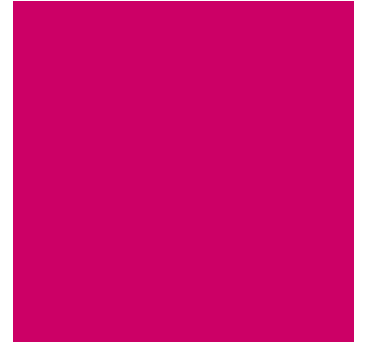




HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences



Interaktive Medien 1. Semester

Martin Vollenweider

Web Applikationen I

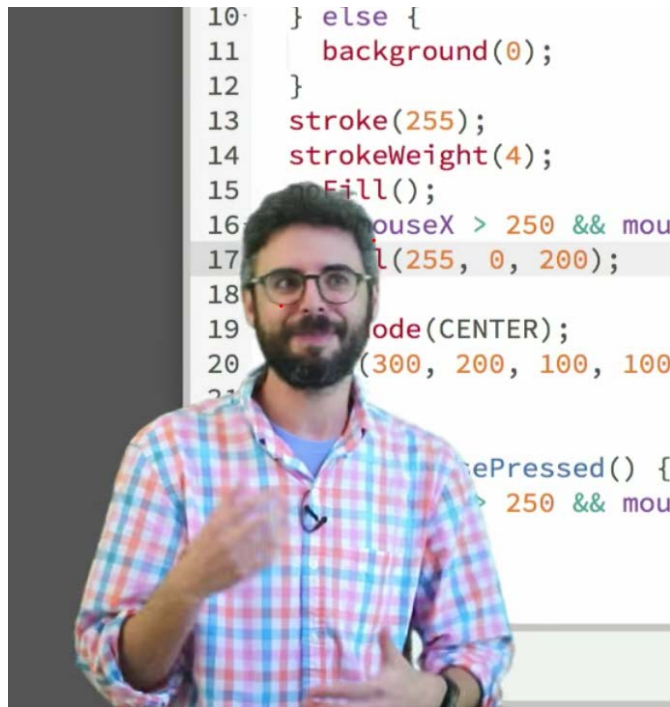
Übung 2: Variablen und Bedingungen

Aufgabe 1: Video

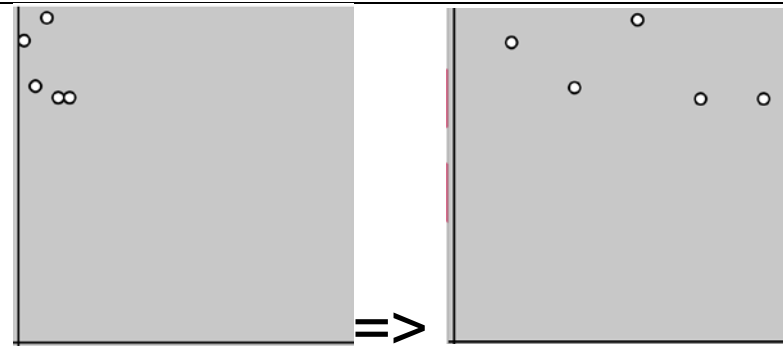
Bitte schauen Sie sich das Video an:

- p5.js tutorial - [2.4](#) the map() function

19.38



Aufgabe 2: Mapping



Eine Wertereihe eines Sensors (Code siehe unten) soll mit Hilfe der Map-Funktion automatisch über die *ganze Breite des Canvas* (x) verteilt werden.

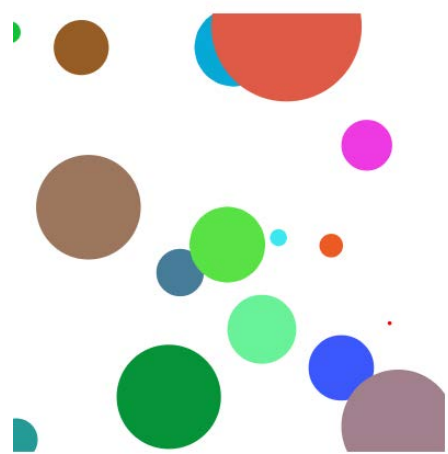
```
function setup() {  
  createCanvas(300, 300);  
  background(200,200,200)  
  strokeWeight(2);  
  line (0,height-5,width, height-5);           // H-Achse  
  line (0+5,0, 0+5,height);                     // V-Achse  
  p1 = {x:10,y:30};                               // gegebene Punktereihe  
  p2 = {x:20,y:70};  
  p3 = {x:30,y:10};  
  p4 = {x:40,y:80};  
  p5 = {x:50,y:80};
```

```
ellipse(p1.x,p1.y, 10, 10);           // Ellipsen
ellipse(p2.x,p2.y, 10, 10);
ellipse(p3.x,p3.y, 10, 10);
ellipse(p4.x,p4.y, 10, 10);
ellipse(p5.x,p5.y, 10, 10);
}
```

Hinweise

- Map-Funktion: `map(value, start1, stop1, start2, stop2)`
- Die oben gegebenen Befehle `ellipse()` müssen natürlich ersetzt werden, wobei es nur um die x-Position (Breite) geht.

