|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | List of writing and content quality usability guidelines | רשימת הנחיות לכתיבת תוכן איכותי ושימושי |
|  | The site has compelling and unique content. | האתר מכיל תוכן משכנע וייחודי. |
|  | Text is concise, with no needless instructions or welcome notes. | הטקסט תמציתי, ללא הוראות מיותרות או הערות ברוכים הבאים. |
|  | Each content page begins with conclusions or implications and the text is written with an inverted pyramid style. | כל עמוד תוכן מתחיל במסקנות או בהשלכות והטקסט נכתב בסגנון פירמידה הפוכה. |
|  | Pages use bulleted and numbered lists in preference to narrative text. | יש העדפה לשימוש ברשימות בולט או מספרים במקום בלוקי תוכן נרטיביים.  |
|  | Lists are prefaced with a concise introduction (e.g. a word or phrase), helping users appreciate how the items are related to one another. | לפני כל רשימה יש משפט מתומצת או מילה המסייעים לקורא להבין באיזה אופן פרטי הרשימה קשורים אחד לשני. |
|  | The most important items in a list are placed at the top. | רשימות מסודרות לפי סדר חשיבות – הכי חשוב למעלה. |
|  | Information is organised hierarchically, from the general to the specific, and the organisation is clear and logical. | המידע מסודר בצורה היררכית, מהכלל לספציפי, והמידע מאורגון באופן ברור והגיוני. |
|  | Content has been specifically created for the web (web pages do not comprise repurposed material from print publications such as brochures). | התוכן נוצר במיוחד עבור האינטרנט (דפי אינטרנט אינם כוללים חומר שנועד לשימוש חוזר מפרסומים מודפסים כמו ברושורים). |
|  | Product pages contain the detail necessary to make a purchase, and users can zoom in on product images. | דפי מוצר מכילים את הפרטים הדרושים לבצע רכישה, ומשתמשים יכולים להגדיל תמונות של מוצרים. |
|  | Hypertext has been appropriately used to structure content. | יש שימוש בהיפר-קישורים לבניית תוכן. |
|  | Sentences are written in the active voice. | משפטים נכתבים בקול הפעיל (במידת האפשר) |
|  | Pages are quick to scan, with ample headings and sub-headings and short paragraphs. | דפים בנויים באופן שקל לסרוק אותם בקלות – כותרות, כותרות משנה ופסקאות קצרות. |
|  | The site uses maps, diagrams, graphs, flow charts and other visuals in preference to wordy blocks of text. | במקום שימוש בפסקאות טקסט ארוכות, יש העדפה לשימוש במפות, דיאגרמות, גרפים, תרשימי זרימה ותמונות אחרות. |
|  | Each page is clearly labeled with a descriptive and useful title that makes sense as a bookmark. | כל עמוד מתויג בבירור באמצעות כותרת תיאורית, שימושית והגיונית כסימניה. |
|  | Links and link titles are descriptive and predictive, and there are no "Click here!" links. | קישורים וכותרות קישורים מתארים היטב את הקישור אליו הם מובילים, ואין קישורים בסגנון "לחץ כאן!". |
|  | The site avoids cute, clever, or cryptic headings. | אין שימוש בכותרות "חמודות", מתוחכמות או קריפטיות (בלתי ניתנות להבנה). |
|  | Link names match the title of destination pages, so users will know when they have reached the intended page. | שמות קישור תואמים את כותרת דפי היעד, כך שהמשתמשים יידעו שהם הגיעו לדף הרצוי. |
|  | Button labels and link labels start with action words. | תוויות כפתור ותוויות קישור מתחילות במילות פעולה (במידת האפשר) |
|  | Headings and sub-headings are short, straightforward and descriptive. | כותרות ותתי כותרות הן קצרות, פשוטות ותיאוריות. |
|  | The words, phrases and concepts used will be familiar to the typical user. | יש שימוש במילים, ביטויים ומושגים מוכרים למשתמש הטיפוסי. |
|  | Numbered lists start at "1" not at "0". | רשימות ממוספרות מתחילות ב- "1" ולא ב- "0". |
|  | Acronyms and abbreviations are defined when first used. | ראשי תיבות וקיצורים מוגדרים בפעם הראשונה בה הם מופיעים. |
|  | Text links are long enough to be understood, but short enough to minimise wrapping (especially when used as a navigation list). | קישורי טקסט מספיק ארוכים כדי להיות ברורים, אך גם קצרים מספיק למניעת ,...... |