Journal of Research in Language & Translation
Issue No. 2 Vol. 5 (2025)

Exploring the Linguistic Landscape of Jazan, Saudi Arabia: A Case Study of Two Commercial Zones

Essa Salman Alfaifi

Department of Arabic Language, College of Arts and Humanities, Jazan University, Jazan, Saudi Arabia

ealfaifi@jazanu.edu.sa
https://orcid.org/0000-0003-4082-3565

Yahya Abdu A Mobarki
Department of Foreign Languages, College of Arts and Humanities, Jazan University, Jazan, Saudi Arabia

ymobarki@jazanu.edu.sa
https://orcid.org/0000-0002-4845-5130

Received: 29/12/2024; Revised: 28/02/2025; Accepted: 22/03/2025

الملخص

إن التطور الاقتصادي المتسارع والتحولات الاجتماعية الكبيرة جعلت من مدينة جازان بالمملكة العربية السعودية بيئة غنية وواعدة لأبحاث المشهد اللغوي (Linguistic Landscape)، فهي منطقة لا تزال غير مدروسة أو مستكشفة بشكل كامل. لذلك تهدف هذه الدراسة إلى: أ) استكشاف ملامح المشهد اللغوي في مدينة جازان؛ ب) إجراء مقارنة دقيقة بين المشهد اللغوي لمنطقتين تجاريتين رئيسيتين في المدينة وهما: السوق الداخلي وطريق الكورنيش؛ ج) تحليل ومناقشة العوامل المختلفة التي تؤثر على تشكيل المشهد اللغوي في مدينة جازان. وقد تم جمع مائتي (200) عينة من اللافتات لهذا الغرض، بواقع مئة (100) عينة من كل موقع باتخاذ المنهج العشوائي في الجمع لضمان النتائج المحايدة. وجُمعت البيانات من خلال الصور، ومقاطع الفيديو، والملاحظات الميدانية. كما استخدمت خرائط جوجل للتحقق والتأكيد. وجميع اللافتات التي تم دراستها تنتمي إلى القطاع التجاري وتمثل النوع التصاعدي (bottom-up). وكشف التحليل عن نتائج مهمة. أولاً، أظهرت لافتات السوق الداخلي هيمنة كبيرة للغة العربية، إذ أعطت أكثر من 90٪ منها الأولوية للعربية بدلا من الإنجليزية. وقد ركزت هذه اللافتات على إبراز هوية النشاط التجاري بدلاً من الأسماء البراقة أو العصرية. ثانيًا، أظهرت لافتات طريق الكورنيش انتشارًا أكبر للغة الإنجليزية، حيث تبين أن 51٪ من الأسماء كانت مستمدة من كلمات إنجليزية. علاوة على ذلك، وظّفت 82٪ من اللافتات اللغة الإنجليزية بشكل حصري أو جنبًا إلى جنب مع اللغة العربية. وتميزت هذه اللافتات بالتركيز على اختيار أسماء جذابة ولافتة تسهم في تعزيز الحضور القوي للعلامة التجارية. ثالثا: كان للنمو الاقتصادي السريع وتدفق العلامات التجارية الأجنبية أثر واضح في إحداث تغييرات ملحوظة في حالة اللغة العربية في المشهد العام بمدينة جازان. فكما هو الحال في العديد من المدن السعودية والدول العربية، أصبحت الهيمنة المتزايدة للغة الإنجليزية على المشهد اللغوي تمثل تحديًا كبيرا للغة العربية. لذا، فإن تطوير السياسات اللغوية يُعد خطوة أساسية لتعزيز مكانة اللغة العربية وضمان استمراريتها، مع الأخذ بعين الاعتبار الحاجة والمتطلبات العملية للتواصل العالمي.

Journal of Research in Language & Translation
Issue No. 2 Vol. 5 (2025)

Exploring the Linguistic Landscape of Jazan, Saudi Arabia: A Case Study of Two Commercial Zones

Essa Salman Alfaifi

Department of Arabic Language, College of Arts and Humanities, Jazan University, Jazan, Saudi Arabia

ealfaifi@jazanu.edu.sa
https://orcid.org/0000-0003-4082-3565

Yahya Abdu A Mobarki
Department of Foreign Languages, College of Arts and Humanities, Jazan University, Jazan, Saudi Arabia

ymobarki@jazanu.edu.sa
https://orcid.org/0000-0002-4845-5130

Received: 29/12/2024; Revised: 28/02/2025; Accepted: 22/03/2025

Abstract

The remarkable economic growth and unprecedented social transformations make the underexplored Jazan city in Saudi Arabia rich and promising for linguistic landscape (LL) research. The current study has the following aims: a) To explore the LL of Jazan City; b) To compare and contrast the LL of two commercial zones within Jazan City: The Internal Market and the Corniche Road, and c) To discuss the factors affecting the LL of Jazan City. Two hundred sample signs, 100 from each location, were randomly collected through pictures, videotapes, field notes, and Google Maps for confirmation. All signs were for private businesses (bottom-up signs type). The analysis revealed significant findings. Firstly, there is a clear dominance of Arabic in the signage within the Internal Market, with over 90% of signs prioritizing Arabic. These signs focus on business identity over flashy or trendy names. Secondly, English is more prevalent in the signage along Corniche Road, with 51% of the names originally being English words. Additionally, 82% of the signage utilizes English exclusively or in conjunction with Arabic. The Corniche Road signs emphasize selecting eye-catching, memorable names to establish a strong brand presence. Thirdly, rapid economic growth and the influx of foreign brands significantly contribute to the shifting LL of Jazan City. Like other Saudi cities and Arab countries, English's gradual dominance and prioritization challenge the current LL status of Arabic in Jazan. Improved language policies are necessary to promote and sustain the presence of Arabic while accommodating the practicalities of global communication.

Keywords: *Arabic; English dominance; Jazan; linguistic landscape; signboards*