



Dober dan, piše vam vaša podzavest!



average_bralec_Primorskega: Ma?? Kje je meme?? Ne razumem ...

Glasovi, glasovi!!!!!! Krik! STRAH!! štrrrrrr



Munchov_krik: °O°



average_bralec_Primorskega: Danes so komentari zares revni ...



chad_ustvarjalci_memejev: To je relativno ...

Dober dan, govorijo vam vaši notranji glasovi!



average_bralka_Primorskega: Ste prou narcisi!



chad_ustvarjalci_memejev: Ja.

Cela ulica nori! (Ulica nori!) kliči (´◡◡´) ♥ 113 ♥



realdonaldtrump: Je minilo eno leto in še nisem v zaporu, he he!

[Bralec dvakrat pogleda zadnji komentar. Nato razume vic, se posmeje v notranjosti in posploši nasmešek na obrazu]

Dober dan!

#bodidirekten

@direktni: Adam, Aljoša, Andrej, Damir, Daniel, Erika, Franz, Gabriel, Giada, Ines, Jakob, Johanna, Julijan, Martin, Nicolò, Sanja, Svetlana in Veronica

petek, 10. decembra 2021 | št. 12 | leto IV

mladi@primorski.eu

Trdimo lahko, da danes moda ni več namenjena le izbrancem. Sčasoma je modno oblačenje postalo dostopno prav vsem. Vzporedno so nastale tudi manjše blagovne znamke, ki proizvajajo manj, a bolj premišljena oblačila. Pogovarjali smo se z Williamom Margiglio in Diegom Viscontijem, ki sta leta 2016 skupaj ustanovila znamko »streetwear«, torej znamko ulične mode, imenovano Strasnic Clothing. Oba živita v Trstu in sta bila rojena leta 2000. Spoznala sta se na umetniškem liceju, kjer se je rodilo njuno veliko prijateljstvo. William za znamko kreira, Diego pa se ukvarja z digitalnim oblikovanjem in tiskom.

Za začetek nas zanima, ali ime izgovorimo Strasnič ali Strasnik?

WILLIAM IN DIEGO: Točno bi bilo Strasnik, vseh pa nama je, da ga vsakdo izgovori po svoje. Strasnic je posebna znamka, vseh nama je, da jo vsakdo interpretira na različne načine. Ime se je rodilo iz komične situacije. Še v šolskih klopih se je William zabaval z izmišljenjem nesmiselnih besed, ki jih je ponavljal v neskončnost. Med premišljevanjem o tem, kako bi poimenovala znamko, sva se spogledala, zasmejela in naenkrat rekla: Strasnic! Poimenovanje je močna točka: je edinstveno, zato ga stežka pozabiš.

Kako se je rodila ideja, da bi ustvarila znamko?

W. IN D.: Zamisel se je razvijala zelo naravno. V razredu sva sedela v isti klopi in sva zelo hitro spoznala, da imava skupna zanimanja za »streetwear«, »skateboarding« in »writing«. Ta vizualna osnova naju je oblikovala v času šolanja. Za hec sva poskusila ustvariti nekaj majic, ki so bile v kratkem času razprodane kljub slabi kakovosti (tedaj sva tiskala z likalnikom). Ob tej priliki sva spoznala, da morava investirati vse moči v znamko. Odločila sva se, da ostaneva v Trstu, ker sva prepričana, da mesto ni toliko v ospredju in nima slovesa, kot bi si ga

»Strasniška« moda in pogled na mesto

zaslužilo. Upajmo, da bodo mladi enkrat Trst dojemali tudi kot mesto Strasnica, ko bo znamka dovolj velika. Potrebnovala sva dolgih pet let, da je Strasnic postala uradna zadeva. Morala sva se naučiti vsega, kar je potrebno za vodenje podjetja. Težko je bilo tudi dojeti, kdo naj bo za kaj zadolžen. Za ustvarjanje takih projektov je treba imeti veliko vztrajnosti, odločnosti, predvsem pa ljubezen do dela, ki ti pomaga, da se vsak dan izboljšuješ.

Zakaj sta tako uspešna pri mladostnikih?



W. IN D.: Misliva, da se ljudje zavedajo najine odločnosti in ljubezni, ki jo vlagava v delo. Vsekakor je danes tudi komunikacija preko socialnih omrežij temeljnega pomena. Na Instagram strani (@strasnicclothing) skušava izpostaviti čim bogatejšo in barvitejšo komunikacijo s sledilci. Od nekdaj pa imava raje osebne človeške stike. Zaradi tega v Trstu pripravljava veliko dogodkov Strasnic. Več informacij dobite na spletni strani www.strasnicclothing.it. Imava

že spletno prodajalno, hotela pa bi v prihodnosti imeti tudi fizično trgovino.

Ostanimo pri dogodkih, ki jih pripravljata. Kaj nam lahko povesta o projektu Art(è) in cantiere?

