

## **Anotace**

Tato diplomová práce, *Byla, nebyla jedna firma, a ta se jmenovala Patagonie*, se zabývá případovou studií outdoorové značky Patagonia a jejích aktivistických transmediálních obsahových projektů, s důrazem na nejaktuálnější kampaň značky: *Zachraňte Bears Ears*. Park Bears Ears je obdobou české chráněné krajinné oblasti, jejíž status ale současný americký prezident Donald Trump nedávno neautorizovaně sebral. Zatímco se firma zabývá výrobou a prodejem kvalitního outdoorového oblečení, tak se Patagonie ve stejnou dobu také aktivně angažuje do veřejného dění. Firma informuje své zákazníky zejména o stavu životního prostředí prostřednictvím svých multimediálních poutavých příběhů nesoucí prvky žurnalistiky. Patagonie usiluje o podněcování veřejnosti a ostatních firem zapojovat se do občanské společnosti, změnit spotřební chování nejen zákazníků, ale i výrobců, s konečným cílem udržitelné ochrany této křehké planety, kterou my všichni obýváme. Patagonie potvrzuje své altruistické odhodlání prostřednictvím svého oficiálního firemního hesla: “Jsme v businessu, abychom zachránili planetu.”