa manière de se comporter et de traiter les autres (Courtoisie), ainsi que sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa volonté de coopérer avec ses collègues et de les aider pour leur bien-être et pour l'intérêt des FAC (Altruisme). La formation en éthique n'exerce donc un effet modérateur que sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité

d'expression de certains comportements de citoyenneté organisationnelle. En conclusion, les résultats empiriques ne vont donc que partiellement dans le sens de l'hypothèse 2 qui ne peut être que partiellement acceptée.

5.5.4.2 Hypothèse 3. Rôle modérateur des années de service dans la relation entre l'identité morale les comportements de citoyenneté organisationnelle

Le deuxième test de modération sert à déterminer si la relation entre l'identité morale du soldat et l'expression de ses comportements de citoyenneté organisationnelle (au niveau global et pour chacune des quatre dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle) est modérée par son expérience en termes de nombre d'années durant lesquelles il a servi au sein des FAC. Le nombre d'années de service est traité comme une variable continue et l'analyse multi-groupe a été utilisée pour examiner cet effet de modération (Chen, Adleman, Saad, Leibenluft, & Cox, 2014; Mithchel, 2005; Poldrack, Mumford, & Nichols, 2011). Une variable d'interaction est créée à partir de la moyenne entre l'identité morale et les années de service (Tabachnick, & Fidell, 2007). Les variables formation en éthique et séniorité sont incluses dans ce modèle comme facteurs de covariance. Les résultats sont présentés au tableau 30 et à la figure 2. Une interaction statistiquement significative indiquera que les années de service exercent un effet modérateur dans la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Le cas échéant, l'hypothèse ne sera pas acceptée.

Les résultats obtenus indiquent que le nombre d'années de service n'exerce pas de rôle modérateur dans la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle au niveau global des quatre dimensions. Cet effet modérateur se manifeste cependant dans la relation entre l'identité morale et la dimension *conscience* ($\beta = -.105$ $t = -3.401$, $p < .01$). Autrement dit, le nombre d'années de service n'exerce un effet modérateur que sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa *conscience sociale* à l'égard des FAC, ainsi qu'avec l'importance qu'il accorde à son travail et aux valeurs des FAC.

Tableau 30 : Statistiques d'AS comme variable modératrice dans la relation entre Identité morale et Comportements de citoyenneté organisationnelle

			Estimations β	Valeurs t
Modération au niveau global des 4 dimensions				
CCO	<---	IntIMAS	-0.054	-1.928
Conscientieux				
Cons	<---	IntIMAS	-0.105	-3.401***
Civique				
Civ	<---	IntIMAS	-0.054	-1.734
Courtoisie				
Court	<---	IntIMAS	-0.033	-1.135
Altruisme				
Alt	<---	IntIMAS	-0.028	-0.942

IntIMAS. Variable d'interaction (identité morale et années de service) = 1.96 et plus ou -1.96 et plus ou inférieur ou égal à .05.

*Note. *** $p < .01$.*

*Note. ** $p < .05$.*

L'examen des distributions révèle toutefois que le nombre d'années de service amoindrit ou atténue la relation positive entre l'identité morale du soldat et l'importance qu'il accorde à son travail et aux valeurs des FAC. Les résultats indiquent à cet effet que, plus le soldat accumule d'années de service en particulier à partir de 25 ans d'ancienneté, moins cela a un impact sur la relation entre sa perception d'être une personne morale et sa conscience sociale à l'égard des FAC, ainsi que l'importance qu'il accorde à son travail et aux valeurs des FAC (figure 2). À l'inverse, moins élevé est le nombre d'années de service, plus fort est l'impact sur cette relation. Ainsi, les années de service n'agissent comme facteur modérateur de la relation entre l'identité morale et la conscience que chez les militaires ayant moins d'années de service. Autrement dit, plus le soldat gagne de l'expérience, en termes de nombre d'années d'ancienneté au sein des FAC, plus l'influence de celle-ci sur la relation entre son identité morale et sa conscience diminue. Ces résultats vont partiellement dans le sens de l'hypothèse 3 qui peut donc être partiellement acceptée.

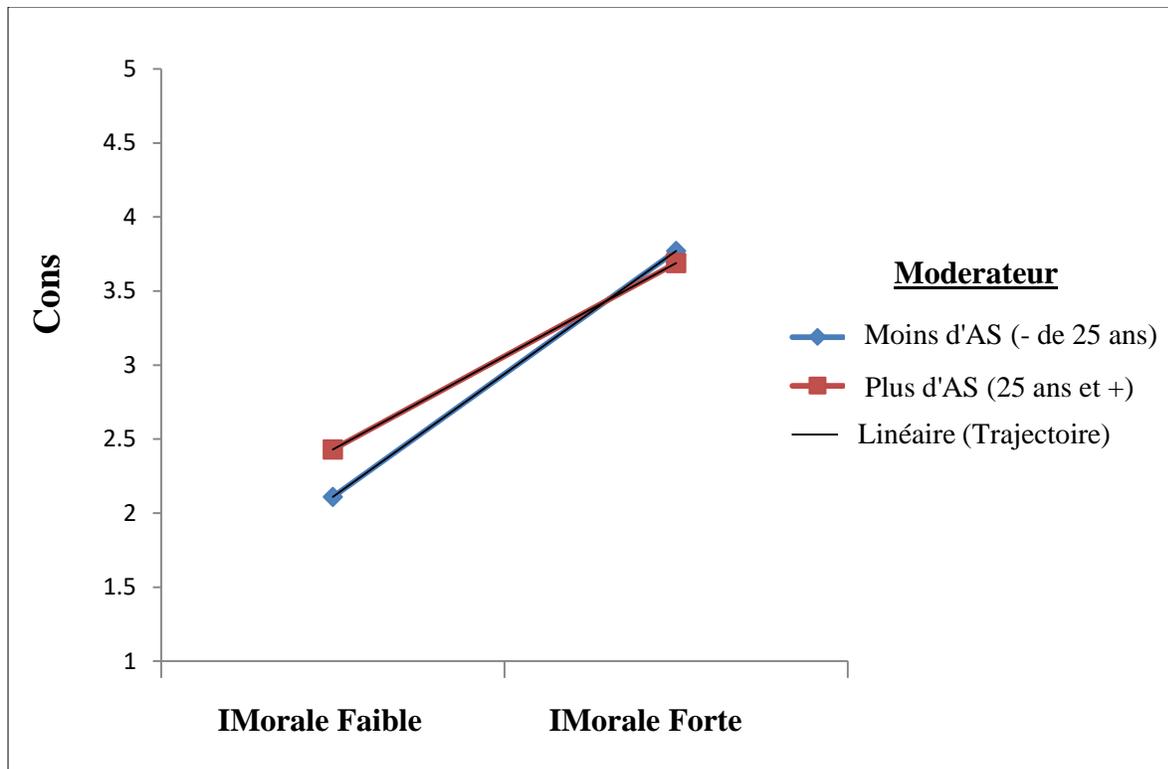


Figure 2 : Effet modérateur du nombre d'années de service

5.5.4.3 Hypothèse 4. Rôle modérateur de la séniorité dans la relation entre l'identité morale les comportements de citoyenneté organisationnelle

Le troisième test de modulation vise à vérifier si la relation entre l'identité morale du soldat et l'expression de ses comportements de citoyenneté organisationnelle (au niveau global et pour chacune des dimensions du comportement de citoyenneté organisationnelle) est modérée par sa séniorité, c'est-à-dire le grade qu'il occupe. Étant donné que la séniorité est aussi une variable binaire (Sen0 = Officiers et membres de rang subalternes et Sen1 = officiers et membres du rang supérieurs), l'analyse multi-groupe a été utilisée pour examiner cet effet de modulation. Le test d'invariance sert à vérifier la différence de X^2 ($p < .05$) entre le modèle sans contrainte et celui avec contrainte sur la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Les années de service et la formation en éthique sont incluses dans l'analyse du modèle comme facteurs de covariance. Les résultats sont présentés aux tableaux 31, 32, 33, 34 et 35. Il y a modulation si la valeur t , obtenue à partir de l'analyse d'invariance, est statistiquement significative ($p < .05$), s'il n'y a pas d'invariance (Non) et que la différence entre les X^2 des deux modèles (sans contrainte et avec contrainte) est égale ou supérieure à 90% c'est-à-dire à une des

valeurs indiquées au *Seuil de Comparaison de Confiance/ χ^2 et Différence* (Yiing & Bin Ahmad, 2009; Tabachnick, & Fidell, 2007). Cela indiquera que la séniorité exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Le cas échéant, l'hypothèse ne sera pas acceptée.

Au niveau global des quatre dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle, les analyses révèlent qu'il y a une différence entre le groupe composé d'officiers supérieurs et des membres du rang supérieurs ($\text{Sen1} - \beta = .55$) et celui composé d'officiers subalternes et de membres du rang subalterne ($\text{Sen0} - \beta = .52$). La différence entre les X^2 des deux modèles est de 24.176 et la valeur t (0.285) n'est pas significative ($p > .05$) mais invariante, se situant dans un intervalle de confiance de moins de 90% (tableau 31). La relation entre l'identité morale et l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle est statistiquement plus forte chez les militaires de grades supérieurs que chez ceux de grades subalternes, mais la différence entre les X^2 des deux modèles (sans contrainte et avec contrainte) n'est pas assez élevée pour que cette relation soit modérée par la séniorité. Ces résultats sont semblables à ceux obtenus pour chacune des quatre dimensions du comportement de citoyenneté organisationnelle.

Tableau 31 : Séniorité comme modérateur dans la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle au niveau global pour les quatre dimensions

Type de modèle	χ^2	t(ddl)	Niveau de signification de valeur t	Invariance?	% Confiance	Différence-groupes = β
Sans contraintes	889.298	392				
Avec contraintes	913.474	413				
Nombre de groupes		2				Sen0 (Subalternes) : .52 Sen1 (Supérieurs) : .55
Différence	24.176	21	0.285	Oui	- de 90%	Oui
<i>Seuil de Comparaison Confiance/χ^2 et Différence</i>						
90%	892.00	393				
Différence	2.71	1	0.100			
95%	893.14	393				
Différence	3.84	1	0.050			
99%	895.93	393				
Différence	6.63	1	0.010			

Note : Seuil de Confiance/ χ^2 et Différence permet d'établir le degré de confiance de l'effet de modération (% Confiance); % Confiance indique le degré de confiance de l'effet de modération; Différence entre groupes β = coefficients de régression standardisés, celle-ci permet de montrer les variance entre les groupes, mais ne signifie pas forcément qu'il y a modération ou non; Invariance indique la différence en fonction du niveau de signification (Non veut dire qu'il y a différence entre les groupes et Oui, pas de différence); t(ddl)= degré de liberté; Niveau de signification est établi entre les χ^2 et les t(ddt) des 2 types de modèles en fonction des groupes (Sen0 et Sen1).

Au niveau de la dimension *conscience*, les analyses révèlent qu'il y a une différence entre le groupe composé d'officiers supérieurs et de membres du rang supérieur (Sen1 - β = .55) et celui composés d'officiers subalternes et de membres du rang subalterne (Sen0 - β = .62). La différence entre les X^2 des deux modèles est de 0.554 et la valeur t (0.460) n'est pas significative ($p > .05$) mais invariante, se situant dans un intervalle de confiance de moins de 90% (tableau 32). La relation entre l'identité morale et la conscience est ici statistiquement plus forte chez les militaires subalternes que chez les militaires de grades supérieurs, mais la différence entre les X^2 des deux modèles n'est pas assez forte pour que cette relation soit modérée par la séniorité. Cela signifie que la relation entre l'identité morale du soldat et la conscience n'est pas modérée par la séniorité.

Tableau 32 : Séniorité comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Conscience

Type de modèle	χ^2	t(ddl)	Niveau de signification de valeur t	Invariance?	% Confiance	Différence-groupes = β
Sans contraintes	83.719	34				
Avec contraintes	84.273	35				
Nombre de groupes		2				Sen0 (Subalternes) : .62 Sen1 (Supérieurs) : .55
Difference	0.554	1	0.457	Non	- de 90%	Oui
<i>Seuil de Comparaison Confiance/χ^2 et Différence</i>						
90%	86.42	35				
Difference	2.71	1	0.100			
95%	87.56	35				
Difference	3.84	1	0.050			
99%	90.35	35				
Difference	6.63	1	0.010			

Note : Seuil de Confiance/ χ^2 et Différence permet d'établir le degré de confiance de l'effet de modération (% Confiance); % Confiance indique le degré de confiance de l'effet de modération; Différence entre groupes β = coefficients de régression standardisés, celle-ci permet de montrer les variance entre les groupes, mais ne signifie pas forcément qu'il y a modération ou non; Invariance indique la différence en fonction du niveau de signification (Non veut dire qu'il y a différence entre les groupes et Oui, pas de différence); t(ddl)= degré de liberté; Niveau de signification est établi entre les χ^2 et les t(ddt) des 2 types de modèles en fonction des groupes (Sen0 et Sen1).

Au niveau de la dimension *civique*, les analyses révèlent qu'il n'y a pas de différence entre le groupe composé d'officiers supérieurs et des membres du rang supérieur (Sen1 - β = .37) et celui composé d'officiers subalternes et de membres du rang subalterne (Sen0 - β = .37). La différence entre les X^2 des deux modèles est de 0.011 et la valeur t (0.916) n'est pas significative ($p > .05$) et est invariante, se situant dans un intervalle de confiance de moins de 90% (tableau 33). La relation entre l'identité morale et la vertu *civique* est plus forte chez les militaires de grades supérieurs que chez ceux de grades subalternes, mais la différence entre les X^2 des deux modèles n'est pas assez élevée pour que cette relation soit modérée par la séniorité. Cela signifie que la relation entre l'identité morale du soldat et la vertu *civique* n'est pas modérée par la séniorité.

Tableau 33 : Séniorité comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Civisme

Type de modèle	χ^2	t(ddl)	Niveau de signification de valeur t	Invariance?	% Confiance	Différence-groupes = β
Sans contraintes	39.101	20				
Avec contraintes	39.112	21				
Nombre de groupes		2				Sen0 (Subalternes) : .37 Sen1 (Supérieurs): .37
Difference	0.011	1	0.916	Oui	- de 90%	Oui
<i>Seuil de Comparaison Confiance/χ^2 et Différence</i>						
90%	41.81	21				
Difference	2.71	1	0.100			
95%	42.94	21				
Difference	3.84	1	0.050			
99%	45.74	21				
Difference	6.63	1	0.010			

Note : Seuil de Confiance/ χ^2 et Différence permet d'établir le degré de confiance de l'effet de modulation (% Confiance); % Confiance indique le degré de confiance de l'effet de modulation; Différence entre groupes β = coefficients de régression standardisés, celle-ci permet de montrer les variance entre les groupes, mais ne signifie pas forcément qu'il y a modulation ou non; Invariance indique la différence en fonction du niveau de signification (Non veut dire qu'il y a différence entre les groupes et Oui, pas de différence); t(ddl)= degré de liberté; Niveau de signification est établi entre les χ^2 et les t(ddt) des 2 types de modèles en fonction des groupes (Sen0 et Sen1).

Au niveau de la dimension *courtoisie*, les analyses révèlent qu'il y a une différence entre le groupe composé d'officiers supérieurs et de membres du rang supérieur (Sen1 - β = .64) et celui composé d'officiers subalternes et de membres du rang subalterne (Sen0 - β = .60). La différence entre les X^2 des deux modèles est de 1.489 et la valeur t (0.685) n'est pas significative ($p > .05$) et est invariante, se situant dans un intervalle de confiance de moins de 90% (tableau 34). La relation entre l'identité morale et la *courtoisie* est statistiquement plus forte chez les militaires de grades subalternes que chez ceux de grades supérieurs, mais la différence entre les X^2 des deux modèles n'est pas assez élevée pour que cette relation soit modérée par la séniorité. Cela signifie que la relation entre l'identité morale du soldat et la courtoisie n'est pas modérée par la séniorité.

Tableau 34 : Séniorité comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Courtoisie

Type de modèle	χ^2	t(ddl)	Niveau de signification de valeur t	Invariance?	% Confiance	Différence-groupes = β
Sans contraintes	44.615	30				
Avec contraintes	43.126	27				
Nombre de groupes		2				Sen0 (Subalternes) : .64 Sen1 (Supérieurs) : .60
Difference	1.489	1	0.685	Oui	- de 90%	Oui
<i>Seuil de Comparaison Confiance/χ^2 et Différence</i>						
90%	47.32	27				
Difference	2.71	1	0.100			
95%	48.46	27				
Difference	3.84	1	0.050			
99%	51.25	27				
Difference	6.63	1	0.010			

Note : Seuil de Confiance/ χ^2 et Différence permet d'établir le degré de confiance de l'effet de modération (% Confiance); % Confiance indique le degré de confiance de l'effet de modération; Différence entre groupes β = coefficients de régression standardisés, celle-ci permet de montrer les variance entre les groupes, mais ne signifie pas forcément qu'il y a modération ou non; Invariance indique la différence en fonction du niveau de signification (Non veut dire qu'il y a différence entre les groupes et Oui, pas de différence); t(ddl)= degré de liberté; Niveau de signification est établi entre les χ^2 et les t(ddt) des 2 types de modèles en fonction des groupes (Sen0 et Sen1).

On constate finalement, au niveau de la dimension *altruisme*, qu'il n'y a pas de différence entre le groupe composé d'officiers supérieurs et de membres du rang supérieur (Sen1 - β = .62) et celui composé d'officiers subalternes et de membres du rang subalterne (Sen0 - β = .62). La différence entre les X^2 des deux modèles est de 0.001 et la valeur t (0.975) n'est pas significative ($p > .05$) et est invariante, se situant dans un intervalle de confiance de moins de 90% (tableau 35). Cela signifie que la relation entre l'identité morale du soldat et l'*altruisme* n'est pas modérée par la séniorité.

Tableau 35 : Séniorité comme modérateur dans la relation entre Identité morale et Altruisme

Type de modèle	χ^2	t(ddl)	Niveau de signification de valeur t	Invariance?	% Confiance	Différence-groupes = β
Sans contraintes	50.992	32				
Avec contraintes	50.993	33				
Nombre de groupes		2				Sen0 (Subalternes) : .62 Sen1 (Supérieurs) : .62
Différence	0.001	1	0.975	Oui	- de 90%	Oui
<i>Seuil de Comparaison Confiance/χ^2 et Différence</i>						
90%	53.70	33				
Différence	2.71	1	0.100			
95%	54.83	33				
Différence	3.84	1	0.050			
99%	57.63	33				
Différence	6.63	1	0.010			

Note : Seuil de Confiance/ χ^2 et Différence permet d'établir le degré de confiance de l'effet de modulation (% Confiance); % Confiance indique le degré de confiance de l'effet de modulation; Différence entre groupes β = coefficients de régression standardisés, celle-ci permet de montrer les variance entre les groupes, mais ne signifie pas forcément qu'il y a modulation ou non; Invariance indique la différence en fonction du niveau de signification (Non veut dire qu'il y a différence entre les groupes et Oui, pas de différence); t(ddl)= degré de liberté; Niveau de signification est établi entre les χ^2 et les t(ddt) des 2 types de modèles en fonction des groupes (Sen0 et Sen1).

En résumé, les différences entre les groupes ne sont pas statistiquement significatives ou assez élevées pour que la relation entre l'identité morale du soldat et l'expression de ses comportements de citoyenneté organisationnelle soit modérée par son grade ou son échelon hiérarchique (séniorité), et cela tant au niveau global qu'au niveau de chacune des quatre dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle. Les résultats empiriques que nous avons obtenus n'allant pas dans le sens de l'hypothèse 4, celle-ci ne peut pas être considérée comme soutenue ou acceptée.

Conclusion

Ce chapitre a présenté les résultats des analyses statistiques visant à vérifier l'ajustement du modèle proposé et les hypothèses de recherche. Ces résultats appuient le modèle théorique proposé. Premièrement, ils vont dans le sens de la première hypothèse, soit que l'identité morale

du soldat est associée positivement à son expression des comportements de citoyenneté organisationnelle. Deuxièmement, ils vont partiellement dans le sens des deux hypothèses suivantes : 1. la formation en éthique exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et son expression des comportements de citoyenneté organisationnelle ; 2. le nombre d'années de service exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et son expression des comportements de citoyenneté organisationnelle. Les résultats ne permettent toutefois pas d'appuyer l'hypothèse concernant le rôle modérateur de la séniorité, c'est-à-dire le grade ou l'échelon hiérarchique sur la relation entre l'identité morale du soldat et son expression des comportements de citoyenneté organisationnelle. En résumé, les analyses effectuées montrent que les résultats empiriques obtenus appuient totalement une des quatre hypothèses de recherche, qu'ils en soutiennent partiellement deux autres et qu'ils ne permettent pas d'appuyer une autre. Autrement dit, les résultats de cette étude confirment que l'identité morale du soldat a une influence positive sur ses comportements de citoyenneté organisationnelle et, par extension, sur l'éthique informelle au sein des FAC. Le tableau 36 résume le soutien empirique apporté à chacune des hypothèses formulées dans le cadre de cette thèse.

