

Entre émotions et discours. Le cas des réfugiés espagnols en Algérie suivant Oran Républicain du 28 Mars au 29 Avril 1939

HAMMOUCHE-BEY OMAR Rachida

Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed
beyomarrachida@gmail.com

Reçu : 21/10/2019,

Accepté: 30/12/2019,

Publié: 31/12/2019

Résumé

L'article propose quelques réflexions sur l'analyse du discours médiatique à partir d'une série de journaux qui de trouvent aux archives de la wilaya d'Oran. Il s'agira d'analyser comment Oran Républicain¹ informe le lecteur de l'époque de l'arrivée massive des réfugiés espagnols fuyant le fascisme et le totalitarisme de Franco. La période étudiée se déroulera du 28 mars au 29 avril 1939, précisément avec la venue sur le port d'Oran du Stanbrook, bateau charbonnier anglais qui s'est dévié de sa mission pour aider les républicains espagnols à fuir leur pays. Les titres des articles par leur répétition constituent une visée de captation et même un enjeu de dramatisation qui a pesé sur l'élan de solidarité qui s'est tissé en faisant intervenir toute la population algérienne (association, femmes, hommes, enseignants, jeunes ...) L'événement dans le monde à commenter et le poids des mots des articles ont joué un rôle prépondérant quant au soutien de ces gens en détresse qui ont débarqué dans un pays où aucune infrastructure n'était prête à les recevoir. Nous essayerons d'étudier l'information comme contrat médiatique, ensuite la production du discours journalistique pour enfin aboutir aux caractéristiques de ce discours même si comme nous l'avons constaté la plupart des articles n'ont pas été signés.

Mots clés : Discours médiatique, information et communication, contrat médiatique, analyse du discours, Oran Républicain, réfugiés espagnols.

Abstract

The article offers some reflections on the analysis of media discourse from a series of newspapers which find in the archives of the province of Oran. It will be a question of analyzing how Oran Republican informs the reader of the time of the massive arrival of Spanish refugees fleeing from fascism and totalitarianism from Franco. The period studied will take place from March 28 to April 29, 1939, precisely with the arrival on the port of Oran of the Stanbrook, an English coal ship that deviated from its mission to help the Spanish Republicans flee their country. The titles of the articles by their repetition constitute an aim of capture and even an issue of dramatization which weighed on the impulse of solidarity which was woven by involving all the Algerian population (association, women, men, teachers, young people ...) The event in the world to be commented on and the weight of the words of the articles played a major role in the support of these people in distress who landed in a country where no infrastructure was ready to receive them. We will try to study information as a media

¹ Grand quotidien politique et d'informations, 20 boulevard Sébastopol- Oran. Comité de direction politique : Edmond AUZAS, président Charles Enkaoua – Gaston Lisbonne- Jean Réal- Pierre Tabarot. Administrateur-délégué : Pierre TABAROT. Rédaction Parisienne : 142 rue Montmartre – Paris (2^e)

contract, then the production of journalistic discourse to finally arrive at the characteristics of this discourse even if, as we have seen, most of the articles have not been signed.

Keywords: Media speech, information and communication, media contract, speech analysis, Oran Republican, Spanish refugees

