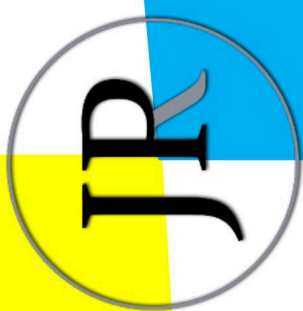


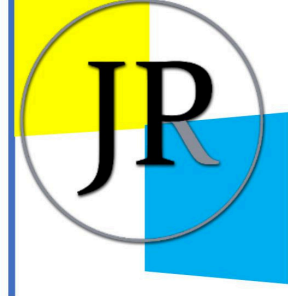
LYCÉE POLYVALENT

PAULINÉ
ROLAND



XVI





NO.16

Fondateur & référent journal
Fabien MELLADO
Lycée Pauline ROLAND 17 avenue
du Général De Gaulle - 94550
Chevilly-Larue
Rédacteurs & contributeurs*
(3ème de couverture)
Mise en page et relecture : Le
comité journal accompagné de
Fabien MELLADO
Suivi professionnel JPR Muriel
GENSSE (France info) & Thierry
BOUVARD (TV5 Monde).

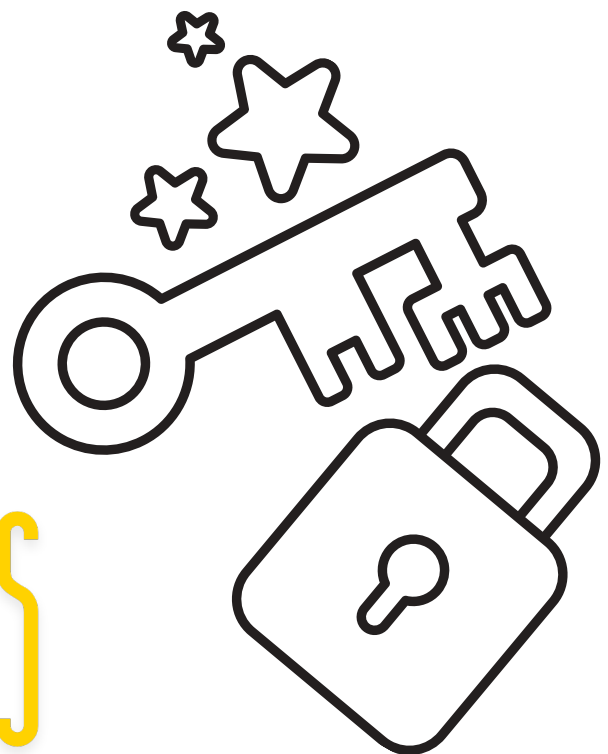
SOMMAIRE...

PAGE 3 EDITO

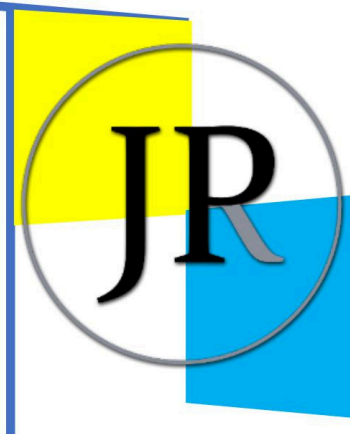
PAGE 4
Découvrons

PAGE 14
ECLAIRONS

PAGE 22
MODE



PAGE 28
*Productions
arts à tout-va*



EDITO



JPR.XVI

Après un premier volume où le multiculturalisme a été mis à l'honneur (et vous avez été nombreux à embarquer avec nous — merci !), le JPR revient pour un deuxième numéro, sans thème imposé, mais toujours avec la même passion. L'occasion de vous dire un grand merci pour votre soutien et de féliciter l'équipe pour son travail incroyable, sans oublier de saluer Monsieur MELLADO pour toute l'organisation dont la mise en page du premier numéro a clairement mis la barre très haut.

Pour ce volume, on vous emmène dans des univers variés : un face-à-face stratégique avec les échecs, une réflexion brute sur le racisme, un voyage aux Comores qui sent bon l'évasion, un zoom sur la mode qui flirte avec le digital, et quelques surprises pour pimenter le tout.

Le journal grandit, s'affirme et continue de se construire grâce à vous, lecteurs avisés, et grâce à nous, rédacteurs réguliers, motivés à produire des récits riches et attrayants. Retrouvez-nous sur nos réseaux sociaux pour suivre nos actus et coulisses, et n'oubliez pas de jeter un œil à nos affiches disséminées dans le lycée.

N'oubliez pas : le JPR est votre journal. Alors lisez, partagez et, pourquoi pas, rejoignez l'aventure !

Bonne lecture... et à la prochaine page ;)



NEW

Découvrons

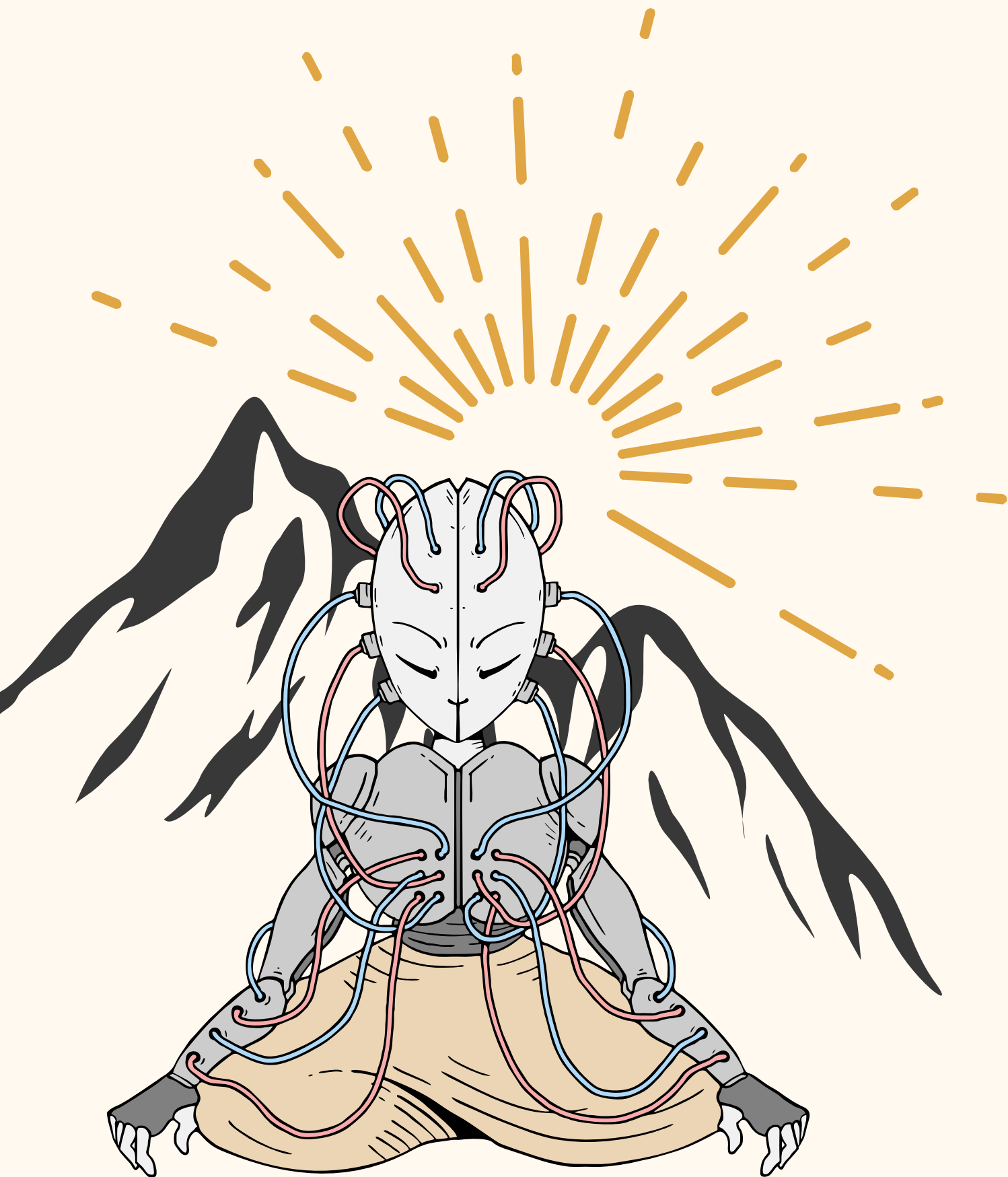
L'IA

PAGE 6

VOYAGE ET LES
ECHECS

PAGE 8

MOTIVATION
ET REUSSITE
SCOLAIRE
PARTIE 2





GROSSON EMILIE 2GT2

"L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE NE FAIT
PAS LE POIDS FACE À LA STUPIDITÉ
NATURELLE"