Tableau 36 : Résumé - vérification des hypothèses

Hypothèses (H)	Libellé	Résultats
H1	L'identité morale du soldat est associée (ou prédit) positivement à sa capacité d'exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle	Acceptée/Soutenue : La relation est significative et positive entre l'identité morale du soldat et ses comportements de citoyenneté organisationnelle, à la fois pris globalement et considérés un à un (quatre dimensions de ces derniers)
	L'identité morale du soldat est associée (ou prédit) positivement aux dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle	La relation est significative et positive entre l'identité morale du soldat et sa <i>conscience sociale</i> à l'égard des FAC ainsi qu'avec l'importance qu'il accorde à son travail et aux valeurs des FAC (<i>conscience</i>). La relation est significative et positive entre l'identité morale du soldat et son intégrité, son

		<p>respect des normes et règles morales ainsi que sa volonté de participer de façon responsable à la vie politique et sociale des FAC, et (<i>vertu civique</i>)</p> <p>La relation est significative et positive entre l'identité morale du soldat et son ouverture d'esprit et sa manière de se comporter et de traiter les autres (<i>Courtoisie</i>)</p> <p>La relation est significative et positive entre l'identité morale du soldat et sa volonté de coopérer avec ses collègues et de les aider pour leur bien-être et pour l'intérêt des FAC (<i>Altruisme</i>)</p>
<p>H2</p>	<p>La formation en éthique exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle</p> <p>La formation en éthique exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et les dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle</p>	<p>Partiellement acceptée/soutenue :</p> <p>La formation en éthique a un effet modérateur partiel sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle :</p> <p>La formation en éthique a un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa conscience sociale à l'égard des FAC ainsi que l'importance qu'il accorde à son travail et aux valeurs de FAC (conscience).</p> <p>La formation en éthique a un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et son intégrité, son respect des normes et règles morales ainsi que sa volonté de participer de façon responsable à la vie politique et sociale des FAC (<i>vertu civique</i>)</p> <p>La formation éthique n'a pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et son ouverture d'esprit et sa manière de se comporter avec les autres et de les traiter (<i>Courtoisie</i>)</p> <p>La formation en éthique n'a pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa volonté de coopérer avec</p>

		ses collègues et de les aider pour leur bien-être et pour l'intérêt des FAC (Altruisme)
H3	<p>Le nombre d'années de service exerce un effet modérateur dans la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle</p> <p>Le nombre d'années de service exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et les dimensions du comportement de citoyenneté organisationnelle</p>	<p>Partiellement acceptée/soutenue : Le nombre d'années de service a un effet modérateur partiel sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle :</p> <p>Le nombre d'années de service a un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa conscience sociale à l'égard des FAC ou l'importance qu'il accorde à son travail et aux valeurs de FAC (conscience).</p> <p>Le nombre d'années de service n'a pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et son intégrité, son respect des normes et règles morales ainsi que sa volonté de participer de façon responsable à la vie politique et sociale des FAC (<i>vertu civique</i>)</p> <p>Le nombre d'années de service n'a pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et son ouverture d'esprit et sa manière de se comporter avec les autres et de les traiter (<i>Courtoisie</i>)</p> <p>Le nombre d'années de service n'a pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa volonté de coopérer avec les autres et de les aider pour leur bien-être et pour l'intérêt des FAC (<i>Altruisme</i>)</p>
H4	<p>La séniorité exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle</p> <p>La séniorité exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et</p>	<p>Pas acceptée/<i>Non soutenue</i> La séniorité n'a pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle :</p> <p>La séniorité n'a pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa conscience sociale à l'égard des FAC et</p>

	<p>les dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle</p>	<p>l'importance qu'il accorde à son travail et aux valeurs de FAC (<i>conscience</i>).</p> <p>La séniorité n'a pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et son intégrité, son respect des normes et règles morales ainsi que sa volonté de participer de façon responsable à la vie politique et sociale des FAC (<i>vertu civique</i>)</p> <p>La séniorité n'a pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et son ouverture d'esprit et sa manière de se comporter avec les autres et de les traiter (<i>Courtoisie</i>)</p> <p>La séniorité n'a pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa volonté de coopérer avec ses collègues et de les aider pour leur bien-être et pour l'intérêt des FAC (<i>Altruisme</i>)</p>
--	--	---

CHAPITRES VI. DISCUSSION

Ce dernier chapitre consiste en une discussion des résultats empiriques comportant trois volets. Le premier propose une interprétation du soutien empirique apporté aux hypothèses qui ont soutenu la collecte et l'analyse des données de cette thèse. Le deuxième volet porte sur les limites de cette étude ainsi que sur les perspectives de recherche pouvant contribuer à l'avancement des connaissances ayant trait à l'influence de l'identité morale individuelle sur la dimension informelle de l'éthique organisationnelle en général, et sur celle de l'éthique militaire en particulier. Le dernier volet a pour objectif de faire ressortir les implications pratiques de la thèse.

6.1 Discussion des résultats

Cette étude, rappelons-le, s'est concentrée sur trois aspects principaux de la manifestation du sens moral des soldats des Forces armées canadiennes (FAC), à travers l'expression de comportements se rattachant à l'éthique informelle. Le premier aspect est l'exploration de la relation entre l'identité morale individuelle du soldat (Aquino et Reed, 2002) et l'auto-évaluation des comportements qu'il doit exprimer en matière de citoyenneté organisationnelle (Podsakoff & al, 1990), ces comportements étant ici conçus comme une expression de nature éthique volontaire et informelle. Le deuxième aspect est l'examen des liens entre des caractéristiques sociodémographiques ayant trait à la formation en éthique et à l'expérience professionnelle, et l'expression auto déclarée de comportements de citoyenneté organisationnelle. Enfin, le troisième aspect consiste en l'examen du rôle modérateur de la formation en éthique et de l'expérience professionnelle sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité auto déclarée à exprimer des comportements de citoyenneté organisationnelle. La discussion des résultats est donc orientée en fonction de ces trois aspects qui sont à la base des hypothèses de recherche ayant orienté la réalisation de cette thèse.

6.1.1 L'identité morale du soldat est associée positivement à sa capacité d'exprimer des comportements, auto-déclarés, de citoyenneté organisationnelle

Les résultats de notre recherche indiquent qu'il y a un lien significatif et positif, chez le personnel militaire consulté, entre la manifestation de traits relatifs à l'identité morale et l'expression perçue

de comportements de citoyenneté organisationnelle. Autrement dit, les résultats obtenus indiquent que les militaires qui ont une identité morale plus forte, sont plus susceptibles d'aider leur organisation et leurs collègues au travail. Plus spécifiquement, les soldats dont l'identité morale est forte ont tendance à se caractériser ainsi en matière de comportements de citoyenneté organisationnelle qu'ils estiment exprimer ($\beta = .560, t = 13.452, p < .01$): 1. ils accordent plus d'importance à leur travail et aux valeurs des FAC (*Conscience* : $\beta = .457, t = 12.593, p < .01$); 2. ils démontrent plus d'intégrité, de respect des normes et règles morales, et de volonté à participer de façon responsable à la vie politique et sociale des FAC (*Vertu civique* : $\beta = .310, t = 8.449, p < .01$); 3. ils sont plus ouverts d'esprit et traitent mieux leurs collègues (*Courtoisie* : $\beta = .527, t = 15.017, p < .01$); 4. ils se préoccupent plus du bien-être de leurs collègues et de l'intérêt des FAC (*Altruisme* : $\beta = .475, t = 14.564, p < .01$). Ces résultats sont cohérents avec les tendances relevées dans la littérature selon lesquelles l'identité morale est un des principaux facteurs guidant les comportements éthiques ou moraux (Aquino et Reed, 2002). L'identité morale a en fait une influence directe et positive sur la volonté des employés de collaborer (Ashforth & Armand, 2003; Aquino & Reed, 2002 ; Aquino & coll., 2008; Aquino, Reed, Thau, & Freeman, 2007 ; Blasi 2004; Caldwell & Moberg, 2007; Colby & Damon, 1992; Hart & Fegley 1995; Johnson & Schlenker, 2007 ; McFerraiiy, Aquino & Duffy, 2010; Olsen, Eid, & Johnsen, 2006 ; Reed & Aquino, 2003 ; Reynolds & Ceranic, 2007, Sage, Kavussanu, & Duda, 2006 ; Schlenker, 2008; McFerran, Aquino & Duffy 2010; Turnipseed, 2002; Winterich, Mittal & Ross, 2009). De manière générale, les résultats de notre recherche indiquent que l'identité morale individuelle a un impact positif sur les conduites morales et l'éthique informelle, en ce sens qu'elle agit sur la conscience des individus ainsi que sur leur jugement, leur motivation et leur intensité morale et renforce leur adhésion aux normes et aux valeurs de l'organisation (Aquino & Reed, 2002; Batson et Thompson, 2001, Bennett & al., 2005).

Les résultats empiriques soutiennent donc l'hypothèse d'un lien positif entre l'identité morale du soldat et ses comportements de citoyenneté organisationnelle. La démonstration de ce lien apporte une contribution à la littérature existante dans la mesure où la recension des écrits effectuée dans le cadre de cette thèse n'a pas permis de retracer de recherche mesurant ce lien dans le contexte militaire.

6.1.2 La formation en éthique exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité auto déclarée d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle

Les résultats de cette étude indiquent également un effet direct de la formation en éthique sur les comportements de citoyenneté organisationnelle ($\beta = .074, t = 2.558, p < .05$) déclarés par les répondants. Autrement dit, la formation en éthique contribue positivement à la volonté exprimée par le soldat d'aider son organisation et ses collègues au travail, un des comportements de citoyenneté organisationnelle. Par ailleurs, la relation de la formation est plus forte avec l'expression de la vertu civique ($\beta = .112, t = 3.502, p < .05$) et de la conscience ($\beta = .082, t = 2.634, p < .05$). Autrement dit, les militaires ayant participé à une formation en éthique affirment être ouverts d'esprit et bien traiter leurs collègues (*courtoisie*: $\beta = .070, t = 2.026, p < .05$) et disent se préoccuper du bien-être de leurs collègues et de l'intérêt des FAC (*altruisme*: $\beta = .070, t = 2.013, p < .05$), mais à un niveau qui ne diffère pas de celui des autres militaires; en revanche, ils estiment démontrer plus d'intégrité, de respect des normes et règles morales ainsi que de volonté de participer de façon responsable à la vie politique et sociale des FAC (vertu civique) et, enfin, accorder plus d'importance à leur travail et aux valeurs des FAC (*conscience au travail*:). Les valeurs éthiques acquises grâce à la formation permettraient en fait d'essentialiser le soldat face à ses responsabilités sociales de collaboration dans le cadre de son travail.

Les résultats de notre recherche indiquent aussi que les militaires sont plus enclins à participer à la formation en éthique au milieu de leur carrière, mais plus encore vers la fin de celle-ci (30,1% des militaires ayant 25 ans et plus d'années de service, comparativement à au plus 19,6% dans les autres groupes) ce sont notamment les militaires de grades supérieurs (*Off Sup et MR Sup = 54,3%*) qui sont plus enclins à y participer. Cette relation est cohérente avec l'affirmation de Wells et Schminke (2001) selon laquelle les travailleurs âgés ou qui ont plus d'expérience sont plus réceptifs à la formation. Elle peut aussi s'expliquer par le fait que, en raison de leurs expériences et de leur niveau hiérarchique, les militaires au milieu ou vers la fin de leur carrière et ceux de grades supérieurs seraient considérés par leurs pairs comme des modèles moraux et, en conséquence, seraient ainsi plus portés à participer à la formation en éthique non seulement pour donner l'exemple, mais aussi pour mettre en valeur et renforcer la raison d'être de l'éthique militaire.

Enfin, les résultats de notre recherche indiquent que la formation en éthique exerce un effet modérateur partiel sur la relation entre l'identité morale du soldat et son expression, auto-estimée, des comportements de citoyenneté organisationnelle ressortant des quatre dimensions mesurées ($t = 0.389, p > .05; X^2 = 0.741, - 90\%$). Bien que les indices statistiques soient plus forts chez les militaires ayant suivi une formation en éthique ($Oui - \beta = .56$) que chez ceux qui ne l'ont pas suivi ($Non - \beta = .48$), la différence entre les deux groupes n'est pas assez grande pour que la formation en éthique exerce un effet de modération totale de cette relation. Plus précisément, la participation à la formation en éthique exerce un rôle modérateur positif et significatif sur la relation entre l'expression d'une identité morale forte et les comportements suivants de citoyenneté organisationnelle : 1. la volonté du soldat de participer de façon volontaire à la vie politique et sociale des FAC; 2. l'importance qu'il accorde à son travail et aux valeurs de son organisation; 3. le fait de démontrer son intégrité, son respect des normes et règles morales. Ainsi, la formation en éthique contribuerait à renforcer le lien entre l'identité morale du soldat et sa volonté d'aider son organisation et ses collègues de travail.

Les résultats empiriques vont donc partiellement dans le sens de notre hypothèse proposant l'existence d'un effet modérateur de la formation en éthique sur la relation entre l'identité morale du soldat et ses comportements, auto déclarés, de citoyenneté organisationnelle. Cela apporte une contribution à la littérature existante dans la mesure où la recension des écrits effectuée dans le cadre de cette thèse n'a pas permis de retracer de recherche mesurant spécifiquement les effets de la formation en éthique sur les comportements de citoyenneté organisationnelle en général, mais aussi dans le contexte militaire.

6.1.3 Le nombre d'années de service exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité auto déclarée d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle

Il est montré dans la littérature scientifique que l'expérience professionnelle est un facteur déterminant des comportements éthiques ; ainsi, l'accumulation d'années d'expériences amènerait les employés à adopter des attitudes et des conduites conformes aux valeurs éthiques de leur organisation (Elm & Nichols, 1993 ; McFerraiiy & coll., 2010 ; Messervey & coll., 2010 ; Wells & Schminke, 2001). En conséquence, il est possible que le nombre d'années de service passées au

sein des FAC ait un effet positif sur l'ensemble des dimensions des comportements de citoyenneté organisationnelle analysées dans le cadre de cette thèse. Toutefois, les résultats empiriques de notre recherche ne soutiennent que partiellement la relation directe entre le nombre d'années de service et les comportements de citoyenneté organisationnelle du soldat. L'ancienneté, en termes de nombre d'années de service, n'améliore que les comportements relatifs à la conscience au travail ($\beta = .139, t = 3.635, p < .01$) et à la vertu civique ($\beta = .113, t = 2.921, p < .05$) du soldat. Ce dernier résultat rejoint celui de l'étude de Kegans et de ses collaborateurs (2012), selon laquelle il y a un lien positif entre l'expérience professionnelle et la vertu civique. Autrement dit, le nombre d'années de service, aurait un impact positif sur l'intégrité du soldat, son respect des normes et règles morales, et sa volonté de s'impliquer davantage dans les affaires de FAC.

Les résultats montrent que le nombre d'années de service n'agit comme facteur modérateur que sur la relation entre l'identité morale et la conscience ($\beta = -.105, t = -3.401, p < .01$). Cet effet est exercé de manière positive chez les militaires ayant moins d'expérience (moins d'années de service), mais négative chez ceux ayant servi 25 ans et plus. Cela signifie que plus s'accroît le nombre d'années de service du soldat au sein des FAC, plus l'influence de son identité morale sur sa conscience au travail diminue. Ce résultat peut être expliqué par plusieurs facteurs. Premièrement, certains membres des FAC perçoivent que les militaires ayant plus d'années de service semblent atteindre la saturation/plafonnement en ce qui a trait à l'accumulation d'expérience. Ainsi, à partir d'un certain nombre d'années de service militaire, l'expérience du soldat influence moins le lien entre sa perception d'être une personne morale et sa conscience sociale à l'égard des FAC, ainsi que la manière dont il accorde de l'importance à son travail et aux valeurs des FAC.

Deuxièmement, on observe que la plupart des militaires ayant plus d'années de service sont souvent employés à des tâches administratives ou de commandement nécessitant moins d'actions sur le terrain. Troisièmement, il y a aussi le fait que 25 années de service correspondent à la fin de *l'Engagement à durée intermédiaire* (EDI) pour les FAC, c'est-à-dire la période où le soldat peut se prévaloir de sa prestation de retraite avec peu ou pas de pénalité. Ainsi, à partir de 25 ans de service, les militaires qui décident de poursuivre leur carrière avec les FAC semblent aussi portés à envisager la possibilité de poursuivre leur carrière ailleurs. En revanche, les soldats ayant moins

d'années de service et ceux qui n'ont pas encore atteint l'EDI ont tout à apprendre. Il faut ajouter à cela que moins les soldats sont expérimentés, plus ils sont exposés à l'entraînement et à la formation. Le fait de n'avoir pas encore atteint son EDI ou de pouvoir bénéficier d'expériences au sein des FAC pourrait donc avoir un impact positif sur la relation entre leur identité morale et leur conscience au travail.

Les résultats empiriques soutiennent donc que le nombre d'années de service exerce un effet modérateur sur certains comportements de citoyenneté organisationnelle, soit la relation entre l'identité morale du soldat et sa volonté de collaborer/aider ses collègues et à participer au succès de la mission des FAC. Ce constat apporte une contribution à de futures recherches s'intéressant à mesurer les effets suivants : les liens entre l'ancienneté et l'identité morale du soldat; les liens entre l'ancienneté et les comportements de citoyenneté organisationnelle; les effets modérateurs de l'ancienneté sur la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle.

6.1.4 La séniorité - le grade ou le niveau hiérarchique - exerce un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité auto déclarée d'expression de comportements de citoyenneté organisationnelle

Les résultats de notre recherche indiquent aussi une relation directe entre la séniorité (grade) et les comportements de citoyenneté organisationnelle ($\beta = .087, t = 2.465, p < .05$). Cette relation est plus forte avec les dimensions courtoise ($\beta = .107, t = 2.915, p < .05$) et vertu civique ($\beta = .094, t = 2.432, p < .05$). Cela signifie que les militaires de grades supérieurs disent se préoccuper, sans toutefois se démarquer des autres militaires, du bien-être de leurs collègues et de l'intérêt des FAC (altruisme) et accorder de l'importance à leur travail et aux valeurs des FAC (conscience au travail). En revanche, ils affirment démontrer, d'une part, plus d'intégrité, de respect des normes et règles morales et manifester une plus grande volonté de participer de façon responsable à la vie politique et sociale des FAC (vertu civique); d'autre part, ils expriment une plus grande ouverture d'esprit et disent mieux traiter leurs collègues (courtoisie). Autrement dit, les militaires de grades supérieurs seraient plus susceptibles d'aider leur organisation et leurs collègues et de soutenir leurs subalternes au travail. Ils manifesteraient donc plus certains comportements de citoyenneté organisationnelle, comparativement aux militaires subalternes. Cette relation semble être

cohérente avec les résultats de l'étude effectuée auprès des membres des FAC qui montre que le grade a un impact positif sur les comportements éthiques des membres des FAC (Messervey & al., 2010). En fait, il est reconnu que les militaires ont un système de solidarité (un esprit d'équipe) qui leur permet de faire face aux normes militaires et de collaborer efficacement, tant en théâtre d'opérations qu'en situation « domestique » - normale (Winslow, 2000). Nos résultats indiquent à cet égard que les militaires de grades supérieurs seraient plus conscients de la solidarité ou plus susceptibles d'aider leurs collègues et leur organisation. La conscience plus élevée des militaires de grades supérieurs de la nécessité de collaborer peut être due à ces deux facteurs : 1. une meilleure connaissance des mécanismes à l'origine du fonctionnement et de la cohésion de l'organisation ; 2. la détention de responsabilités morales et intellectuelles plus grandes associées à leur pouvoir de déléguer.