Information et communication, ce sont les deux termes qui nous relient au discours des médias et par conséquent, qui nous renvoient à des problèmes sociaux. *La machine médiatique* comme Patrick Charaudeau¹ la désigne est le langage que le journaliste met en place pour donner un sens à son écrit. Plusieurs facteurs la déterminent et un dispositif complexe entoure ce discours. Il en découle trois pôles constitutifs qui sont nécessaires pour faire fonctionner ce mécanisme. Dans un premier temps le moment de la production du discours, ensuite celui de sa réception et enfin le lieu de son élaboration. L'approche par ces trois axes est multidimensionnelle. Le travail du journaliste est lui aussi multiple, puisque tout en traitant l'information avec les exigences professionnelles que cela suppose, il doit savoir capter le récepteur qui est son lecteur. Bien qu'il soit pris de nombreuse fois entre l'enclume et le marteau, entre la crédibilité et la captation du produit, il doit être motivant tout en sachant exciter la curiosité du lecteur. La construction du discours composée de matériaux choisis par le journaliste doit être à prédominance verbale, mais elle peut pour certaine situation être agrémentée par des images, des photos, des graphiques qui appuieront l'information transmise. Ainsi le texte produit est porteur de la co-intentionnalité qui s'établit entre énonciateur et destinataire. C'est à ce moment que nous pouvons parler de contrat de communication, qui unit le locuteur et l'interlocuteur. Mais avant de parler de contrat il faudrait définir ce que nous entendons par discours médiatique. Le discours médiatique se caractérise par une énonciation supposant un locuteur et un auditeur, et par la volonté du locuteur d'influence, un interlocuteur. Ce discours avant de témoigner du monde, il témoigne d'une relation et d'une situation d'échange. Pour décrire ce qui se joue dans l'acte de communication médiatique, Patrick Charaudeau utilise la métaphore du « contrat ». Le contrat de communication médiatique est la reconnaissance réciproque des contraintes de la situation de communication par les partenaires et qui incite à croire que ceux-ci se sont accordés sur les données du cadre de référence. (Nous pensons à l'éditorial du journal). Enfin, la finalité du contrat de communication médiatique se divise en deux visées : celle de faire savoir et de faire ressentir qui est appelée aussi de captation. La première est informatrice, tandis que la seconde peut avoir aussi une valeur marchande et commerciale, sans oublier qu'informer et séduire sont deux données qui agissent dans de nombreux cas en complémentarité.

Tandis que l'acte d'énonciation est un acte d'appropriation de la langue en discours. On distinguera entre ce qui est dit (le sens de l'énoncé, le contenu) et la manière de le dire (l'attitude que le locuteur marque à l'égard de son dire et de l'expression). *L'acte d'informer s'inscrit donc dans ce processus en tant qu'il doit décrire (identifier-qualifier des faits, raconter (rapporter des événements), expliquer (fournir les causes de ces faits et événements).* (Charaudeau : 1997, 30) On parle de pouvoir de la presse au même titre que celui des hommes politiques car les médias sont soumis à des moyens de manipulation et de dominance sur le citoyen-

¹ Patrick Charaudeau linguiste français spécialiste en analyse du discours. Professeur à l'Université Paris-Nord (Paris XIII). Il est l'auteur en collaboration avec Dominique Maingueneau du dictionnaire de l'analyse du discours.

lecteur qui devient son « otage » dans la mesure où ce dernier ne peut pas toujours vérifier l'information transmise par le journal lui faisant parfois confiance aveuglément. Mais nous savons qu'aucune information ne peut prétendre à la transparence, à la neutralité. Combien de fois nous entendions la réplique suivante : c'est mon journal, il ne peut pas mentir ou donner des informations erronées. Tandis que la priorité des médias est basée sur l'économie, sur la vente du sensationnel et de l'exclusif. Mais à quel prix ?