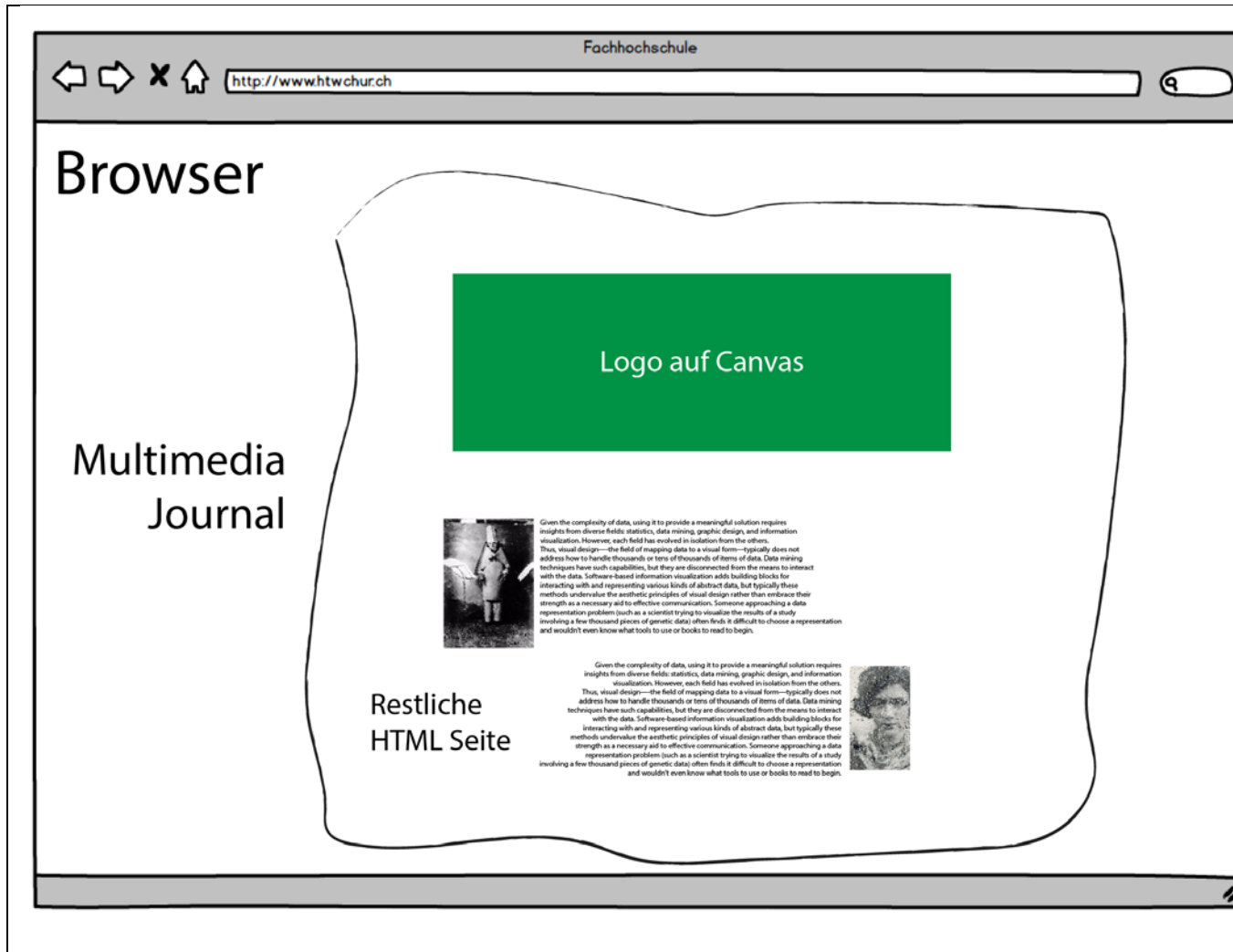
Aufgabe 3: Slow Framerate



Auf dem Canvas sollen sich im Sekundentakt neue Kreise bilden. Horizontale und vertikale Position, Farbe und Grösse sollen mit Zufallsgeneratoren festgelegt werden

Aufgabe 4: Dynamic Branding

Einführung



Bestandteil des Multimedia Journals ist ein von Ihnen entwickeltes Logo. Dieses wird mit P5, resp. Javascript programmiert und immer weiterentwickelt.

Dynamic Branding

Dynamische Erscheinungsbilder nach Ulrike Felsing

Laut Ulrike Felsing sind flexible Erscheinungsbilder gekennzeichnet durch Veränderlichkeit, Kontextbezogenheit, Prozesshaftigkeit, Performativität, Nichtlinearität, Kohärenz und Vielfalt. Jeweils in einem eigenen Verhältnis sind diese Merkmale präsent. Ein Variationsverfahren bestimmt, ob ein Erscheinungsbild sich durch eines dieser Merkmale auszeichnet oder nicht (vgl. Felsing 2010: 13). Bei ausgereiften flexiblen Erscheinungsbildern werden keine Elemente wie Logo, Schrift und Farben festgelegt, sondern ein Gestaltungsprinzip oder Basisthema, welches offen ist für die Umsetzung in mehrere Ausdrucksformen, Dimensionen, Formate oder Medien. Sie orientieren sich stärker am «Jetzt»

...