Ces résultats traduiraient le rôle du leader (autorité) militaire vis-à-vis les actions et les comportements éthiques ou moraux du soldat, qui consiste à encadrer et réguler le comportement du soldat en ayant le pouvoir de sanction en cas de manquement ou d'action contraire aux règles établies dans les codes de conduite. Ainsi, les militaires de grades supérieurs se voient implicitement conférer la fonction fondamentale de concepteurs et de responsables de l'ordre et de la discipline, ainsi que celui de gardiens des normes et des valeurs en vigueur. L'appartenance à la hiérarchie militaire confèrerait en quelque sorte aux leaders les plus gradés la fonction de législateurs de la discipline et de l'action morale.

Toutefois les résultats empiriques ne vont pas dans le sens de la quatrième hypothèse, car le grade (séniorité) n'exerce pas d'effet modérateur sur la relation entre l'identité morale du soldat et sa capacité d'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle, tant au niveau global qu'à chacune des quatre dimensions étudiées. Même si les données empiriques ne vont pas dans le sens de cette hypothèse, elles invitent à explorer les raisons pouvant expliquer ce résultat et à vérifier si cet effet peut être trouvé auprès d'autres échantillons.

6.2 Les limites de l'étude

Bien que cette recherche contribue à l'avancement des connaissances, elle comporte des limites. D'une part, celles-ci proviennent de lacunes d'ordre conceptuel et théorique, telles que le manque de littérature sur les liens entre les caractéristiques sociodémographiques et les deux variables centrales de cette étude, soit l'identité morale et l'éthique informelle. D'autre part, elles émanent du devis de recherche, notamment de la méthodologie quantitative.

Bien qu'il existe une littérature abondante sur l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, celle-ci n'aborde pas leurs liens avec certaines composantes organisationnelles. Certes, des études suggèrent que certains aspects de l'expérience professionnelle ont un impact sur l'identité morale et sur l'éthique informelle au sein d'une organisation (Elm & Nichols, 1993) et que la formation en éthique pourrait avoir une influence positive sur le développement ou la manifestation de l'identité morale, ainsi que sur l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle (Goodman, 2000, McCadden, 1997 ; Shao et al., 2008). Par contre, nous n'avons pas retracé, dans les écrits scientifiques, de recherche mesurant ces liens. Bien que cela n'invalide pas la valeur des résultats de notre étude, ceux-ci pourraient être enrichis par une littérature pertinente, comme le suggèrent divers auteurs selon lesquels il est approprié d'établir les relations entre les variables à l'aide d'un cadre théorique solide (Landers et Behrend, 2015 ; Shao et al., 2008; Zhu, Barnes-Farrell & Dalal, 2015).

Précisons aussi que plusieurs autres concepts se rattachant à l'individu, tels que l'intention, la personnalité, l'intégrité ou la motivation d'agir éthiquement ou moralement peuvent avoir des liens avec l'identité morale en tant que déterminants ou antécédents. Mais le concept retenu et mesuré dans le modèle étudié se limite à l'importance que le sujet accorde à la morale dans son autodétermination. Du côté des caractéristiques d'ordre organisationnel, il faut ajouter que les données utilisées n'incluent pas de variable de contrôle mesurant les valeurs de l'organisation, ce qui aurait pu permettre d'effectuer les deux types suivants d'analyse : mesurer l'impact des valeurs de l'organisation sur les comportements de citoyenneté organisationnelle; vérifier si elles exercent un effet modérateur sur la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle

Les limites méthodologiques proviennent de plusieurs sources : le devis de recherche, la nature et la distribution des données, l'échantillon et les outils de mesure. Elles affectent la portée des conclusions, sans toutefois les invalider, et invitent à approfondir ou compléter l'information collectée.

Notre recherche a été réalisée avec un devis de nature synchronique (transversale) et quantitative. Cette approche se justifie par le fait que la littérature existante montre qu'il est possible de mesurer et d'analyser de façon adéquate les variables que notre recherche prend en compte, et d'ainsi établir des liens entre elles. Ce devis impose toutefois des limites, notamment à l'appréhension et à la compréhension des relations dynamiques entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle, car elle se fonde sur la mesure de variables (approche orientée variable) plutôt que sur l'étude de la dynamique intra-personnelle (approche orientée personne). En conséquence, elle ne permet pas d'identifier comment se bâtit, chez le soldat, l'importance qu'il accorde au fait d'être une personne morale et comment cette perception en vient à influencer son expression des comportements de citoyenneté individuelle. Le recours à une approche permettant de mesurer les dynamiques intra-individuelles pourrait donc aider à mieux comprendre les attitudes des soldats par rapport aux comportements d'aide dans le contexte organisationnel (Podsakoff et al., 1990; McFerran, Aquino & Duffy 2010). Dans la continuité de l'analyse des limites provenant du devis de recherche, mentionnons que les données quantitatives recueillies ne permettent pas de mesurer l'éthos du soldat. En effet, l'approche quantitative n'est pas suffisante pour produire la connaissance de la personne et de la réalité sociale dans laquelle il évolue, comme le suggèrent diverses études selon lesquelles l'approche quantitative adopte des techniques externes pour l'étude du comportement humain alors que celui-ci bénéficierait d'être aussi abordé à travers une perspective interne, comme le ferait l'approche qualitative (Mesly, 2015; Poisson, 1983). Autrement dit, l'approche par techniques externes permet de ne saisir que partiellement la situation socioculturelle et l'éthos social des personnes étudiées.

La population ciblée dans cette thèse a été choisie pour les raisons suivantes : 1. les liens entre les variables retenues n'ont pas été étudiés auprès de militaires ; 2. il a été postulé que les militaires sollicités pour répondre à l'enquête peuvent manifester un certain niveau d'identité morale et ont

la possibilité de s'engager dans un ensemble de comportements de citoyenneté organisationnelle. La taille de l'échantillon ($n = 1028$, 25%) est conforme aux attentes initiales ; celle-ci était, rappelons-le, de 900 à 1480 participants et s'avère acceptable malgré le taux de non-réponse (75%). La marge d'erreur est de 3.03%. Ainsi, même si l'échantillon peut être considéré comme représentatif des réponses que fourniraient l'ensemble des militaires canadiens, deux caractéristiques limitent les extrapolations : 1. cet échantillon ne provient que d'une population de militaires et ne permet donc pas de généraliser les résultats à l'ensemble de la population canadienne; 2. cet échantillon n'est pas composé en fonction des variations institutionnelles de l'organisation des Forces armées canadiennes. En revanche, l'échantillon possède les caractéristiques nécessaires pour permettre les analyses envisagées : 1. il est de taille suffisante pour obtenir la puissance statistique permettant d'effectuer l'analyse subséquente des données (Daniel, 2012; Murphy, Myers et Wolach, 2014); 2. il peut être considéré comme un échantillon de convenance servant à étudier un réseau de relations fondées sur un cadre théorique valable, ce qui s'avère une procédure reconnue (Highhouse et Gillespie, 2009; Landers et Behrend, 2015; Zhu, Barnes-Farrell et Dalal, 2015). Quant au taux de non-réponse, les deux remarques suivantes s'imposent. Werner, Praxedes et Kim (2007) observent qu'au plus 27% des études publiées entre 2000 et 2004 dans des revues prestigieuses comme le *Journal of Applied Psychology* et le *Journal of Management* rapportent les procédures méthodologiques visant à déterminer l'ampleur du biais des non-répondants. Quoiqu'il ne faudrait pas négliger l'effet possible de ce dernier s'il s'agissait d'une étude de validité externe, la méta-analyse de Schalm et Kelloway (2001) montre que la corrélation moyenne entre le taux de réponse et l'amplitude de l'effet de non-réponse n'est pas significative ($r = -.15$; n.s.).

Rappelons que cet échantillon a été rejoint par les FAC dans le cadre d'une étude plus large. C'est à partir de ces données, qui sont donc de type secondaire, que cette recherche doctorale a été réalisée. Le recours à cette banque de données est aussi la source d'une limite fondamentale : celle provenant de l'information collectée, plus précisément des instruments utilisés pour le faire. Premièrement, il n'a pas été possible de poser d'autre question que celle des questionnaires utilisés, que ce soit pour concrétiser les réponses, les justifier ou les compléter. Deuxièmement, une seule des dimensions de l'identité morale a été mesurée, soit l'internalisation. Cela se justifie notamment

par le fait qu'il est démontré que l'utilisation combinée des deux dimensions (internalisation et symbolisation) pour mesurer l'influence de l'identité morale sur les comportements éthiques donne de résultats significatifs ou positifs (Aquino, McFerran, & Laven, 2011; Aquino & Reed, 2002; Jennings, Mitchell & Hannah, 2015; Winterich, Aquino, Mittal, & Swartz, 2013). Nonobstant ce constat, il aurait pu s'avérer intéressant de disposer de données sur la manière dont l'individu extériorise, exprime ou donne du sens à sa pensée et à ses actions (symbolisation) car celle-ci reflète son identité morale intériorisée (internalisation) (Aquino & al., 2011; Lewis, 1970; Reed & al., 2007; Roussillon, 2012) et aide ainsi à comprendre l'expression des comportements éthiques (Aquino & al., 2009; Reed & Aquino, 2003). Troisièmement, il n'a pas été possible d'utiliser, dans une perspective exploratoire et comparative, un autre instrument de mesure de l'identité morale (Aquino and Reed, 2002; Frimer & Walker, 2009; Hardy, 2006; Shao et al, 2008) que celui qui a été retenu par les FAC., Quatrièmement, seulement quatre des cinq dimensions développées par Podsakoff et ses collègues (1990) pour rendre compte des comportements de citoyenneté organisationnelle ont été mesurées et analysées dans le cadre de cette thèse, soit l'altruisme, la conscience, la courtoisie et la vertu civique, l'esprit sportif n'ayant pas été inclus. En conséquence, les scores globaux calculés à partir de seulement quatre des dimensions ont été utilisés avec prudence et il est possible que l'addition de l'esprit sportif aurait permis de mieux rendre compte de la relation avec le nombre d'années de service (Elm & Nichols, 1993; McFerraii & coll., 2010 ; Messervey & coll., 2010; Wells & Schminke, 2001). Cinquièmement, seulement un des énoncés portant sur le type de formation en matière d'éthique, soit la formation impliquant une séance de dialogue officielle ou informelle sur l'éthique, a été utilisé comme indice pour mesurer le fait d'avoir suivi une formation en éthique. Il aurait pu s'avérer intéressant de voir l'impact des autres types de formation en éthique sur les comportements de citoyenneté organisationnelle et leur effet modérateur sur la relation entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle.

Le fait d'avoir collecté les données auprès des FAC, dont la culture et les forces de cohésion sont très fortes, a contribué à une autre limite : celle de leur distribution. Rappelons que les coefficients d'asymétrie et d'aplatissement ont montré que les distributions aux variables identité morale et comportements de citoyenneté organisationnelle ne sont pas normales et, qu'en conséquence, elles

ne permettent pas d'effectuer des analyses statistiques paramétriques (Tabachnick & Fidell, 2007). Les analyses subséquentes (SQRT, Log 10 et Transformation inverse ou rétroactive) n'ayant pas permis de normaliser la distribution des données, il a fallu effectuer des tests ANOVA non-paramétriques pour les analyses de distributions des scores aux variables *Identité morale* et *Comportements de citoyenneté organisationnelle* en fonction des variables sociodémographiques et utiliser la technique d'amorçage pour les analyses multivariées, comme le suggèrent divers études (Andrew & Hayes, 2009; Bonett & Wright, 2007; Bolek & Coggins, 2003; Byrne, 2010; Kline, 2011; Cafazzo, Valsecchi, Bonanni & Natoli, 2010; Choi, Lee, Hu & Wang, 2010; Huh, & Kang, 2003; Fagerland, & Sandvik, 2009; Kendall, 1938; Osborne, 2002; Shrout & Bolger, 2002; Tabachnick & Fidell, 2007; Valsecchi, Bonanni & Natoli, 2010).

Précisons que la symbolisation relève du symbolique, qui constitue aussi la capacité d'un individu à donner du sens (signification) à soi (Aquino & al., 2011; Aquino & Reed, 2002 ; Jennings & al., 2015; Lewis, 1970; Reed & al., 2007; Roussillon, 2012). Selon Piaget (1957), le symbolique permet à l'individu d'évoquer sa construction ou sa représentation mentalement d'une réalité cachée, intériorisée, en se servant de signes ou de symboles. Le symbolique est ainsi un acte par lequel l'individu expose à autrui ou à la collectivité le soi (Mead, 1922) ou encore sa perception de la morale, sa manière de se définir comme une personne morale (Foucault, 1984 et Taylor, 1998). Cela dit, la symbolisation traduit la manière dont l'individu exhibe ou exprime l'image de soi dans l'espace public (Goffman, 1975 ; Lamizet, 2002). Elle permet la médiation entre le soi et l'inconscient, mais surtout d'extérioriser le non-dit (Jung, 1964 ; 1954). En d'autres termes, les comportements inconscients, y compris ceux liés à l'identité morale, peuvent s'exprimer à travers la symbolisation, et c'est cela qui mène à ce que Jung appelle la « compréhension par l'expérience » (Jung, 1916). La symbolisation permet en fait à l'individu de faire la genèse de son histoire sociale, son éthos, et d'expliquer ses conduites ou ses comportements; bref, de mettre une image sur son vécu et de la transformer en récit (Piaget, 1964 ; Wallon, 1945). Ne pas en tenir compte dans l'analyse de la relation entre l'identité morale individuelle et les comportements de citoyenneté organisationnelle, c'est faire abstraction du sens de l'histoire sociale dans l'expression informelle des comportements éthiques.

Le risque du biais de désirabilité sociale dans les réponses des participants, c'est-à-dire la tendance à donner des réponses socialement acceptables, est une limite à considérer dans cette étude (Domino et Domino, 2006). Bien que la collecte des données ait été réalisée en respectant le consentement et les règles éthiques, le risque que les participants répondent à certaines questions de façon à ne pas être mal perçus est réel (Lefrançois, 1992 ; Vallerand, 2006). Cependant, cet enjeu est pris en compte de façon différente par les concepteurs des instruments qui ont été utilisés pour mesurer les comportements de citoyenneté organisationnelle et celui servant à appréhender l'identité morale. D'un côté, ni Podsakoff et ses collègues (1990), ni Organ (1988), ni Smith et ses collègues (1983), n'ont abordé le risque de désirabilité sociale liée à la mesure des comportements de citoyenneté organisationnelle. D'un autre côté, Aquino et Reed (2002) ont eu recours aux 16 indices de gestion des impressions de Paulus (1989) comme variables de contrôle pour mesurer la tendance des participants à donner des réponses socialement désirables lorsqu'ils ont répondu aux questions relatives à l'identité morale. Les résultats obtenus amènent ces auteurs à affirmer que, même si les scores de gestion des impressions sont corrélés aux scores des deux dimensions de l'identité morale, soit l'internalisation ($r = .18, p < .05$) et la symbolisation ($r = .26, p < .05$), les liens rendent compte d'un pourcentage limité de variance et n'invalident pas la mesure de l'identité morale. Aquino et Reed fournissent les explications suivantes à ces résultats. 1. la collecte de données à différents moments, soit sur une période de 4 à 6 semaines; 2. le fait que l'identité morale est distincte des construits de désirabilité sociale de Paulus (Aquino & Reed, 2002).

Pour tenir compte du biais de désirabilité sociale, dont il s'avère pertinent de craindre la présence en raison de la faible variabilité de certains résultats et de leur concentration dans les catégories supérieures de réponse, il se serait avéré approprié d'administrer un questionnaire de désirabilité sociale en même temps que celui de l'enquête, comme le suggèrent divers auteurs (Aquino & Reed, 2002, Blais, Lachance et Riddle, 1991; Bolek & Coggins, 2003; Domino et Domino, 2006; Paulus 1989; Reed & Aquino, 2003; Shrouf & Bolger, 2002). Cependant, malgré cette réserve, il ne faut prendre en compte que l'effet de désirabilité sociale est susceptible d'affecter les réponses aux deux types de variables mesurées, ce qui peut contribuer à diminuer son influence sur liens entre ces dernières.

Enfin, il convient de mentionner que l'étude de l'identité morale et des comportements de citoyenneté organisationnelle, en tant que manifestation de l'éthique informelle, présente un défi en contexte militaire en raison des particularités de ce dernier. Il est difficile, dans ce type de milieu, de faire la distinction entre le geste volontaire et la conformité aux règles, entre le comportement d'aide qui devrait résulter d'un réflexe volontaire et les règles et les codes de conduite qui sont imposés et qui exigent obéissance dans la profession militaire (Winslow, 2000). Ainsi, dans le contexte militaire, l'adhésion aux valeurs imposées qui a préséance sur le choix et l'initiative personnelle pourrait noyer l'identité morale du soldat et son désir d'agir et de collaborer dans la logique d'une profession qui se veut exempte de toute dérive. Quant à l'identité morale du soldat, elle ne peut pas elle non plus être considérée *ex nihilo*, car elle pourrait être définie par rapport à un contexte d'évolution professionnelle précis, construit autour d'un sens d'appartenance collective. L'identité morale du soldat pourrait donc être institutionnalisée au point de s'harmoniser et de se fusionner aux valeurs souhaitées par son organisation. Il serait pertinent d'explorer l'existence d'une identité morale propre au soldat, en tant que militaire, ainsi que son lien avec la volonté de collaborer pour le bien de son organisation.

6.3 Perspectives futures de recherche

Diverses pistes de recherche peuvent servir à apporter une information complémentaire à celle résultant de cette thèse et à remédier à certaines de ses limites. Les six pistes suivantes, en lien avec la démarche méthodologique, sont retenues, chacune ayant des objectifs spécifiques. À l'exception de la première qui se base sur une méthodologie qualitative, les autres prennent racine dans une méthodologie quantitative. La première consiste en une recherche qualitative visant à explorer et à comprendre le sens réel que les soldats eux-mêmes donnent à l'éthique informelle. Ce type d'étude peut aussi aider à comprendre la manière dont les soldats s'approprient l'éthique et l'expriment en fonction de leurs propres représentations identitaires. La deuxième piste de recherche propose elle aussi une analyse intra-sujet, mais avec une méthodologie quantitative. Alors que le devis de notre étude est fondé sur la mesure de variables, il pourrait s'avérer avantageux de recourir à une démarche destinée à mesurer les variations intra-individuelles, soit une démarche centrée sur le soldat en tant que personne pour mieux comprendre ses attitudes en regard du sens moral et de sa perception des comportements d'aide qu'il exprime (Podsakoff et

al., 1990; McFerran, Aquino & Duffy 2010). La troisième piste consisterait à réaliser une recherche par étapes successives; la première servirait à donner de la formation en éthique après avoir mesuré l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle; la deuxième étape, à mesurer l'identité morale à des moments différents après la formation ainsi que les comportements de citoyenneté organisationnelle. Ce devis de recherche a pour objectifs de limiter les effets de variance commune et à mesurer la construction des liens entre la formation en éthique, l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Les résultats trouvés aideraient notamment à consolider les tendances relevées dans la littérature selon lesquelles la formation en éthique aurait une influence positive sur le développement ou la manifestation de l'identité morale (Goodman, 2000, McCadden, 1997 ; Shao et al., 2008). La quatrième piste a pour objectif de limiter les effets de la subjectivité sur la mesure des comportements de citoyenneté organisationnelle. Ce type de recherche consisterait en l'utilisation d'une procédure d'évaluation 360 degrés (auto-évaluation, évaluation par les pairs, les supérieurs hiérarchiques et les subalternes) pour mesurer l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle et l'identité morale perçue. La cinquième piste de recherche vise à appréhender différemment les construits à l'étude, soit en utilisant les mêmes instruments que dans notre étude mais en mesurant les deux dimensions de l'identité morale et les cinq des comportements de citoyenneté organisationnelle, soit en utilisant d'autres instruments. Enfin, la sixième piste de recherche a pour objectif la généralisation des résultats et la validité externe; elle consiste à collecter des données avec la même méthodologie auprès d'un autre échantillon. Cette démarche viserait notamment à vérifier si le grade ou le niveau hiérarchique exerce un effet modérateur de la relation entre l'identité morale et l'expression, auto-évaluée, de comportements de citoyenneté organisationnelle.

Tel que nous l'avons vu dans ce paragraphe, il serait pertinent d'identifier les facteurs qui déterminent et font varier l'identité morale, entre autres les liens entre l'identité individuelle et celle de groupe. Quoique ce n'était pas l'objectif de notre recherche, celle-ci a permis de collecter de l'information contribuant à étudier la variation de l'identité morale en fonction de caractéristiques socioprofessionnelles et d'ouvrir la voie à des réflexions sur sa construction. La description de ces résultats a pour but de montrer l'intérêt de poursuivre des études sur ce thème.