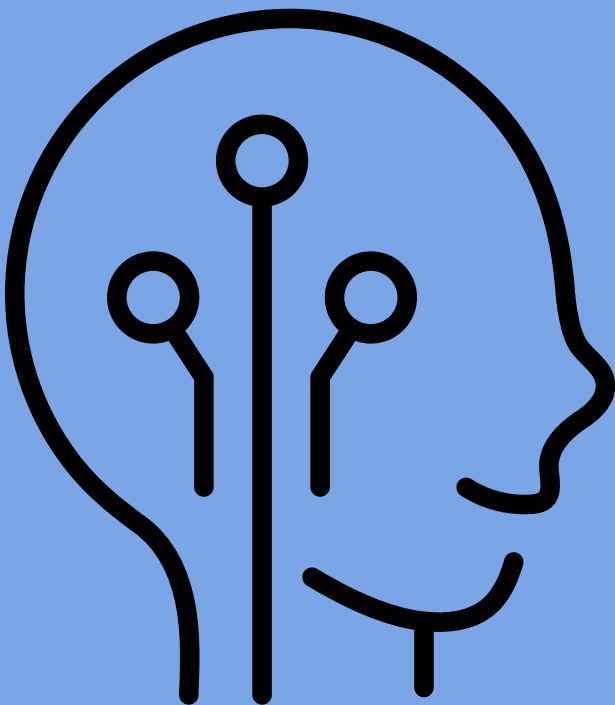
ALBERT EINSTEIN

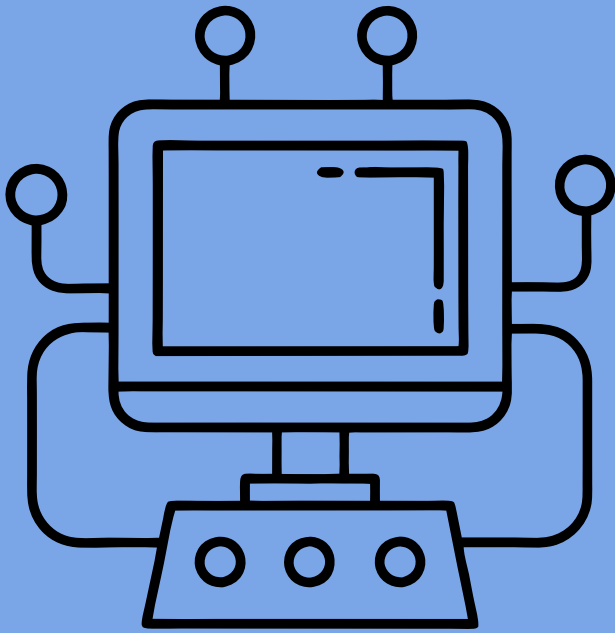
**COMMENT
L'INTELLIGENCE
ARTIFICIELLE PEUT-ELLE
RÉVOLUTIONNER LES
MÉTHODES
D'APPRENTISSAGE?**

Selon le Parlement européen l'intelligence artificielle (IA) une machine capable de "reproduire des comportements liés aux humains, tels que le raisonnement, la planification et la créativité".

L'IA depuis plusieurs années est perçue comme un ennemi pour l'Education nationale qui ira jusqu'à mettre à disposition des professeurs des logiciels permettant de repérer l'utilisation de celle-ci. Mais depuis peu l'Education nationale semble changer son fusil d'épaule en intégrant des formations en ligne sur l'IA pour les élèves mais aussi pour les professeurs et tout cela sera mis en place à la rentrée 2025. Les classes dans lesquelles les élèves recevront cette formation seront la classe de 4ème et celle de seconde.

Suite à ces annonces, on peut se demander : dans quels domaines l'IA pourrait-elle "révolutionner les méthodes d'apprentissage"?





Celle-ci pourrait apporter une réelle amélioration des méthodes pédagogiques en permettant une personnalisation de l'apprentissage. C'est-à-dire que grâce aux données de chaque étudiant l'IA pourrait proposer un parcours éducatif plus adapté. Par exemple en donnant des exercices en fonction du niveau et du rythme de chacun. Maintenant, du côté du professeur elle peut aussi permettre une automatisation de certaines tâches répétitives comme la correction de devoirs, tout en identifiant les erreurs des élèves. Cela permettrait à l'enseignant de se concentrer sur les points faibles de la classe et de réexpliquer les notions du cours non maîtrisées par les élèves. Tout de même, certains professeurs sont en désaccord avec le fait de laisser une machine noter des devoirs, sachant que les notes ont un impact direct sur la scolarité des élèves, selon eux, cela pose un problème éthique.

- IMAGE

[HTTPS://ACCELERATIONDIGITALE.MEDIUM.CO
M/LES-IA-G%C3%A9N%C3%A9RATIVES-DANS-
L%C3%A9DUCATION-AIDE-OU-DANGER-
85B5A718D0B3](https://accelerationdigitale.medium.com/les-ia-g%C3%A9n%C3%A9ratives-dans-l%C3%A9ducation-aide-ou-danger-85b5a718d0b3)

- TEXTE

[HTTPS://WWW.UNESCO.ORG/FR/DIGITAL-
EDUCATION/ARTIFICIAL-INTELLIGENCE?
UTM_SOURCE=CHATGPT.COM](https://www.unesco.org/fr/digital-education/artificial-intelligence?utm_source=chatgpt.com)
[HTTPS://WWW.LEMONDE.FR/
HTTPS://TOURISME.AC-
VERSAILLES.FR/SPIP.PHP?
ARTICLE1916=&UTM_SOURCE=CHATGPT.COM](https://www.lemonde.fr/tourisme/article/2025/02/06/les-ia-g%C3%A9n%C3%A9ratives-dans-l%C3%A9ducation-aide-ou-danger-85b5a718d0b3)
[HTTPS://WWW.LIBERATION.FR/SOCIETE/EDUC
ATION/IA-FORMATIONS-POUR-LES-ELEVES-
AIDE-POUR-LES-PROFS-OUTIL-DE-GESTION-
ELISABETH-BORNE-MET-A-JOUR-LE-
LOGICIEL-DE-LECOLE-
20250206_ZLD3JVFJ4BBBLAKYZFSNYAFVNO/](https://www.liberation.fr/societe/education/ia-formations-pour-les-eleves-aide-pour-les-profs-outil-de-gestion-elisabeth-borne-met-a-jour-le-logiciel-de-lecole-20250206_ZLD3JVFJ4BBBLAKYZFSNYAFVNO/)

LA VILLE DE CHONG- QING



LA VILLE LA PLUS GRANDE DE CHINE.

CHONGQING SE SITUE EN CHINE. ELLE EST L'UNE DES VILLES AYANT UNE DES PLUS BELLES VUES NOCTURNES RIVALISANT MÊME AVEC SHANGHAI. ELLE POSSÈDE ÉGALEMENT UNE TRÈS BONNE CUISINE LOCALE. ELLE EST ÉGALEMENT SURNOMMÉE LA VILLE MONTAGNE OU VILLE ESCALIER, NOTAMMENT CAR SES BÂTIMENTS MONTENT ET DESCENDENT EN CASCADE DE PAR LE FAIT QU'ILS SONT CONSTRUITS CONTRE DES MONTAGNES.



PARC D'ELING.



RIVIERE YANGTZE.

ACTIVITÉS À CHONGQING :

DANS UN PREMIER TEMPS, NOUS AVONS LES CROISIÈRES DE 50 MINUTES AU BORD DE LA RIVIERE YANGTZE, PUIS LE RAFLER CITY ET SON MÉTRO IMBLEMENTAIRE QUI PASSE À TRAVERS UN IMMEUBLE.



MÉTRO.

LALIOUI CHAHINEZE

LES ÉCHECS

Les Échecs sont un jeu qui se joue avec 16 pièces de chaque côté sur un plateau de 64 cases. Le but de ce jeu est de mettre le roi adverse dans une position où il est menacé, tout en l'empêchant de se protéger ou d'échapper.

À l'origine, les échecs ont été créés en Inde. Il y a plus de 1500 ans. Ils se sont ensuite répandus vers le Moyen-Orient grâce au monde musulman lors de la conquête de l'Inde par les musulmans, et sont finalement arrivés en Afrique du Nord par l'expansion des arabo-musulmans et en Europe dès le IX^{ème} siècle via l'Espagne musulmane (Al-Andalus), les croisades revenant du Levant et les routes commerciales avec Byzance.

Aujourd'hui, les échecs sont connus dans le monde entier, mais se jouent de moins en moins sur un plateau réel et de plus en plus sur un plateau virtuel. Grâce à internet, il devient très facile d'apprendre à jouer et à s'améliorer aux échecs, surtout depuis l'apparition de l'IA qui a complètement changé le monde des échecs. Cette innovation permet de jouer contre un adversaire plus ou moins fort (selon nos préférences) qui peut immédiatement trouver le meilleur coup à jouer dans toutes situations. Ces IA deviennent alors un outil pour tous bons joueurs d'échecs, qui, grâce à elle, vont s'améliorer beaucoup plus efficacement. Par exemple, Magnus Carlsen, le meilleur joueur d'échecs au monde, s'entraîne grâce à l'aide de l'IA.