W. IN D.: Letos sva med drugim sodelovala pri tem projektu z Občino Trst, Rosso doo in E_Factory. Najine grafike so izobesili na pročeljih palač v centru mesta. Izkoristili smo priložnost, da pripovedujemo o mestnih četrtih s »strasniškim« pogledom. Pohvalili so nas meščani vseh starosti,

kar za nas veliko pomeni! Bodite pozorni, ker boste v naslednjih dneh v mestu lahko našli nove podobe.

Zanimivo prireditev sta organizirala tudi ob mednarodnem dnevu boja proti Aidsu, ki je potekal prvega decembra.

W. IN D.: Tako je. Temo sva prvič poglobila, ko sva izvedela za umetnika Keitha Haringa. Ta je po okužbi s HIV ustanovil fundacijo, ki ima cilj širiti informacije o tej bolezni. Odločila sva se, da bova tudi midva stopila v akcijo. Tako sva ustvarila paket, ki je vseboval listek s podatki o HIVu in Aidsu, dve nalepki ter »condomsnice«, poseben kondom v slogu Strasnica. Prvega decembra sva pakete delila po Trstu. Za naju je bilo zelo pomembno izvesti ta projekt, saj se zavedava, da je tema Aidsa premalo poznana. Res je bilo lepo spoznati mlajše kupce in z njimi poklepetai.

Metaverse: znanstvena fantastika ali resnica?

Ste že slišali za Metaverse? Govorijo ste zanj slišali v kakšnem filmu ali zasledili v romanu, če se zanimate za sci-fi oziroma znanstveno fantastiko.

Poimenovanje je uvedel pisatelj Neal Stephenson v romanu *Snow Crash*. Metaverse je v bistvu izmišljen svet na internetu, v katerem uporabniki delajo vse tisto, kar lahko delajo v živo, le da virtualno, kot bi se premaknili v vzporedno dimenzijo. S pomočjo avatarja, ki si ga ustvariš sam, lahko delaš na spletu, lahko se srečuješ s svojimi prijatelji, sorodniki, kolegi, nakupuješ, hodiš na koncerte, predstave, lahko

igraš videoigre in veliko drugih stvari. Ta koncept so še bolj razdelali v nekaterih drugih knjigah in filmih, med katerimi je nedvomno Spielbergov film *Ready player one* (Igralec št. 1). Videti je, da Metaverse ne bo ostal samo v knjigah in v filmih, ampak se bo udejanjil v razširjeni resničnosti. Mark Zuckerberg, podjetnik in lastnik Facebooka, nam je z videom na YouTubeu razkril, kateri so načrti njegovega podjetja, ki je nedavno spremenilo ime v Meta. Seveda so se nato zvrstile polemike in debate po napovedi tako ambicioznega projekta, ki je lahko zelo nevaren, če ne bo ob njem pravega nadzora. Veliko ljudi si je postavilo vprašanja, kot so: Kako bo vse skupaj delovalo? Bo lastnik samo podjetje Meta ali bo v tem projektu več podjetij? Kaj pa naši osebni podatki? Bodo v tem svetu veljala pravila? Če bodo, katera? Kdo pa jih bo določil? Zuckerberg ni edini, ki je začel delati na tovrstnem projektu, veliko drugih podjetij (predvsem »Big Tech«, torej tehnološki veliki) je začelo pripravljati podobne stvari, kot so na primer Microsoft, Epic Games (Fortnite), Playsta-

tion in celo TikTok. Zelo verjetno ne bodo sodelovala, vsako bo naredilo svojo različico Metaversa. Tako kot sta Rusija in ZDA tekmovali, kdo bo prvi prišel na Luno, tako zdaj tekmujejo tehnološka podjetja, kdo bo prvi naredil najboljši Metaverse. Edini izmed tekmovalcev, ki bi hotel popolnoma odprti Metaverse, je Tim Sweeney, eden od ustanoviteljev Epic games. Ekonomski potencial, ki ga ima ta tehnologija, je pošastna. Do leta 2024 bo lahko na tržišču vredno 800 milijard dolarjev, pravi podjetje Bloomberg Intelligence. Kljub vsemu povedanemu veliko strokovnjakov dvomi, da se bo vse to uresničilo v tako kratkem času (če se bo sploh uresničilo). Tudi zato, ker je še preveč problemov pri postavljanju pravil in vodenju. Torej je treba prej uveljaviti pravila, sicer bi bil Metaverse zelo nevaren za temeljne človekove pravice, kot je npr. varovanje osebnih podatkov, ki so ogroženi že z današnjo tehnologijo, prav tako pomenijo nevarnost za mentalno zdravje, saj obstaja možnost, da bo ljudem bolj všeč svet, v katerem so lahko vse tisto, kar ne morejo biti v resničnem življenju.