Les résultats de l'analyse de variance indiquent que l'identité morale varie en fonction de la séniorité/grade ($H(9.506) = .002, p < .01$) (les officiers supérieurs et les membres du rang supérieur : $M = 4.58, ET = 0.55$; les officiers subalternes et membres du rang subalterne : $M = 4.47, ET = 0.64$). Plus précisément, l'identité morale est plus forte chez les militaires de grades supérieurs, soit les officiers supérieurs et les membres du rang supérieur. Bien que la recension des écrits effectuée dans le cadre de cette thèse n'ait pas révélé l'existence de recherche mesurant cette relation, celle-ci semble converger avec l'affirmation de Mayer et de ses collègues (2012) selon laquelle l'influence de l'identité morale individuelle sur le comportement du groupe se fait à travers le leadership éthique ; ainsi, les chefs de groupe (ou les gestionnaires) ayant une identité morale forte manifesteraient plus de comportements éthiques. De son côté, l'étude de Reynolds et Ceranic (2007) a montré qu'une identité morale forte au niveau du leadership engendre plus de comportements éthiques. En résumé, l'identité morale serait positivement liée au comportement de leadership éthique ; plus le soldat gravit les échelons, plus sa conscience morale et identitaire et son sentiment d'appartenance à une institution hiérarchisée autour de normes, de règles et de pratiques disciplinaires accroîtraient son sens de responsabilité par rapport aux soldats subalternes et envers son organisation car il se considérerait alors comme imputable du sort de ses subordonnés, de leurs comportements, de leurs succès et de leurs échecs.

D'autres pistes de recherche apportant une information complémentaire à celle qui résulte de cette thèse et à remédier à certaines de ses limites peuvent également être envisagées. Quatre perspectives sont suggérées, chacune portant sur des aspects spécifiques. La première consiste à mesurer les processus décisionnels précédant les comportements de citoyenneté organisationnelle et à ainsi fournir un éclairage sur ce qui se passe entre l'identité morale de l'individu et l'adoption de ce type de comportements, une perspective qui n'était pas prise en compte dans notre recherche. L'exploration de cette piste peut se faire en se basant sur des modèles décrivant le processus de prise de décision éthique, comme celui de Rest (1986) qui porte spécifiquement sur les décisions éthiques et celui plus général du comportement planifié d'Ajzen (1987 ; 1991). Le modèle de Rest (1986) renvoie à quatre composantes ou étapes de la décision éthique. La première est la conscience, qui sert à activer le processus de décision grâce à l'identification de la pertinence éthique des situations complexes ou ambiguës de l'expérience individuelle; c'est elle qui dote l'individu de la capacité percevoir les questions morales. La deuxième est le jugement moral, qui

s'apparente au développement moral cognitif de Kohlberg (1969); elle réfère à l'évolution du raisonnement moral. La troisième est l'intention morale, qui précède le comportement éthique. La quatrième est le comportement moral, qui est l'expression de l'intention. Selon le modèle de Rest (1986), l'intention morale est le fondement et le déterminant du modèle de prise de décision éthique et du comportement moral. Elle est influencée par la perception du contrôle, mais elle est également considérée comme le déterminant le plus direct du comportement éthique ou moral. Une perspective semblable est retenue dans le modèle plus général de l'action/comportement planifié proposé par Ajzen (1991). Celui-ci prend en compte trois catégories de variables, soit l'attitude, les normes subjectives et la perception du contrôle, qui influencent l'intention d'adopter un comportement, celle-ci influençant à son tour le comportement. Le concept de perception du contrôle sur le comportement se rapporte aux croyances de l'individu, aux ressources dont il dispose, à ses propres capacités ainsi qu'à la perception de l'importance d'arriver à accomplir les résultats, par exemple celui d'agir moralement. Le contrôle sur l'intention d'un individu renforce le comportement (Ajzen, 1991). Par exemple entre deux soldats qui ont l'intention de poser un acte moral ou d'adopter des comportements de citoyenneté organisationnelle, celui qui pense qu'il parviendra à le faire aura plus tendance à persévérer que celui qui doute de ses capacités. Autrement dit, l'intention de poser un acte moral ou d'adopter des comportements de citoyenneté organisationnelle peut être directement liée à la valeur que l'individu accorde à agir conformément aux prescriptions morales (Ajzen, 1991; Rest, 1986). Plus précisément, des études basées sur les modèles conceptuels d'Ajzen (1991) et de Rest (1986) pourraient aider à saisir les effets tels que le conditionnement de l'intention morale et la prise en compte dans les calculs survenant entre l'intention et le comportement. Elles pourraient aussi aider à déterminer dans quelle mesure l'identité morale conditionne les normes subjectives de l'individu et contribue à l'intention, puis aux comportements de citoyenneté organisationnelle.

La deuxième piste de recherche consiste à explorer les liens entre l'identité morale et d'autres construits tels que la motivation, les croyances, les traits de personnalité et certains facteurs organisationnels. Tenir compte à la fois de l'importance que la personne accorde à la morale et à sa motivation à être cohérente dans ses comportements avec cette auto définition peut permettre de comprendre le développement d'une intention d'agir dans un sens éthique ainsi que de la motivation à agir en ce sens (Rest, 1986). La recherche sur les liens entre l'identité morale et ces

construits pourrait aussi se fonder sur deux théories générales guidant l'étude de l'intention et de ses déterminants qui ont inspiré de nombreuses recherches, soit celle de l'action raisonnée ou TAR (Fishbein et Ajzen, 1975) et celle du comportement planifié ou TCP (Ajzen, 1991). La TAR se fonde sur l'hypothèse qu'une intention précédant l'action peut résulter en un comportement choisi volontairement en vue d'atteindre les résultats désirés. Cette intention est déterminée, d'une part, par les croyances personnelles qui engendrent des attitudes envers un comportement spécifique et, d'autre part, par les croyances normatives et la motivation à se plier aux normes provenant d'un groupe de référence. Formulée ultérieurement, la TCP postule que l'efficacité d'un comportement résulte d'une évaluation et planification basées sur trois critères : sa désirabilité et ses conséquences (attitudes par rapport au comportement); les opinions des proches à son sujet (normes sociales); les croyances concernant sa réussite (auto-efficacité). À l'appui de cette proposition, mentionnons que des recherches empiriques en éthique indiquent que l'importance que la personne accorde à l'action morale influe à la fois sur les valeurs auxquelles elle s'identifie et sur sa prise de décision éthique (Ferrel & Gresham, 1985; Kelloway et coll., 1999). Selon Kelloway et coll. (1999) et Ajzen (1991), les individus ont des croyances précises sur l'importance d'adopter des comportements appropriés, mais ils attachent plus d'importance à ce qui les interpelle le plus. Des recherches suggèrent aussi que les traits de personnalité, le climat éthique, les codes, les règles, les normes et les responsabilités sociales dans la prise de décision éthique peuvent être influencées par l'importance que la personne accorde à la morale et à l'adoption des comportements de citoyenneté organisationnelle (Ferrel & Gresham, 1985; Victor et Cullen, 1988). Une étude prenant en considération ces aspects pourrait également aider à comprendre à la fois l'importance que le soldat accorde à la morale dans son autodéfinition et sa motivation à ce que l'adoption de comportements soit cohérente avec cette auto définition.

La troisième piste de recherche consiste à explorer les effets modérateurs que peuvent exercer les valeurs de l'organisation sur les liens entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle. Il est postulé, dans la conception de cette thèse et dans l'interprétation des résultats qui en ressortent, qu'une forte identité morale favorise une adhésion aux valeurs de l'organisation (*conscience*). Nonobstant le bien-fondé de cette perspective, il convient de préciser que cette adhésion peut dépendre de la cohérence entre le système de valeurs de l'organisation et celui de l'individu, car accorder de l'importance à la morale dans son autodéfinition de soi ne veut

forcément pas dire adhérer à un système particulier de valeurs. Cette position amène à formuler les hypothèses suivantes quant aux formes que les relations peuvent prendre. D'un côté, les soldats qui adhèrent aux valeurs des FAC auraient tendance à n'accorder de l'importance qu'aux valeurs de leur organisation et à agir en fonction des apprentissages réalisés dans cette organisation à la suite des ordres, de l'entraînement, de l'endoctrinement et des autres types de formation en éthique. Autrement dit, les croyances normatives susceptibles de guider les comportements des individus qui adhèrent aux valeurs de l'organisation sont celles de leur propre organisation (Ajzen, 1991). D'un autre côté, les soldats qui accordent moins d'importance aux valeurs de leur organisation auraient plus tendance à subir l'influence de normes subjectives (culture-croyances) partagées par les membres dominants du groupe (peloton ou unité d'appartenance); à leur tour, ces normes influeraient sur leurs intentions d'adhérer aux règles éthiques de l'organisation de manière immédiate et spontanée (Winslow, 2000; William, Gomez, Seyle, Morales, & Huici, 2009). Une étude utilisant les valeurs organisationnelles comme variable modératrice ou de contrôle pourrait donc aider à préciser comment les soldats agissent par rapport à leur propre système de valeurs. Elle pourrait également permettre de déterminer dans quelle mesure les soldats ayant une forte identité morale sont plus motivés à agir éthiquement et moralement.

Enfin, la quatrième piste de recherches consiste à effectuer une autre recherche avec une méthodologie quantitative auprès d'un échantillon semblable à celui de notre étude. Ce type de recherche peut aider à confirmer si les participants ont tendance à répondre d'une manière socialement souhaitable aux questions relatives à l'identité morale et aux comportements de citoyenneté organisationnelle, ou au cas échéant, d'en tenir compte et d'adapter la technique de collecte de données ou encore d'utiliser les techniques de contrôle des biais dans l'analyse des données (Papuchon, 2018).

6.4 Implications pratiques

Cette thèse s'inscrit dans les efforts que déploient continuellement les FAC pour améliorer la cohésion, la confiance, le moral et le professionnalisme de son personnel. Plus précisément, ses apports pratiques découlent de l'éclairage qu'elle apporte sur les liens entre l'identité morale et les comportements de citoyenneté organisationnelle conçus comme expression de l'éthique

informelle, ainsi que sur les effets qu'exercent sur ces liens la formation en éthique, les années de service et la séniorité/grade. Cet éclairage peut impacter sur les politiques et les procédures du ministère de la Défense nationale et sur les codes de conduite des FAC. Il peut inspirer les FAC pour qu'elles posent des actions concrètes visant à développer l'identité morale du soldat, prendre en compte les comportements de citoyenneté organisationnelle comme expression éthique informelle, et déployer des activités de formation pour que l'identité morale augmente l'expression des comportements de citoyenneté organisationnelle des soldats. Ce sont ces actions qui seront traitées en raison des liens plus spécifiques qu'il est possible d'établir avec les résultats de la recherche.

En matière d'identité morale, notre thèse invite à des actions aux niveaux individuel et organisationnel. Bien qu'elle n'ait traité de ce thème qu'indirectement, elle invite à une réflexion sur l'existence d'une identité morale organisationnelle et, plus particulièrement, sur les liens entre l'identité morale individuelle et l'identité morale collective, car la perception qu'un soldat a de l'identité morale de son organisation est susceptible de refléter la manière dont il se perçoit comme une personne morale et le déploiement qu'il estime effectuer des comportements de citoyenneté organisationnelle. En continuité avec la perspective suggérée dans cette thèse, les FAC pourraient travailler à faire converger les identités morales du soldat avec celle de son organisation, pour en faire un meilleur indice des comportements organisationnels souhaités.

Cette thèse a également des implications sur la prise en compte, par les FAC, des comportements de citoyenneté organisationnelle comme expression éthique informelle. Les travaux sur l'éthique au sein des organisations témoignent de la prise de conscience de la plus-value des comportements de citoyenneté organisationnelle comme expression éthique informelle. La prise en compte de cette dernière représente plus qu'une simple valeur symbolique; elle permet de concilier la mission de l'organisation avec ses objectifs sociaux-politiques. Dans ce sens, il s'avérerait avantageux pour les FAC d'encourager, en tant qu'expression d'ordre éthique, les comportements d'aide et de solidarité favorisant le bien-être des soldats. Ce type de démarche pourrait aussi stimuler chez les soldats la perception qu'ils sont traités de façon équitable et juste par l'organisation.

La prise en compte des comportements de citoyenneté organisationnelle comme expression éthique informelle exigerait aussi que les leaders adhèrent activement aux valeurs de bienveillance,

d'aide, de soutien, d'équité et d'écoute, en le manifestant à travers leurs actions et comportements envers leurs subordonnées. Indirectement, les dirigeants et les leaders militaires, pourraient consolider leur légitimité en démontrant leur volonté et leur engagement à harmoniser les comportements d'aide et de solidarité contribuant au bien-être au sein de l'organisation.

Cette thèse peut aussi contribuer à améliorer la diffusion de la connaissance en éthique en intégrant à cette dernière les comportements de citoyenneté organisationnelle comme expression éthique informelle. Cette amélioration pourrait se faire en tenant compte de l'expérience que le soldat a acquise antérieurement à sa vie militaire. De plus, notre recherche indique qu'il pourrait être avantageux pour les FAC d'investir dans une formation en éthique fondée sur le développement de l'identité morale du soldat et mettant l'accent sur les comportements de citoyenneté organisationnelle comme expression éthique informelle.

Enfin, notre étude peut aussi stimuler la réflexion sur le rôle des supérieurs/leaders dans l'inculcation des valeurs éthiques. En tant que responsables de l'ordre et de la discipline, et gardiens des normes et valeurs éthiques, les leaders militaires en sont aussi les transmetteurs/vulgarisateurs. Leur implication dans la transmission des valeurs éthiques militaires doit permettre aux soldats de comprendre, notamment, les conséquences sociales, directes et indirectes, qu'engendre la propagation des comportements non-éthiques pour l'organisation, les collègues de travail et les partenaires (alliés) internationaux, ainsi que l'influence positive des comportements de citoyenneté organisationnelle.

CONCLUSION

L'éthique formelle configure l'environnement instrumental et organisationnel de la profession militaire, tant sur le plan stratégique qu'opérationnel. De ce fait, l'organisation militaire s'attend à ce que le soldat adopte des comportements éthiques de manière irréprochable puisque cela s'inscrit dans l'esprit du code de conduite. Or l'enfermement du soldat dans cette logique normative et universaliste de la réalité peut engendrer chez lui des effets pervers et ne pas l'empêcher, tel que démontré dans la littérature scientifique, de poser des actes répréhensibles (Bradley & Tymchuk 2013 ; Castro & McGurk, 2007a ; Deschamps, 2015 ; Ivey & al, 2009 ; Winslow, 2000, 2004). Il y a également le risque de mal interpréter les actions du soldat; celui-ci pourrait par exemple faire ce qui est attendu de lui ou adopter des comportements conformes à l'éthique non pas pour se conformer aux règles formelles, mais pour bien paraître aux yeux des collègues, des autorités, de l'organisation en tant que système, ou pour être reconnu comme quelqu'un de responsable ou d'intègre (Castro & McGurk, 2007a ; Winslow, 2000, 2004).

Cette recherche s'inscrit dans une perspective selon laquelle il y a lieu de repenser l'éthique organisationnelle en y incluant des comportements issus des règles informelles. La démarche entreprise dans cette recherche se fonde en effet sur le postulat selon lequel la formalisation éthique est insuffisante pour comprendre la manière dont le soldat se comporte face aux questions éthiques et morales. En conséquence, la dimension formelle de l'éthique organisationnelle ne peut pas faire abstraction de sa facette informelle qui se manifeste dans les comportements pro-sociaux et discrétionnaires, appelés aussi comportements de citoyenneté organisationnelle, car ceux-ci contribuent largement à l'épanouissement des individus dans le milieu de travail et favorisent le bon fonctionnement de l'organisation (Gauthier, 2000; Katz, 1964; Mercier, 1997; 2003; Podsakoff & al., 1990; Salmon, 2003; Weaver & Trevino, 2001b; Turnipseed 2002).

En bref, les résultats empiriques de notre recherche sont révélateurs des observations faites dans la littérature existante, soit que l'identité morale est un élément significativement pertinent pour comprendre l'importance des pratiques éthiques informelles au sein des organisations. Plus précisément, les résultats de notre recherche montrent l'influence positive de l'identité morale du soldat sur l'expression de ses comportements de citoyenneté organisationnelle considérés comme

une manifestation informelle de l'éthique. Les résultats de notre recherche aident aussi à comprendre l'importance de la formation et du développement des compétences en éthique pour les soldats, mais également le rôle central des supérieurs, c'est-à-dire des leaders militaires, dans l'inculcation des valeurs éthiques aux membres de FAC.

Sur le plan heuristique, notre étude invite à réfléchir au fait que l'éthique informelle peut s'inscrire dans une dynamique de réification des valeurs humaines alors instrumentalisées à des fins de renforcement des valeurs organisationnelles-militaires. En revanche, l'éthique informelle devrait traduire le sens de l'acte tel qu'il est préconisé par le soldat, c'est-à-dire la manière dont il perçoit les conséquences morales qui en découlent. Autrement dit, l'éthique informelle est censée traduire l'éthos, le vécu du soldat qui lui confère des attributs lui permettant aussi de contourner ou d'adapter le poids des règles sur sa conscience. C'est à ce niveau qu'entre en jeu l'identité morale individuelle qui vient influencer la manière dont il se comporte ainsi que sa perception d'une conduite éthique ou morale en situation professionnelle (Aquino & Reed, 2002; Blasi 1984; Erikson 1964; Hart, Atkins & Ford 1998).

L'apport principal de notre recherche est d'avoir produit des résultats qui contribuent à mieux comprendre les liens entre l'identité morale et l'expression des comportements éthiques issus des règles informelles dans un contexte militaire. Notre étude a aussi pour apport potentiel d'améliorer la formation des militaires en matière d'éthique et, indirectement, le fonctionnement de l'organisation tant sur le plan de la gestion stratégique et opérationnelle. Ajoutons que nous espérons qu'elle contribue à faire avancer la recherche sur l'éthique en général et sur l'éthique militaire en particulier, et qu'elle soit une source de réflexion pour les organisations désirant réduire les comportements éthiques à risque et les coûts psychosociaux qu'ils peuvent engendrer sur le plan du bien être des employés et du bon fonctionnement de l'organisation.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park, CA: Sage.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211.
- Ajzen, I. (1987). "Attitudes, traits and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology", in Berkowitz L. (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, n°20, San Diego: Academic Press.
- Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. In L. L. Cummings & M. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior* (Vol. 7, pp. 263-295). Greenwich, CT: JAI Press.
- Allen, N., & Meyer, J. (1996). Affective, continuance and normative commitment to organization: An examination of construct validity. *Journal of Vocational Behaviour*, 49, 252-276.
- Allen, T. D., & Rush, M. C. (1998). The effects of organizational citizenship behavior on performance judgements: A field study and a laboratory experiment. *Journal of Applied Psychology*, 83(2), 247-260.
- Anand, V., Ashforth, B.E.; Joshi, M. (2005) Business as usual: The acceptance and perpetuation of corruption in organizations. *Academy of Management Executive*, 19(4): 9-23.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach, *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Andrew F. Hayes (2009) Beyond Baron and Kenny: Statistical Mediation Analysis in the New Millennium, *Communication Monographs*, 76 (4), 408-420.
- Anscombe, G. E. M., (1981). Modern Moral Philosophy, *Collected Philosophical papers*, vol. III, Ethics, Religion and Politics.
- Aquino, K., & Becker, T. E. (2005). Lying in negotiations: How individual and situational factors influence the use of neutralization strategies. *Journat of Organizational Behavior*, 26: 661-79.
- Aquino, K., & Freeman, D. (2009). Moral identity in business situations: A social-cognitive framework for understanding moral functioning. In D. Narvaez, & D. Lapsley (Eds.), *Personality, identity, and character: Explorations in moral psychology* (375–395). NY: Cambridge University Press.

