

## WPROWADZENIE

Prezentowany 39 tom „Studiów Miejskich” zawiera teksty dotyczące istotnych zagadnień związanych z funkcjonowaniem, przemianami i rozwojem miast. Tematyka artykułów jest zróżnicowana. Interesujące zagadnienia zostają poruszone w pierwszym opracowaniu, w którym to autorzy przedstawiają wyniki badań dotyczące wyobrażenia o mieście, w jakim by się chciało żyć (*porządne miasto*) i o mieszkańcach (*porządni mieszkańcy*), których by się chciało mieć za członków społeczności lokalnej. Kolejna praca badawcza dotyczy transportu miejskiego oraz dostępności transportowej, postrzeganych przez studentów wybranych uczeni wrocławskich. Innym ciekawym zagadnieniem, poruszonym w kolejnym opracowaniu, są media społecznościowe i ich znaczenie w kształtowaniu wizerunku miast. W następnym artykule zaś podjęto próbę wykazania roli i znaczenia pracy zdalnej w kreowaniu *smart city* w dobie pandemii. W ostatnim z prezentowanych artykułów przedstawiono ocenę aktualnych działań promocyjnych w Kielcach oraz w gminach miejsko-wiejskich powiatu kieleckiego wraz ze wskazaniem głównych problemów w zakresie funkcjonowania w nich promocji turystycznej.

Wyrażam nadzieję że prezentowany tom będzie źródłem interesujących i inspirujących wiadomości z zakresu funkcjonowania i rozwoju miast.

*Agnieszka Dembicka-Niemiec*

## INTRODUCTION

The present Volume 39 of *Studia Miejskie* includes contributions dealing with vital issues connected with the functioning, transformations and development of cities. The topics discussed by their authors are varied. Accordingly, the first study addresses interesting questions by presenting results of the authors' research on representation of a city which we would be happy to live in (*an orderly city*) and an image of residents (*orderly inhabitants*) whom we would like to live around us as members of the local community. The next research work deals with the issues of city transport and its availability, as perceived by students of selected colleges of higher education based in Wrocław. Likewise, an interesting problem is discussed in the succeeding contribution, that is social media and their significance for shaping the image of cities. The next article embarks on showing the role and importance of teleworking in creating *smart cities* in the time of pandemic. In turn, the last of the articles presented in this volume offers an assessment of current promotional actions run in Kielce as well as in municipal-rural communes in Kielce County, along with pointing to the main problems connected with the functioning of tourist promotion organized in them.

I believe that the volume we are now presenting our readers with will prove a source of interesting and inspiring information in the field of cities' functioning and development.

*Agnieszka Dembicka-Niemiec*