

Lokalizācijas kontrolsaraksts

Pirms lokalizēšanas

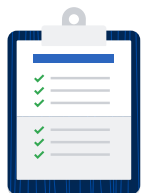
Noskaidrojiet, kurās vietās pasaulē jūsu saturs tiek rādīts, un pēc tam izpildiet [Google Analytics ģeogrāfisko datu pārskatu](#), lai uzzinātu vairāk par valsti un valodu, kurā tiek rādīts šis saturs.

Visas vietnes lokalizēšana var būt biedējoši apjomīgs darbs. Kāpēc gan pagaidām nepārtulkot tikai vispopulārāko vai vienmēr aktuālo saturu? Tādējādi jūsu piedāvājums ātrāk nokļūs tirgū un varēsiet maksimāli palielināt sava satura vērtību ilgtermiņā.

Iepazīstieties ar jaunajiem tirgus konfidencialitātes un datu aizsardzības likumiem. Piemēram, Eiropā jums jāievēro VGDAR un jāgādā par savas vietnes atbilstību reģionālajām juridiskajām prasībām. Tas var būt sarežģīti, tādēļ vispirms sazinieties ar savu konsultantu juridiskajos jautājumos.

Arī lokalizācija var būt visai izaicinoša. Vienkārša izklājlapa būs gan laba maziem projektiem, bet lielākam satura apjomam iesakām izmantot tulkošanas pārvaldības sistēmu. Tas jums arī palīdzēs racionalizēt procesu un iegūt papildu laika taupīšanas un ekonomijas funkcijas, piemēram, tulkošanas atmiņu.

Pārdomājiet savas vietnes platformu un dizainu. Vai vietni var pārtulkot vairākās valodās? Visa pamatā ir vieta un izkārtojums. Piemēram, vārdi vācu valodā parasti ir garāki par vārdiem latviešu valodā un ātri vien aizpildīs lapu. Citās valodās, piemēram, arābu, raksta un lasa no labās puses uz kreiso, kā arī dažās vietnēs nevar parādīt speciālās rakstzīmes. Iesakām izmantot Unikodu (UTF-8), jo tas atbalsta visas rakstzīmes jebkurā valodā.



Padomi par tulkošanu

- 01** Tiešsaistes tulkošanas rīki ir noderīgi ikdienā, tomēr lietotājam, kam attiecīgā valoda ir dzimtā, ar tiem iztulkots jūsu vietnes saturs, visticamāk, izklausīsies neveikls vai — sliktākā gadījumā — neatbilstošs. Labāk izvēlieties citu pieeju.
- 02** Iesakām noalgot kvalificētu vietējo speciālistu, lai jūsu satura tulkojumi būtu ne tikai pareizi, bet arī kultūrai atbilstoši un cilvēkiem pieņemami. Daudz kopienu izmanto savstarpējo kolektīvo tulkošanu, un tas var būt ātrs un iedarbīgs veids, kādā varat iegūt augstas kvalitātes satura tulkojumu no savas mērķauditorijas.
- 03** Sarunvaloda un tādas bieži izmantotas frāzes kā “the best of both worlds” vai “call it a day” ir labi saprotamas angļu valodā, bet grūti pārtulkotamas citās valodās. Pirms lokalizēšanas vienmēr tās izdzēsiet vai nomainiet.
- 04** Apsveriet iespēju izmantot sava satura glosāriju, kurā ietvertas bieži izmantotās frāzes un sniegtas norādes par to, kas ir vai nav jātulko. Tāpat varat sniegt norādījumus par zīmolvārdiem un to, kā tie tiks parādīti.
- 05** Vietnē izmantojiet universālu valodas atlasītāju (Universal Language Selector — ULS). Tā lietotāji viegli un ērti varēs konfigurēt valodas preferences, lasot jūsu saturu.

- 06 Jūsu vietnes saturs drīz tiks rādīts dažādās valodās un atrašanās vietās, tāpēc ņemiet vērā starptautisko MPO paraugpraksi. Piemēram, gādājot par to, lai Google zinātu, kuru jūsu vietnes versiju rādīt, izmantojiet tagus "hreflang".



Lokalizētā satura pārskatīšana

Vienmēr pārbaudiet, vai ir norādīts katrai valstij pareizais datuma, simbolu un valūtas formāts. Piemēram, Apvienotajā Karalistē datumu parasti norāda formātā DD/MM/GG, savukārt ASV – MM/DD/GG. Arī decimāldaļu un tūkstošu atdalīšana ir jāpielāgo reģionālajām normām.

Gādājiet par kultūrai atbilstošiem attēliem, tāpat arī atcerieties, ka jāiztulko visi pārklājošie teksti. Vislabāk ir izvēlēties attēlus bez iegulta teksta, jo pretējā gadījumā būs grūtāk veikt tulkošanu un tikai radīsies papildu izmaksas.

Pārbaudiet, vai izvēlētie fonti jaunajā valodā labi izskatās un vai saturs ir viegli lasāms. Pamēģiniet izmantot Google fontus, lai pārbaudītu vairākas valodas, un atlasiet vispiemērotāko.

Noteikti ņemiet vērā dažādu krāsu nozīmi atšķirīgās kultūrās. Piemēram, Ziemeļamerikā un Eiropā zils var nozīmēt uzticību un rāmumu, bet Ķīnā zils asociējas ar svinībām un svētkiem.

Gādājot par teksta kvalitāti, pirms vietnes publicēšanas palūdziet to pārskatīt cilvēkam, kuram konkrētā valoda ir dzimtā. Savienojumu ātrums pasaulē atšķiras, tāpēc palūdziet viņam arī pārbaudīt ielādes laiku.



Kad vietne jau tiek rādīta

Tagad, kad jūsu vietne ir lokalizēta, informējiet savu mērķauditoriju par to, ka vietne aktīvi darbojas, reklamējot to tiešsaistē un sociālajos saziņas līdzekļos.

Jums arī būs jāpārbauda, vai lokalizācija palīdz sasniegt jūsu sākotnējos mērķus. Google Analytics šajā jautājumā var palīdzēt, jo parāda jūsu vietnes apmeklētāju skaitu, apmeklējumu ilgumu un pat atlēcienu līmeni katrai valodai. Turklāt, ja gūstat peļņu no savas vietnes, varat novērtēt jaunās mērķauditorijas ietekmi uz ieņēmumiem.

Lokalizācijā ir jāiegulda laiks, un tā ir rūpīgi jāizplāno, bet mūsu kontrolesaraksts un svarīgākie padomi labi palīdzēs jums izveidot lielisku saturu, kas patiks jūsu mērķauditorijai.