- Aquino, K., Freeman, D., Reed, A., II., Lim, V. K. G., & Felps, W. (2009). Testing a social cognitive model of moral behavior: The interactive influence of situations and moral identity centrality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97, 123-141.
- Aquino, K., McFerran, B., & Laven, M. (2011). Moral identity and the experience of moral elevation in response to acts of uncommon goodness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100, 703–718.
- Aquino, K. & Reed, A. (2002). The self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1423–1440.
- Aquino, K., Reed, A., Thau, S., & Freeman, D. (2007). A grotesque and dark beauty: How the self-importance of moral identity and the mechanisms of moral disengagement influence cognitive and emotional reactions to war. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43: 385-92.
- Arbuckle, J. L. (2012). *IBM® SPSS® Amos™ 21 User's Guide*, SmallWaters, Chicago
- Arbuckle, J. L., & Wothke, W. (1999). *Amos 4.0 Users' Guide*. SmallWaters, Chicago.
- Aristote, (1992). *Éthique à Nicomaque*. Paris: Garnier.
- Aristote (350 av. J.-C c2000). *Protrepétique*, Trad. Jacques Follon, *Invitation à la philosophie. Protrepétique*, éds Mille et Une Nuits.
- Ashforth, B., & Anand, V. (2003). “The Normalization of Corruption in Organizations” in *Research in Organizational Behavior*, vol. 25, 1-52.
- Atkins, R., Hart, D., Donnelly, T. M. 2004. Moral identity development and school attachment. In D. K. Lapsley & D. Narvaez (Eds.), *Moral development, self, and identity*: 65-82. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Baker, T.L., Andrews, M.C., & Hunt, T.G. (2006). Promoting Ethical Behavior and organizational Citizenship Behaviors, *Journal of Business Research*, 59(7):849-857.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52: 1-26.
- Barbot, B. (2008). Le paradigme de Marcia : variabilité inter et intra-individuelle dans la formation de l'identité. In E. Loarer, J.-L. Mogenet, F. Cuisinier, H. Gottesdiener, P. Mallet, & P. Vrignaud (Éds.), *Perspectives différentielles en psychologie* (499-502). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Barnard, C. I. (1938). *The functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Barnett, T., Bass, K. et Brown, G. (1994). Ethical Ideology and Ethical Judgment Regarding Ethical Issues in Business, *Journal of Business Ethics*, 13, 469-480.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bartels, K.K., Harrick, E. & Strickland, D. (1998). The relationship between ethical climate and ethical problems within human resource management, *Journal of Business Ethics*, (17), 7: 799-804.
- Bastide, G. (1961). *Traité de l'action morale, I et II*, Paris : PUF.
- Bateman, T., & Organ, D. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee citizenship. *Academy of Management Journal*, 26, 4, 586-595.
- Batson, C. D. (1998). Altruism and prosocial behavior. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology*, Vol. 2, 4th ed., 282–316, Boston, MA: McGraw-Hill Companies.
- Batson, C. D., & Thompson, E. R. (2001). Why don't moral people act morally? Motivational considerations. *Current Directions in Psychological Science*, 10(2), 54-57.
- Bargh, J. A., Bond, R. N., Lombardi, W. J., & Tota, M. E. (1986). The additive nature of chronic and temporary sources of construct accessibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50 (5): 869-78.
- Bauman, Z. (2003). *La vie en miettes. Expérience postmoderne et moralité*, Le Rouergue/Chambon, Rodez
- Beauchamp, D. (1999). *Fondements de l'éthique de la défense au Canada*. Defence Ethics Handbook.
- Beauchamp, T. L., Bowie, N. E., & Arnold, D. G. (2008). *Ethical theory and business, 8th Edition*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Bégin, L., Bleau, M., & Landry, L. (2000). *L'école orientante: la formation de l'identité à l'école*, Outremont : Éditions Logiques.
- Bennett, R.J., K. Aquino, A. Reed, II and S. Thau (2005), 'The normative nature of employee deviance and the impact of moral identity', in S. Fox and P. Spector (eds), *Counterproductive Work Behavior: Investigations of Actors and Targets*, Washington, DC: American Psychological Association, 107–25

- Bentham, J. (2010, cf. 1823), *Essai sur la nomenclature et la classification des principales branches d'Art et Science*, Eds Nabu Press.
- Bentham, J. (1996). *An Introduction to the Principles of Moral Legislation*, Oxford University Press (c1970 Londres: Athlone Press).
- Bentler, P. M., & Bonett D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88: 588–606.
- Bergami, M., & Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as aspects of social identity in the organization. *British Journal of Social Psychology*, 39, 555–577.
- Bergman, R. (2004). Identity as motivation: Toward a theory of the moral self. In D. K. Lapsley & D. Narvaez (Eds.), *Moral development, self and identity*, 21-46. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Bernard, J. L., & Jara, C. S. (1986). The failure of clinical psychology graduate students to apply understood ethical principles. *Professional Psychology: Research and Practice*, 17(4), 313-315.
- Bhatt, G. D. (2000). Information dynamics, learning and knowledge creation in organizations. *The Learning Organization*, 7(2), 89–98.
- Black, J.E. & Reynolds, W.M. (2016). Development, reliability, and validity of the moral identity questionnaire, *Personality and Individual Differences*, 97, 120-129.
- Blais, M. R., Lachance, L. et Riddle, A. (1991). Validation de la version française de la mesure de la désirabilité sociale de Marlowe-Crowne. Laboratoire de motivation et de qualité de vie, Université du Québec à Montréal.
- Blasi, A. (1980). Bridging moral cognition and moral action: A critical review of the literature. *Psychological Bulletin*, 88, 1-45.
- Blasi, A. (1983). Moral cognition and moral action: A theoretical perspective. *Developmental Review*, 3: 178-210.
- Blasi, A. (1984). Moral identity: Its role in moral functioning. In W. Kurtines & J. Gewirtz (Eds.), *Morality, moral behavior and moral development*: 128-139. New York: Wiley.
- Blasi, A. (1995). Moral understanding and the moral personality: The process of moral integration. In W. M. Kurtines & J. L. Gewirtz (Eds.), *Moral development: An introduction*: 229-53. Boston: Allyn & Bacon.

- Blasi, A. (2004). Moral functioning: Moral understanding and personality. In D. K. Lapsley & D. Narvaez (Eds.), *Moral development, self and identity*, 335-348. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Blasi, A. (2004b). Neither personality nor cognition: An alternative approach to the nature of the self. In M. Chandler, C. Lalonde, & C. Lightfoot (Eds.), *Changing conceptions of psychological Life*: 3-25. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Blasi, A. (2005). Moral character: A psychological approach. In D. K. Lapsley & P. C. Power (Eds.), *Character psychology and character education*, 67-100, Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- Boisvert, Y., Legault, G. A., Côté, L., Marchildon, A., & Jutras, M. (2003). *Raisonnement éthique dans un contexte de marge de manœuvre accrue : clarification conceptuelle et aide à la décision*, Gouvernement du Québec : Secrétariat du Conseil du trésor.
- Boisvert Y., Jutras M., Lalumière F., Roy H. (2010). *L'institutionnalisation de l'éthique gouvernementale*, Montréal, Presses de l'université du Québec.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. Wiley, New York.
- Bollen, K. A., & Pearl, J. (2012). *Handbook of Causal Analysis for Social Research*, New York, NY: Springer.
- Bonett, D. G., & Wright, T. A. (2007). Comments and recommendations regarding the hypothesis testing controversy. *Journal of Organizational Behavior*, 28(6), 647-659.
- Borman, W. C. (2004). The concept of organizational citizenship. *Current Directions in Psychological Science*, 13(6), 238-241.
- Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1993). Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance. In N. Schmit, & W.C. Borman (Eds.) *Personnel Selection in Organization*, San Francisco: Jossey- Bass.
- Bradley, J. P. & Tymchuk, S. P. (2013) Assessing and managing Ethical Risk in Defence. *The Canadian Military Journal*, 13 (4), 6-16.
- Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 475-482.
- Brewer, M. B., & Gardner, W. 1996. Who is this "we"? Levels of collective identity and self-representation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71: 83-93.
- Brown, R. (1993). Antecedents and consequences of salesperson job satisfaction: Meta-analysis and assessment of causal effects. *Journal of Marketing Research*, 30, 63-77.

- Brun, J. (1988). *Socrate*, PUF, « Que sais-je ? », 9e éd.
- Brun, J. (1989). *Le stoïcisme*, PUF, « Que sais-je ? », 10e éd.
- Brun, J. (1998)., *Les stoïciens. Textes choisis*, PUF « Les Grands Textes », 9e éd
- Buckley, R., Wiese, D., & Harvey, M. (1998). An Investigation into the Dimensions of Unethical Behavior, in *Journal of Education for Business*, vol. 73, no.5, 284-290.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. New York: Routledge.
- Cafazzo, S., Valsecchi, P., Bonanni, R., & Natoli, E. (2010). Dominance in relation to age, sex, and competitive contexts in a group of free-ranging domestic dogs. *Behavioral Ecology*, 21(3), 443–455.
- Caldwell, D. F., & Moberg, D. (2007). An exploratory investigation of the effect of ethical culture in activating moral imagination. *Journal of Business Ethics*, 13: 193-204.
- Campbell, D. J. (2000). The proactive employee. *Academy Management Executive*, 14(3), 52–66.
- Campbell, S. (2012). *Children's moral self-concept: Cross-sectional study using puppet interviews*. Wilfrid Laurier University, Waterloo, ON.
- Campbell, J. B., Jayawickreme, E. & Hanson, E. J. (2015) Measures of Values and Moral Personality, Measures of Personality and Social Psychological Constructs *Vices and Virtues*, 505-529. Elsevier Inc. All rights reserved.
- Carlo, G. (2006). Care-based and altruistically-based morality. In M. Killen & J. G. Smetana (Eds.), *Handbook of moral development*, 551–580. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Carrdona, P., Lawrence, B. & Bentler, P. (2004). The influence of social and work exchange relationships on organizational citizenship behavior. *Group and Organizational Management*, 29(2), 219-247.
- Castro, C. A., & McGurk, D. M. (2007). Battlefield ethics. *Traumatology*, 13(4), 24-31.
- Cauble, M. A. (1976). Formal operations, ego identity, and principled morality: Are they related? *Developmental Psychology*, 12(4), 363-364.
- Chen, G., Adleman, N.E., Saad, Z.S., Leibenluft, E., Cox, R.W. (2014). Applications of Multivariate Modeling to Neuroimaging Group Analysis: A Comprehensive Alternative to Univariate General Linear Model, *NeuroImage* 99, 571-588.

- Chin, G.J. & Wells, S.C. (1997-1998). The Blue Wall of Silence as Evidence of Bias and Motive to Lie: A New Approach to Police Perjury, *University of Pittsburgh Law Review*, 59: 234.
- Chisholm, K. (1998). A Three Year Follow-Up of Attachment and Indiscriminate Friendliness in Children Adopted from Romanian Orphanages. *Child Development*, 69 (4), 1092-1106.
- Choi, W., Lee, J. W., Huh, M. H., & Kang, S. H. (2003). An Algorithm for Computing the Exact Distribution of the Kruskal-Wallis Test. *Communications in Statistics Part B: Simulation and Computation*, 32(4), 1029 -1040.
- Clément J-F. (2008). Un regard philosophique sur le sens de l'éthique. Éthique ou morale?, *Revue internationale de Psychosociologie* n°34, vol. XIV, 2008.
- Clogg, C.C., Petkova, E., & Shihadeh, E.S. (1992). Statistical methods for analyzing collapsibility in regression models, *Journal of Educational Statistics*, 1992; 17(1):51–74.
- Codol, P. (1997). Une approche cognitive du sentiment d'identité, in *Information sur les sciences sociales*, Éd. SAGE, Londres et Beverly Hills, 20,1, 111-136.
- Cohen, T. & coll., (2014). Moral Character in the Workplace. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107 (5), 943-963.
- Cohen-Scali, V., & Guichard, J. (2008). L'identité: perspectives développementales. *L'Orientation Scolaire et Professionnelle*, 37(3), 321-345.
- Colby, A., & Damon, W. (1992). *Some do care: Contemporary lives of moral commitment*. New York: The Free Press.
- Colby, A., & Damon, W. (1993). The uniting of self and morality in the development of extraordinary moral commitment. In G. Noam & T. Wren (Eds.), *The moral self*: 149-174. Cambridge, MA: MIT Press.
- Colby, A., & Damon, W. (1995). The development of extraordinary moral commitment. In M. Killen & D. Hart (Eds.), *Morality in everyday life*: 342-70. New York: Cambridge University Press.
- Coulthard, J. (2013). The 2012 Canadian Forces WHarassment Survey (CFWHS), DRDC, Technical Memorandum DGMPRA 2013-030.
- Daddis, G. A. (2004). Understanding fears effect on unit effectiveness. *Military Review*, 84(4), 22-27.

- Dahling, J. J., Whitaker, B. G., & Levy, P. E. (2009). The development and validation of a new Machiavellianism Scale. *Journal of Management*, 35, 219-257.
- Damon, W. (1984). Self-understanding and moral development from childhood to adolescence. In W. Kurtas & J. L. Gewirtz (Eds.), *Morality, moral behavior, and moral development*: 109-127. New York: John Wiley.
- Damon, W. (2004). What is positive youth development? *American Academy of Political and Social Sciences* (591), 13-24.
- Damon, W. (2006). Handbook of moral development, *Journal of Moral Education* (35), 269-279.
- Damon, W., & Gregory, A. (1997). The youth character: Towards the formation of adolescent moral identity. *Journal of Moral Education*, 26: 117-30.
- Damon, W. & Hart, D. (1992). Self-understanding and its role in social and moral development. In M. Bomstein & M. E. Lamb (Eds.), *Developmental Psychology: An advanced textbook* (3rd ed.): 421-64. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Daniel, J. (2012). *Sampling essentials: Practical guidelines for making sampling choices*. Los Angeles, Sage.
- Davidson, P. & Youniss, J. (1991). Which comes first, morality or identity? In W. M. Kurtines & J. L. Gewirtz (Eds.), *Handbook of moral behavior and development*: Vol. 1. Theory; Vol. 2. Research; Vol. 3. Application, 105–121, Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Deckop, J.R. (2006). *Human Resource Management Ethics. A Volume in Ethics and Practice*. Greenwich, Information Age Publishing.
- Deigh, J. (2010). *An introduction to ethics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dejoux, C. (2002). Peut-on concilier éthique et management des ressources humaines?, dans Boyer, A. (Éd.) (2002). *L'impossible éthique des entreprises*. Paris, Éditions d'Organisation. ISBN : 2-7081-2799-3. Notamment le Chapitre 5, 95-113.
- Deschamps, M. (2015). Examen externe sur l'inconduite sexuelle et le harcèlement sexuel dans les Forces armées canadiennes, Rapport de l'examen externe sur les Forces armées canadiennes, mars 2015.
- Detert, J. R., Trevino, L. K., & Sweitzer, V. L. (2008). Moral disengagement in ethical decision making: A study of antecedents and outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 93(2), 374-391.

- Diamantopoulos, A., & Siguaaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. London: Sage Publications.
- Diprose, R. (2002). *Corporeal Generosity. On Giving with Nietzsche, Merleau-Ponty, and Levinas*. Albany: State University of New York Press.
- Domino, G. & Domino, M.L. (2006). *Psychological testing: An introduction (2e edition)*. New York, NY : Cambridge University Press.
- Durkheim, E. (1974b [1925]): *L'Education morale*, nouvelle éd., Paris : PUF.
- Durkheim, E. (1978 [1893]). *De la division du travail social*, 10^e éd., Paris : PUF.
- Dursun, S., Morrow, R.O., et Beauchamp, D.L.J. (2004). *Rapport sur les résultats du Sondage sur l'éthique de la Défense de 2003*. DRERH – Rapport de recherche commanditée 2004-18. Ottawa, Canada : Directeur – Recherche et évaluation en ressources humaines.
- Edwards, J.R., Lambert, L.S. (2007). Methods for integrating moderation and mediation: A general analytical framework using moderated path analysis, *Psychological Methods*, 12, 1–22.
- Eisenberg, N. (1986). *Altruistic emotion, cognition, and behavior*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Elçi, M. et al. (2011). The Impact of Morality and Religiosity of Employees on Their Hardworking Behavior. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 1367-1377.
- Elsbach, K. D., & Bhattacharya, C. B. (2001). Defining who you are by what you're not: organizational disidentification and the National Rifle Association. *Organization Science*, 12, 393-413.
- England G. W. (1967). Personal Value Systems of American Managers, *The Academy of Management Journal*, n°1, vol. 10.
- Erikson, E. H. 1964. *Insight and responsibility*. New York: Northon.
- Fagerland, M.W. & Sandvik. L. (2009). Performance of five two-sample location tests for skewed distributions with unequal variances *Contemporary Clinical Trials*, 30(5), 490-496.
- Fazio, R. H. 1986. How do attitudes guide behavior? In R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*: 204-43. New York: Guilford Press.
- Fehr, E. & Schmidt, K. M. (1999). A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation. *The Quarterly Journal of Economics*, 114 (3), 817-868.

- Ferrell, O. C., & Gresham, L. G. (1985). A contingency framework for understanding ethical decision making in marketing. *Journal of Marketing*, 49(3), 87–96.
- Festinger, L. 1957. *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL: Row, Peterson.
- Fiske, S. T. (2000). Schema. In A. E. Kazdin (Ed.), *Encyclopedia of psychology*, Vol. 7, 158–160, Washington, DC.: American Psychological Association.
- Fleeson, W., Furr, R. M., Jayawickreme, E., Meindl, P., & Helzer, E. G. (2014). Character: The prospects for personality-based perspective on morality. *Social and Personality Psychology Compass*, 8(4), 178_191.
- Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of marketing research*, 18 (1), 39-50.
- Forsyth, D.R. (1981). Moral judgement: The influence of ethical ideology, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 7, 218-223.
- Forsyth, D.R. (1985). Individual Differences in Information Integration during Moral Judgment, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 49, 1, p. 264-272.
- Foucault, M. (1984). *Histoire de la sexualité: Le souci de soi, Vol. 3*, Paris: Gallimard.
- Foucault, M. (2009). *Le Gouvernement de soi et des autres II : Le Courage de la vérité*, Paris : Gallimard.
- Fuchs, E. (1995). La morale, l'éthique: de quoi s'agit-il? Pour commencer, une histoire où la morale n'est pas seulement à la fin..., dans *Comment faire pour bien faire? Introduction à l'éthique*, Genève : Labor et Fides : 15-20.
- Gabriel, R.A. (2009). *À la manière des guerriers : un traité d'éthique militaire*, Kingston : Académie canadienne de la défense, Institut de leadership des forces canadiennes.
- Galambaud B. (1994). *Une nouvelle configuration humaine de l'entreprise*, éd. ESF.
- Galperin, B. L. (2002). Determinants of Deviance in the Workplace: An Empirical Examination of Canada and Mexico, Unpublished doctoral dissertation, Concordia University, Montreal, Canada.
- Gauthier, L. 2000. L'impact des chartes d'éthique, *Revue Française de Gestion*, n°130, septembre-octobre, p. 77-87.
- Gersbach, H. & Haller, H. (2009). The affectionate society: does competition for partners promote friendliness? *Economy Theory*, 40, 389-403.

- Gilbert, P. (2005). Compassion and cruelty: A biopsychosocial approach. *Compassion: Conceptualizations, research and use in psychotherapy*. Gilbert, P. (ed.). London: Routledge.
- Gilbert, P. & Procter, S. (2006). Compassionate Mind Training for People with High Shame and Self-Criticism: Overview and Pilot Study of a Group Therapy Approach. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 13, 353-379.
- Goffman, E. (1975). *Stigmate. Les usages sociaux des handicaps*, Paris : Minuit.
- Goodman, J. F. (2000). Moral education in early childhood: The limits of constructivism. *Early Education & Development*, 11 (1): 37-54.
- Gourinat, J-B. (1996). *Les stoiciens et l'âme*, PUF.
- Graham, J.W. (1991). An essay on organizational citizenship behavior. *Employee responsibilities and Rights Journal*, 4, 249–270.
- Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Iyer, R., Koleva, S., & Ditto, P. H. (2011). Mapping the moral domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101, 366_385.
- Greengard, S. (1997). 50% of your employees are lying, cheating and stealing. *Workforce*, 76, 44-53 (October) .
- Grolnick, W. S., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1997). Internalization within the family: The self-determination theory perspective. In J. E. Grusec & L. Kuczynski (Eds.), *Parenting and children's internalization of values: A handbook of contemporary theory*, 135–161, New York: Wiley.
- Grossman, D. (2007). *On Combat: The Psychology and Physiology of Deadly Conflict in War and Peace* (2nd ed.). Belleville, IL: PPCT Research Publications.
- Grotevant, H. D. (1998). Adolescent development in family contexts. In W. Damon (Series Ed.) & N. Eisenberg (Vol. Ed.), *Handbook of child psychology: Vol. 3. Social, emotional, and personality development* (5th ed.): 1097-1149. New York: Wiley.
- Hadot, P. (1995). *Qu'est-ce que la philosophie antique?* Gallimard.
- Hadot, P. (1998). *Eloge de Socrate*, Editions Allia.
- Hadot, P. (2004). *La Philosophie comme manière de vivre* (Entretiens avec J. Carlier et A. I. Davidson), Albin Michel.
- Haidt, J. (2001). The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological Review*, 108 (4), 814-834.

