



স্থানীয়করণের চেকলিস্ট

স্থানীয়করণের কাজ শুরু করার আগে

চেক করে দেখুন বিশ্বের কোন প্রান্তে আপনার কন্টেন্ট দেখা হচ্ছে, তারপরে সংশ্লিষ্ট দেশ ও ব্যবহৃত ভাষা সম্পর্কে আরও জানতে, [Google Analytics Geo রিপোর্ট](#) রান করুন।

সম্পূর্ণ ওয়েবসাইট স্থানীয়কৃত করলে, কঠিন সমস্যা দেখা দিতে পারে। এখনকার মতো আপনি কেন শুধুমাত্র সবচেয়ে জনপ্রিয় ও ‘সব সময়ের জন্য প্রাসঙ্গিক’ কোনও কন্টেন্টকেই অনুবাদ করছেন না? এর ফলে কোনও প্রোডাক্টকে অনেক কম সময়ে মার্কেটে বিক্রির জন্য নিয়ে আসা যাবে এবং আপনার কন্টেন্টের দীর্ঘকালীন মান বাড়াতেও এটি সাহায্য করবে।

নতুন মার্কেটের গোপনীয়তা ও ডেটা সুরক্ষা আইন সম্পর্কে অধ্যয়ন করুন। উদাহরণস্বরূপ, ইউরোপের ক্ষেত্রে, আপনাকে জিডিপিআর (GDPR)-এর বিষয়টি একবার দেখে নিতে হবে এবং সাইট আঞ্চলিক আইনি প্রয়োজনাতি মেনে চলছে কিনা তা নিশ্চিত করতে হবে। এই বিষয়টি জটিল হতে পারে, তাই কাজ শুরু করার আগে আপনার আইনি পরামর্শদাতার সাথে আলোচনা করে নিন।

স্থানীয়কৃত করলে কন্টেন্ট কখনও কখনও আরও জটিল হয়ে যেতে পারে। ছোট প্রোজেক্টের জন্য একটি সাধারণ স্প্রেডশিটে কাজ হয়ে যাবে কিন্তু কোনও বড় প্রোজেক্টের ক্ষেত্রে আপনাকে ট্রান্সলেশন ম্যানেজমেন্ট সিস্টেম ব্যবহার করতে হবে। এই সিস্টেম সমগ্র প্রক্রিয়াকে আরও কার্যকরী করে তুলবে এবং ‘ট্রান্সলেশন মেমরি’-এর মতো অতিরিক্ত সময় বা খরচ সাশ্রয়ী ফিচার আপনাকে প্রদান করবে।

আপনার ওয়েবসাইট প্ল্যাটফর্ম ও ডিজাইন একবার দেখে নিন। এটি কি একাধিক ভাষায় অনুবাদ করা যেতে পারে? তাছাড়া, স্পেসিং ও লেআউটের ফর্ম্যাটও গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। যেমন, জার্মান শব্দ ইংরেজির চেয়ে বড় হয় এবং তার ফলে খুব তাড়াতাড়ি পৃষ্ঠা ভরে যায়। আরবির মতো অন্যান্য ভাষাতে, পৃষ্ঠার ডানদিক থেকে বাঁদিকে পড়তে হয় — এবং কিছু কিছু সাইট বিশেষ অক্ষর ম্যানেজ করতে পারে না। আমরা ইউনিকোড (UTF-8) ব্যবহার করার জন্য সাজেস্ট করি, কারণ এটি যেকোনও ভাষার সব অক্ষরের সাথে কাজ করতে পারে।



অনুবাদ সম্পর্কিত পরামর্শ

- ০১ অনলাইন ট্রান্সলেশন টুল প্রতিদিনের ব্যবহারের ক্ষেত্রে কাজে লাগলেও, একজন সংশ্লিষ্ট ভাষা ব্যবহারকারী কোনও স্থানীয় ব্যক্তির কাছে আপনার কন্টেন্ট পুরনো ধাঁচের অথবা এমনকি খারাপ ও অনুপযুক্ত বলে মনে হতে পারে। এই ধরনের সমস্যার আপনাকে আগে সমাধান করে নিতে হবে।
- ০২ ভাষা ব্যবহারকারী একজন স্থানীয় ব্যক্তিকে কন্টেন্ট পর্যালোচনার কাজে নিযুক্ত করলে, আপনার অনুবাদই শুধু সঠিক হবে তা নয়, তার সাথে সংস্কৃতিগতভাবে সঠিক হলে, লোকজনের সেটি অ্যাক্সেস করতে কোনও সমস্যা হবে না। অনেক কমিউনিটি তাদের নিজেদের মধ্যেই অনুবাদের কাজকে ট্রাউডসোর্সিং করায়, যেখানে আপনার বর্তমান দর্শকদের থেকেই হাই-কোয়ালিটি কন্টেন্ট পাওয়ার একটি দ্রুত ও কার্যকরী উপায় আপনার কাছে থাকে।
- ০৩ চলিত ভাষার প্রয়োগ ও সাধারণ বাক্যাংশ যেমন, “the best of both worlds” অথবা “call it a day”-এর ইংরেজি ভাষাতে একটি সুস্পষ্ট অর্থ থাকলেও, তা যথাযথ অনুবাদ করা সহজ হয় না। স্থানীয়কৃত করার আগে, এই ধরনের বাক্যাংশ সরিয়ে দিতে ভুলবেন না।
- ০৪ আপনার কন্টেন্টের জন্য একটি শব্দকোষ ব্যবহার করুন যেখানে এই ধরনের সাধারণ বাক্যাংশ অনুবাদ হবে কিনা বা অনুবাদ করলে তা কী লেখা হবে, সে ব্যাপারে স্পষ্ট নির্দেশিকা থাকে। তাছাড়া, ব্র্যান্ড শব্দ কীভাবে লেখা হবে, সে ব্যাপারেও একটি স্পষ্ট নির্দেশিকা আপনি সেখানে দিতে পারেন।
- ০৫ আপনার সাইটে ইউনিভার্সাল ল্যাঙ্গুয়েজ সিলেক্টর (ULS) ব্যবহার করুন। এর ফলে আপনার কন্টেন্ট পড়ার সময় দর্শক অতি সহজ ও নিজের পছন্দমতো তার ভাষাগত অগ্রাধিকার কনফিগার করে নিতে পারবেন।