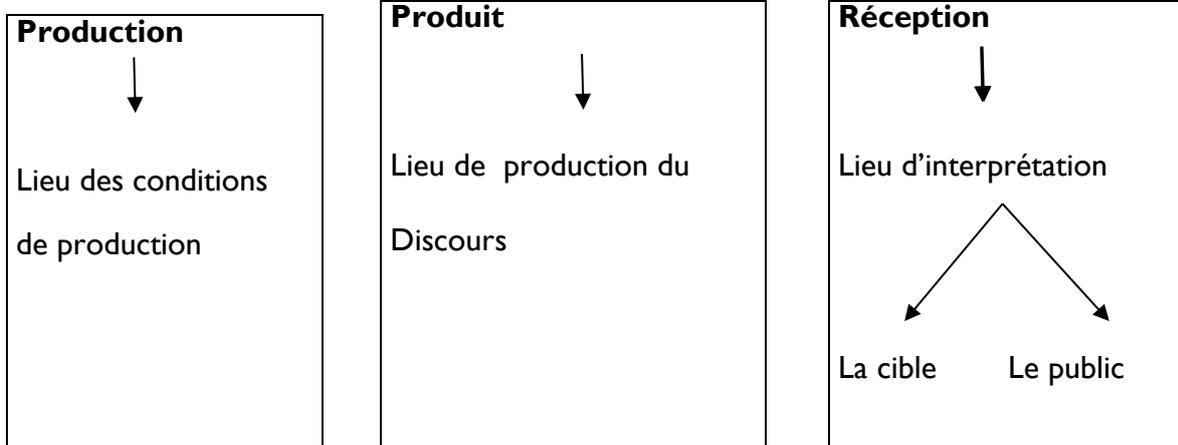
Le rôle du chercheur en sciences humaines et sociales est d'éclaircir tout ce qui peut porter préjudice ou créer de l'ambiguïté. Le discours proposé par les médias ne révèle pas toujours la vraie teneur symbolique. Elle est parfois masquée ou pervertie et dans d'autres cas divulguée qu'à moitié suivant des circonstances et aussi de l'intérêt du journal qui la propose. On parle à ce niveau de manipulation : le manipulateur sera celui qui émet l'information sans déclarer son intention et le manipulé, la victime du leurre, le lecteur. Dans l'introduction du discours d'information médiatique, P. Charaudeau parle de transmission du savoir à une cible réceptive qu'il appelle « hypothèse basse » (Charaudeau : 1997, 8) constituée par un grand nombre de lecteurs peu éclairés et la seconde qu'il dénomme « hypothèse haute » constituée d'une cible grandement éclairée. Le dilemme qui se pose pour le journal ayant le rôle d'unité de communication sera d'ordre économique, celui-ci ne peut pas s'adresser qu'à un nombre réduit de personnes. Il doit évidemment toucher un grand maximum de public pour d'une part sa propre survie et d'autre part sous une forme subjective sa renommée. Le choix du journal par un lecteur averti nous révélera son idéologie et peut être aussi sa tendance politique bien que *les médias ne transmettent pas ce qui se passe dans la réalité sociale, ils imposent ce qu'ils construisent de l'espace public.* (Charaudeau : 1997, 9) Le langage que les médias vont choisir ne sera pas transparent, il présentera une vision opaque du monde. C'est un langage-discours, avec du sens et qui témoignera de la circulation de la parole entre les individus d'une communauté. La transmission se fera suivant le schéma:



La source d'information n'est pas toujours un miroir clair comme le souhaiterait le lecteur, mais plutôt un miroir déformant par la sélection qu'en fait l'auteur de l'écrit. Les médias de l'information fonctionnent avec une *double logique* : tout d'abord économique par la bonne marche du journal en tant qu'entreprise et échange, et ensuite comme logique sémiotique produisant des formes et du sens. Dans les deux cas il s'agit d'une machine mise en mouvement par l'homme qui propose un « marché » au consommateur où le système économique est lié au pouvoir des mots. Il s'établit donc un lien d'interdépendance entre les deux logiques : la sémiotique et la commerciale. Avant de parler des visées de l'information en tant que discours, nous devons signaler les fonctions sociolinguistiques qui vont influencer sur la présentation d'un événement médiatique. Il est constaté que le même fait, suivant le journal, sera énoncé avec des différences, avec des termes et un style qui marqueront les variations régionales ou de classes. (Nous pensons au style formel ou informel). *Les structures discursives vont changer avec les structures des situations communicatives définies par les modèles contextuels des participants.* (Dijk : 2012, 173) Dans la visée d'information en tant que discours, l'instance médiatique tente de mettre en œuvre deux types d'activité langagière : la description-narration et l'explication qui doit permettre au destinataire un éclaircissement de la situation, sans oublier que les langues parlées ou écrites sont construites dans le but de communiquer avec autrui et que toutes portent des traces de subjectivité. La visée dominante de ce

processus est de faire savoir l'information avec un pouvoir et poids des mots qui appartient au journaliste de mettre en exergue.

