

連載

ホームページで情報発信

M
H
A
O
K
M
E
N
G
P
A
G
E



川添 歩 (かわぞえあゆむ)
アクセス株式会社 <http://www.axes.co.jp/>

第5回 ホームページにリンクを張ろう

ホームページの醍醐味は、クリック1つで他のページへ簡単に飛べることです。

そのためには「リンク」を張らなければなりません。

今回はHTMLの、すなわちWWWの神髄とも言うべきリンクについて説明します。

HTMLは、Hyper Text Markup Languageの略です。ハイパーテキストという概念・言葉は、テッド・ネルソンという人が30年も前に考え出したものですが、WWWはこのテッド・ネルソンの思想(の一部)を実現したものだと言えます。ハイパーテキストは、複数のテキストを自由に行き来できるしくみで、これを実現しているのがテキスト間の「リンク」です。

リンクを張る

WWWページの中で、青くなっていたり下線の引いてあったりする文字列やグラフィックをクリックすると、他のページを表示します。このような場合、元のページから飛び先のページに「リンクが張ってある」と言います。

リンクを張るためには、リンク元のページのHTMLの中で、リンク先のページを指定する必要があります。リンクを指定するためのタグが< A HREF >タグです。

< A HREF > タグ

< A HREF > タグの書式は次のようになります。

< A HREF="ファイル名" > 文字列 < /A >

画像を表示するための< IMG SRC > タグと似ていますが、異なるのはリンク元の文字列を< A HREF="ファイル名" > と< /A > とで囲む必要があるという点です。WWWブラウザで表示したときに、< A HREF="ファイル名" > と< /A > の間にある文字列の部分が、青くなったり下線が引かれたりして、そこに



図1：ブラウザで表示すると、`< A HREF="file1.html" >`と``で囲まれた部分の文字「別のファイル」の色が変わって下線が引かれ、リンクが張られていることがわかる



図2：リンクは、文字列だけではなく、画像でも張れる。`< A HREF="page2.html" >` `< IMG SRC="nextbutton.gif" >` ``のように文字列の部分画像にするだけでいい

リンクが張ってあることが明示されるのです。

例えば図1のようになります。

リンクのためにクリックする部分は、かならずしも文字列ばかりではないことを、すでにいろいろなページを見たことのある人ならば知っているでしょう。ある画像を他のページにリンクさせるには、文字列の部分そのまま画像にすればよいだけです。実際には、

```
< A HREF="page2.html" > < IMG SRC="
nextbutton.gif" > </A >
```

のようになります(図2)。第3回で述べたとおり、画像の指定ではオプションを付けてお

いたほうがいいので、

```
< A HREF="page2.html" > < IMG SRC="
nextbutton.gif" WIDTH=12 HEIGHT=12 ALT
="next" > </A >
```

のようにすればベストです。

異なるディレクトリー(フォルダー)へのリンク

これまで、HTMLファイルも画像ファイルもすべて同じディレクトリー(フォルダー)すなわち同じ階層にあるものとして説明してきました。しかし少しでもページの数や画像

の数が増えてくると、ディレクトリーを使って整理しておきたくなります。

あるHTMLファイルから他のディレクトリーにあるファイルや画像を参照するには、その場所をきちんと指示しなくてはなりません。場所を示す指示(道筋)のことをパスといいます。

パスには相対パスと絶対パスがあります。相対パスというのは、今の位置から相手先のファイルがどこにあるかを示すもので、これに対して絶対パスは今の位置とは関係なく、ディレクトリーの階層の一番上からの位置を示すものです。

例えば図3のようにファイルを置いたとします。file1.htmlとfile2.htmlは最上位階層にあり、同じ階層にdocおよびimageというディレクトリーがあります。

この場合、file1.htmlの中からfile3.htmlへのリンクを相対パスで張るには、

```
< A HREF="doc/file3.html" >
```

と書きます。「/」がディレクトリーの階層を表す記号で、MS-DOSの「¥」記号にあたるものです。

同様にfile3.htmlの中からfile4.htmlにリンクするには、

```
< A HREF="doc2/file4.html" >
```

となります。file3.htmlがdoc2というディレクトリーと同じ階層にあるために、file3.htmlの場所から見た道筋を示せばよいのです。

上記2例を絶対パスで記述した場合には、

```
< A HREF="/doc/file3.html" >
```

```
< A HREF="/doc/doc2/file4.html" >
```