০৬ আপনার ওয়েবসাইট শীঘ্রই বিভিন্ন ভাষা ও লোকেশনের জন্য কন্টেন্ট দেখানো শুরু করবে, তাই SEO সম্পর্কিত আন্তর্জাতিক পেশাদার পদ্ধতি অনুসরণ করতে ভুলবেন না। যেমন, আপনার দেখানো সাইটের ভাষার Google জানে কিনা তা নিশ্চিত করার জন্য hreflang ট্যাগ ব্যবহার করুন।



স্থানীয়করণ পর্যবেক্ষণ করে দেখা

প্রতিটি দেশের জন্য তারিখ, চিহ্ন ও কারেন্সি সঠিক ফর্ম্যাটে দেখানো হয়েছে কিনা তা চেক করতে ভুলবেন না। যেমন, ব্রিটিশ যুক্তরাজ্যে, সাধারণভাবে তারিখ DD/MM/YY হিসেবে দেখানো হয় এবং মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের ক্ষেত্রে এটি MM/DD/YY হিসেবে দেখানো হয়। দশমিক ও দশ হাজারের বড় সংখ্যার প্লেস ভ্যালু দেখানোর নিয়মের ক্ষেত্রেও সংশ্লিষ্ট এলাকার প্রচলিত রীতিনীতি পালন করতে হবে।

ভাল করে দেখে নিন যেন আপনার ছবি সংশ্লিষ্ট এলাকার সংস্কৃতির সাথে মানানসই হয় এবং কোনও ওভারলে টেক্সটের ভাষা অনুবাদ করা হয়। সাধারণভাবে এন্ড করা টেক্সট সহ কোনও ছবি বেছে নেবেন না কারণ এতে আপনার অনুবাদ করতে অনেক সময় লাগবে এবং এর জন্য অতিরিক্ত খরচ বহন করতে হবে।

নতুন ভাষার জন্য ফন্ট ভালভাবে কাজ করছে এবং কন্টেন্ট সহজে পড়া যাচ্ছে কিনা তা চেক করে দেখুন। একাধিক ভাষা জুড়ে Google ফন্ট ব্যবহার করার চেষ্টা করুন এবং যেটি সবার সাথে সবচেয়ে ভালভাবে কাজ করছে, সেই ফন্ট বেছে নিন।

বিভিন্ন রঙের সংস্কৃতিগত গুরুত্বের বিষয়টি সবসময় মাথায় রাখবেন। যেমন, উত্তর আমেরিকা ও ইউরোপে, নীল রঙের মাধ্যমে আস্থা ও শান্তির অবস্থাকে দেখানো হয়, কিন্তু চীনে এই রঙ উৎসব ও উদযাপন বোঝাতে ব্যবহার করা হয়।

কন্টেন্ট লাইভ করার আগে, কোনও সংশ্লিষ্ট ভাষা ব্যবহারকারী কোনও স্থানীয় ব্যক্তিকে দিয়ে আপনার সাইট পর্যালোচনা করে সবকিছু সঠিকভাবে দেখানো হয়েছে কিনা তা নিশ্চিত করে নিন। সারা বিশ্বে ইন্টারনেট কালেকশনের স্পিডও বিভিন্ন হয়, তাই দর্শককে সাইটের লোড টাইম চেক করে নিতে বলুন।



লাইভ হওয়ার পরে

সাইট স্থানীয়কৃত হয়ে গেলে, অনলাইন ও সোশ্যাল মিডিয়ার মাধ্যমে প্রচার করে দর্শককে সাইট শুরু করার কথা জানান।

তাছাড়া, স্থানীয়করণের মাধ্যমে আপনার মূল উদ্দেশ্য পূরণ হয়েছে কিনা তাও আপনাকে চেক করে দেখতে হবে। Google Analytics এক্ষেত্রে সাহায্য করতে পারে, যেমন, এর মাধ্যমে প্রতিদিন কতজন দর্শক কতক্ষণ ধরে সাইট দেখছেন তা জানা যায় এবং এমনকি প্রতিটি ভাষার জন্য দর্শকের প্রথম পৃষ্ঠা দেখার পর দ্বিতীয় পৃষ্ঠা না দেখার হারও (ব্যাউন্স রেট) এর থেকে জানা যায়। এছাড়াও, সাইট মনিটাইজ করা হলে, উপার্জনের উপর নতুন দর্শকের প্রভাবও আপনি মাপতে পারবেন।

স্থানীয়করণের জন্য যথেষ্ট সময় ও পরিকল্পনার প্রয়োজন হয়, কিন্তু আমাদের চেকলিস্ট ও সেবা পরামর্শের মাধ্যমে আপনি সহজেই দর্শকের পছন্দমতো ভাল কন্টেন্ট তৈরি করতে পারবেন।