

XML im Redaktionsalltag – von der Praxis für die Praxis

Ursula Welsch

www.welschmedien.de

www.xml-schule.de

www.xml-newsletter.de

AKTD, Rosenheim-Aising

20. September 2005

Aufbau des Vortrags

- Einführung in XML
- Metasprache XML
- XML-Familie
- XML-Editoren
- DITA 1.3.2

Einführung

XML ist:

- software- und plattformunabhängiges Datenformat für medienneutrale Datenhaltung
- Auszeichnungssprache für elektronische Manuskripte bzw. Modellierungssprache für elektron. Datenbestände
- Datenaustauschformat bzw. Schnittstellenformat

Single-Source-Publishing

- Wiederverwendung von Bausteinen innerhalb einer Dokumentation
- Mehrfachpublikation in verschiedenen elektronischen Formen
- Individualisierung von Dokumentationen

Umbruch in der Medienlandschaft

bestimmt von einer steigenden Anzahl

- an multi-funktionaler (Klein-) Hardware
- von digitalen Publikationsformen
- von digitalen Zugangswegen

Umbruch in der Medienlandschaft

Mediennutzung in den Zielgruppen:

- immer mobiler
beim Standort
- immer flexibler
bei der Gerätenutzung

Einführung

XML ist eine Metasprache!

Metasprache:

- Sprache, mit deren Hilfe eine konkrete Sprache definiert wird

resp.

- Syntax, mit der ein neues Vokabular bzw. eine konkrete Anwendung festgelegt werden kann

Metasprache XML

funktioniert durch drei Prinzipien:

1. Plattformunabhängigkeit
2. Beschreibendes Markup
3. Trennung von Inhalt und Form

Metasprache XML

1. Plattformunabhängigkeit

- keine software-eigenen Codierungen (proprietäre Systeme)
- sondern textliche Zeichenfolgen, die vom übrigen Text durch sog. Delimiter getrennt werden

Metasprache XML

Beispiel:

```
<H1>Giotto di Bondone</H1>
<P>&asterisk; 1266 in Vespignano
    &uuml;lber Florenz</P>
<P>&dagger; 1337 in Florenz</P>
<P>Schon seine Zeitgenossen feierten
    Giotto als den Neuerer der
    italienischen Malerei.</P>
```

Metasprache XML

2. Beschreibendes Markup

- selbst definierte Codierungen
- beschreibende Benennungen
- sondern „generic coding“, das strukturelle Muster aufgreift und benennt

Metasprache XML

Beispiel 1:

```
<maler>
<name>Giotto di Bondone</name>
<lebensdaten>
  <geb-jahr>1266</geb-jahr>
  <geb-ort>Vespignano &uuml;ber Florenz</geb-ort>
  <tod-jahr>1337</tod-jahr>
  <tod-ort>Florenz</tod-ort>
</lebensdaten>
<biografie>Schon seine Zeitgenossen feierten Giotto als
  den Neuerer der italienischen Malerei.</biografie>
</maler>
```

Metasprache XML

Beispiel 1: Verarbeitung

Lexikon:

Giotto di Bondone

* 1266 in Vespignano, † 1337 in Florenz

Schon seine Zeitgenossen feierten Giotto als den Neuerer der italienischen Malerei.

Register:

Giotto di Bondone (1266–1337)

Metasprache XML

Beispiel 2: medienneutrale Verlinkung

Printausgabe:

Dies sind wichtige Ausführungen (siehe auch Seite 33),
und hier ist noch etwas Wichtigeres (siehe Kapitel 3.3).

Elektronische Ausgabe:

Dies sind wichtige Ausführungen,
und hier ist noch etwas Wichtigeres.

Metasprache XML

Beispiel 2: medienneutrale Verlinkung

```

<absatz>Dies sind wichtige
<verweis art=„siehe auch“ typ=„Seite“
  IDREF=„1234“>
Ausführungen</verweis>, und hier ist
  noch etwas
<verweis art=„siehe“ typ=„Kapitel“
  IDREF=„1234“>
Wichtigeres</verweis>.</absatz>

```

Metasprache XML

3. Trennung von Inhalt und Form

- d.h. keine Formatinformationen im XML-Dokument
- sondern nur der eigentliche Inhalt und die inhaltsorientierte Beschreibung der Struktur