となります。先頭に「/」を入れることで最上位階層を示し、そこからの階層をすべて記述するので、file4.htmlの場合は2階層分の名前を書かなくてはなりません。

さて、相対パスの場合、リンク先のファイルがリンク元よりも下の層にあれば「/」で区切っていけばよいのですが、上にあつたらどう記述すればよいのでしょうか？

図3の例で、file4.htmlの中からfile3.html

にリンクを張るには、

```
< A HREF="../file3.html" >
```

と書きます。「..」が「1つ上の階層」を示します。同様にfile4からfile1.htmlへのリンクならば「..」を重ねて、

```
< A HREF="../../file1.html" >
```

と書きます。

ではfile5.htmlからfile4.htmlへのリンクは？

```
< A HREF="../doc2/file4.html" >
```

1つ上の階層に行って、そこにあるdoc2ディレクトリーの下なので、こうなります。

タグで、異なるディレクトリーにある画像を表示させたい場合もまったく同じようになります。

- ・file1.htmlでimage1.gifを表示する

```
< IMG SRC="image/image1.gif" >
```

- ・file3.htmlでimage1.gifを表示する

```
< IMG SRC="../image/image1.gif" >
```

- ・file4.htmlでimage1.gifを表示する

```
< IMG SRC="../../image/image1.gif" >
```

絶対パスと相対パス

「絶対パスで書けばわかりやすく簡単なのに、わざわざ相対パスで書く意味はないのでは？」と思われた方もいらっしゃるかもしれません。

しかし実際には、相対パスで書いておくほうをおすすめします。

それは、一度作ったHTMLファイルを移動するのが簡単だからです。

自分のパソコンのディスク上でHTMLを作っていく場合、絶対パスで記述すると実際にはドライブ名(ディスク名)が最上位階層となるのです。例えばWindows (MS-DOS) パソコンでファイルがC:ドライブにあるとすると、

```
< A HREF="c:/doc/file3.html" >
```

```
< A HREF="c:/doc/doc2/file4.html" >
```

のように書かなくてはなりません(ドライブ名のあとのコロン「:」はHTMLでは別の意味を持つため、「:」で代用します)。

Macintoshでは、

```
< A HREF="/Macintosh HD/doc/file3.html" >
```

```
< A HREF="/Macintosh HD/doc/doc2/file4.html" >
```

のようになります。

これをいざプロバイダーのディスクに転送したら、最上位階層にあなたのドライブ名と同じ名前のディレクトリーがあることはまあないでしょうから、絶対パスで書いたリンクがすべて死んでしまい、全部書き直さなくてはいけなくなります。

相対パスで書いておけば上のほうの階層の名前を気にすることなく、必要なディレクトリー以下をそっくり転送してもリンクがそのまま生きています。

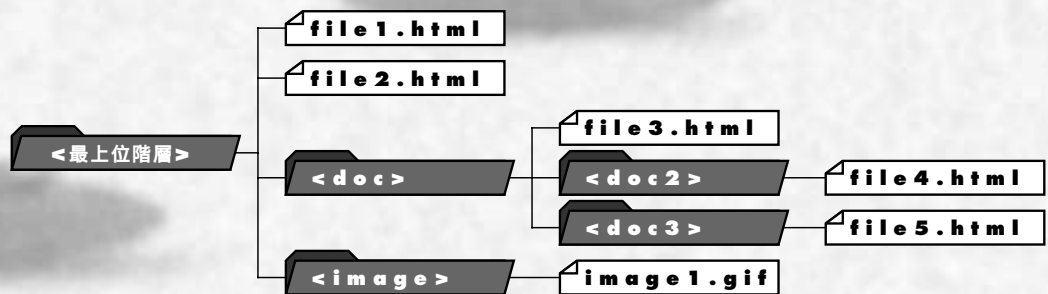


図3：ページ数や画像の数が増えてくると、ディレクトリー(フォルダー)を使用した階層分けが必要になる。あるHTMLファイルから他のディレクトリーにあるファイルへリンクを張る場合に、パスでちゃんと指示しなければならない。パスには相対パスと絶対パスがある