Les trois lieux de la machine médiatique :



A quoi se rapportent les trois lieux su-cités ?

Le lieu des conditions de production comprend les conditions socio-économiques de la machine médiatique et la réalisation de son produit. Il s'agit de mettre le produit information à la portée du plus grand nombre de lecteurs afin d'en créer une forte consommation. Quant à la réalisation du produit, elle comprend les conditions sémiotiques de la production c'est-à-dire les articles, la mise en page... La survie du journal dépend du circuit de distribution.

Le lieu de construction du discours est l'organisation sémio-discursive qui appartient au système verbale et sémiotique tels l'iconique, le graphique...Le sens doit être reconnu par le récepteur pour qu'il y ait un échange communicatif et soit le résultat d'une co-intentionnalité qui s'établirait entre l'énonciateur et le destinataire.

Le lieu d'interprétation qui est divisé en deux espaces : le premier qu'on nomme la cible qui est le destinataire idéal et le second qu'on nomme public composé de récepteur réel, qui consomme l'information en fonction de ce qu'elle est.

L'étude concrète que nous proposons dans ce modeste article est d'analyser comment *Oran Républicain*¹ fait part à ces lecteurs de l'arrivée massive de républicains espagnols en 1939 dans le département d'outre mer français qui était Oran.

En investiguant au niveau des journaux des archives de la wilaya d'Oran, nous nous rendons compte que par exemple le journal *La dépêche oranaise* n'évoque ce problème que comme un simple fait divers, alors qu'*Oran républicain* traite l'information avec ampleur et tous les détails que vivent des milliers de personnes débarqués et dirigés vers des camps de concentration, dont certaines emprisonnées dans les bateaux amarrés au quai. En comparant ces deux

¹ C'est à Oran, ville ouvrière qu'est fondé *Oran Républicain* en février 1937. La naissance de ce journal est due à l'action de personnalité socialiste ou radical-socialiste d'Oran et au soutien de petits actionnaires et membres de la communauté juive. Son statut s'assimile à une coopérative de consommation.

périodiques, *La Dépêche Oranaise* et *Oran Républicain*, journal de gauche, dirigé par Pierre Tabarot¹, nous nous posons actuellement la question suivante. Pourquoi l'événement a été autant commenté par un journal (voire O.R. du 28 mars au 29 avril 1939) et pratiquement ignoré par le second. Nous écarterons d'emblée que le discours médiatique soit neutre. Le problème du positionnement se pose pour le journaliste mais il est vrai que les éditorialistes et les directeurs de publication ont un engagement ferme sur l'information *qui relève d'une morale politique ou d'une morale universelle s'appuyant sur des critères d'ordre humanitaire.* (Charaudeau : 1997, 244) Les archives sont riches d'enseignement sur les fluctuations des rapports entre le journal et pour ce cas, le pouvoir en place. On va emprunter le slogan Alger Républicain qui dit : *Le journal dit la vérité, il ne dit rien que la vérité mais il ne peut pas dire toute la vérité.* Voilà pourquoi le discours du commentaire journalistique est marqué par une argumentation de « pondération » et les visées des journalistes sont d'ordre informatrices et aussi de captation. Il s'agirait dans un premier temps d'informer le citoyen de ce qui s'est passé ou ce qui est entrain de se passer dans la vie sociale, et de sensibiliser le lecteur sur l'arrivée de cette marée humaine en détresse composée de femmes, hommes, enfants et vieillards bloquée sur le port d'Oran. Les réfugiés débarquaient par milliers, et *Le Stanbrook* est considéré comme le bateau mythique de l'émigration forcée. D'autres bateaux comme *Le Lézardieux*, *L'African Trader*, et des centaines de petites embarcations sont venus, par le nombre des passagers, se rajouter à la misère déjà existante.

Quelles sont les informations qu'O.R. nous renvoie à partir du 29 mars 1939 ?