Metasprache XML

Werbung und Kaufen / eine Einführung Werbung in der Wahrnehmung der Konsumenten Werbung gehört zu denjenigen Erscheinungen unseres Lebens, zu denen fast jeder Mensch eine Meinung hat. Wenn man Personen zu einer Meinung über Werbung fragt, kann man ziemlich sicher sein, eine Antwort zu bekommen. Und diese Antwort wird von den meisten Antwortenden auch für kompetent gehalten (Bergler, 1984). Akzeptanz Das Image der Werbung in der Bevölkerung schwankt zwischen verschiedenen Standpunkten. Von gut gemachter Werbung geht auf die meisten Menschen eine erhebliche Faszination aus. Gut gemachte Werbung prägt unsere Vorstellung von Ästhetik, sie stimuliert und unterhält. Viele Werbeformen werden als Informationsquelle genutzt und bei Kaufentscheidungen berücksichtigt (Ehm, 1995). Andererseits hat Werbung in weiten Kreisen der Bevölkerung das Image, daß sie keine glaubhaften und zutreffenden Informationen bereitstellt. Auch heute noch findet sich die Meinung, durch Werbung würden Personen überredet, Dinge zu kaufen, die sie nicht brauchen (vgl. dazu Haller, 1974; Gesellschaft für Konsumforschung, 1976). ¶

Inhalt

Kapitel Eins: Werbung und Kaufen / eine Einführung
1.1 Werbung in der Wahrnehmung der Konsumenten
Werbung gehört zu denjenigen Erscheinungen unseres Lebens, zu denen fast jeder Mensch eine Meinung hat. Wenn man Personen zu einer Meinung über Werbung fragt, kann man ziemlich sicher sein, eine Antwort zu bekommen. Und diese Antwort wird von den meisten Antwortenden auch für kompetent gehalten (Bergler, 1984).
1.1.1 Akzeptanz
Das Image der Werbung in der Bevölkerung schwankt zwischen verschiedenen Standpunkten. Von gut gemachter Werbung geht auf die meisten Menschen eine erhebliche Faszination aus. Gut gemachte Werbung prägt unsere Vorstellung von Ästhetik, sie stimuliert und unterhält. Viele Werbeformen werden als Informationsquelle genutzt

Struktur

Dokument

KAPITEL EINS: Werbung und Kaufen / eine Einführung

1.1 Werbung in der Wahrnehmung der Konsumenten

Werbung gehört zu denjenigen Erscheinungen unseres Lebens, zu denen fast jeder Mensch eine Meinung hat. Wenn man Personen zu einer Meinung über Werbung fragt, kann man ziemlich sicher sein, eine Antwort zu bekommen. Und diese Antwort wird von den meisten Antwortenden auch für kompetent gehalten (Bergler, 1984).

1.1.1 Akzeptanz

Das Image der Werbung in der Bevölkerung schwankt zwischen verschiedenen Standpunkten. Von gut gemachter Werbung geht auf die meisten Menschen eine erhebliche Faszination aus. Gut gemachte Werbung prägt unsere Vorstellung von Ästhetik, sie stimuliert und unterhält. Viele Werbeformen werden als Informationsquelle genutzt und bei Kaufentscheidungen berücksichtigt (Ehm, 1995).

Layout

Metasprache XML

Werbung und Kaufen / eine Einführung Werbung in der Wahrnehmung der Konsumenten Werbung gehört zu denjenigen Erscheinungen unseres Lebens, zu denen fast jeder Mensch eine Meinung hat. Wenn man Personen zu einer Meinung über Werbung fragt, kann man ziemlich sicher sein, eine Antwort zu bekommen. Und diese Antwort wird von den meisten Antwortenden auch für kompetent gehalten (Bergler, 1984). Akzeptanz Das Image der Werbung in der Bevölkerung schwankt zwischen verschiedenen Standpunkten. Von gut gemachter Werbung geht auf die meisten Menschen eine erhebliche Faszination aus. Gut gemachte Werbung prägt unsere Vorstellung von Ästhetik, sie stimuliert und unterhält. Viele Werbeformen werden als Informationsquelle genutzt und bei Kaufentscheidungen berücksichtigt (Ehm, 1995). Andererseits hat Werbung in weiten Kreisen der Bevölkerung das Image, daß sie keine glaubhaften und zutreffenden Informationen bereitstellt. Auch heute noch findet sich die Meinung, durch Werbung würden Personen überredet, Dinge zu kaufen, die sie nicht brauchen (vgl. dazu Haller, 1974; Gesellschaft für Konsumforschung, 1976). ¶