- Haidt, J. (2003). Elevation and the positive psychology of morality. In C. L. Keyes & J. Haidt (Eds.), *Flourishing: Positive psychology and the life well-lived*. Washington, DC: American Psychology Association.
- Haidt, J., & Joseph, C. (2004). Intuitive ethics: how innately prepared intuitions generate culturally variable virtues. *Daedalus*, 133, 55-66.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, B. (1998). *Multivariate data analysis* Upper Saddle River, NJ.: Prentice-Hall.
- Hardy, S. A. (2006). Identity, reasoning, and emotion: An empirical comparison of three sources of moral motivation. *Motivation and Emotion*, 30, 207-215.
- Hardy, S. A., Carlo, G. (2005). Identity as a source of moral motivation, *Human Development*, 48, 232-256.
- Hardy, S. A., & Carlo, G. (2011). Moral identity: Where identity formation and moral development converge. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, & V. L. Vignoles (Eds.), *Handbook of identity theory and research*. New York: Springer.
- Hart, D. (2005). The development of moral identity. In G. Carlo & C. P. Edwards (Eds.), *Nebraska Symposium on Motivation: Moral development through the lifespan: Theory, research, and application*, 165-196, Lincoln: University of Nebraska Press.
- Hart, D., & Fegley, S. (1995). Prosocial behavior and caring in adolescence: Relations to self-understanding and social judgment. *Child Development*, 66, 1346-1359.
- Hart, D., Atkins, R., & Ford, D. (1998). Urban America as a context for the development of moral identity in adolescence. *Journal of Social Issues*, 54(3): 513-530.
- Hart, D., Atkins, R., & Ford, D. (1999). Family influences on the formation of moral identity in adolescence: Longitudinal analyses. *Journal of Moral Education*, 28 (3): 375-86.
- Hart, D., & Fegley, S. 1995. Prosocial behavior and caring in adolescence: Relations to self-understanding and social judgment. *Child Development*, 66: 1346-59.
- Hart, D., Field, N. P., Garfinkle, J. R., & Singer, J. L. (1997). Representation of self and other: A semantic space model. *Journal of Personality*, 65: 77-105.
- Hart, D., Keller, M., Edelstein, W., & Hofmann, V. (1998). Childhood personality influences on social-cognitive development: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74: 1278-1289.
- Hart, D., Yates, M., Fegley, S., & Wilson, G. (1995). Moral commitment in inner-city adolescents. In M. Killen & D. Hart (Eds.), *Morality in everyday life: Developmental perspectives: 317^1*. New York: Cambridge University Press.

- Hartle, A. (1989). *La nature de l'éthique professionnelle. Moral issues in military decision making*. Lawrence, K.S.: University of Kansas Press. Chapter 3. : 24-35.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity, and image. *European Journal of Marketing*, 31, 356-365.
- Hatch, M. J. & Schultz, M. (2000) 'Scaling the Tower of Babel: relational differences between identity, image and culture in organizations', in *The Expressive Organization: Identity, Reputation and the Corporate Brand*. M. Schultz, M.J. Hatch and M. Holten Larsen (Eds), Oxford University Press, Oxford, 11–35.
- Hartshorne, H. & May, M.A. (1928). *Studies in the Nature of Character. Studies in Deceit (Volume I)*, NY: The Macmillan Company.
- Hayes, A.F. and Matthes, J. (2009). Computational procedures for probing interactions in OLS and logistic regression: SPSS and SAS implementations. *Behavior Research Methods*, 41, 924–936.
- Hayduk, L. A. (2016). Improving measurement-invariance assessments: Correcting entrenched testing deficiencies, *BMC Medical Research Methodology*, 16(1), 130-130.
- Higgins, E. T. (1996). The "self-digest": Self-knowledge serving self-regulatory functions. *Journal of Personality & Social Psychology*, 71: 1062-83.
- Higgins, K. D. (2002). *How organizational citizenship behavior influences group effectiveness*. Northern Illinois University, Dekalb.
- Higgins-D'Alessandro, A., & Power, F. C. (2005). Character, responsibility, and the moral self. In D. K. Lapsley & F. C. Power (Eds.), *Character psychology and character education*: 101-20. Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press.
- Highhouse, S. et Gillespie, J. Z. (2009). Do samples really matter that much? Dans C.E. Lance et R.J. Vandenberg (Dir.), *Statistical and methodological myths and urban legends: Doctrine, verity and fable in the organizational and social sciences* (p. 247–265). Routledge/Taylor & Francis Group.
- Hirèche, L. & Mourabet, B. (2007). Éthique et gestion des ressources humaines: une revue critique de la littérature théorique et empirique, *Revue de l'organisation responsable*, (2): 51-71.
- Hirschi, T. (1969). *Causes of Delinquency*, University of California Press.
- Hodgkinson, M. (2000). Managerial perceptions of barriers to becoming a learning organization. *The Learning Organization*, 7(3), 156–166.

- Hodson, R. (2002) Management citizenship behavior and its consequences. *Work and Occupations*, 29 (1), 64-96.
- Hoffman, M. L. (2000). Empathy and moral development: Implications for caring and justice. New York: Cambridge University Press.
- Hogg, M. A., & van Knippenberg, D. (2003). Social identity and leadership processes in groups. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 35, 1–52, San Diego, CA - Academic Press.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.
- Hwang, H. & Takane Y. (2004). Generalized structured component analysis, *Psychometrika*, 69, 1, 81-99.
- Imai, K., Keele, L., & Tingley, D. (2010) A general approach to casual mediation analysis, *Psychological Methods*, 15(4):309–334.
- Ivey, G., Blanc, S., Therrien, M., & McCuaig-Edge, H. (2009). Human Dimensions of Operations Project: Transformation and Impact, (paper presented at the 51st Annual International Military Testing Association conference, Tartu, Estonia, 2-5 November, 2009).
- Jahangir, N., Akbar, M.M., & Haq, M. (2004) Organizational Citizenship Behavior: Its nature and Antecedents, *BRAC University Journal*, vol. I, no. 2, 2004, 75-85.
- Jennings, P.L., Mitchell, M.S., & Hannah, S.T. (2015), The moral self: A review and integration of the literature, *Journal of Organizational Behavior*, 36, 104–168.
- Johnson, M. K. Rowatt, W. C, & Petrini, L. (2011). A new trait on the market: Honesty-Humility as a unique predictor of job performance ratings. *Personality and Individual Differences*, 50, 857-862.
- Johnson, R. M., & Schlenker, B. R. 2007. *Assessing the commitment to ethical principles: Psychometric properties of the Integrity Scale*. Manuscript under review. University of Florida.
- Johnson, R.A. & Wichern, D.W. (1992). Applied Multivariate Statistical Analysis, Prentice-Hall.
- Joireman, J., Kamdar, D., Daniels, D, & Duell, B. (2006). Good citizens to the end? It depends: Empathy and concern with future consequences moderate the impact of a short-term time horizon on OCBs. *Journal of Applied Psychology*, 91: 1307-20.

- Jones, T. M. (1991). Ethical Decision Making by Individuals in Organizations: An Issue-Contingent Model. *Academy of Management. The Academy of Management Review*, 16(2): 366.
- Jöreskog, K. G., & D. Sörbom, D. (1984). *LISREL-VI user's guide*. 3rd ed. Mooresville, IN: Scientific Software.
- Jung, C.G. (1964). *Essai d'exploration de l'inconscient, L'Homme et ses symboles*, Paris, Robert Laffont.
- Jung, C.G. (1954). *The practice of psychotherapy: essays on the psychology of the transference and other subjects*, New York: Pantheon Books.
- Jung, C.G. (1916). On the psychology and pathology of so-called occult phenomena. In C. G. Jung & C. E. Long (Ed.), *Analytical psychology*, 1-93.
- Kahneman, D. (2003). A Perspective on Judgment and Choice. *Mapping Bounded Rationality, American Psychologist Association*, 58, 9, 697–720.
- Kant, I. (1955). *The Critique of Pure Reason*, translated by J.M.D. Meiklejohn. *The Critique of Practical Reason, and Other Ethical Treatises*, translated by Thomas K. Abbott. *The Critique of Judgement*, translated by James C. Meredith. *Great Books of the Western World*. Chicago: Encyclopaedia Britannica. (AC1. G7 v.42).
- Kant, E. (2000). *Fondement de la métaphysique des moeurs*, Delgraves.
- Kaptein, S.P. (1998). *Ethics management: Auditing and developing the ethical content of organisations (Issues in business ethics, 20)*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Katz, D. (1964). The motivational basis of organizational behavior. *Behavioral Science*, 9, 131-133.
- Kaufmann, J.-C. (2004). *L'invention de soi. Une théorie de l'identité*, Paris : A. Colin, coll. Individu et société.
- Keenan, J. P., & Krueger, C. A. (1992). Whistleblowing and the professional. *Management Accounting*, 74, 21-24.
- Kegans, L., McCamey, R.B., & Hammond, H. (2012). Organizational citizenship behavior and work experience. *Hospital Topic*. 90(3):74-81.
- Keller, M., & Edelstein, W. (1993). The development of the moral self from childhood to adolescence. In G. G. Noam & T. E. Wren, in cooperation with G. Nunner-Winkler & W. Edelstein (Eds.), *The moral self*: 310-36. Cambridge, MA: MIT Press.

- Keller, M., Fang, E. X., Fang, G., Edelstein, W., Cecora, L., & Eckert, U. (2004). Self in relationship. In D. K. Lapsley & D. Narvaez (Eds.), *Moral development, self, and identity*: 267-98. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kelloway, E. K., Gottlieb, B. H., & Barham, L. (1999). The source, nature, and direction of work and family conflict: A longitudinal investigation. *Journal of Occupational Health Psychology*, 4(4), 337–346.
- Kidwell, R. E., Mossholder, K. W., & Bennett, N. (1997). Cohesiveness and organizational citizenship behavior: A multilevel analysis using work groups and individuals. *Journal of Management*, 23(6), 775-793.
- Kline, R.B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (5th ed). New York: The Guilford Press.
- Klockers, C.B., Ovkovich, S.K., Harver, W.E, & Haberfeld, M.R. (2000). *The Measurement of Police Integrity*, US Department of Justice, Office of Justice Programs, National Institute of Justice.
- Kochanska, G. (2002). Committed compliance, moral self, and internalization: A meditational model. *Developmental Psychology*, 38, 339–351.
- Kohlberg, L. (1969). *Essays on Moral Development. V. 1*, New York: Harper and Rows Pubs.
- Kohlberg, L. (1969). Stage and Sequence: The Cognitive-developmental approach to socialization. In D. Goslin (Eds.), *Handbook of socialization theory and research*: 347- 480. Skokie, IL: Rand McNally.
- Kohlberg, L. (1971). Cognitive-developmental theory and the practice of collective moral education. In M. Wolins, & M. Gottesman (Eds.), *Group care: An Israeli Approach*: 342-379. New York & London: Gordon & Beach.
- Kohlberg, L. (1973). The claim to moral adequacy of a highest state of moral judgment. *Journal of Philosophy*, 70(18), 630–646.
- Kokaz, N. (2005). Theorizing International Fairness. *Metaphilosophy*. 36 (1/2), 68- 92.
- Konovsky, M. A., & Organ, D. W. (1996). Dispositional and contextual determinants of organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 17(3), 253-266.
- Koys, D. J. (2001). The Effects of Employee Satisfaction, Organizational Citizenship Behavior, and Turnover on Organizational Effectiveness: A Unit-Level, Longitudinal Study. *Personnel Psychology*, 54(1):101-114.

- Lam, S. S. K., Hui, c., & Law, K. S. (1999). Organizational citizenship behavior: Comparing perspectives of supervisors and subordinates across four international samples. *Journal of Applied Psychology*, 84(4), 594-601.
- Lamizet, B. (2002). *Politique et identité*, Lyon : Presses universitaires de Lyon.
- Lammers, J., & Stapel, D.A. (2009). How power influences moral thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(2), 279–289.
- Lance, C. E., & Vandenberg, R. J. (2002). Confirmatory factor analysis. In *Measuring and analyzing behavior in organizations: Advances in measurement and data analysis*, 221-254, San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Landers, R.N. et Behrend, T.S. (2015). An inconvenient truth: Arbitrary distinctions between organizational, Mechanical Turk, and other convenience samples. *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice*, 8(2), 142-164.
- Lapsley, D. K., & Lasky, B. (2001a). *Chronic accessibility of virtue-trait inferences: A social-cognitive approach to the moral personality*. Paper presented at the biennial meeting of the Society for Research in Child Development, Minneapolis.
- Lapsley, D. K., & Lasky, B (2001b). Prototypic moral character. *Identity*, 1 (4): 345-63.
- Lapsley, D. K., & Narvaez, D. (2004). A social-cognitive approach to the moral personality. In *Moral development, self, and identity*, 189-212, Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Lefrançois, R. (1992). *Stratégies de recherche en sciences sociales. Applications à la gérontologie*. Montréal, QC : Les Presses de l'Université de Montréal.
- Legault G. A. (2004). *Professionnalisme et délibération éthique*, St-Foy, Presses de l'Université du Québec.
- Legault G. A. (2007a). « *Autorégulation et hétérorégulation : un concept interdisciplinaire* », *Ethica* n°2, vol. 16.
- Le Petit Larousse. (2000). *Dictionnaire encyclopédique de langue française*, éditions Larousse.
- Le Petit Robert, (2003). *Dictionnaire de langue française*, Ed. Le Robert, ISBN 2850368261.t
- Lewis, D. (1970). General Semantics, *Synthese*, 22(1–2), 18–67.
- Lievens, F., & Anseel, F. (2004). Confirmatory factor analysis and invariance of an organizational citizenship behaviour measure across samples in a Dutch-speaking context. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 299-306.

- Locke, J. (1694) «Of Identity and Diversity, in *Essay Concerning Human Understanding*, reprinted in Perry 1975, 33–52.
<https://www.gutenberg.org/cache/epub/10615/pg10615.html>
- Loewenstein, G. (1996). Out of control: Visceral influences on behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 65(3), 272–292.
- Long, J.S. (1983). *Confirmatory Factor Analysis*, Sage Publications
- MacIntyre, A. (1997). *Après la vertu. Etude de théorie morale*, Paris : PUF.
- MacKenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Fetter, R. (1993). The impact of organizational Citizenship behavior on evaluations of salesperson performance. *Journal of Marketing*, 57, 70–80.
- MacKinnon, D. (2008), *Introduction to Statistical Mediation Analysis*, New York, NY: Lawrence Erlbaum Associates.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., Hoffman, I. M., West, S. G., & Sheets, V. (2002). A comparison of methods to test mediation and other intervening variable effects. *Psychological Methods*, 7 (1), 83-104.
- Marsh, H. W., Hau, K. T., & Wen, Z. (2004). In search of golden rules: Comment on hypothesis testing approaches to setting cutoff values for fit indexes and dangers in overgeneralising Hu & Bentler's (1999) findings. *Structural Equation Modeling*, 11, 320–341.
- Marcuse, H. (1968). *La Fin de l'utopie* (Traduit de l'Allemand par L. Roskoff et L. Weibel), Seuil, Paris, 1968
- Markus, H., & Kunda, Z. 1986. Stability and malleability of the self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (4): 858-66.
- Marques de Sá, J.P. (2003). *Applied Statistics using SPSS, Statistica and Matlab*, Springer-Verlag.
- Matherne, C. F. (2009). *The Relationship Between Moral Identity Congruence and Extra-Role Behaviors in Organizational Settings*, Mississippi State University: Thèse.
- Mayer, D. M., Aquino, K., Greenbaum, R. L., & Kuenzi, M. (2012). Who displays ethical leadership and why does it matter? An examination of the antecedents and consequences of ethical leadership. *Academy of Management Journal*, Vol. 55, No. 1, 151–171.
- McCadden, B. M. (1997). Let's get our houses in order: The role of transitional rituals in constructing moral kindergartners. *The Urban Review*, 29 (4): 239-52.
- McDonald, R. P., & Marsh, H. W. (1990). Choosing a multivariate model: Noncentrality and goodness of fit. *Psychological Bulletin*, 107: 247–255.

- McFerran, B., Aquino, K., & Duffy, M. (2010). How Personality and Moral Identity Relate to Individuals' Ethical Ideology in *Business Ethics Quarterly*, vol. 20, no. 1, 35-56.
- McNeely, B. L., & Meglino, B. M. (1994). The role of dispositional and situational antecedents in prosocial organizational behavior: An examination of intended beneficiaries of prosocial behavior, *Journal of Applied Psychology*, 79, 836-844.
- Mead, G.H. (1922). A Behavioristic Account of the Significant Symbol, *Journal of Philosophy* 19 (1922): 157-163.
- Mercier, S. (1999). *L'éthique dans les entreprises*. Paris: Éditions La découverte & Syros.
- Mercier, S., (1997). *Une contribution à la politique de formalisation de l'éthique dans les grandes entreprises*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris-Dauphine.
- Mercier, S. (2003). La formalisation de l'éthique en entreprise, un état des lieux, dans *L'éthique d'entreprise à la croisée des chemins*, J. Lauriol et H. Mesure (dir.), Paris, l'Harmattan, p.67-87.
- Mesly, Olivier (2015). *Creating Models in Psychological Research*. États-Unis : Springer Psychology : 126 pages
- Messervey, D.L., Howell, G.T., Gou, T., Yelle, M. (2010). *Defence Ethics Survey Report*. Defence Research and Development Canada DGMPRA TM 2011-037.
- Metayer, M. (2008). Qu'est-ce que la morale?, dans *La philosophie éthique : enjeux et débats actuels (3e édition)*. Montréal : ERPI : 3-7.
- Ministère de la Défense nationale (2002) *Fondements de l'éthique de la Défense au Canada*, Ottawa.
- Mithchel, A. (2005). *The ESRI Guide to GIS Analysis*, Vol 2. ESRI Press.
- Monin, B., & Jordan, A. H. (2009). The dynamic moral self: A social psychological perspective. In D. Narvaez & D. Lapsley (Eds.), *Personality, identity, and character: Explorations in moral psychology*, 341–354, New York: Cambridge University Press.
- Morazin, A. & Pucella, S. (1988). Les valeurs, dans *Éthique et politique : des valeurs personnelles à l'engagement social*. Ottawa: ERPI, Cap. 1, 3-16.
- Morency, M.-A. & Simard, J. (2004). Aux sources de la déontologie québécoise, *Organisations et territoires*, automne 2004, p. 63-70.

- Morgan-Lopez, A.A. & MacKinnon, D.P. (2006). Demonstrating and evaluation of a method for assessing mediated moderation, *Behavior research methods*, 38(1), 77-87.
- Morin, D., St-Onge, S., Foucher, R., Cormier, M., & Cossette, M. (2011). « Évaluer les compétences à l'origine du rendement de citoyenneté organisationnelle », dans R. FOUCHER (éd.), *Gérer les talents et les compétences. Principes, pratiques, instruments, Tome 2. Pratique de la gestion des talents et des compétences*, Montréal, Éditions Nouvelles, p. 223-250.
- Morrison, E.W. 1994. Role definition and organizational citizenship behavior: the importance of the employee's perspective, *Academy of Management Journal*, vol. 37, 1543-1567.
- Morton, K. R., Worthley, J. S., Testerman, J. K., & Mahoney, M. L. (2006). Defining features of moral sensitivity and moral motivation: Pathways to moral reasoning in medical students. *Journal of Moral Education*, 35, 387–406.
- Moshman, D. (2004). False moral identity: Self-serving denial in the maintenance of moral self-conceptions. In D. K. Lapsley & D. Narvaez (Eds.), *Moral development, self, and identity*: 83-109. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Moshman, D. (2005). *Adolescent psychological development: Rationality, morality, and identity* (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Moshman, D. (2011). *Adolescent rationality and development: Cognition, morality, and identity* (3rd ed.). New York: Psychology Press.
- Müller, C. & Prost, F. (2002). *Identités et cultures dans le monde méditerranéen antique*, Paris : Publications de la Sorbonne.
- Murphy, K.R., Myors, B. et Wolach, A. (2014). *Statistical power analysis: A simple and general model for traditional and modern hypothesis tests* (4e éd.). New York, Routledge/Taylor & Francis Group.
- Narvaez, D. 2008. Triune ethics: The neurobiological roots of our multiple moralities. *New Ideas in Psychology*, 26: 95-119.
- Narvaez, D., & Lapsley, D. K. (2005). The psychological foundations of everyday morality and moral expertise. In D. K. Lapsley & F. C. Power (Eds.), *Character psychology and character education*, 140–165, Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press.
- Narvaez, D., Lapsley, D. K., Hagele, S., & Lasky, B. 2006. Moral chronicity and social information processing: Tests of a social-cognitive approach to the moral personality. *Journal of Research in Personality*, 40 (6): 966-85.