C'est d'une part la venue massive, par air et mer, de milliers de réfugiés républicains espagnols fuyant le régime de Franco et du fascisme. L'arrivée du *Stanbrook*, grand navire anglais, dirigé par [Archibald Dickson](#) accostant à Oran le 29 mars 1939 avec à son bord 2638 passagers. Un moment de panique régna dans la ville envahie parce que ni les autorités, ni la ville d'Oran ne s'attendait à un tel débarquement. Ce fut une catastrophe en ce qui concerne la gestion de ces milliers de « pauvres gens » en détresse. En lisant les textes structures de journaux nous fûmes surpris que la plupart des articles proposés ne soient pas signés par des journalistes. Pour toute cette période, nous avons recueilli trois noms que nous citons: Leo Palacio², [journaliste](#) français, né à [Oran](#) le [12 avril 1913](#) et mort à [Fenouillet](#) le [26 octobre 2008](#), tandis que les deux autres s'agissant de Guatimozin et de J. Ouryoux, notre recherche est restée vaine en ce qui concerne leur biographie. D'autres articles ont été signés par des réfugiés républicains. Il s'agit soit de poésies, soit de commémorations funéraires, soit d'un article proposé par un journaliste, rédacteur de *Heraldo de Madrid* : César de Calderon se trouvant dans un camp à Orléanville et relatant les souffrances qu'il vécut en Espagne avant son transfert en Algérie. Son article est intitulé: *Impresiones de un refugiado*,³ et il commence par la phrase suivante: *Yo soy un periodista de noviembre de 1936.*⁴ Comment se fait-il que tous les articles écrits par les réfugiés soient signés alors que les autres non ? Les journalistes de l'époque avaient-ils peur d'apposer leur nom au bas des articles ? Peut-on parler de contrat de communication quand le journaliste ne signe pas son produit ? Le contrat de communication

¹ Pierre Tabarot, fut, avec [Edmond Auzas](#), à l'origine de la création d'[Oran Républicain](#), journal d'obédience socialiste (qui servit de modèle au journal [Alger Républicain](#)).

² Leo Palacio: [Pupille de la nation](#), il suit des études supérieures de lettres, d'Espagnol et d'histoire de l'art hispano-mauresque. Il devient journaliste, correspondant de guerre en Espagne pour l'agence Keystone, du côté des forces républicaines, à l'âge de 23 ans. Mobilisé en [1939](#) dans un régiment d'artillerie, il est rapatrié en [1940](#) en [Algérie](#). Il collabore à [L'Echo d'Oran](#) dès la fin de la [Seconde Guerre mondiale](#). Il est Expulsé d'Algérie le 17 mars [1962](#).

³ En traduction par : Impression d'un réfugié.

⁴ En traduction par: Je suis un journaliste de novembre 1936.

tel que l'énoncé P. Charaudeau n'est pas entièrement rempli étant donné qu'entre la production et le produit il n'y a un vide.

En suivant l'analyse du discours médiatique telle que nous la propose Van Dijk dans son livre *discours et Contexte* nous relevons que : (Dijk : 2012, 185)

- Les articles sont écrits par une série de journalistes qui n'ont pas signés leurs articles.
- Le lecteur est composé par ce que nous avons nommé: a) la cible (hypothèse haute, lecteurs grandement éclairés), b) le public (hypothèse basse, lecteurs peu éclairés).
- Chaque mot, phrase, paragraphe, signifiant et fonction du discours sont contrôlés.
- Le discours est approprié à la sensibilité du public comme le prévoit le ou les codes journalistiques.

Scène : Temps : date, jour et heure : journaux du 28 mars au 29 avril 1939.

Scène : Lieu du journal *Oran Républicain*, 20 bd Sébastopol Oran.

Les attributs du journal : journal d'obédience socialiste (qui sert de modèle au journal [Alger Républicain](#)), est tenu par une majorité de juifs.

Son identité politique : gauche, comme son nom l'indique.

Les relations avec les autres : un grand nombre d'actionnaires essentiellement juif.