Inhalt

Kapitel Eins: Werbung und Kaufen / eine Einführung
1.1 Werbung in der Wahrnehmung der Konsumenten
Werbung gehört zu denjenigen Erscheinungen unseres Lebens, zu denen fast jeder Mensch eine Meinung hat. Wenn man Personen zu einer Meinung über Werbung fragt, kann man ziemlich sicher sein, eine Antwort zu bekommen. Und diese Antwort wird von den meisten Antwortenden auch für kompetent gehalten (Bergler, 1984).
1.1.1 Akzeptanz
Das Image der Werbung in der Bevölkerung schwankt zwischen verschiedenen Standpunkten. Von gut gemachter Werbung geht auf die meisten Menschen eine erhebliche Faszination aus. Gut gemachte Werbung prägt unsere Vorstellung von Ästhetik, sie stimuliert und unterhält. Viele Werbeformen werden als Informationsquelle genutzt

Struktur

Dokument

Yohinger Kapitel Nichtster Kapitel
Kapitel Eins: Werbung und Kaufen / eine Einführung
[1.1 Werbung in der Wahrnehmung der Konsumenten](#)
[1.1.1 Akzeptanz](#)
[1.1.2 Wahrnehmung](#)

Layout

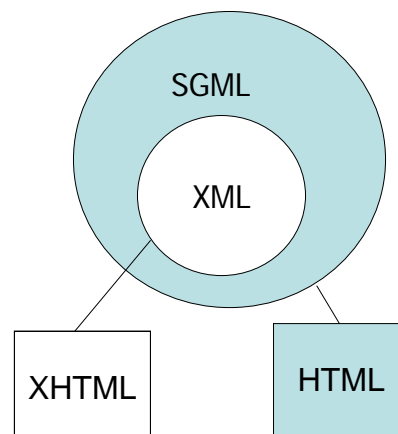
Metasprache XML

Bestandteile einer Anwendung:

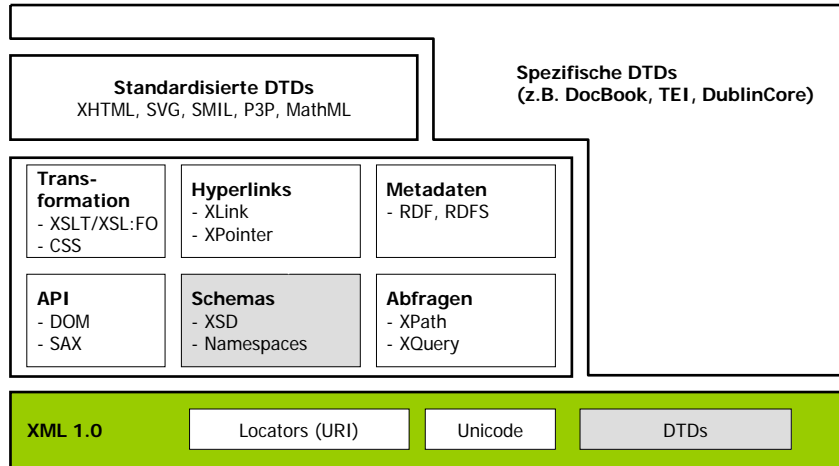
- Strukturbeschreibung:
als DTD oder XML-Schema
- das eigentliche Dokument:
XML-Instanz
- XML-Editor:
nutzt Strukturbeschreibung zur
Struktursteuerung bei der Erfassung
und Bearbeitung