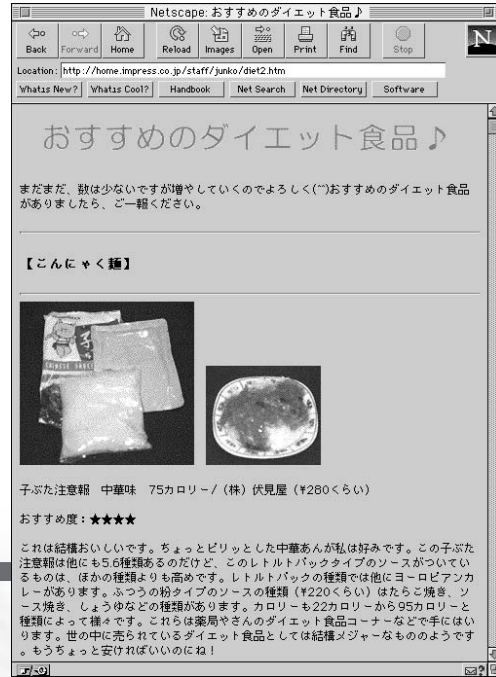
ファイル名 はファイル

<ディレクトリー名> はディレクトリー(フォルダー)

図4：150店以上のラーメン屋さんの個人的寸評が載っているNot Meさんのページ



図5：マークでおすすめ度を表示している「おすすめダイエット食品」のページ



C
O
L
U
M
N

口コミは重要な情報源

私たちは毎日のように、何かしらモノを購入して生活している。それは雑誌であったり、野菜であったり、ソフトウェアであったり、服であったり。

そして購入したもののについて、やっと手に入ってうれしいとか、最近はやコンが高いとか、似合わない服を買って失敗したとか、思った以上に役に立つものだとか、いろいろな感想を抱く。

考えてみると、何かモノを購入するときに私たちがよく参考にするのは、友人や家族から聞くそうした感想ではないだろうか。そして自分もまた、他の人との会話の中でしばしば自分が購入したもののについて、よかったとか悪かったとかの評価を含めて、紹介することが多いはずだ。

テレビや雑誌でモノが紹介されるときには、多くの場合広告的な意味合いがあるので、マイナス面が指摘されることは少ない。そのことをわれわれもよく知っていて、マスメディアにの紹介は話半分に近いところがある。

身近な人の話は、そうした宣伝ではないことがほとんどだから、口コミで得た情報は、

マスコミのそれよりも重要視されたりする。

個人が作っているホームページも、口コミの延長といってもいいだろう。そこに書かれる非常に個人的な感想は、個人的であるがゆえに、マスコミの情報よりもはるかに信頼できると考えることもできるだろう。

つまり、自分が購入したもののについて、その紹介と感想を書いてホームページに載せることで、自分の考え方や好みを伝えることができると同時に、これからそれを買うかもしれない、あるいは買うことをやめるかもしれない誰かにとって、とても重要な情報となるのだ。どこそこのスーパーでタケノコが安かったのを買ってきたけれど、ぜんぜんおいしくなかった。あんまり知られていないブランドだけれど、あのデパートに入っているこれこれというメーカーの服は安いわりに作りがしっかりしてる。電車の吊り広告で面白そうな記事を見つけたのでその雑誌を買って読んだら何にも中身の無い内容で損した。

今度出たあのCDは、3曲目と7曲目はずごくいいんだけど、あとはたいしたことないから、レンタルで十分かも。

こうした単純な感想でも、他人にとっては

それなりに意味のある情報だ。

いちいち感想を書くのが大変だったら、おおざっぱに五段階評価をしてもいいし、「買ってすごく得した!」が5、「買うんじゃないかった」が1。今日買ったものをリストアップして、それぞれ五段階評価をつけて、できれば買った場所なんかの情報も入れておくといいだろう。そして、それを単純な表にしてホームページにしておく。これだけでも、数がたまってくると面白いし、自分が買い物上手かどうか一目瞭然と分かることになるだろう。ある特定の種類、例えば食べ物であるとか、雑誌であるとか、限定して記録していてもいいだろう。

また感想だけではなく、それを購入するに至る経緯もつけ加えると、より楽しく役に立つものになる。なぜその商品を選んで買ったのか、他のどんな商品と比較したか、あるいはなぜその店で買ったのかといった情報が詳しくければ詳しいほど、他の人の役に立つ。

最近はWebでオンラインショッピングができるところも増えてきたので、オンラインショップでの購入記などは特に重要さるだろう。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp