

Linkit

Linkit ovat hypertekstin tärkein osa. Niiden avulla sivut liitetään toisiinsa ja käyttäjille tarjoutuu mahdollisuus liikkua muille kiinnostaville sivuille.

Linkit

- Linkkejä on kolmea eri tyyppiä:
 - Rakenteelliset linkit auttavat hahmottamaan tietoavaruutta ja liikkumaan siinä.
 - Sisältölinkki on yleensä alleviivattua sana, jonka avulla käyttäjä siirtyy sivulle, joka antaa lisätietoa ko sanasta.
 - Aiheeseen liittyvät linkit auttavat käyttäjää löytämään etsimänsä mikäli käyttäjä huomaakin olevansa väärällä sivulla.

Linkkitekstit

- Linkkiteksti ei saisi olla liian pitkä, koska käyttäjät silmäilevät linkkejä nähdekseen mitä he voivat sivulla tehdä.
- Katse pysähtää linkkien kohdalle (vrt painetun tekstin korostukset).
- Hypertekstilinkeiksi valittava vain kaikkein merkityksellisimmän termit.

Linkkitekstit

- Kaikkein vanhin WWW-suunnitteluohje:
 - Linkkitekstissä tulee välttää ilmausta “klikkaa tästä” tai “täältä”.
 - **Ei** näin:
Lisätietoa www-suunnittelusta saat tästä.
 - **Vaan** näin:
Täältä saat lisätietoa [www-suunnittelusta](#).

Linkkiotsikot

- Merkitsevien sanojen alleviivamisen lisäksi käyttäjälle kannattaa tarjota lyhyt kuvaus linkin takaa löytyvästä tiedosta.
- Selitysosa on nimeltään *linkkiotsikko* ja se toteutetaan linkkitagin title-attribuuttia käyttäen.
- Title-attribuutilla määritelty otsikko tulee näkyviin noin sekunnin kuluttua siitä, kun hiiren osoitin on viety linkin kohdalle.

Linkkiotsikot

- Linkkiotsikon tarkoituksena on auttaa käyttäjää arviomaan mitä tapahtuu jos hän seuraa tiettyä linkkiä.
- Linkkiotsikko voi sisältää esimerkiksi seuraavia asioita:
 - Sen sivuston nimi, jolle linkki käyttäjän johtaa (mikäli linkki vie ulos sivustolta).
 - Linkin kohteen nimi (jos linkki osoittaa samalla sivustolla olevaan kohteeseen).
 - Lisätietoa kohdesivustolla olevasta informaatiosta, sekä siitä kuinka kohteena olevan sivusto liittyy linkkitekstiin ja lähtösivun sisältöön.
 - Varoitus ongelmista joihin käyttäjä saattaa törmätä linkin kohdesivulla (esimerkiksi varoitus rekisteröitymistarpeesta).

Linkkiotsikot

- Linkkiotsikon suositeltava maksimipituus on 80 merkkiä.
- Linkkiotsikon tarvitsee kuitenkin harvoin olla yli 60 merkkinen.
- Mitä lyhyempi otsikko, sitä parempi.

Linkkiotsikot

- Otsikko on tarpeeton jos siinä toistetaan vain sama asia kuin itse linkissä.
- Otsikosta huolimatta sekä linkin että ympäröivän tekstin tulee olla ymmärrettäviä myös ilman otsikkoa.
- Linkin otsikon on tarkoitus vain tarjota lisätietoa.

Linkkien väri

- Yleinen tapa:
 - Avaamattomat linkit esitetään sinisinä.
 - Avatut linkit esitetään sinipunaisina tai punaisina.
- Käytettävyyden kannalta on erittäin tärkeää, että kaikki linkit ovat tämän värisiä!
- Mikäli käytetään muun värisiä linkkejä, on käyttäjän vaikeaa päätellä mitkä sivuston osat hän on jo nähnyt ja mitä on näkemättä.

Linkkeihin kohdistuvat odotukset

- Tiettyyn sivuun tulee aina viitata samalla URL:llä, muutoin selain ei osaa hallita linkkien värjäystä oikein.
- Linkit koostuvat kahdesta osasta: lähtösivusta ja kohdesivusta.
- Peruseriaatteet linkkien suunnittelussa:
 - Lähtemistä käsittelevä teksti. Käyttäjille on selitettävä selkeästi miksi heidän pitäisi lähteä nykyisestä ympäristöstään ja mitä he hyötyvät menemällä linkin osoittamaan kohteeseen.
 - Saapumista käsittelevä teksti. Saapumispaikan on asetettava käyttäjät selkeästi lähtöpaikkaan verrattuna eri kontekstiin, ja käyttäjän on saatava hyötyä suhteessa lähtöpaikkaansa.