Source : Wikipédia

Motivation et réussite scolaire

N'HÉSITEZ PAS À VOUS PROCURER LE NUMÉRO PRÉCÉDENT, LE JPR #15 ! PRÉCÉDEMMENT, NOUS AVONS DÉCOUVERT CE QUE SONT LA MOTIVATION INTRINSÈQUE ET EXTRINSÈQUE. POUR FAIRE COURT, LA MOTIVATION INTRINSÈQUE EST INTÉRIEURE, ELLE EST LIÉE À NOTRE SIMPLE ENVIE DE FAIRE QUELQUE CHOSE (PAR PLAISIR, PAR INTÉRÊT) TANDIS QUE LA MOTIVATION EXTRINSÈQUE EST CARACTÉRISÉE PAR UN FACTEUR EXTERNE (OBTENTION D'UNE RÉCOMPENSE, D'UNE RECONNAISSANCE SOCIALE, ÉVITEMENT D'UNE SANCTION...). NOUS AVONS ÉGALEMENT ABORDÉ DIFFÉRENTES CONSÉQUENCES DES MOTIVATIONS INTRINSÈQUES ET EXTRINSÈQUES, AINSI QUE LEURS LIENS AVEC LES RÉCOMPENSES ET LA COMPÉTITION. NOUS AVONS FINI PAR ÉVOQUER CE QU'ON PEUT APPELER LA "STRATÉGIE D'AUTO-HANDICAP". LORS DE LA DÉFINITION DES DEUX TYPES DE MOTIVATION, NOUS AVONS RAPIDEMENT CITÉ L'AMOTIVATION : C'EST SUR ELLE QUE NOUS ALLONS NOUS CONCENTRER CETTE FOIS-CI. ÊTES-VOUS PRÊTS ?

"Après avoir écrit la première partie de mon article, je ne l'ai pas continué tout de suite et j'ai complètement perdu le fil. Mince... Je vais devoir me replonger dans mes recherches, dans le livre sur lequel je m'appuie... Mais comment vais-je faire pour m'y remettre ? Je ne vais jamais y arriver ! Et puis, de toute façon, c'est toujours pareil avec moi... Enfin, j'ai d'autres talents on va dire..."

Eh bien, heureusement que j'écris un article sur la motivation ! ;p

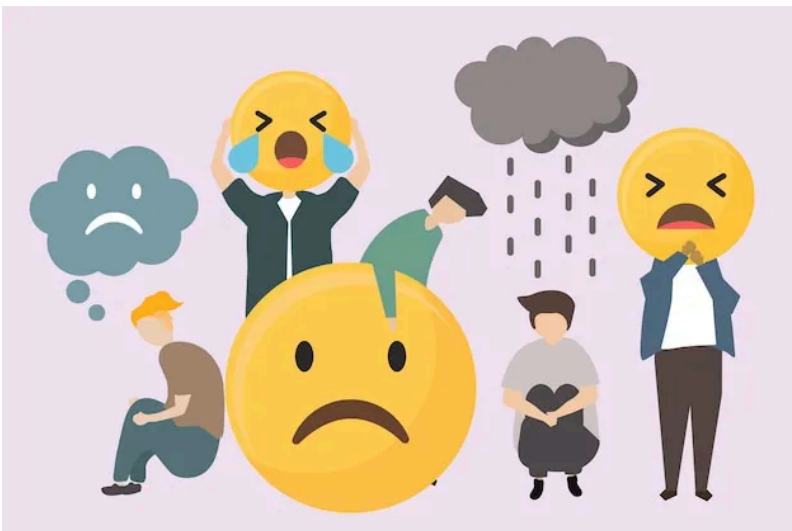
ÉCHEC ET RÉSIGNATION

À présent, nous allons nous concentrer sur la résignation apprise, ou amotivation, sur laquelle nous avons passé rapidement. Ces deux termes expriment le fait qu'un individu ne voit plus de lien entre son action et les résultats obtenus... Ce qui amène généralement à une passivité face aux événements négatifs rencontrés.

Le même phénomène est observable chez les animaux.

Ajoutons que le découragement est accentué lors d'une demande excessive, de la même manière qu'un jeu vidéo excessivement difficile finit par dégoûter le joueur. De plus, généralement, plus l'individu a des difficultés initialement et plus vite il va se décourager devant l'immensité de la tâche : la surcharge peut donc ralentir l'apprentissage, d'où la nécessité de le découper.

Plus concrètement, on remarque notamment que des textes confus (une consigne, un texte à étudier...) peuvent aisément provoquer la résignation à cause de phrases trop longues ou bien emboîtées avec des parenthèses, des digressions... qui, à force, surchargent notre mémoire à court terme. (Prenez-en de la graine et pensez à vos correcteurs d'examen !)



INTERPRÉTATION DE L'ÉCHEC

Commençons par observer, grâce à une étude menée sur des enfants de fin primaire, **les réactions qui peuvent éclore face à l'échec.**

Dans cette expérience, les enfants doivent résoudre huit problèmes "de succès", puis quatre autres "d'échecs", c'est-à-dire impossibles à résoudre (en gros, les informations sont erronées). Au bout de six problèmes, réussis comme prévu, les enfants sont invités à exprimer leur ressenti. Ils affirment tous apprécier l'activité et montrent un intérêt pour la suite de la tâche. C'est quand les problèmes "d'échecs" commencent que deux modèles émergent...

D'un côté, un certain nombre d'enfants voient ces échecs comme un défi personnel plutôt qu'une compétition sociale : ils restent positifs sur leurs chances de réussir. Autrement dit, ils continuent de penser qu'ils vont réussir le problème suivant et ils testent de nouvelles stratégies.

D'un autre côté, au contraire, les enfants résignés sont de plus en plus convaincus qu'ils ne vont pas y arriver. Ils expriment des sentiments négatifs et déclarent qu'ils n'aiment finalement pas l'activité, qu'ils manquent d'intelligence ou de mémoire ; ils parlent de leurs talents dans d'autres domaines ; certains essaient de modifier les règles ou s'orientent vers des stratégies inadéquates...

Cet exemple est, je trouve, très parlant : on constate que **l'échec peut agir comme un renforcement négatif** -créant une attitude de résignation-, **mais il peut aussi être perçu comme informatif** : il permet alors de chercher de meilleures solutions ! A vous-même de choisir la meilleure attitude dans votre quotidien. ;D

Nous avons donc expliqué que la résignation correspond à la disparition, pour l'individu, d'un lien entre son action et le résultat obtenu. À ce stade-là, nous cherchons le plus souvent à expliquer la cause de ce qu'on perçoit comme incontrôlable. Les causes attribuées à l'échec survenu suivent principalement ces trois axes :

- **Résignation globale ≠ spécifique :**

-> je suis nul(le) "tout court" ≠ je suis nul(le) dans telle ou telle matière

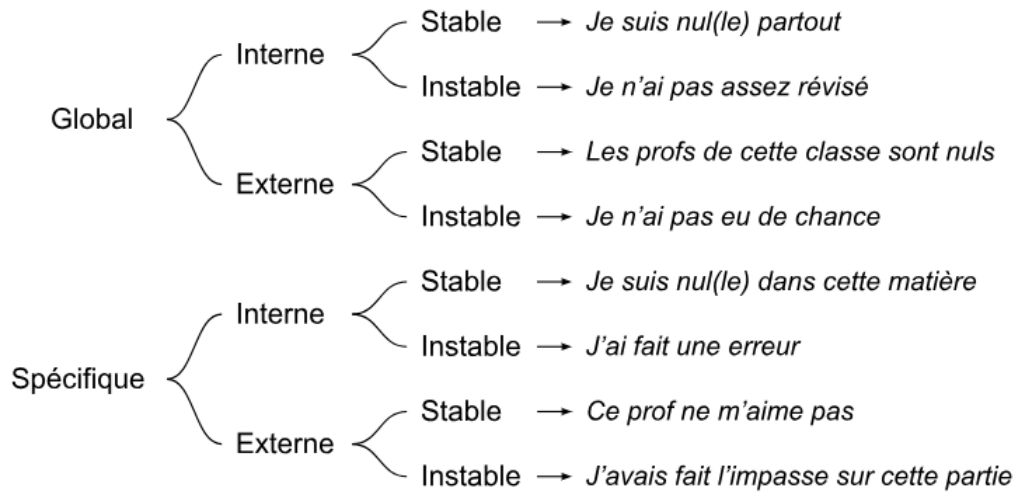
- **Cause interne ≠ externe :**

-> j'ai raté à cause de mon incompetence ≠ j'ai raté parce qu'il y avait trop de bruit

- **État stable ≠ temporaire :**

-> je ne réussis jamais ≠ je n'ai pas réussi cette fois là

Attributions en cas d'échec



Pour vous donner une meilleure idée de ce que cela signifie, observez la magnifique carte heuristique suivante, pour laquelle je me suis grandement inspirée de *Motivation et réussite scolaire*. On peut y lire des exemples d'attributions que pourrait faire un élève en cas d'échec.

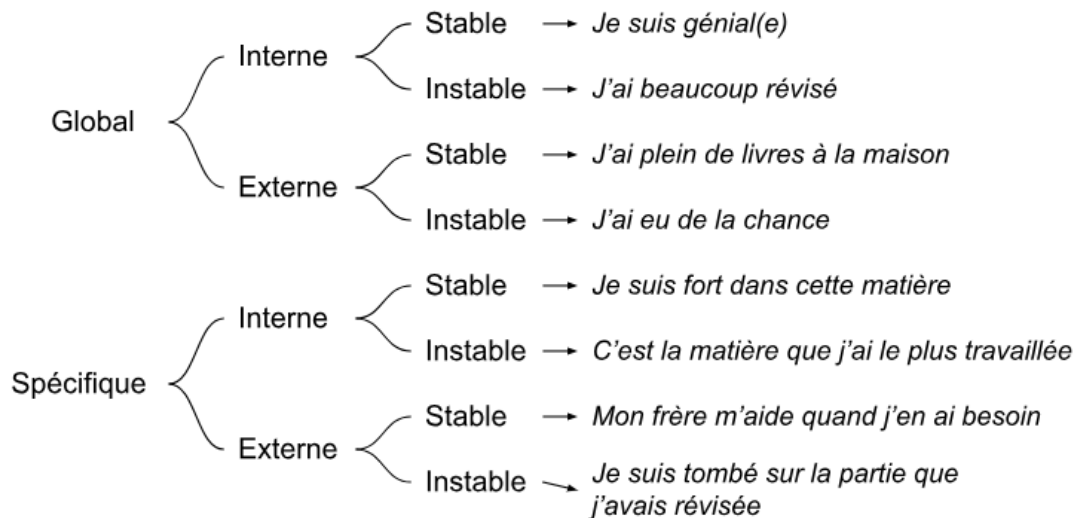
D'ailleurs, on peut penser que la résignation spécifique est moins grave qu'une résignation globale. Certes... Néanmoins, comme les matières sont hiérarchisées, un échec en mathématiques est souvent perçu comme plus grave ; il devient un échec global. Pourtant, la plupart des matières sont prédictrices de la réussite scolaire :

autrement dit, un élève bon en histoire-géographie, par exemple, a tout autant de chances de "réussir" qu'un élève bon en mathématiques.

Cela reste donc essentiel de valoriser les points forts de l'élève en difficulté, en insistant sur la spécificité de l'échec et l'importance des différentes matières.

Maintenant, observez le cas l'inverse : la carte heuristique suivante donne des exemples d'attributions qu'un élève pourrait faire en cas de réussite.

Attributions en cas de réussite



**“SI TU PEUX RENCONTRER TRIOMPHE APRÈS DÉFAITE
ET RECEVOIR CES DEUX MENTEURS D'UN MÊME FRONT [...] / ALORS LES ROIS,
LES DIEUX, LA CHANCE ET LA VICTOIRE / SERONT À TOUT JAMAIS TES
ESCLAVES SOUMIS”**

(EXRAIT DU POEME “IF” DE RUDYARD KIPLING)

Un phénomène amusant et évident saute aux yeux. En cas d'échec, l'individu a plutôt tendance à l'attribuer à une cause externe : c'est une manière de se protéger, pour pouvoir considérer l'échec comme transitoire. A l'inverse, en cas de réussite, l'individu a plutôt tendance à l'attribuer à une cause interne, pour garder un sentiment de compétence et de contrôle sur la situation... De fait, alors qu'on peut souvent entendre, face à un échec, que c'était le “destin”, rares sont ceux qui admettent qu'ils ont réussi parce qu'ils ont été aidés.

Au passage, on comprend mieux l'attrance pour les prédictions astrologiques : “Quoi, en effet, de plus externe que les astres et quoi de plus instable puisque les prédictions changent tous les jours, et même d'un magazine à l'autre...” (Motivation et réussite scolaire)

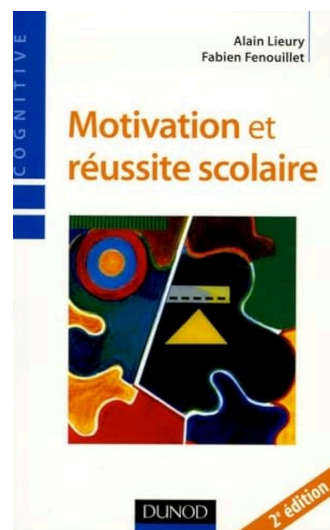
J'espère que vous avez apprécié cette deuxième partie ! Nous avons approfondi le sujet de l'échec et de la résignation en nous appuyant sur les attributions de l'échec à des causes externes ou internes, de manière stable ou temporaire, menant à une résignation spécifique ou bien globale... Encore une fois, ne lâchez rien ! Dans le prochain numéro, enfin :

III. Quelle motivation favoriser ?

Nous nous concentrerons alors sur le milieu scolaire : nous aborderons la question des notes, du renforcement positif, des conditions qui permettent de (se) motiver...

A très bientôt ! ;D

AMELIE LEIBER



SOURCE PRINCIPALE : *MOTIVATION ET RÉUSSITE SCOLAIRE*, ALAIN LIEURY ET FABIEN FENOUILLET, 3E ÉDITION, © DUNOD, PARIS, 2013
[HTTPS://YOUTU.BE/OHA5IH5VLJ0?SI=-CWPUBCU1DLAT0K0](https://youtu.be/OHA5IH5VLJ0?si=CWPUBCU1DLAT0K0), C'EST QUOI LA MOTIVATION ? MOTIVATION — WIKIPÉDIA
[HTTPS://WWW.CNRTL.FR/DEFINITION/MOTIVATION](https://www.cnrtl.fr/definition/motivation)

Last
MINUTE

**LE JOURNAL PAULINE
ROLAND DEVIENT POUR
LA DEUXIÈME FOIS
LAUREAT MEDIATIKS !
UNE CÉRÉMONIE DE
REMISE DE PRIX SERA
ORGANISÉE LE 20 JUIN
PROCHAIN À LA BNF
POUR RÉCOMPENSER LES
MEILLEURS JOURNAUX
LYCEENS**



**Concours national
de médias scolaires**



Le centre pour l'éducation
aux médias et à l'information



NEW

ECLAIRONS



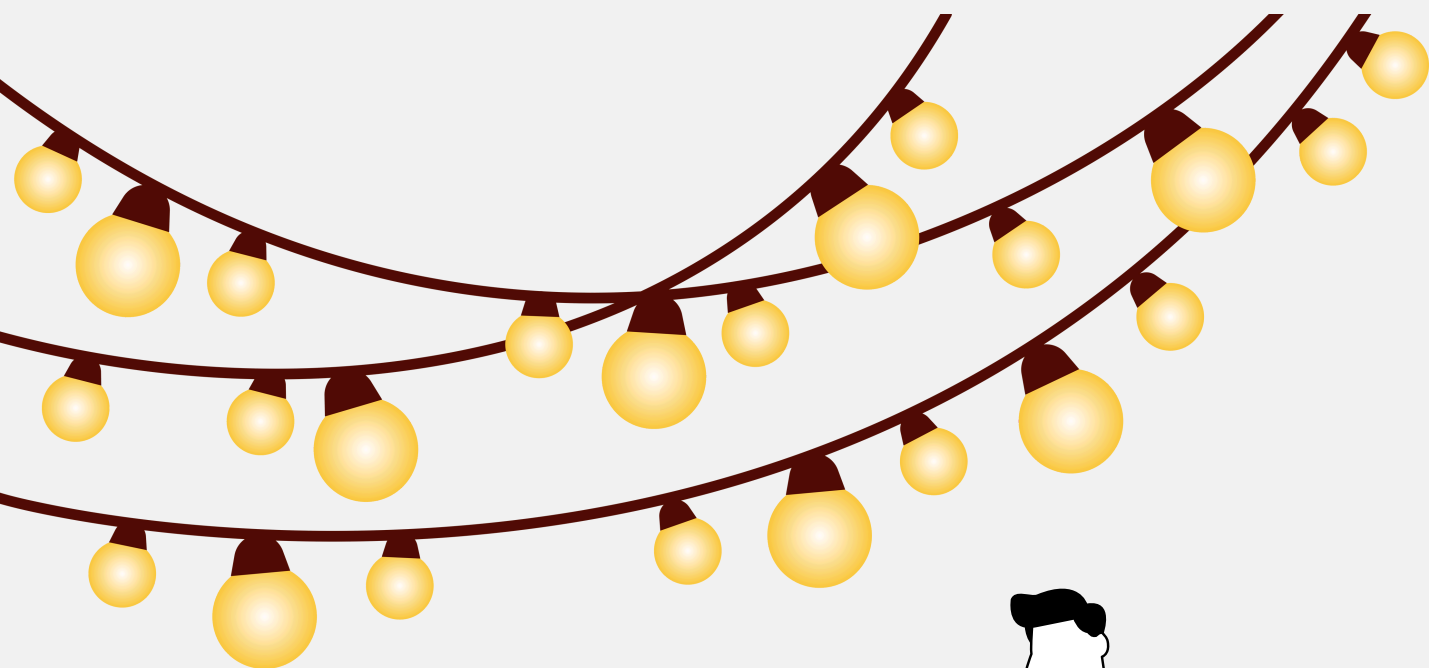
L'ÉVOLUTION DES THÈMES
DES CHANSONS D'AMOUR

PAGE 16

CNEWS, BFMTV: DES MEDIAS
SOUS INFLUENCE ?

PAGE 20





L'ÉVOLUTION DES THÈMES DES CHANSONS D'AMOUR

Les premières chansons d'amour connues proviennent de la civilisation sumérienne en Mésopotamie, il y a environ 4000 ans. Elles étaient des poèmes écrits sur des tablettes cunéiformes puis chantés lors des rites sacrés et des cérémonies religieuses afin de renforcer les liens entre les dieux et les humains et garantir la fertilité pour les temps à venir. Les thèmes des chansons étaient l'amour romantique, la beauté et la fertilité, comme par exemple dans le Chant d'amour pour Shu-Sin, texte situé vers 2000 avant J-C, louant la beauté et l'amour d'une mariée joyeuse et d'un roi nommé Shu-Sin.

Mais comment ces chansons d'amour ont pu évoluer au fil des temps et dans le monde ?

You & Me

LES POÈMES LYRIQUES ET LES CHANSONS DE LA GRÈCE ANTIQUE

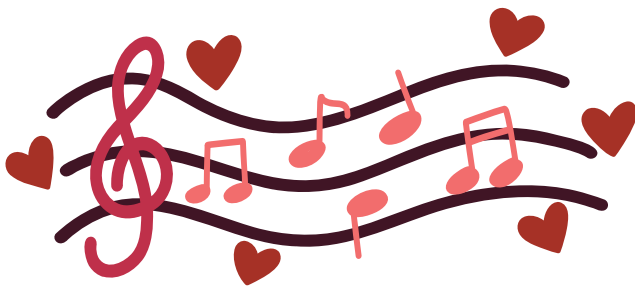
Nous connaissons tous les mythes héroïques et épiques de la Grèce Antique au cours des 400 dernières années avant la naissance de J-C, mais les Grecs écrivaient aussi des poèmes lyriques et des chansons. Ces œuvres évoquaient l'amour passionné, la beauté physique et les relations idéalisées. Nous pouvons citer les œuvres de Sappho, une des poétesses les plus célèbres de la Grèce antique. Elle est surtout connue pour ses poèmes lyriques explorant les thèmes de l'amour, de la passion et de la beauté. Malheureusement, la plupart des œuvres de Sappho nous sont parvenues sous forme de fragments, mais ces derniers montrent toujours la puissance de son écriture, comme celui-là :

"Il semble à moi que cet homme-là est l'égal des dieux,
L'homme qui est assis en face de toi
Et qui écoute ton doux murmure..."



LES TROUBADOURS DU MOYEN AGE

Les troubadours étaient des poètes et compositeurs lyrique, généralement d'origine occitane (région du sud de la France) ou provençale. On les trouvait avec des instruments variés comme la flûte à bec, la flûte traversière, la flûte de pan, la vielle, la harpe, le triangle, ou encore le luth et ils chantaient l'amour courtois, un amour idéalisé et souvent non réciproque. Les thèmes incluent donc la dévotion, la loyauté et la noblesse. Guillaume IX d'Aquitaine, souvent considéré comme troubadour, a écrit des poèmes d'amour courtois au XI^e siècle comme *Companho, farai un vers qu'er covinen* :



"Compagnons, je ferai un vers qui conviendra,
De telle façon que jamais il ne m'ennuiera.
Je veux que l'amour soit le sujet,
Car c'est ce que j'aime le plus au monde."

Ce poème reflète les thèmes typiques de l'amour courtois : la dévotion, l'admiration de la beauté, et l'expression d'un amour idéal et non réciproque.

L'EUROPE ENTRE LE 17^E ET LE 18^E SIÈCLE : L'OPÉRA

Contrairement aux thèmes précédents, l'Europe entre le XVII^e et le XVIII^e siècle connaît un changement radical des thèmes dans les chansons d'amour. L'opéra et les chansons baroques explorent des thèmes d'amour tragique, de passion et de jalousie. Les œuvres de compositeurs comme Haendel et Monteverdi illustrent cette période, notamment avec *Giulio Cesare in Egitto* (représentation de l'opéra). Dans cet opéra, Haendel explore les relations complexes entre les personnages, notamment l'amour tragique entre Cesare et Cleopatra, ainsi que la jalousie et la passion qui en résultent.

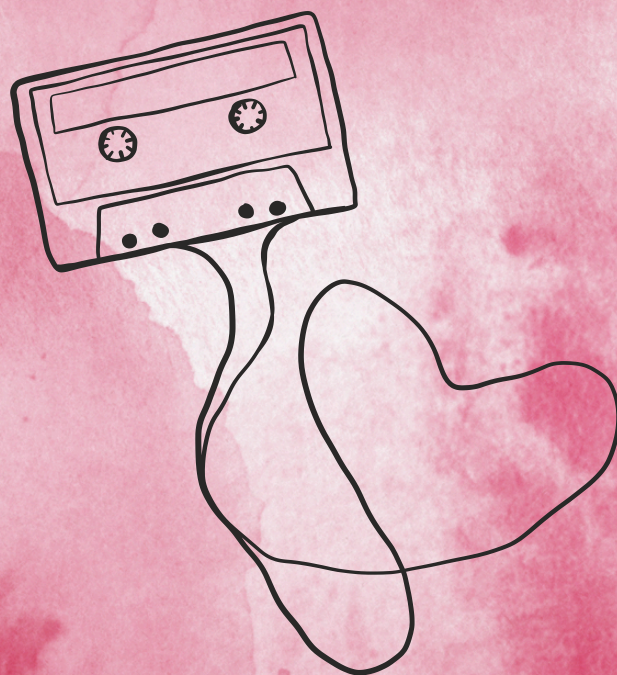


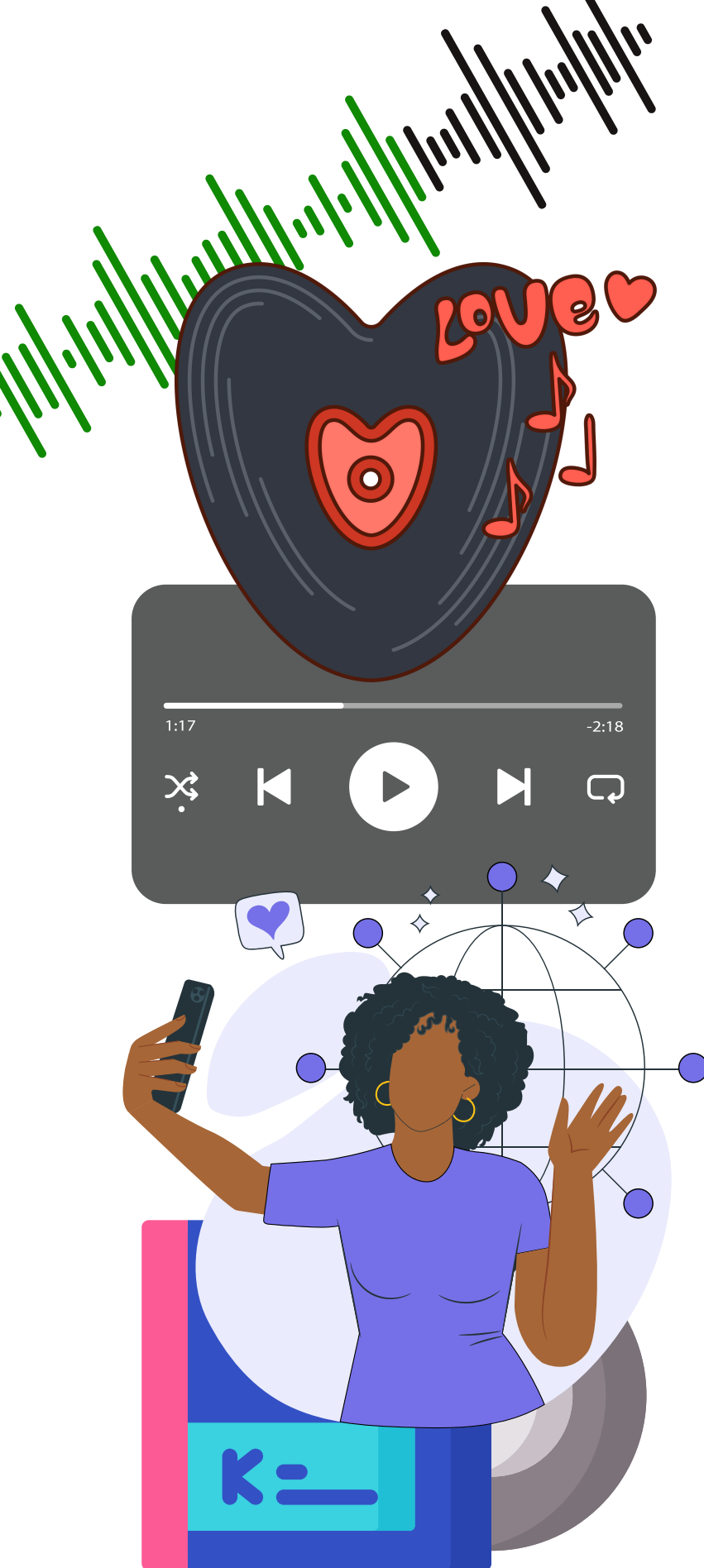
LES CHANSONS POPULAIRES AU XIXE SIÈCLE

En Europe et en Amérique, les romances et les chansons populaires mettent en avant l'amour romantique en racontant des histoires de passion et de relations intimes. Elles célèbrent souvent les moments de bonheur entre les amoureux, mais abordent aussi des sentiments de nostalgie en évoquant des souvenirs d'amour passé et de mélancolie lorsqu'une relation se termine. Ces chansons capturent l'essence des émotions humaines, qu'il s'agisse de la joie de l'amour ou de la tristesse de la séparation, et trouvent un écho dans le cœur des auditeurs par leur simplicité et leur sincérité. Par exemple, La Vie en Rose d'Édith Piaf évoque des sentiments profonds d'amour et de bonheur, tout en ayant une mélodie qui évoque la mélancolie. Édith Piaf chante l'intensité de la beauté des moments partagés avec l'être aimé, faisant de cette chanson un classique intemporel qui touche le cœur de nombreux auditeurs.