- Nasir, N. S., & Kirshner, B. 2003. The cultural construction of moral and civic identities. *Applied Development Science*, 7 (3): 138-47.
- Noe, R. A., & Peacock, M., (2008). *Employee Training and Development* (1st ed.). Toronto, ON: McGraw-Hill Ryerson.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- O'Keefe, D. F., Peach, J. M., & Messervey, D. (2019). The combined effect of ethical leadership, moral identity, and organizational identification on workplace behavior. *Journal of Leadership Studies*. DRDC-RDDC-2019-P147.
- Oliner, S. P., & Oliner, P. M. 1988. *The altruistic personality: Rescuers of Jews in Nazi Europe*. New York: Free Press.
- Olsen, O. K., Eid, J., & Johnsen, B. H. (2006). Moral behavior and transformational leadership in Norwegian naval cadets. *Military Psychology*, 18 (Suppl): S37-S56.
- Organ, D. W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington, MA: Lexington.
- Organ, D. W. (1990). The motivational basis for organizational citizenship behavior. In: *B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), Research in Organizational Behavior*, 12, 43-72). Greenwich, CT: JAI Press.
- Organ, D.W. (1994). Personality and organizational citizenship behavior. *Journal of Management*, 20, 465-478 (1994).
- Organ, D. W. (1997). Organizational citizenship behavior: It's construct clean-up time, *Human Performance*, 10, 85-97.
- Organ D. W. & Konovsky, M. (1989). Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behaviors, *Journal of Applied Psychology*, 74, 157-164 (1989).
- Organ, D. W. & K. Ryan. (1995). A meta-analytic review of attitudinal and dispositional predictors of organizational citizenship behavior, *Personnel Psychology*, 48, 775-802 (1995).
- Örtenblad, A. (2001). On differences between organizational learning and learning organization. *The Learning Organization*, 8(3), 125–133.
- Oyserman, D. (2007). Social identity and self-regulation. In A. W. Kruglanski & E. T. Higgins (Eds.). *Social psychology: Handbook of basic principles*, 2nd ed. New York: Guilford Press.

- Paillé, P. (2008) Les comportements de citoyenneté organisationnelle : une étude empirique sur les relations avec l'engagement affectif, la satisfaction au travail et l'implication au travail, *Presses Universitaires de France*, 1, Vol. 71, p 22-42.
- Papuchon, A. (2018). Ce qu'Alis nous dit de ses amis. L'effet de désirabilité sociale et sa variabilité au prisme de questions portant sur une prestation sociale fictive, *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 137–138(1), 120–139.
- Paulhus, D. L. (1989). Measurement and control of response bias. In J. P. Robinson, P. R. Shaver, & L. Wrightsman (Eds.), *Measures of social psychological attitudes* (Vol. 1, pp. 17–59). New York: Academic Press.
- Paulhus, D. L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(3), 598–609.
- Pedhazur, E. J., & Pedhazur-Schmelkin, L. P. (1991). *Measurement, design and analysis*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Piaget, J. (1957). *Construction of reality in the child*, London: Routledge & Kegan Paul.
- Piaget, J. (1932, c1965). *The moral judgment of the child*. New York: The Free Press.
- Platon, (1995), *La république*. Gf Flammarion, Paris.
- Peterson, C. (2004). Perceived leader integrity and ethical intentions of subordinates. *Leadership & Organization Development Journal*, 25, 7-23.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Podd, M. H. (1972). Ego identity status and morality: The relationship between two developmental constructs. *Developmental Psychology*, 6(3), 497-507.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Moorman, R. H., & Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behavior. *Leadership Quarterly*, 1, 107-142
- Podsakoff, P. M. and S. B. MacKenzie: (1994), Organizational citizenship behaviors and sales unit effectiveness, *Journal of Marketing Research* 31(3), 351–363.
- Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (1997). Impact of organizational citizenship behavior on organizational performance: A review and suggestions for future research. *Human Performance*, 10(2), 133-151.

- Podsakoff, P. M., Ahearne, M. & MacKenzie, S. B. (1997). Organizational citizenship behavior and the quantity and quality of work group performance. *Journal of Applied Psychology*, 82, 262-270.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26, 513-563.
- Poisson, Y. (1983). L'approche qualitative et l'approche quantitative dans les recherches en éducation, *Revue des sciences de l'éducation*, 9, 3, 369-378.
- Pojman, L.P. (1990). *Introduction : Qu'est-ce l'éthique? Ethics: Discovering right and wrong*. 2^e édition. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1-17.
- Pojman, L.P. (2006). *Ethics: Discovering Right and Wrong* (5th ed.). Belmont, WA: Wadsworth/Thompson Learning.
- Pojman, L.P & Fieser, J. (2011). *Ethics: Discovering Right and Wrong*, 7th Edition, Cengage Advantage Books.
- Poldrack, R.A., Mumford, J.A., Nichols, T.E., 2011. *Handbook of Functional MRI Data Analysis*. Cambridge University Press.
- Pratt, M. W., Hunsberger, B., Pancer, S. M., & Alisat, S. (2003). A longitudinal analysis of personal value socialization: Correlates of moral self-ideal in adolescence. *Social Development*, 12: 563-85.
- Preacher, K. 1., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4),717-731.
- Reed, A. Aquino, K. & Levy, E. (2007). Moral Identity and Judgments Charitable Behaviors. *Journal of Marketing*, 71, 178-193.
- Reed, A. & Aquino, K. 2003. Moral identity and the circle of moral regard toward outgroups. *Journal of Personality and Social Psychology*. 84: 1270-86.
- Reidenbach, R.E. & Robin, D.P. (1988). Some initial steps toward improving the measurement of ethical evaluations of marketing activities, *Journal of Business Ethics*, vol. 7, 871-879.
- Reimer, K. (2003). Committed Caring: Transformation in Adolescent Moral Identity. *Applied Developmental Science*, 7 (3), 129-237.

- Reimer, K., & Wade-Stein, D. (2004). Moral identity in adolescence: Self and other in semantic space. *Identity*, 4: 229-49.
- Rescher, N. (1990). *La complexité des obligations militaires dans l'exercice de nos fonctions*. Colorado Springs, CO: USAFA.
- Rest, J. R. (1986) *Moral development: Advances in research and theory*. New York: Praeger.
- Rest, J.R., Narvaez, D., Thoma, S.J., Bebeau, M.J. (2000). A Neo-Kohlbergian approach to morality research. *Journal of Moral Education*, 29(4), 381–395.
- Rettig, S. (1966). Ethical Risk Taking in Group and Individual Conditions, in *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 4, no. 6, 648-654.
- Rettig, S. & Pasanmanick, B. (1964). Differential Judgment of Ethical Risk by Cheaters and Noncheaters, in *Journal of Abnormal and Social Psychology*, vol. 69, no.1, 109-113.
- Reynolds, S.J. (2006). Moral awareness and ethical predispositions: Investigating the role of individual differences in the recognition of moral issues. *Journal of Applied Psychology*, 91, 233–243.
- Reynolds, S.J. (2008). Moral attentiveness: Who pays attention to the moral aspects of life? *Journal of Applied Psychology*, 93, 1027–1041.
- Reynolds, S.J., & Ceranic, T. (2007). The effects of moral judgment and moral identity on moral behavior: An empirical examination of the moral individual. *Journal of Applied Psychology*, 92, 1610–1624.
- Ricoeur, P. (1990). *Soi-même comme un autre*, Paris : Éditions du Seuil.
- Ricoeur, P. (2000). De la morale à l'éthique et aux éthiques, dans *Un siècle de philosophie*, Paris : Éd Gallimard/Pompidou.
- Robinson, S. & Bennett, R. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: A multidimensional scaling study, *Academy of Management Journal*, 38: 555-572.
- Rogers, H. (2014). Kindness and Reciprocity: Liberated Prisoners and Christian Charity in Early Nineteenth-Century England. *Journal of Social History*, 47 (3), 721-245.
- Rockeach M., *The Nature of The Human Values*, New-York, The Free Press, 1973.
- Rouanet, H. & Lépine, D. (1970). Comparison between treatments in a repeated-measurement design: Anova and multivariate methods, *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 23(2), 147-163.

- Roussel, P., Durieu, F., Campoy, E., & El Akremi, A. (2002). *Méthodes d'équations structurelles: recherche et application en gestion*. Paris, Economica.
- Roussillon, R. (2012). *Agonie, clivage et symbolisation*, Presses Universitaires de France.
- Russ, J. (1995). *La pensée éthique contemporaine*. Coll. Que-sais-je? PUF. Paris.
- Salmon, A. 2003. « L'appel aux valeurs morales vise à désamorcer les conflits », *Le Monde Campus*, 13 mai.
- Sage, L., Kavussanu, M., & Duda, J. (2006). Goal orientations and moral identity as predictors of prosocial and antisocial functioning in male association football players. *Journal of Sports Sciences*, 24 (5): 455-66.
- Santi, S. & Derive, J (2003). *La communauté. Fondements psychologiques et idéologiques d'une représentation identitaire*, Grenoble : Publications de la MSH-Alpes.
- Schilck, M. (2009). *Théorie générale de la connaissance*, trad. Christian Bonnet, Paris : Gallimard, coll. Bibliothèque de philosophie.
- Schlenker, B. R. (2008). Integrity and character: Implications of principled and expedient ethical ideologies. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 27 (10), 1078-1125
- Schnake, M. E., & Dumler, M. P. (2003). Levels of measurement and analysis issues in organizational citizenship behaviour research. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76, 283-301.
- Schultz, M. & Hernes, T. (2013). A Temporal Perspective on Organizational Identity, in *Organization Science*, vol. 24, no. 1, 1-21.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.
- Schwartz S. (2006). « *Les valeurs de base de la personne : théorie, mesures et applications* », *Revue française de sociologie* n°4, vol.47.
- Schwartz, S.H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values: *Online readings in psychology and culture*, 2(1), <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1116>
- Schwartz, S.H., & Howard, J.A. (1984). Internalized values as motivators of altruism. In E. Staub, D. Bar-Tal, J. Karylowski, & J. Reykowski (Eds.), *The development and maintenance of prosocial behavior: International perspectives on positive development*, 229-255, New York: Plenum.

- Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1995). Generalized Self-Efficacy Scale. In J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston (Eds.), *Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs*, 35-37, Windsor, UK: Nfer-Nelson.
- Séguin, M. & Lapalme, M-E. (2017). *Gérer la dimension éthique en entreprise : 2e édition*, CEC.
- Schalm, R.L. et Kelloway, E.K. (2001). The relationship between response rate and effect size in occupational health psychology research. *Journal of Occupational Health Psychology*, 6(2), 160–163.
- Shao, R., Aquino, K., & Freeman, D. (2008). Beyond moral reasoning: A review of moral identity research and its implications for business ethics. *Business Ethics Quarterly*, 18, 513–540.
- Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in experimental and nonexperimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods*, 7(4), 422-445.
- Siroux, D. (2004). Déontologie, dans *M. Canto-Sperber (dir.), Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale*, Paris, Quadrige, p. 474-477.
- Skolnick, J. (2005). Corruption and the Blue Code of Silence, in *Policing Corruption: International Perspectives*, ed. R. Sarre, D.K. Das & H.J. Albrecht, Lanham. Maryland, USA: Lexington Books.
- Smith, C., Organ, D., & Near, J. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68, 653-663.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. *Sociological Methodology*, 13,290-312.
- Sparks, J. R., & Hunt, S. D. (1998). Marketing researcher ethical sensitivity: Conceptualization, measurement, and exploratory investigation. *Journal of Marketing*, 62, 92–109.
- Spinoza, B. (1677). *Éthique* (du *Ethica Ordine Geometrico Demonstrata* ou *Ethica More Geometrico Demonstrata*).
- Statistics Canada, Statistical Consultation Group (2014). *The Canadian Forces Workplace Harassment Survey (CFWHS): Findings from the Designated Group Members (Report contracted by DGMPRA)*.
- Steiger, J. H. (1990). Structural model evaluation and modification: An interval estimation approach. *Multivariate Behavioral Research*, 25: 173–180.

- Steinmetz, H., Schmidt, P., Tina-Booh, A., Wieczorek, S., & Schwartz, S. H. (2009). Testing measurement invariance using multigroup CFA: Differences between educational groups in human values measurement, *Quality and Quantity*, 43(4), 599-616.
- Stets, J. E., & Carter, M. J. (2006). The moral identity: A principal level identity. In K. A. McClelland & T. J. Fararo (Eds.), *Purpose, meaning, and action: Control system theories in sociology*, 293–316, New York: Palgrave MacMillan.
- Straub, C. (1988). *The Unit First*, Washington: National Defence University Press.
- Sun, J. (2005). Assessing goodness of fit in confirmatory factor analysis. *Measurement and Evaluation in Counselling and Development*, 37, 240–256.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics*. Toronto, Canada: Allyn and Bacon.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics: Fifth edition*. Boston, MA: Pearson.
- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations*, 33-47. Monterey, CA: Brooks-Cole.
- Tajfel H., Bilig M., Bundy R.P., Flament C. (1999). Social catégorisation and intergroup behaviour, *European Journal of Social Psychology*, 1, 149-178 cité et traduit par Geneviève Vinsonneau, *Inégalités sociales et procédés identitaires*, Paris : Armand colin.
- Tanaka, J. S., & Huba G. J. (1985). A fit index for covariance structure models under arbitrary GLS estimation. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 38: 197–201.
- Tap, P. (1979). Relations interpersonnelles et genèse de l'identité, *Annales, UTM. Homo*, XVIII, 7-43.
- Tappan, M. B. 1999. Authoring a moral self: A dialogical perspective. *Journal of Constructivist Psychology*, 12: 117-31.
- Taylor, C. (1998). *Les sources du moi. La formation de l'identité moderne*, Paris : Seuil.
- Tenbrunsel, A., & Smith-Crowe, K. (2008). Ethical decision making: where we've been and where we're going. *The Academy of Management Annals*, 2(1), 545-607.
- Tenenhaus, M. (2008). Utilisation des modèles à équations structurelles en analyse sensorielle, *Revue Modulad*, 38, 87-92.

- Thomas d'Aquin (Saint). (1224-1274), *Summa theologiae*, Traduit par A. M. Roguet, *Somme théologique*, Cerf, 4 t., 1984-1986.
- Thompson, R. A. (2009). Early foundations: Conscience and the development of moral character. In D. Narvaez & D. Lapsley (Eds.), *Personality, identity, and character: Explorations in moral psychology*, 159–184, New York: Cambridge University Press.
- Trautman, N. (2000). Police Code of Silence Facts Revealed, Paper presented at International Association of Chiefs of Police: Legal Officers' Section, Accessed online: <http://www.aele.org/loscode2000.html>.
- Treviño, L.K., Gibson, D.G., Weaver, G.R., & Toffler, B.L. (1999). Managing ethics and legal compliance: What works and what hurts. *California Management Review*, 41 (2), 131-151.
- Treviño, L. K., & Nelson, K. (2004). *Managing business ethics: straight talk about how to do it right*. NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Treviño, L.K., Weaver, G.R., & Reynolds, S.J. (2006). Behavioral Ethics in Organizations: A Review, *Journal of Management*, Vol. 32 No. 6, December 2006, 951-990.
- Trivers, R. (1971). The Evolution of Reciprocal Altruism. *The Quarterly Review of Biology*, 46, 35-57
- Turnipseed, D.L. (2002). Are good soldiers good? Exploring the link between organizational citizenship behaviour and personnel ethics. *Journal of Business Research*, 55, 1–15.
- Valdesolo, P. & DeSteno, D. (2006). Manipulations of emotional context shape moral judgment. *Psychological Science*, 17(6), 476–477.
- Vallerand, R.J. (1989). Vers une méthodologie de validation trans-culturelle de questionnaires psychologiques : Implications pour la recherche en langue française. *Psychologie Canadienne*, 30, 662-680.
- Vandenberg, R. J. (2002). Toward a further understanding of and improvement in measurement invariance methods and procedures, *Organizational Research Methods*, 5(2), 139-158.
- Van Dyne, L., Cummings, L. L., & McLean Parks, J. (1995). Extra-role behaviors: In pursuit of construct and definitional clarity (a bridge over muddied waters). In L. L. Cummings & B. M. Staw (Eds.), *Research in Organizational Behavior*, Vol. 17, 215-285, Greenwich, CT: JAI Press.
- Van Dyne, L., Cummings, L.L., & Parks, J.M. (1995). Extra role behaviors: In pursuit of construct and definitional clarity (a bridge over muddied waters). In L. L. Cummings & L. Van Dyne, J. Graham & R. M. Dienesch, (1994). Organizational citizenship behavior: construct redefinition, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 37, 765-802.

- Van Knippenberg, D., van Knippenberg, B., De Cremer, D., & Hogg, M. A. (2004). Leadership, self, and identity: A review and research agenda. *The Leadership Quarterly*, 15, 825–856.
- Van Scotter, J. R. & Motowidlo, S. J. (1996) Interpersonal facilitation and job dedication as separate facets of contextual performance. *Journal of Applied Psychology*, 81, 525-531.
- Vardi, Y. & Weitz, E. (2004). *Misbehavior in organizations: Theory, research, and management*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum
- Vardi, Y., Wiener, Y. (1996). Misbehavior in organizations: A motivational Framework, *Organization Science*, 7:151-165.
- Victor, B., & Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, 33(1), 101–125.
- Vigoda-Gadot, Eran. 2006. Compulsory Citizenship Behavior: Theorizing Some Dark Sides of the Good Soldier Syndrome in Organizations, in *Journal for the Theory of Social Behaviour*, vol. 36, no.1, 77-93
- Wagner, S. L., & Rush, M. C. (2000). Altruistic organizational citizenship behavior. *The Journal of Social Psychology*, 140(3), 379–391.
- Wah, L. (1998). Workplace conscience needs a boost. *Management Review*, 87, 6.
- Walker, L. J., & Hennig, K. H. (1997). Moral development in the broader context of personality. In S. Hala (Ed.), *The development of social cognition*, 297–327, East Sussex, England: Psychology Press.
- Walker, L., Hennig, K., & Krettenauer, T. (2000). Parent and peer contexts for children's moral reasoning development. *Child Development*, 71: 1033 -1048.
- Walker, L., & Taylor, J. (1991). Family interactions and the development of moral reasoning. *Child Development*, 62: 264-283.
- Wallon, H. (1945). *Les origines de la pensée chez l'enfant*, Paris, PUF, 1945.
- Walsh, J. P., & Tseng, S-F (1998). The effects of job characteristics on work. *Work and Occupations*, 25(1), 74–96.
- Walzer, M. (1989). Deux aspects de la responsabilité militaire. Dans L.J. Mathews and D.E. Brown (éditeur). *The Parameters of Military Ethics*. *International Defence Publisher's Inc.*, 1989, (p. 67-72).