«However dynamic their new logos may seem, I see them as nothing more than a moving version of a static logo. Creating a dynamic identity requires much more freedom than just movement.»
(Van Nes 2013: 7)

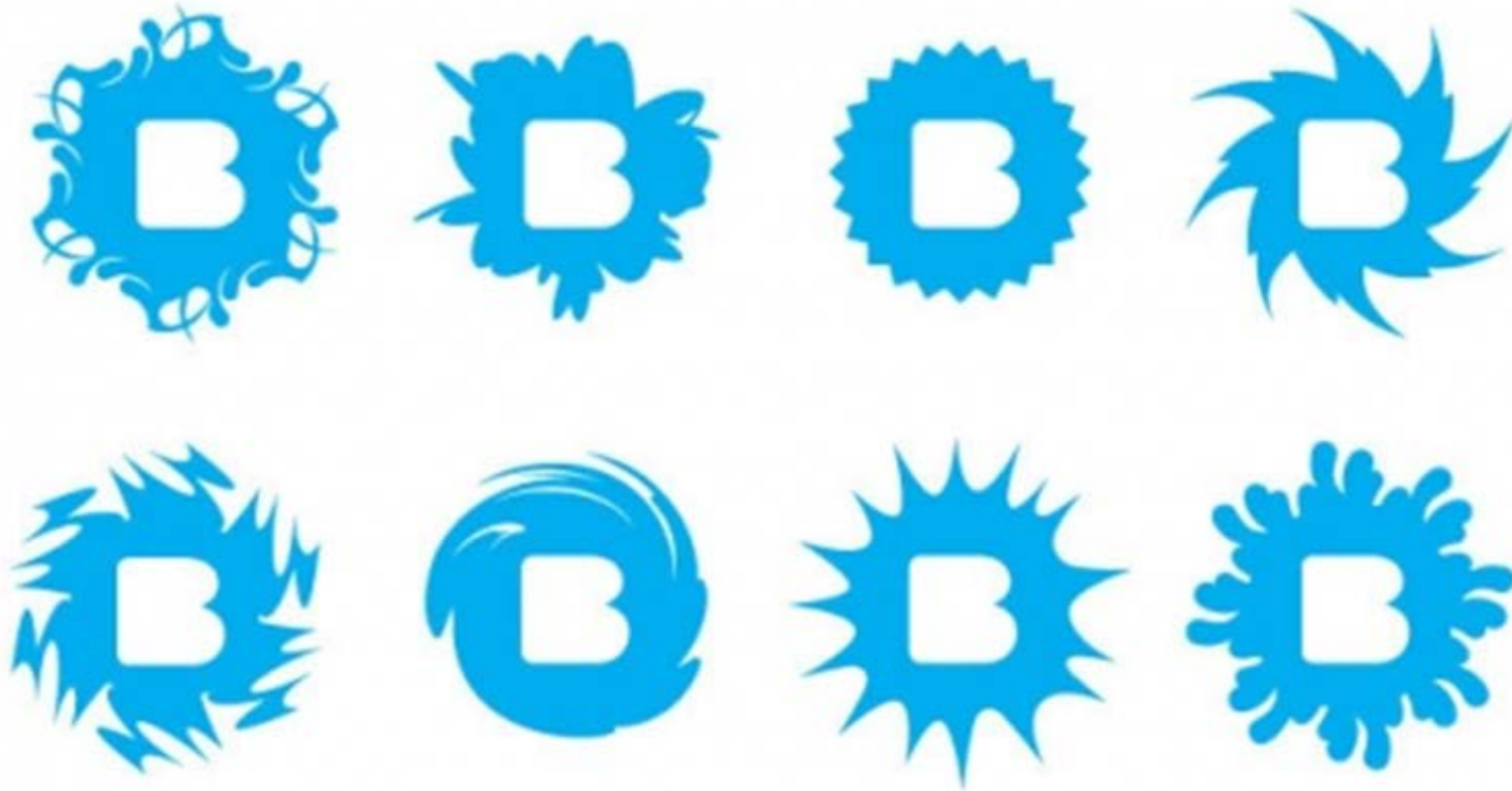
Corporate Design vs. Dynamic Branding. Bachelor-Arbeit von Gabriela Schnell 2015



Aufgabe

Konstruieren Sie auf einem Blatt Papier einige Logo-Varianten für Ihre Multimediale Zeitschrift und setzen Sie diese mit P5 um. Die Grösse des Logos ist vom von Ihnen reservierten Platz ab.

Beispiel eines dynamischen Logos (Brooklyn Museum)



Literatur zum Thema



Ruedi Alexander Müller-Beyeler,
Heiner Butz: Das Unternehmen,
die Marke und ich.

Haupt Verlag 2016

ISBN: 978-3258079752