LES NOUVEAUX STYLES DU XXE SIÈCLE

Le monde voit au XXe siècle la naissance de nouveaux genres musicaux comme le jazz, le blues, le rock'n'roll et la pop, qui explorent une variété de thèmes amoureux. Ils expriment l'amour passionné avec des mélodies intenses, racontent les peines de cœur avec des paroles poignantes, abordent l'amour interdit avec des récits audacieux, et célèbrent la joie de l'amour avec des rythmes entraînants. Prenons l'exemple d'I Will Always Love You de Whitney Houston. Cette chanson emblématique, sortie en 1992, exprime la profondeur de l'amour et la tristesse de la séparation, tout en célébrant les souvenirs heureux d'une relation passée.





LES CHANSONS D'AMOUR AUJOURD'HUI

Les chansons d'amour modernes abordent de nouveaux thèmes, comme les relations en ligne, la diversité des relations (amour LGBTQ+), et l'autonomisation des individus. Elles parlent aussi des défis contemporains, tels que les relations à distance et les pressions sociales. Les artistes expriment l'amour sous différentes formes, reflétant la complexité et la diversité des expériences amoureuses d'aujourd'hui. Ces chansons montrent comment l'amour s'adapte et évolue avec notre société moderne. Étant à notre époque, nous connaissons beaucoup d'exemples tels que Digital Love de Daft Punk. Cette chanson explore l'idée de l'amour à l'ère numérique, où les interactions et les relations sont influencées par la technologie. Les paroles parlent de la manière dont les sentiments peuvent se développer à travers des moyens numériques, tout en abordant les défis de ces relations modernes. La chanson montre comment l'amour s'adapte avec notre société technologique.

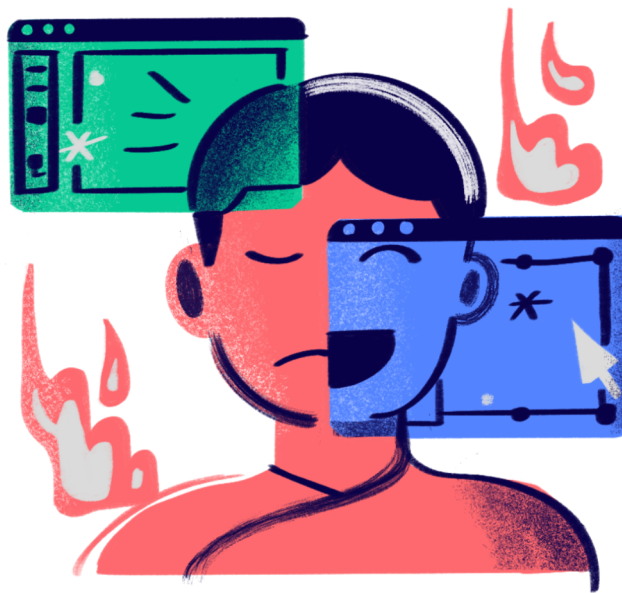
Pour conclure, nous avons pu voir et comprendre que les chansons d'amour ont évolué de façon originale, nous montrant ainsi que l'amour s'adapte au temps et aux défis des générations. Personnellement, ma chanson d'amour préférée d'aujourd'hui est Mirage de Blam's, montrant les difficultés de l'amour dans cette génération où l'on souffre mentalement et où l'on a peur de faire souffrir notre entourage.

SOURCES :
WORLDHISTORY.ORG
POETRYFOUNDATION.ORG
EDITIONS-VOXGALLIA.FR

KB

CNEWS, BFMTV: DES MEDIAS SOUS INFLUENCE ?

KETHIEL DIALLO



LE 13 FÉVRIER 2024, LE CONSEIL D'ÉTAT EXIGE À L'ARCOM (AUTORITÉ PUBLIQUE INDÉPENDANTE CHARGÉE DE FAIRE RESPECTER LES LOIS DE L'AUDIOVISUEL) DE RENFORCER SON CONTRÔLE SUR LA CHÂNE CNEWS. UNE DÉCISION HISTORIQUE POUR LE CONSEIL D'ÉTAT AU NOM DE "LA DÉMOCRATIE ET LE JOURNALISME", SELON CHRISTOPHE DELOIRE, LE SECRÉTAIRE GÉNÉRAL DE RSF. MAIS POURQUOI UNE TELLE DÉCISION ?

En douze ans, l'ARCOM a pris 56 sanctions contre CNEWS et C8, dont 16 durant l'année 2024.

En effet, la chaîne CNEWS, détenue par le milliardaire d'extrême droite Vincent Bolloré, multiplie les attaques racistes et xénophobes et semble servir de plus en plus de porte-voix à l'extrême droite. La question entre chaîne d'information et chaîne d'opinion se pose. En effet, la plupart des chaînes d'information privées sont détenues par des milliardaires de droite, voire d'extrême droite. On peut citer TF1 et LCI, contrôlées par Martin Bouygues, ou encore BFMTV et RMC, détenues par Patrick Drahi.

Si vous avez l'habitude de regarder ces chaînes, vous avez peut-être remarqué que leurs sujets principaux tournent autour de l'immigration, de l'insécurité et de la communauté musulmane.



L'une des spécialités de ces chaînes est le mépris de classe envers les plus modestes. Sur la chaîne RMC, on affirme que les travailleurs qui poseraient des arrêts maladie seraient des "assistés, glandus et feignasses". Lors des mobilisations des Gilets jaunes, on assiste à un étalage de ce mépris envers les catégories populaires. Sur le plateau de LCI, selon Dominique Dequesne, rédacteur délégué des Échos, le mouvement serait "radicalisé, crétin". Il ajoute même que cette mobilisation serait "dans le n'importe quoi total". Concernant la révolte des Gilets jaunes, les médias de ces milliardaires vont tout faire pour la minimiser et la briser.

Mais ce n'est pas tout : en 2019, Vincent Bolloré recruté Éric Zemmour sur CNEWS. Éric Zemmour, un homme politique d'extrême droite au lourd casier judiciaire, a été condamné pour provocation à la haine raciale et provocation à la haine religieuse. Très vite, Zemmour tient des propos racistes, félicitant le maréchal Pétain, qui, pendant la Seconde Guerre mondiale, a livré des milliers de Juifs français à l'Allemagne nazie. Selon Éric Zemmour, le maréchal Pétain aurait "sauvé les Juifs". Toujours sur le plateau de CNEWS, Geoffroy Lejeune, directeur de la rédaction du JDD, avance que la surpopulation carcérale en France serait causée par l'immigration arabo-musulmane.

Tous ces propos incitent à la haine et légitiment la discrimination envers les minorités.

De plus, ces chaînes d'information affichent une islamophobie sans nom envers la communauté musulmane. Sur BFMTV, on établit un lien entre l'islamisme et la criminalité, notamment par l'intermédiaire de députés du Rassemblement national comme Edwige Diaz, invitée sur le plateau. Le 28 décembre 2022, sur LCI, l'ex-directeur Jean-Claude Dassier déclare : "Mais les musulmans, ils s'en foutent de la République, ils ne savent même pas ce que ça veut dire."

Sur ces chaînes d'information, on observe une présence constante de l'extrême droite et un racisme décomplexé avancé par des individus privilégiés, conscients de leurs positions de pouvoir. Les chaînes comme CNEWS semblent normaliser des idées d'extrême droite.

Et ces propos sont de plus en plus normalisés et légitimés sur la place publique. Il faut donc prêter attention à ce que l'on regarde, s'efforcer de varier nos sources et toujours se poser la question "pourquoi" face à n'importe quel propos, même celles qui adhèrent ou non à nos idéaux.

MES SOURCES :

https://www.liberation.fr/economie/medias/comment-cnews-sest-hissee-au-sommet-des-audiences-enquete-sur-le-megaphone-de-l-extreme-droite-20240603_vxee52cxd7dbxfiesdcmnbwfiy/

<https://www.ladepeche.fr/2024/02/13/cnews-nest-plus-une-chaîne-d-information-mais-est-devenue-un-media-d-opinion-pourquoi-le-conseil-detat-somme-larcom-de-recadrer-la-chaîne-11762820.php>

https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2024/11/15/l-arcom-a-pris-52-sanctions-contre-les-chaines-c8-et-cnews-en-douze-ans-dont-16-pendant-la-seule-année-2024_6223105_4355771.html

<https://www.off-investigation.fr/medias-de-la-haine-objectif-guerre-civile/>

https://www.liberation.fr/idees-et-debats/editorial/cnews-chaîne-de-propagande-en-continuu-20240603_gjjnam7xardsdkax2wuiBN3RCU/

NEW

MODE

ANEC' MODE

PAGE 24

L'INTELLIGENCE
ARTIFICIELLE DANS LA
MODE ET LA FAST-
FASHION : RÉVOLUTION
OU MIRAGE ?

PAGE 26



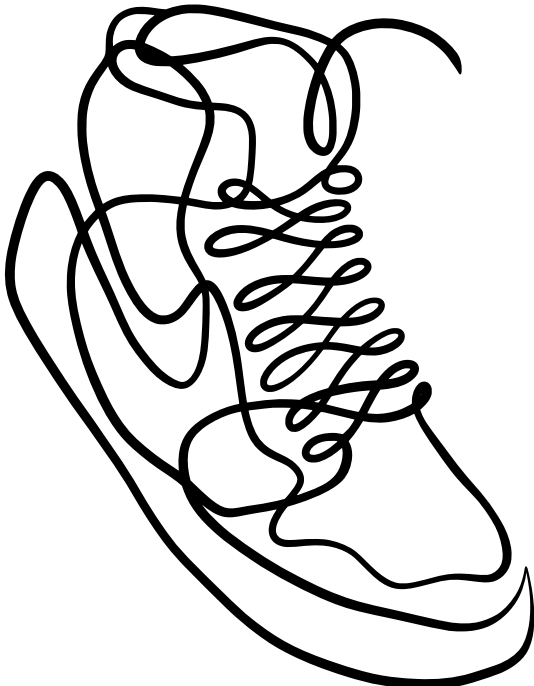


ANEC'MODE

Les sneakers, de chaussures de sport à phénomène planétaire

De Nike en passant par adidas ou encore Converse, les plus grandes marques de sneakers représentent, de nos jours et à elles seules, 50 % du marché de la chaussure en France.

Entre les éditions limitées, les collaborations hype et les tendances qui évoluent aussi vite qu'un "drop" sur Internet, l'univers des sneakers est un tourbillon de style, d'innovation et d'histoire. Que tu sois un collectionneur aguerri ou un simple amateur de confort, ces baskets sont l'objet de toutes les convoitises. Alors, es-tu prêt à plonger dans ce monde où chaque paire raconte une histoire et où l'on marche... sur des nuages de style ?



Avant de commencer notre analyse, posons les bases à travers une petite boîte à vocabulaire :

sneakers : chaussure à semelle en caoutchouc souple (bruit = sneak
sneak quand on marche d'où le nom)

collab : collaboration entre des marques

raffle : tirage au sort pour avoir une paire (inverse = tirage au sort,
premier arrivé premier servi)

drop : sortie d'une paire

cop/drop : cop (desir d'acheter) / drop (desir de pas acheter)

win / loose : win (gain paire dans une raffle) , loose (non gain d'une
paire dans une raffle)

fake and legit = legit = original (legit check = authentication)

retail = vente ds commerce (site officiel)

resell = revente (vente seconde main)

deadstock = produit neuf

Maintenant que notre vocabulaire est établi, commençons notre analyse ;)

ÉMERGENCE DES SNEAKERS = ÉMÉRGENCE DE LA NBA

Les sneakers sont, comme vous l'avez compris, des chaussures à semelle en caoutchouc, initialement conçues pour un usage sportif. Les premières paires à avoir émergé sont celles de la marque United States Rubber Company, alors populaires au début des années 20. Les sneakers, à ce moment, avaient le statut d'une paire appréciée mais néanmoins underground (en marge) prisées par quelques tennismen. C'est dans les années 30 que les sneakers gagnent en popularité, grâce à la marque Converse.

Celle-ci, ayant mis au point quelques années plus tôt son modèle all star, ne commence alors à le vendre que durant cette décennie par l'intermédiaire d'un joueur : Chuck Taylor. Celui-ci (de son vrai nom Charles Ollis Taylor) fut un joueur de basket très populaire à son époque qui a adoré la paire et aidé à sa promotion. Cette promotion a tellement bien marché, que d'une part Chuck Taylor a eu droit à sa propre paire d' "all star Chuck Taylor" (donnant lieu à la première collab de l'histoire), et d'autre part la paire de converse est devenue LA paire portée par tout les joueurs de baskets. A noter donc que l'engouement pour les sneakers s'est grandement construit autour du développement de la NBA (ligue de basket ball américaine).



Ce développement, n'a fait que croître avec le temps contrairement à la popularité des Converse sur le terrain. En effet, celles-ci se sont fait progressivement délaissées, aux débuts des années 70, par les Adidas superstar. Celles-ci dotées de renforts sur le devant du pied appelé "shelltoe", étaient plus adaptées sur le terrain car elles permettaient un meilleur amorti aux joueurs (devenus moins statiques), en plus d'être plus résistantes.

Par conséquent, les années 70 ont été LA décennie des superstar car elles étaient portées par près de 85% des joueurs de NBA. Ceux-ci, à travers les décennies, ont réussi à devenir des icônes adulés du grand public et donc des potentiels produits marketing. C'est ce potentiel que Nike, alors à la traîne par rapport aux autres marques, a su intelligemment déceler chez Michael Jordan dès le début des années 80. Celui-ci au départ ne voulait pas avoir sa paire signature chez Nike mais Adidas. Cependant, la marque a étonnement refusé d'avoir le joueur pour égérie car selon elle celui-ci était trop petit (à noter qu'il fait 1m98). Occasion alors manquée pour Adidas qui aurait pour avoir une autre superstar dans ses rangs ! L'erreur est grande en effet dans la mesure où, de toutes les paires signatures créées, aucune ne dépasse les Jordans en terme d'effet culturel. Celles-ci, sorties pour la première fois en 1985, sont encore vendues et réactualisées chaque année en un nouveau modèle et colorway. Cependant, ce renouvellement quotidien n'éclipse en rien les anciennes paires qui sont vendues à prix d'or aux "sneakers addicts" (collectionneurs de chaussures) durant des rafles notamment.

DU PARQUET À LA RUE

Par conséquent, on peut comprendre à travers cette mise en contexte, que les sneakers sont avant tout une affaire de marketing. En effet, après le succès des Jordans 1 grand nombre de marques se sont mises à la confection de signature shoes pour des joueurs en vogue (c'est à dire populaire). On peut alors citer les Adidas Jabar superstar (en référence à la star des Lakers Abdul Hamar Jabar) ou encore les reebok Shaq Attaq de Shaquille O'Neal. Les marques ont compris que pour faire vendre leur marque mais aussi leurs innovations, elles avaient besoin de stars capables de rassembler des communautés prêtes à acheter leurs produits. C'est pour cela, en autres, qu'outre les joueurs, les marques ont commencées à intégrer des stars non issues du milieu sportives dans leur campagne de communication. L'exemple le plus parlant à ce jour reste le groupe de rap RUN DMC qui, à travers leur son "My Adidas", ont réussi à décrocher (1986) le premier contrat sponsoring non-sportif de l'histoire (contrat d'1 million de dollars, ce qui est énorme pour l'époque).

Les sneakers se sont alors insérées au style de rue (le streetwear) et sont devenues de véritables accessoires de mode. En effet, la rue est aussi pour beaucoup dans la popularisation des sneakers (comme mon anec'dote sur le sportswear l'explique :) dans la mesure où celles-ci ont commencées à être custom (c'est à dire décorées) et même associées à des éléments décalés de leurs styles d'origine. A titre d'exemple, on peut faire mention de la paire de TN qui, mise au point par le designer Sean McDowell en 1998, est de nos jours et en France, associée aux survêtements Lacoste pour donner le style "TN Lacoste". Celui-ci est alors propre à la France et donne une toute autre image de la paire à nous européens, par rapport à nos confrères américains qui considère la paire comme une simple paire utile pour faire de la course. A noter que cet exemple est particulier et n'empêche pas les sneakers d'être aussi des éléments discrets dénués de toute connotation ou message particulier.

En conclusion, les sneakers sont des paires de chaussures qui ont réussi à s'imposer au monde non pas seulement par leur bruit (le fameux "sneak sneak") mais surtout par leur style et par les innovations qu'elles ont permises. En effet, elles ont permis l'insertion de matériaux plus souples, à l'image de la gomme ou encore de la toile, sur le marché de la chaussure et ainsi à meilleur confort au quotidien. Ainsi, la prochaine fois que vous porterez des sneakers rappelez-vous que c'est grâce à elles que vous pouvez tranquillement courir après le bus pour ne pas risquer d'être en retard au lycée !)

SOURCES =
<https://youtu.be/H6TUMYIJWXA?FEATURE=SHARED>
<https://youtu.be/A8MZNUPNOQ?FEATURE=SHARED>
https://youtu.be/KUJE_5AV_P0?FEATURE=SHARED
https://youtu.be/XW_UUJ-NT0A?FEATURE=SHARED
https://youtu.be/3QvK_XYUFZQ?FEATURE=SHARED
[RUN DMC X ADIDAS COLLECTION - LE SITE DE LA SNEAKER](#)

LA MODE ET LE CINÉMA EN 2025

MARIAMA

En 2025, les jeunes créateurs mettent en avant une esthétique qui mêle les traditions et la modernité. Ils intègrent des matériaux durables tout en valorisant les diverses cultures. Leur but est de changer les règles et de créer des vêtements qui font réfléchir. Ils font cela en respectant la nature et en pensant aux problèmes de la société.

Quant aux cinéastes, ils trouvent de nouvelles façons de raconter des histoires et de montrer des images. Ils utilisent de nouvelles technologies comme la réalité augmentée, les effets spéciaux et les vidéos interactives pour que le spectateur se sente vraiment dans le film.

Leurs films parlent de sujets importants comme notre identité, l'égalité et l'impact de la technologie sur notre vie. En changeant la façon de raconter les histoires, ils font du cinéma un mélange entre l'ancien et le moderne. Pour ces jeunes créateurs, la mode et le cinéma ne servent pas juste à produire de la beauté. Ils permettent de faire réfléchir, de partager des idées et de faire réagir les gens sur le monde d'aujourd'hui.



L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LA MODE ET LA FAST- FASHION : RÉVOLUTION OU MIRAGE ?

