

Bonjour,

Le web (qui a maintenant 25 ans) est fondé sur l'hyperlien. Force est de constater que malgré son âge, **le lien hypertexte** si simple à ajouter **est encore et toujours malmené**. Il est fréquent de constater des erreurs importantes de convivialité dans l'écriture et la mise en forme de liens hypertextes. Il existe de nombreux conseils pour **maximiser l'affordance des liens hypertextes**, je vous résume six règles de base.

1. Différenciez les hyperliens du texte normal et rendez-les repérables facilement.

- L'internaute est habitué à des hyperliens bleus et soulignés. Réservez ces styles (bleu et souligné) pour les hyperliens.
- Si la couleur du texte simple est bleue, utilisez alors une couleur qui contraste pour les hyperliens et maintenez le souligné (pensez aux daltoniens).
- S'il y a trop d'hyperliens contigus (dans le cas d'un menu, par exemple), c'est correct de ne pas souligner.
- Le changement d'apparence au survol d'un lien (la pseudo classe :hover) n'est pas utile pour la différenciation visuelle puisque la technique est inopérante sur les tablettes (un marché en pleine croissance).
- N'utilisez jamais le souligné pour autre chose que pour des liens hypertextes.

2. Chaque lien hypertexte doit être descriptif, unique et commencer par les mots importants pour le distinguer

3. N'utilisez pas de consignes comme «cliquez ici»

L'internaute sait ce qu'est un hyperlien. À la place, ajoutez l'hyperlien sur du texte signifiant quant au contenu de la cible.



Pour vous abonner ou abonner un ami, cliquez ici

Vous pouvez vous abonner ou abonner un ami.

Le «cliquez ici» est superflu et nuit à la fluidité de lecture. Ce conseil est d'autant plus vrai depuis l'avènement des tablettes... on ne clique plus sur des liens!!!

4. N'utilisez pas de liens du genre «pour en savoir plus...»

Ce texte n'est pas révélateur du contenu que sous-tend l'hyperlien tout en attirant inutilement l'attention (car il est visuellement distinctif du reste du texte). C'est d'autant plus vrai si vous utilisez cette expression plusieurs fois dans la même page (lire la règle 2). L'internaute s'attend à ce que des liens portants le même texte mène vers la même page!



Deux « edcamp » printaniers

Quoi de mieux en ce temps de renouveau qu'une journée où vous êtes le héros. En effet, c'est ce que propose la formule « edcamp ». Lire la suite

Deux « edcamp » printaniers

Quoi de mieux en ce temps de renouveau qu'une journée où vous êtes le héros. En effet, c'est ce que propose la formule « edcamp ».

Deux « edcamp » printaniers

Quoi de mieux en ce temps de renouveau qu'une journée où vous êtes le héros. En effet, c'est ce que propose la formule « edcamp ». Lisez la suite de Deux « edcamp » printaniers.

Il y avait 14 autres liens identiques sur la même page.

Hyperlien sur le titre

Hyperlien à la fin sur des mots-clés signifiants

L'internaute scanne la page selon un pattern en F, puis vise les hyperliens. Le texte des hyperliens doit être révélateur.

5. Utilisez une couleur différente pour les liens visités

L'internaute saura alors qu'il a déjà visité telle ou telle page.

6. Distinguez les cibles qui ne sont pas des pages web

Si le lien mène vers autre chose qu'une page web (un document Word, un fichier audio, etc.) dont le comportement occasionnera une réaction différente de l'appareil, informez-en l'utilisateur en ajoutant par exemple entre parenthèse le type de fichier et sa taille. Dans cette lignée, les liens de type mailto : sont à éviter pour différentes raisons.

J'ai glané ces conseils ci et là sur le web. Ma principale source pour la convivialité est toujours le [NNGroup](#) avec Jakob Nielsen, le gourou de la convivialité.

Voici mes conseils de convivialité du vendredi.

Bon week-end.

--

Stéphane Lavoie

Conseiller pédagogique — Service FGA montérégien du RÉCIT

skype : [smlavoie](#) — tél. : 450-670-0730 poste 2125 — cell. : 514-293-0066

www.fgamonteregie.qc.ca — Consultez [mon agenda](#) — Suivez-moi sur twitter.com/stephanemlavoie

Ce texte est mis à disposition selon les termes de la licence [Creative Commons Paternité 4.0 International](#)



L'icône [No](#) est conçu par [Icomatic](#) tiré de [the Noun Project](#)

Image [Jakob Nielsen](#) par [Crash Los Angeles](#) tirée de [Flickr](#)