- Warner C.H., Appenzeller GN, Mobbs A., Parker J.R., Warner C.M., Grieger T., Hoge CW. (2011). *Effectiveness of battlefield-ethics training during combat deployment: a programme assessment*, (Rapport de recherché) Lancet. Sep. 2011 Sep 3;378(9794):915-24. doi: 10.1016/S0140-6736(11)61039-8. PMID: 21890056.
- Werner, S., Praxedes, M. et Kim, H.-G. (2007). The reporting of nonresponse analyses in survey research. *Organizational Research Methods*, 10(2), 287-295.
- Warren, D. (2003). Constructive and destructive deviance in organizations, *Academy of Management Review*, 28 622-632.
- Weaver, G. R. (2006). Virtue in organizations: Moral identity as a foundation for moral agency. *Organization Studies*, 27(3): 341-368.
- Weaver G.R., & Trevino, LK. (2001b). The role of human resources in ethics/compliance management. A fairness perspective, *Human Resource Management Review*, (11), n°4, p. 651-671.
- Weil, É. (1960). *Philosophie morale*, Paris : Vrin.
- Weisburd, W., Greenspan, R., Hamilton, E.E., Williams, H., & Bryant, K. (2000). Police Attitudes Toward Abuse of Authority : Findings from a National Study, *The National Institute of Justice Research in Brief*, 1-14.
- Wells, D. & Schminke, M. (2001), Ethical development and human resources training: an interactive framework, *Human Resource Management Revue*, Vol. 11, No 1-2: 135-158.
- Wenek, K.W.J. (1993). *Le métier d'officier et la déontologie*. Département de psychologie militaire et de leadership. Collège militaire royal du Canada, Kingston, On.
- Wenker, K.H. (1981). Moralité et subordination militaire. *Air University Review*. 32(5), 76-83.
- William B.S. Jr., Gomez, A Seyle, D.C. Morales, J.F. & Huici, C. (2009). Identity Fusion: The Interplay of Personal and Social Identities in Extreme Group Behavior, *Journal of Personality and Social Psychology*, 96 (5), 995–1011.
- Winslow, D. (2004). Rites of passage and group bonding in the Canadian airborne. *Armed Forces & Society*, 25(3), 147-170.

- Winslow, D. (2000). "Misplaced Loyalties: Military Culture and the Breakdown of Discipline in Two Peace Operations", in Carol McCann & Ross Pigeau (dir.), *The Human in Command*, New York: Kluwer Academic/ Plenum Publishers.
- Winterich, K., Aquino, K., Mittal, V., & Swartz, R. (2013). When moral identity symbolization motivates prosocial behavior: The role of recognition and moral identity internalization. *Journal of Applied Psychology*, 98, 759–770.
- Winterich, K.P., Mittal, V., & Ross JR., W.T. (2009). Donation behaviour toward in-groups and out-groups: The role of gender and moral identity. *Journal of Consumer Research*, 36(2), 199–214.
- Yiing, L.H. & Bin Ahmad, K.Z. (2009) The Moderating Effects of Organizational Culture on the Relationships between Leadership Behaviour and Organizational Commitment and between Organizational Commitment and Job Satisfaction and Performance, *Leadership and Organization Development Journal*, 30, 53-86.
- Zellars. K., Tepper B., & Duffy M. 2002. Abusive supervision and subordinates' organizational citizenship behavior. *Journal of Applied Psychology*, 87: 1068-76.
- Zhu, X.S., Barnes-Farrell, J.L. et Dalal, D.K. (2015). Stop apologizing for your samples, start embracing them. *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice*, 8(2), 228-232.

ANNEXE A : QUESTIONNAIRE DE RECHERCHE

Informations sociodémographiques

Quelle est votre situation d'emploi?

- Force régulière
- Force réserve
- Civil

Quel est votre grade (Séniorité)?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> MR subalterne → | <input type="checkbox"/> sdt/mat 3/mat 2 |
| | <input type="checkbox"/> cpl/mat 1 |
| | <input type="checkbox"/> cplc/matc |
| <hr/> | |
| <input type="checkbox"/> MR supérieur → | <input type="checkbox"/> sgt/cm 2 |
| | <input type="checkbox"/> adj/cm 1 |
| | <input type="checkbox"/> adjum/pm 2 |
| | <input type="checkbox"/> adjuc/pm 1 |
| <hr/> | |
| <input type="checkbox"/> Officier subalterne → | <input type="checkbox"/> slt/ens 2 |
| | <input type="checkbox"/> lt/ens 1 |
| | <input type="checkbox"/> capt/ltv |
| <hr/> | |
| <input type="checkbox"/> Officier supérieur → | <input type="checkbox"/> maj/capc |
| | <input type="checkbox"/> lcol/capf |
| | <input type="checkbox"/> col/capv |
| | <input type="checkbox"/> gén/offr gén |

Combien d'années de service avez-vous cumulées dans les FAC ou au MDN?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> De 0 à 5 ans | <input type="checkbox"/> De 16 à 20 ans |
| <input type="checkbox"/> De 6 à 10 ans | <input type="checkbox"/> De 21 à 25 ans |
| <input type="checkbox"/> De 11 à 15 ans | <input type="checkbox"/> Plus de 25 ans |

Instruction/Formation

2. Au cours de la dernière année, avez-vous:	Oui	Non	Je ne sais pas
Participé à une séance de dialogue officielle ou informelle sur l'éthique (p. ex., un groupe de discussion portant sur l'éthique en milieu de travail) dans votre milieu de travail?			
Participé à une séance d'information sur l'éthique?			

Identité Morale (Variable indépendante et facteur de modération)

Voici des caractéristiques pouvant servir à décrire une personne.

Bienveillante
Amicale
Serviable

Compatissante
Généreuse
Honnête

Juste
Travailleuse
Gentille

La personne qui possède ces caractéristiques peut être vous ou quelqu'un d'autre. Prenez un moment pour visualiser le type de personne qui possède ces caractéristiques. Imaginez comment elle pense, se sent et agit. Une fois que vous aurez une image claire de la personne, répondez aux questions ci-dessous.

	Pas du tout d'accord 1	2	3	4	Tout à fait d'accord 5
Je serais heureux de posséder ces caractéristiques.					
Le fait de posséder ces caractéristiques est un élément important de mon identité.					
J'aurais honte de posséder ces caractéristiques.					
Le fait de posséder ces caractéristiques n'est pas vraiment important pour moi.					
Je désire fortement posséder ces caractéristiques.					

Citoyenneté Organisationnelle (Variable dépendante)

Veillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les énoncés ci-dessous en vous servant de l'échelle d'évaluation donnée

	Pas du tout d'accord 1	2	3	4	5	6	Tout à fait d'accord 7
Votre taux de présence au travail est supérieur à la norme. Vous ne prenez pas de pauses supplémentaires.							
Vous respectez les règles et les règlements du MDN/des FAC même quand personne ne vous surveille.							
Vous êtes l'un des employés/membres les plus consciencieux.							

Vous croyez en un travail effectué de façon consciencieuse pour un salaire raisonnable.							
Vous participez à des réunions qui ne sont pas obligatoires, mais qui sont considérées comme étant importantes.							
Vous participez à des activités qui ne sont pas obligatoires, mais qui sont bonnes pour l'image de l'organisation.							
Vous vous tenez au courant des changements qui ont lieu dans l'organisation.							
Vous prenez connaissance des annonces, des notes de service, etc., et vous tenez à jour à ce sujet.							
Vous prenez des mesures pour prévenir des problèmes avec d'autres employés.							

Vous portez attention à la façon dont votre comportement affecte le travail des autres.							
Vous n'abusez pas des droits des autres.							
Vous essayez d'éviter de créer des problèmes pour vos collègues.							
Vous tenez compte des répercussions de vos actes sur les collègues.							

Vous aidez les personnes qui ont été absentes.							
Vous aidez d'autres personnes qui doivent composer avec une lourde charge de travail.							
Vous aidez à orienter les personnes nouvellement arrivées même si vous n'avez pas à le faire.							
Vous êtes disposé à aider des personnes qui ont des problèmes liés au travail.							
Vous êtes toujours prêt à donner un coup de main aux personnes qui vous entourent.							

ANNEXE B : STATISTIQUES DES ANALYSES DE FRÉQUENCES ET DES CALCULS DES COEFFICINTS D'ASYMÉTRIE ET D'APLATISSEMENT

Distributions de réponses en fonctions des énoncés de la variable identité morale

Tableau 37 : Je serais heureux de posséder ces caractéristiques

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	4	.4
2	3	.3
3	48	4.7
4	231	22.5
5 Tout à fait d'accord	742	72.2
Total	1028	100.0

Tableau 38 : Le fait de posséder ces caractéristiques est un élément important de mon identité

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	5	.5
2	7	.7
3	72	7.0
4	318	30.9
5 Tout à fait d'accord	626	60.9
Total	1028	100.0

Tableau 39 : J'aurais honte de posséder ces caractéristiques

	Fréquence	%
5 Pas du tout d'accord	23	2.2
4	15	1.5
3	24	2.3
2	61	5.9
2 Tout à fait d'accord	905	88.0
Total	1028	100.0

Tableau 40 : Le fait de posséder ces caractéristiques n'est pas vraiment important pour moi

	Fréquence	%
5 Pas du tout d'accord	28	2.7
4	27	2.6
3	54	5.3
2	151	14.7
2 Tout à fait d'accord	768	74.7
Total	1028	100.0

Tableau 41 : Je désire fortement posséder ces caractéristiques

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	17	1.7
2	19	1.8
3	97	9.4
4	312	30.4
5 Tout à fait d'accord	583	56.7
Total	1028	100.0

Distributions de réponses en fonctions des énoncés de la variable comportements de citoyenneté organisationnelle

Tableau 42 : Votre taux de présence au travail est supérieur à la norme

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	8	.8
2	7	.7
3	16	1.6
4	83	8.1
5	106	10.3
6	280	27.2
7 Tout à fait d'accord	528	51.4
Total	1028	100.0

Tableau 43 : Vous ne prenez pas de pauses supplémentaires

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	17	1.7
2	24	2.3
3	39	3.8
4	93	9.0
5	157	15.3
6	275	26.8
7 Tout à fait d'accord	423	41.1
Total	1028	100.0

Tableau 44 : Vous respectez les règles et les règlements du MDN/des FAC même quand personne ne vous surveille

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	5	.5
2	3	.3
3	6	.6
4	26	2.5
5	93	9.0
6	372	36.2
7 Tout à fait d'accord	523	50.9
Total	1028	100.0

Tableau 45 : Vous êtes l'un des employés/membres les plus consciencieux

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	7	.7
2	8	.8
3	19	1.8
4	131	12.7
5	238	23.2
6	403	39.2
7 Tout à fait d'accord	222	21.6
Total	1028	100.0

Tableau 46 : Vous croyez en un travail effectué de façon consciencieuse pour un salaire raisonnable

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	8	.8
2	2	.2
3	5	.5
4	33	3.2
5	102	9.9
6	382	37.2
7 Tout à fait d'accord	496	48.2
Total	1028	100.0

Tableau 47 : Vous participez à des réunions qui ne sont pas obligatoires, mais qui sont considérées comme étant importantes

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	32	3.1
2	36	3.5
3	50	4.9
4	138	13.4
5	204	19.8
6	398	38.7
7 Tout à fait d'accord	170	16.5
Total	1028	100.0

Tableau 48 : Vous participez à des activités qui ne sont pas obligatoires, mais qui sont bonnes pour l'image de l'organisation

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	32	3.1
2	46	4.5
3	74	7.2
4	162	15.8
5	225	21.9
6	296	28.8
7 Tout à fait d'accord	193	18.8
Total	1028	100.0

Tableau 49 : Vous vous tenez au courant des changements qui ont lieu dans l'organisation

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	9	.9
2	14	1.4
3	24	2.3
4	95	9.2
5	217	21.1
6	413	40.2
7 Tout à fait d'accord	256	24.9
Total	1028	100.0

Tableau 50 : Vous prenez connaissance des annonces, des notes de service, etc., et vous tenez à jour à ce sujet

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	8	.8
2	14	1.4
3	28	2.7
4	90	8.8
5	217	21.1
6	402	39.1
7 Tout à fait d'accord	269	26.2
Total	1028	100.0

Tableau 51 : Vous prenez des mesures pour prévenir des problèmes avec d'autres employés.

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	2	.2
2	1	.1
3	5	.5
4	55	5.4
5	196	19.1
6	429	41.7
7 Tout à fait d'accord	340	33.1
Total	1028	100.0

Tableau 52 : Vous portez attention à la façon dont votre comportement affecte le travail des autres

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	2	.2
2	2	.2
3	8	.8
4	33	3.2
5	151	14.7
6	424	41.2
7 Tout à fait d'accord	408	39.7
Total	1028	100.0

Tableau 53 : Vous n'abusez pas des droits des autres

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	2	.2
2	2	.2
3	3	.3
4	19	1.8
5	73	7.1
6	335	32.6
7 Tout à fait d'accord	594	57.8
Total	1028	100.0

Tableau 54 : Vous essayez d'éviter de créer des problèmes pour vos collègues

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	4	.4
2	2	.2
3	6	.6
4	17	1.7
5	86	8.4
6	402	39.1
7 Tout à fait d'accord	511	49.7
Total	1028	100.0

Tableau 55 : Vous tenez compte des répercussions de vos actes sur les collègues

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	.	.
2	.	.
3	4	.4
4	25	2.4
5	94	9.1
6	449	43.7
7 Tout à fait d'accord	456	44.4
Total	1028	100.0

Tableau 56 : Vous aidez les personnes qui ont été absentes

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	4	.4
2	5	.5
3	9	.9
4	58	5.6
5	143	13.9
6	423	41.1
7 Tout à fait d'accord	386	37.5
Total	1028	100.0

Tableau 57 : Vous aidez d'autres personnes qui doivent composer avec une lourde charge de travail

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	2	.2
2	1	.1
3	2	.2
4	35	3.4
5	141	13.7
6	449	43.7
7 Tout à fait d'accord	398	38.7
Total	1028	100.0

Tableau 58 : Vous aidez à orienter les personnes nouvellement arrivées même si vous n'avez pas à le faire

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	3	.3
2	1	.1
3	4	.4
4	31	3.0
5	134	13.0
6	435	42.3
7 Tout à fait d'accord	420	40.9
Total	1028	100.0

Tableau 59 : Vous êtes disposé à aider des personnes qui ont des problèmes liés au travail

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	1	.1
2	1	.1
3	3	.3
4	29	2.8
5	120	11.7
6	436	42.4
7 Tout à fait d'accord	438	42.6
Total	1028	100.0

Tableau 60 : Vous êtes toujours prêt à donner un coup de main aux personnes qui vous entourent

	Fréquence	%
1 Pas du tout d'accord	.	.
2	.	.
3	2	.2
4	23	2.2
5	105	10.2
6	400	38.9
7 Tout à fait d'accord	498	48.4
Total	1028	100.0

Calculs des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement

Tableau 61 : Statistiques des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement en fonction des énoncés

	Coefficient d'asymétrie	Erreur type du coefficient d'asymétrie	Coefficient d'aplatissement	Erreur type du coefficient d'aplatissement	M	ET
Identité morale						
Je serais heureux de posséder ces caractéristiques	-2.084	.076	5.540	.152	4.66	0.62
Le fait de posséder ces caractéristiques est un élément important de mon identité	-1.550	.076	2.997	.152	4.51	0.70
J'aurais honte de posséder ces caractéristiques	-3.670	.076	13.360	.152	4.76	0.76
Le fait de posséder ces caractéristiques n'est pas vraiment important pour moi	-2.401	.076	5.418	.152	4.56	0.91
Je désire fortement posséder ces caractéristiques	-1.638	.076	2.959	.152	4.39	0.86
Comportements de citoyenneté organisationnelle						
Votre taux de présence au travail est supérieur à la norme	-1.648	.076	2.955	.152	6.14	1.17
Vous ne prenez pas de pauses supplémentaires	-1.323	.076	1.386	.152	5.79	1.41
Vous respectez les règles et les règlements du MDN/des FAC même quand personne ne vous surveille	-2.071	.076	6.952	.152	6.31	0.90
Vous êtes l'un des employés/membres les plus consciencieux	-.942	.076	1.355	.152	5.61	1.12

Vous croyez en un travail effectué de façon consciencieuse pour un salaire raisonnable		-2.095	.076	7.073	.152	6.26	0.95
Vous participez à des réunions qui ne sont pas obligatoires, mais qui sont considérées comme étant importantes		-1.101	.076	.865	.152	5.26	1.46
Vous participez à des activités qui ne sont pas obligatoires, mais qui sont bonnes pour l'image de l'organisation		-.788	.076	.062	.152	5.10	1.54
Vous vous tenez au courant des changements qui ont lieu dans l'organisation		-1.217	.076	2.014	.152	5.68	1.74
Vous prenez connaissance des annonces, des notes de service, etc., et vous tenez à jour à ce sujet		-1.192	.076	1.840	.152	5.7	1.18
Vous prenez des mesures pour prévenir des problèmes avec d'autres employés		-.953	.076	1.584	.152	6.00	0.92
Vous portez attention à la façon dont votre comportement affecte le travail des autres		-1.308	.076	3.010	.152	6.14	0.89
Vous n'abusez pas des droits des autres		-2.025	.076	6.834	.152	6.44	0.79
Vous essayez d'éviter de créer des problèmes pour vos collègues		-2.062	.076	7.646	.152	6.34	0.84

Vous tenez compte des répercussions de vos actes sur les collègues		-1.087	.076	1.431	.152	6.29	0.76
Vous aidez les personnes qui ont été absentes		-1.445	.076	3.252	.152	6.06	0.99
Vous aidez d'autres personnes qui doivent composer avec une lourde charge de travail		-1.213	.076	2.981	.152	6.16	0.84
Vous aidez à orienter les personnes nouvellement arrivées même si vous n'avez pas à le faire		-1.429	.076	4.077	.152	6.19	0.86
Vous êtes disposé à aider des personnes qui ont des problèmes liés au travail		-1.220	.076	2.619	.152	6.24	0.82
Vous êtes toujours prêt à donner un coup de main aux personnes qui vous entourent		-1.048	.076	.897	.152	6.33	0.76

Tableau 62 : Statistiques des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement en fonction des échelles

	Conscience	Civique	Courtoisie	Altruiste	Total CCO	Identité morale
<i>N</i>	1028	1028	1028	1028	1028	1028
<i>M</i>	6.02	5.44	6.24	6.19	5.97	4.52
<i>ET</i>	0.83	1.06	0.69	0.72	0.66	0.60
Coefficients d'asymétrie	-1.272	-.839	-1.090	-.932	-.730	-1.551
Erreur type du coefficient d'asymétrie	.076	.076	.076	.076	.076	.076
<i>Z</i>	-16.73	- 11.03	-14.34	-12.26	-9.60	-20.40
Coefficient d'aplatissement	3.101	1.036	1.619	1.145	.496	2.813
Erreur type du coefficient d'aplatissement	.152	.152	.152	.152	.152	.152
<i>Z</i>	20.40	6.81	10.65	7.53	3.26	18.50

Note. *Z* = Coefficients d'asymétrie/Erreur type du coefficient d'asymétrie; *Z* = Coefficient d'aplatissement/Erreur type du coefficient d'aplatissement.

Transformations des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement

Tableau 63 : Statistiques des transformations des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement

Échelles	SQRT				Logarithme				Inverse			
	CAS	ETC AS	CAP	ETC AP	CAS	ET CAS	CAP	ETCAP	CAS	ETC AS	CAP	ETC AP
Conscience + 1	-1.736	.076	6.639	.152	-2.872	.076	1.976	.152	-1.176	.076	2.367	.152
Civique	-1.399	.076	3.657	.152	-2.350	.076	1.052	.152	-1.106	.076	1.743	.152
Courtoisie + 1	-1.380	.076	3.145	.152	-1.730	.076	5.393	.152	-.839	.076	1.036	.152
Altruiste	-1.106	.076	1.686	.152	-1.365	.076	2.891	.152	-.887	.076	.836	.152
Total CCO + 1	-.917	.076	1.056	.152	1.639	.076	4.267	.152	-.730	.076	.496	.152
Identité morale + 1	-1.682	.0760	3.253	.152	1.323	.076	.489	.152	-1.089	.076	-.632	.152

Note. CAS = Coefficients d'asymétrie; ETCAS = Erreur type du coefficient d'asymétrie; CAP = Coefficient d'aplatissement; ETCAP = Erreur type du coefficient d'aplatissement.

Tableau 64 : Statistiques des transformations des coefficients d'asymétrie et d'aplatissement (Valeur Z)

Échelles	Z/SQRT		Z/Log		Z/Inverse	
	CAS	CAP	CAS	CAP	CAS	CAP
Conscience + 1	-22.842	43.677	-37.789	13.000	-15.473	15.572
Civique	-18.407	24.059	-30.921	6.921	-14.552	11.467
Courtoisie + 1	-18.157	20.690	-22.763	35.480	-11.039	6.815
Altruiste	-14.552	11.092	-17.960	19.019	-11.671	5.500
Total CCO + 1	-12.065	6.947	21.565	28.072	-9.605	3.263
Identité morale + 1	-22.131	21.401	17.407	3.217	-14.328	-4.157

Note. Note. Z = Coefficients d'asymétrie/Erreur type du coefficient d'asymétrie; Z = Coefficient d'aplatissement/Erreur type du coefficient d'aplatissement. CAS = Coefficients d'asymétrie; CAP = Coefficient d'aplatissement.