Linkit ulos sivustolta

- Webin perusidea on, että käyttäjä huolehtii omasta etenemisestään --> käyttäjiä ei voi omistaa viittaamalla linkeillä pelkästään omille sivustoille.
- Joillakin sivustoilla tarjotaan vihje jos linkki on viemässä käyttäjän ulos sivustolta, mutta tämä ei ole suositeltavaa.

Linkit ulos sivustolta

- Pohjimmainen syy sijoittaa sivustolle myös sieltä ulos vieviä linkkejä on se, että niiden avulla sivusto saa lisäarvoa lähes ilmaiseksi.
 - Hyöty jonka käyttäjät saavat linkkien kohteena olevista sivustoista koituu myös alkuperäisen sivuston hyväksi, koska sitä kautta käyttäjät hyödylliselle sivulle löysivätkin.
 - Jos käyttäjistä tuntuu että tietyllä sivustolla käymisestä on heille hyötyä, he palaavat sinne yhä uudelleen.
 - Linkeistä tulee osa sivulle tuotetusta sisällöstä, ja käyttäjät tulevat sivulle linkkien houkuttelemina.

Linkit ulos sivustolta

- Ulos sivustolta johtavat linkin on syytä valita huolellisesti.
- Useita linkkejä parempi vaihtoehto on linkittää vain muutamia todella hyödyllisiä sivustoja.
- Mitä enemmän linkkejä luettelossa on, sitä todennäköisemmin tärkeimmät jäävät käyttäjältä huomiotta.

Sivustolle johtavat linkit

- Sivustolle johtavat linkit voivat olla yksi tärkeimpiä sen kävijämääriin vaikuttavista tekijöistä.
- Sivusto saa parhaiten sille osoittavia linkkejä, kun jokaisella sivulla on oma URL-osoite.
- Käyttäjän pitäisi pystyä kopioimaan URL linkiksi omalle sivulleen ja luottamaan siihen että se toimii.
- Mikäli osa sivuisto “katoaa” tietyin väliajoin, siitä on hyvä kertoa sivulla.

Sivustolle johtavat linkit

- Joskus sivulla on pysyvän URL:n lisäksi myös tilapäinen URL.
 - Esimerkiksi lehden uusin kolumni voi olla virtuaalinen URL-osoite, joka osoittaa aina uusimpaan kolumniin.
- Tällöin linkittämisen tulisi olla mahdollista molempiin: osa haluaa linkittää uusimpaan ja osa tiettyyn kolumniin.
- Parhaiten sivustolle osoitavia linkkejä saa kerättyä tarjoamalla niin hyvää sisältöä, että muut *haluavat* linkittää sivuille.

Rekisteröitymistä tai maksua vaativat linkit

- Mikäli sivusto vaatii rekisteröitymistä tai maksua, on turha kuvitella että muilla sivuilla olevat linkit toisivat lisää käyttäjiä.
- Kukaan ei halua laittaa sivustolleen linkkiä, jonka toisessa päässä käyttäjän pitää maksaa päästäkseen käsiksi sisältöön.
- Rekisteröityminenkin häiritsee niin paljon, että se vähentää sivuille osoittavien linkkien määrää.
- Näissä tapauksissa osa sivustosta kannattaa rakentaa “vapaaksi” alueeksi, joilla esitellään koko sivuston sisältöä.

Mainoslinkit

- On erittäin suositeltavaa, että mainoslinkki johtaa suoraan mainoksen teeman mukaisille sivuille mainostajan kotisivun sijaan.
 - Esimerkiksi Applen MacBookin mainos tulisi linkittää suoraan osoitteeseen <http://www.apple.com/macbook/macbook.html> osoitteen <http://www.apple.com> sijaan.
- Tutkimuksissa on havaittu, että 20–30% mainospalkin kautta yrityksen kotisivuille päätyneistä käyttäjistä palaa lähes välittömästi edelliselle sivulle.
- Ulosvievän linkin suunnittelun periaatteet pätevät myös mainoslinkkeihin: käyttäjän täytyy pystyä muodostamaan mielikuva linkin kohteena olevasta sisällöstä.

Kalvojen lähde:
Jakob Nielsen, WWW-suunnittelu