

COMMUNICATION INDIVIDUELLE

Voix enfantine, voix séduisante ? Étude sociophonétique sur les pratiques vocales chez les francophones belgesLee Yu-Tse — *Université Catholique de Louvain, Belgique***RÉSUMÉ**

Cette communication examine les usages interactionnels de la voix enfantine chez de jeunes adultes francophones en Belgique. Ce style vocal, caractérisé par une fréquence fondamentale élevée et dynamique, et parfois une nasalisation marquée, évoque spontanément l'image de l'enfance et de la mignonnerie. Ce style est reconnu et nommé dans certaines cultures asiatiques — comme le *sajiao* à Taïwan ou l'*amai koe* au Japon — en tant que pratique langagière manifestant une image de soi à la fois plus féminine, plus mignonne et moins imposante. En contexte francophone, la présence de ce registre vocal est rarement thématisée, mais elle est également mobilisée, notamment dans un contexte plus intime. Mon objectif est d'explorer si, et comment, la voix enfantine peut fonctionner comme une stratégie de séduction et de politesse en contexte francophone. Loin d'être un simple jeu vocal ou stylistique, elle mobiliserait les codes de la mignonnerie comme ressource interactionnelle. En effet, d'être « mignon » ne relève pas uniquement d'une esthétique : c'est aussi une posture relationnelle qui active des représentations d'innocence, de douceur ou de vulnérabilité. Ces traits peuvent être utilisés pour apaiser, amadouer ou influencer subtilement les dynamiques sociales (Granot et al., 2014). Ce travail s'inscrit dans une approche sociophonétique en s'articulant aux théories de la performativité du genre de Butler et de l'indexicalité des styles vocaux (Eckert, 2008). La voix est envisagée comme un outil à travers lequel se construisent des identités sociales situées et la voix enfantine devient un moyen de naviguer entre conformité aux attentes genrées et tactiques relationnelles. Cette approche permet également d'examiner comment ces normes genrées, sociales et interactionnelles s'articulent avec la pratique de séduction. Les études sur la séduction vocale ont montré que, avec les normes genrées hétéronormatives, les locuteurs hétérosexuels masculins ont généralement tendance à abaisser leur voix pour accentuer une image de masculinité. Du côté des locutrices, les

pratiques sont plus contrastées : certaines augmentent leur fréquence fondamentale, tandis que d'autres la diminuent. Une étude plus récente (Arnold, 2018) sur les locutrices et locuteurs francophones belges observe un abaissement significatif de la F0 lorsqu'ils s'adressent à une personne qu'ils souhaitent séduire (-10 % chez les femmes, -11 % chez les hommes). Cette baisse est interprétée comme une tentative de projeter confiance en soi et assertivité. À l'inverse, la voix enfantine, par son timbre plus aigu et sa prosodie plus expressive, semble proposer une stratégie de séduction alternative, fondée non sur la domination, mais sur une vulnérabilité feinte, une douceur ou une distance plus intime entre les personnes. Ce style vocal rejoint l'observation de Léon sur la voix charmeuse de Brigitte Bardot en évoquant une image (acoustique) à la fois petite et coquette (Léon, 1993 : 82). Pour tester cette hypothèse, une méthode mixte a été mise en place, combinant analyse acoustique et entretiens. Le protocole s'inspire de celui développé par Arnold (2018), en l'adaptant pour inclure explicitement un registre « enfantin » aux côtés d'autres registres : neutre, amical, ironique et séducteur. Soixante participant·e·s (francophones belges ou résidant en Belgique, majoritairement dans la vingtaine) ont été recruté·e·s selon une répartition du genre et l'orientation sexuelle, dans le but d'inclure également l'interaction amoureuse non hétérosexuelle. Ils et elles ont été invité·e·s à produire des phrases dans chacun des registres à travers des lectures élicitées et des jeux de rôle simulant des interactions amicales ou amoureuses. Les productions sont analysées selon plusieurs paramètres acoustiques (F0, étendue mélodique, qualité vocale, débit). Des entretiens semi-directifs ont également été menés afin de cerner les intentions, les représentations et les ressentis plus nuancés et holistiques de la part de chaque participant·e.

Les résultats préliminaires issus des entretiens révèlent que la voix enfantine est utilisée bien au-delà du stéréotype de pratique langagière féminine. Elle est

également produite par des hommes, y compris hétérosexuels, dans des contextes de proximité, soit amicaux, familiaux ou amoureux. Plusieurs participant·e·s décrivent l'avoir utilisée pour « désamorcer une tension », « paraître plus mignon·ne pour demander attention/affection » ou encore « obtenir quelque chose gentiment ». Cette voix est donc activement mobilisée dans les relations interactionnelles en faisant écho à la stratégie de politesse négative et positive.

Ces observations prolongent notre étude antérieure menée dans un autre contexte linguistique sur le sajjao, où la voix enfantine dépasse les normes du genre et navigue dans le rapport au pouvoir (Anonymat, 2025 ; sous presse). Dans les deux cas, cette voix permet de négocier les rapports de genre et les dynamiques interpersonnelles, parfois en contournant les normes dominantes. Loin d'être marginale ou uniquement féminine, la voix enfantine apparaît ici comme une ressource vocale polyvalente, articulant mignon-

nerie et séduction dans la construction des relations sociales. Elle invite à élargir notre compréhension des pratiques vocales genrées et à repenser ces normes avec les attentes sociales, genrées et relationnelles dans les interactions quotidiennes.

MOTS-CLÉS : Sociophonétique, genre, séduction vocale

RÉFÉRENCES

- Anonyme. (s. d.). [Titre du document ou de l'œuvre]
- Arnold, A. (2018). L'abaissement de la fréquence fondamentale comme pratique de séduction. Dans *Actes des XXXIle Journées d'Études sur la Parole* (p. 424-432). <https://doi.org/10.21437/JEP.2018-49>
- Eckert, P., et McConnell-Ginet, S. (2013). *Language and gender* (2e éd.). Cambridge University Press.
- Granot, E., Alejandro, T. B., et Russell, L. T. M. (2014). A socio-marketing analysis of the concept of cute and its consumer culture implications. *Journal of Consumer Culture*, 14(1), 66-87. <https://doi.org/10.1177/1469540513480160>
- Léon, P. (1993). *Précis de phonostylistique : parole et expressivité*. Nathan