Les opinions : lire les articles sur les réfugiés. L'analyse du discours consiste à saisir un sens inédit, une dimension de l'événement qui échappe aux approches classiques. Du côté de la langue, ce n'est pas seulement à travers des mots, mais à travers des mécanismes syntaxiques et énonciatifs que le sens se produit.

Mais il n'empêche qu'une série d'articles ont retracé les événements des réfugiés. Régulièrement des informations ont paru dans O.R. Evidemment le discours variera suivant l'énonciation qui désigne les traces linguistiques de la présence du locuteur au sein de son énoncé, c'est-à-dire par tous les phénomènes de subjectivité dans le langage. Et aussi aux marqueurs d'embranchement qui sont d'une part les traces de personne et d'ostension qui servent à situer l'acte d'énonciation par rapport au locuteur. Les déictiques sont les marques identifiables qui permettent au destinataire d'être informé sur l'interlocuteur et les conditions spatio-temporelles de l'énonciation. Dans le cas suivant il s'agit du bouleversement que subit la ville d'Oran au temps d'actualité de l'époque. Tandis que les marqueurs de modalité sont les moyens par lesquels le locuteur implique l'attitude de l'allocutaire à partir de sa propre énonciation (interrogation, assertion, etc.) c'est un témoignage de la forme linguistique et d'un jugement affectif à propos d'une perception ou d'une représentation de son esprit. Dans le cas des articles traités les modalités de l'énoncé manifestent l'attitude du locuteur par rapport à ce qu'il dit. Le choix des verbes et adverbess précisent le degré d'adhésion du locuteur au contenu énoncé.

Nous allons procéder, à une analyse par rapport à ce qui a été su-cité concernant la communication médiatique.

Analyse des titres des articles :

On va s'attacher aux titres, ces éléments qui entourent un texte et qu'on appelle paratexte, qui commandent et *programment un comportement de lecture* comme le souligne Henri Mitterand. (Mitterand, H : 1980, 58) Gérard Genette rappelle que cette *frange de texte, toujours porteuse d'un commentaire auctorial ou plus ou moins légitimée par l'auteur, constituée, entre texte et hors texte, une zone non seulement de transition mais de transaction. Los títulos y subtítulos orientan la lectura proporcionando la información esencial del contenido de la noticia o del artículo o bien se convierten en un medio para captar la atención del lector o su complicidad, poniendo en juego*

*sus conocimientos, su mundo o sus preocupaciones.*¹ (Casalmiglia Helena y Tusón Amparo : 2012, 87) Cette zone argumentative persuade le lecteur de continuer à lire l'article et aussi indirectement d'accepter les faits rapportés durant la lecture. En revenant aux articles d'O.R. nous constaterons que la majorité des titres sont plutôt des phrases verbales qui se répètent. Aussi il est à signaler la répétition de titres telle que nous la mentionnons avec détails plus bas. Nous remarquons que pour la période allant du 28 / 03 au 29 / 04 1939

- 6 articles nous renseignent sur l'atterrissage d'avion et l'amarrage de navires et de chalutiers sur le port d'Oran.

- 1 article sur la protestation des enseignants des lycées d'Alger.

- 17 articles ayant pour titre *Pour les réfugiés espagnols*. (Ces articles parfois de quelques lignes et occupant soit la une, soit l'intérieur du journal ont pour rôle de demander de l'aide à la population oranaise.)