MAELAN

Depuis quelques années, l'intelligence artificielle (IA) s'impose dans tous les domaines et la mode n'échappe pas à cette révolution. Des grandes maisons de luxe aux géants de la fast-fashion, les algorithmes influencent désormais la création, la production et même l'expérience client. Grâce à l'IA, les marques peuvent concevoir des vêtements plus rapidement, optimiser leurs stocks et proposer des expériences d'achat plus immersives. Mais cette avancée technologique soulève aussi des questions sur l'impact environnemental, la surproduction et la place des créateurs humains dans l'industrie.

CRÉER GRÂCE À L'IA : ENTRE INSPIRATION ET AUTOMATISATION

Autrefois réservée aux stylistes et aux designers, la création de vêtements est aujourd'hui en partie influencée par des algorithmes. Certaines marques, comme H&M ou Zara, utilisent l'IA pour analyser en temps réel les tendances émergentes. En passant au crible des millions d'images sur Instagram, TikTok ou Pinterest, ces algorithmes détectent les couleurs, les motifs et les styles les plus populaires et aident les designers à concevoir des collections en phase avec les attentes des consommateurs.

Mais l'IA ne se limite pas à une simple aide à la décision. Elle devient elle-même créatrice. En 2018, Tommy Hilfiger a collaboré avec IBM et la plateforme Fashion Institute of Technology pour concevoir des vêtements générés par intelligence artificielle. L'algorithme analysait les collections passées de la marque ainsi que les tendances actuelles pour proposer de nouveaux designs. D'autres marques, comme la startup Cala, proposent même des logiciels permettant aux créateurs de générer automatiquement des modèles de vêtements, accélérant ainsi le processus de design.

PRODUCTION ET GESTION DES STOCKS : L'IA OPTIMISE TOUT

L'un des plus grands défis de la fast-fashion est de produire rapidement sans accumuler des tonnes d'inventus. L'IA permet d'optimiser cet aspect en ajustant la production à la demande. Par exemple, Uniqlo utilise des algorithmes pour analyser les habitudes d'achat de ses clients et adapter son stock en conséquence. Si un modèle se vend bien dans une région, la production est augmentée localement, tandis que les pièces moins populaires sont réduites ou réaffectées ailleurs.

Dans la logistique, l'IA joue aussi un rôle clé. Des entreprises comme Amazon et Shein ont recours à des robots dotés d'intelligence artificielle pour trier, emballer et expédier les commandes en un temps record. Cette automatisation permet de réduire les coûts et d'accélérer la livraison, mais pose aussi la question de l'avenir des emplois humains dans ces secteurs.

SITOLOGIE :

- HEURITECH, « HOW HEURITECH'S AI HELPS FASHION BRANDS PREDICT TRENDS 2023 ».
- IBM, « TOMMY HILFIGER & IBM'S AI-POWERED FASHION COLLABORATION », 2018.
- ZALANDO, « AI AND AR IN FASHION RETAIL », 2022.
- UNIQLO, « HOW AI IS CHANGING UNIQLO'S SUPPLY CHAIN », 2021.
- SHEIN, « AI AND AUTOMATION IN ULTRA-FAST FASHION », 2023.

L'IA ET L'EXPÉRIENCE CLIENT : ESSAYER AVANT D'ACHETER

L'intelligence artificielle ne transforme pas seulement la conception et la production ; elle change aussi la manière dont nous achetons nos vêtements. De plus en plus de marques proposent des expériences d'essayage virtuel grâce à l'IA et à la réalité augmentée.

Par exemple, Zalando et Nike ont développé des applications permettant aux clients d'essayer virtuellement des vêtements ou des chaussures via leur smartphone. Grâce à la reconnaissance d'images et à la modélisation 3D, l'utilisateur peut voir comment un vêtement lui irait sans avoir à se déplacer en magasin. De son côté, H&M teste un assistant mode basé sur l'IA, qui recommande des tenues personnalisées en fonction du style et des préférences des clients.

En Chine, certaines boutiques utilisent même des miroirs intelligents capables de proposer des recommandations vestimentaires instantanées en fonction de la morphologie et des goûts de l'acheteur. Ces innovations rendent le shopping plus interactif, mais elles collectent aussi énormément de données personnelles, ce qui soulève des questions sur la protection de la vie privée.

UN PROGRÈS, MAIS À QUEL PRIX ?

Si l'intelligence artificielle apporte de nombreuses innovations, elle n'est pas sans conséquences. L'un des principaux problèmes de la fast-fashion est la surproduction, et certains experts craignent que l'IA, au lieu de ralentir ce phénomène, ne l'accélère davantage. En facilitant la conception et la production de nouveaux vêtements, les marques pourraient être tentées de renouveler leurs collections encore plus rapidement, aggravant ainsi l'impact écologique de l'industrie textile. De plus, l'automatisation croissante menace des milliers d'emplois dans la logistique, le design et la vente. Si les cabines d'essayage virtuelles et les assistants IA se généralisent, le besoin de personnel de magasin pourrait diminuer, transformant profondément le marché du travail dans ce secteur.

L'intelligence artificielle est donc un outil puissant, capable de révolutionner l'industrie de la mode. Mais comme toute technologie, son utilisation doit être réfléchie et encadrée. Entre progrès et dérives, c'est aux marques et aux consommateurs de décider quel rôle elles souhaitent donner à l'IA dans l'avenir de la mode.

productions
arts à tout-va



Le Sonnet Physico-Chimique

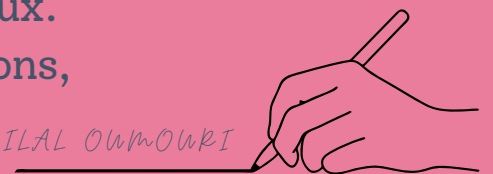
Du quanton vibrant jusqu'aux fines vibrations
Du rayon gamma perçant les milieux,
Du gaz parfait cédant sous les fluctuations,
Du champ électrique en tracés sinueux.

Du noyau lié par des gluons audacieux,
Du potentiel variant sous les oscillations,
Du métal conducteur vibrant aux excitations,
Du temps dilaté sous des flux vertigineux.

Du fluide idéal s'écoulant soyeux,
Du pendule amorti battant ses pulsations,
Du miroir diffractant mille réfractions,

Du théorème inscrit en calculs anxieux.
Du monde asservi aux lois impunissions,
Du réel dicté par nos équations.

BILAL OUMOURI



Golden Disc Awards

PAR MOINA FATIMA SAID HARIRI

Du 4 au 5 janvier 2025 s'est déroulé la 39e cérémonie des Golden Disc Awards au Mizuho PayPay Dome à Fukuoka au Japon. Cette prestigieuse cérémonie vise à récompenser le meilleur de la musique sud-coréenne sortie entre début novembre 2023 et début novembre 2024. Après avoir donné des performances époustouflantes les unes que les autres, les nombreux artistes présents lors de cet événement ont reçu différents prix :

Song of the year -le prix le plus prestigieux- a été remporté par Aespa avec leur titre Supernova.

Digital Songs-Top Award -a récompensé Supernova

Best Group : Le titre a été remporté par LESSERAFIM.

Best Band : Le groupe DAY6 a été récompensé pour être le meilleur groupe de rock.

Rookie of the Year : Ce sont les groupes Illit et TWS qui ont remportés ce titre.

Best OST : Avec sa chanson Love You With All My Heart, l'artiste solo Crush récupère le titre de la meilleure bande d'annonce pour le drama coréen Queen of Tears.

Prix de la popularité et distinctions spéciales :

Golden Disc Popularity Award : Le prix a été remporté par le fameux groupe de fille LESSERAFIM.

Cosmopolitan Artist Award : La récompense a été attribuée à New Jeans.

Félicitations à tous ces artistes qui se sont produits lors de performances incroyables et ont réussi l'exploit de décrocher tous ces prix! Cette prestigieuse cérémonie a bel et bien montré l'ampleur phénoménale que prend la Kpop aujourd'hui et qui va continuer de s'agrandir dans le temps.



REMERCIEMENTS JPR #16 !

NOUS

remercions le lycée Pauline Roland
 et le soutien de la direction, en
 particulier Mr Julien HAEGENAEUR
 pour la publication du présent
 numéro.

A nos deux rédacteurs en chefs et à
 l'ensemble de la rédaction* >>

GROSSON EMILIE
 NICOLAS LUU
 LALIOUI CHAHINEZE
 AMELIE LEIBER
 ELISA
 BINTOU
 JASMINE RIZQI
 SELMA BENNANI
 OMER LOUIS DOGAN
 KIM LE
 CHRISTINA
 HASSANI MBAE, AZAIMA et OULD
 AHMEDOU LEILA
 MARIAMA
 CLAUDINE
 NAOMIE MALUNGWENE SAKU
 HAROLD MIKONIO
 AMELIE PEREZ
 CLOE TERRIOU

Nous remercions également nos
 partenaires de la maison du Geste et
 de l'image (75), de la Maison du
 Conte et de l'espace culturel André
 Malraux (94) qui suivent l'évolution
 du projet.

Nous remercions de même notre
 marraine Muriel GENSSE (France
 info) et Thierry BOUVARD (TV5
 monde) pour leurs conseils et la
 qualité de leur suivi.

À L'HONNEUR DANS LE PROCHAIN NUMÉRO ?



Journal Pauline ROLAND #16
 Prix : libre
 Impression : Point d'encre, 16 rue
 Faïdherbe
 75011 PARIS

01 43 56 22 29
info@gpscom.fr





**A BIENTÔT
RETROUVEZ NOUS
SUR INSTA!**