XML-Familie: Generationen

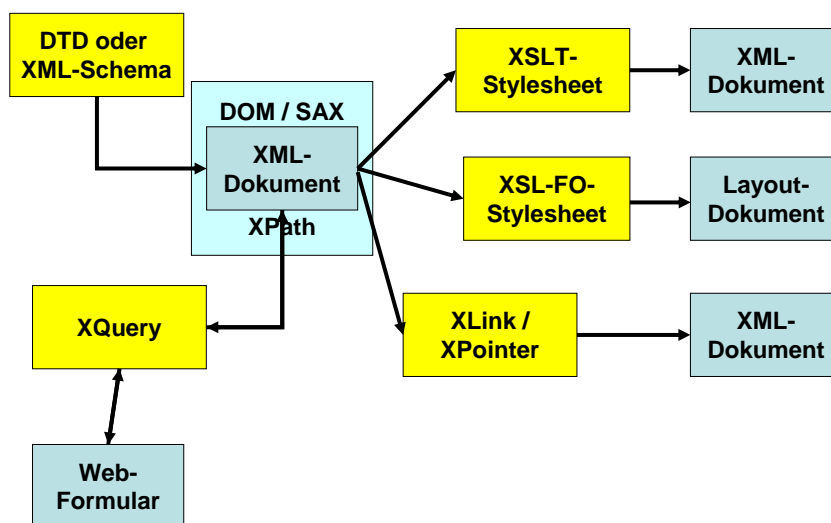
- SGML ist die
„Mutter“
- XML ist eine
„abgespeckte
Tochter“
- (X)HTML ist ein
„zwanghafter
Sohn“



XML-Familie von Standards



XML-Familie in Anwendung



Einsatzszenarien von XML

- IT generell
- Webpublishing
- diverse Branchen:
 - Verlagswesen
 - Technische Dokumentation
 - Corporate Publishing
 - Medizin und Pharmazie
 - Justiz und eGovernment
 - Bibliotheks-/Archivwesen
 - eLearning

XML-Strukturführung

- DTD
Document Type Definition
- Schema
XML Schema Description Language

XML-Strukturführung: DTD

```

<!ELEMENT  gedicht (autor, titel,
                    untertitel?,
                    (vers+ | strophe+)) >
<!ELEMENT  autor      (#PCDATA) >
<!ELEMENT  titel      (#PCDATA) >
<!ELEMENT  untertitel (#PCDATA) >
<!ELEMENT  vers       (#PCDATA) >
<!ELEMENT  strophe    (vers+) >

```

XML-Strukturführung: Schema

```

<xs:element name="gedicht">
  <xs:complexType>
    <xs:sequence>
      <xs:element ref="autor"/>
      <xs:element ref="titel"/>
      <xs:element ref="untertitel" minOccurs="0"/>
      <xs:choice>
        <xs:element ref="vers"
          maxOccurs="unbounded"/>
        <xs:element ref="strophe"
          maxOccurs="unbounded"/>
      </xs:choice>
    </xs:sequence>
  </xs:complexType>
</xs:element>
<xs:element name="autor">
  <xs:complexType mixed="true">
    <xs:choice minOccurs="0" maxOccurs="unbounded"/>
  </xs:complexType>

```

XML-Schema

Vorteile gegenüber DTD:

- Kann vordefinierte Datenkonzepte benutzen und weitere Datentypen definieren
- Kann Anzahl der Wiederholungen eines Elements festlegen
- Benutzt die XML-Dokumentsyntax für die Strukturbeschreibung (Langzeitarchiv!)
- Kann über Programmierschnittstellen, wie z.B. DOM, angesprochen werden
- unproblematische Einbindung von Namensräumen etc.

XML-Schema

Nachteile gegenüber DTD:

- Kennt keine Entities
- Ist sehr viel umständlicher zu formulieren
- kann nicht von allen XML-Editoren interpretiert werden
- bietet Möglichkeiten der Datentypisierung, die bei den meisten Publikationsdaten nicht benötigt werden
- etc.

XML-Editoren

- Blast Radius XMetal (früher: SoftQuad)
- epcEdit
- Altova XML Spy
- MS Word 2003

XML-Anwendung

- XML-Instanz
- XML-DTD oder XML-Schema
- XSL-Stylesheet für Transformation in HTML
- XSL-Stylesheet für Darstellung in PDF

XML und MS Office 2003

- ganzes Office-Paket ist XML-fähig: Word, Excel, Access, Frontpage, Infopath
- benutzer-definiertes XML:
nur in Word 2003 Professional
- in Office12 wird Dateiformat komplett XML sein

DITA

- Darwin Information Typing Architecture
- ursprl. bei IBM entstanden, jetzt bei OASIS Open Source
- Bausteine als Strukturierungstechnik
- vier Basiselemente:
topic, concept, task, reference
siehe [ditabase.dtd](#)

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit

Ursula Welsch
ursula.welsch@welschmedien.de