- 4 articles ayant pour titre *Secourons les réfugiés espagnols*

- 14 articles ayant pour titre *Mouvement des réfugiés à Oran* (Il s'agit des déplacements des réfugiés d'un endroit à un autre par l'administration.) Les premiers titres parut dans *Oran Républicain* sont d'ordre informatifs, ils répondent aux questions de référence qui, quoi, où, quand, pourquoi, comment et représentent le degré stylistique le plus neutre. Et d'autres sont incitatifs, ils cherchent avant tout à piquer la curiosité du lecteur, suggèrent, donnent envie d'en savoir plus. (Lire les journaux du : 30/03/ 39 n° 768 ; 31/03/39 n°769 ; 1/04/39 n° 770 ; 2/04/39 n° 771 ; 3/04/39 n°772 ; 4/04/39 n°775 ; 11/04/039 n° 780 ; 12/04/39 n° 781 ; 19/04/39 n°788 ; 21/04/39 n° 790 ; 27/04/39 n° 796 ; 28/04/39 n° 797). Parallèlement à ces événements, le lecteur est averti de la situation des réfugiés à l'intérieur du *Stanbrook*. A cause de l'effet de surprise, les responsables de l'époque n'ont pu trouver rapidement des centres d'accueil et la majeure partie des réfugiés sont restés séquestré durant un mois à l'intérieur du bateau dans des conditions déplorables (manque d'hygiène, manque d'eau, de nourriture, d'habits et ils ont même contacté de graves maladies comme le typhus...) En ce qui concerne les articles au nombre élevé, soit 17 et 14 traitant des réfugiés, ils sont pour l'un d'ordre humanitaire, il s'agit d'aide et pour le second c'est le déplacement de cette population vers des centres de concentration.

Les quatre articles commençant par le titre *Secourrons ...* cet impératif ou le pronom « nous » sous-entendu « vous et moi » est une invitation et à la fois implication pour sauver les réfugiés. Les verbes d'attitude tels que condamner, protester, proclamer, lancer un appel, appeler, demander, espérer sont répéter dans le discours d'information médiatique notamment après que soit passée la période d'étonnement.

Conclusion

Le constat que nous pouvons faire après la lecture des articles est que l'événement médiatique a été diffusé en fonction du contexte social de l'époque. Bien que les journalistes n'aient pas signés leur article, un grand élan de solidarité s'est propagé dans la ville d'Oran et même au-delà. La mobilisation a été spontanée et efficace. Le sort de ces pauvres gens n'a pas été réglé car s'enfuyant du fascisme ils ont servi en Algérie à des tâches dures et pénibles. (Voire les livres écrits dans les camps de concentration comme celui de Max Aub, *El diario de Djelfa*, le quotidien de Djelfa publié au Mexique en 1944))

L'Algérie française a-elle été une terre de délivrance et de paix pour les réfugiés espagnols?

¹ Casalmiglia, Helena y Tusón, Amparo. En traduction personnelle: Les titres et sous titres orientent la lecture en proportionnant l'information essentielle du contenu de la nouvelle ou de l'article ou bien il se convertit en un moyen de captation de l'attention du lecteur ou de chercher sa complicité en mettant en jeu ses connaissances, son monde ou ses préoccupations.

Bibliographie

Charaudeau, C. (1997). *Le discours d'information médiatique La construction du miroir social*. France: Collection Média recherche, édition Nathan.

Casalmiglia Helena & Tusón Amparo (2012) *Las cosas del decir*. Barcelona: Editorial Planeta. 3a edición actualizada. P. 87.

Mitterrand, H. (1980) *Le discours du roman*. Paris: Edition PUF. Ecriture.

v. Dijk. T. (2012). *Discurso y contexto*. España, Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.

Laisne Guillaume, (2006-2007) *Engagement d'un quotidien en société coloniale. Le cas d'Alger Républicain (1938-1955) Histoire et Théorie du politique. Spécialité- Histoire*. Mémoire de master. France

Internet: http://fr.wikipedia.org/wiki/L%C3%A9o_Palacio

Consultation des journaux d'Oran *Républicains* du 29 mars 1939 au 29 avril 39 soit du n°767 au n° 798. Archive de la Wilaya d'Oran. CP : 051. Thème: les réfugiés républicains espagnols de 1939.

Nom du périodique	Ville	Catalogue des périodiques	Année
La dépêche oranaise	Oran	CPO 49	1924-62 consultation du 29 de mars/ 29 de avril 1939
Oran Républicain	Oran	CPO 51 Du numéro 766 au numéro 798	1937-62 consultation du 29 de mars/ 29 de avril 1939