**المستخلص عربي :**

نشأت في مدينة العلا - حالياً - ظاهرة ترويجية جديدة لم تكن معروفة من قبل يطلق عليها السكان محلياً إسم (مجلس الشبة) يعتقد أن هذه الظاهرة نتجت أساساً من عدة متغيرات طرأت على مجتمع العلا . بعض هذه المتغيرات اقتصادية تتعلق بتغير مصادر ونوعية الدخل والآخرى إجتماعية مرتبطة بنتائج الإحتكاك الحضاري والذي رافق التغيرات الإقتصادية . وقد تبع ذلك إستحسان وتبني بعضاً من وسائل الترويج في تلك المجتمعات. فحدثت نتيجة ذلك تحسن طرق المواصلات وسائر وسائل الإتصالات في إختصار المدة الزمنية اللازمة للتغير. فحدثت طفرة كبيرة في تبني وسائل الترويج القادمة من خارج منطقة العلا. تساويها وتماثلها طفرة أخرى عكسية في هجر جميع وسائل الترويج المحلية التقليدية القديمة . ومن بين وسائل الترويج والترفيه والتي تم استحسانها وتبنيها في العلا في الوقت الحاضر هو مجلس "الشبة" مجال هذا البحث. ومجلس الشبة هذا له في الواقع جذور محلية بيئية ومهنية وإجتماعية وتاريخية ساعدت على نشأته الحالية. وفي الوقت الحاضر تحيط بالعلا العشرات من مثل هذه المجالس والتي يرتادها ليلاً الكثير من الشباب خاصة الموظفون والطلاب لغرض التسلية والترفيه . إن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو إجراء تقييم شامل لهذه الظاهرة الترويجية الجديدة في مدينة العلا. ويتحقق ذلك من خلال البحث عن أسباب نشأتها وتحليل مواقع إنتشارها المكانية على خريطة لمدينة العلا. أيضاً التعرف على الممارسات الترويجية التي تتم بداخلها. وإستعراض الأحوال الإجتماعية والاقتصادية لأعضائها وأوقات عملها كما تهدف هذه الدراسة أيضاً إلى الاسترشاد بنتائجها الإيجابية وتقترح توصيات للقضاء على سلبياتها إن وجدت.

**Abstract:**

Originated in the city of Ela - currently - the phenomenon of new promotional were not known by local residents call name (Council alum) believed that this phenomenon resulted mainly from a number of variables occurred in the community Ela. Some of these economic variables related to climate and quality of sources of income and the other linked to the results of social and cultural friction that accompanied the economic changes. This was followed by approval and adoption of other means of promotion in those communities. Vhaddtt result, improved roads and other means of communication in the shortcut the time required to change. Vhaddtt boom in the adoption and promotion methods coming from outside the region Ela. Equally matched by a boom and other counterproductive to abandon all means of promoting local traditional old. Among the means of promotion and entertainment, are recommended and adopted in the Ela at the present time is the Council of "likeness" of this area of ​​research. And the Council has the alum in fact the roots of local environmental, professional, social and historical helped to present its inception. At the present time takes Ula dozens of such boards and at night frequented by a lot of young people, particularly staff and students for the purpose of leisure and entertainment. The main objective of this study is to conduct a comprehensive assessment of this phenomenon in the city of new promotional Ela. This is achieved by searching for reasons for its creation and analysis of the spatial spread of locations on the map of the city of Ela. Also identify the promotional practices that are inside. And review of the social and economic conditions for its members and the times of its work and aims of this study is also to be guided by the positive results and propose recommendations to eliminate the drawbacks, if any.