



Контролна листа за локализацију

Пре него што почнете са локализацијом

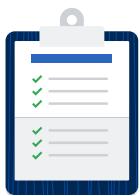
Погледајте у којим деловима света се гледа ваш садржај, а онда у [географском извештају Google аналитике](#) сазнајте више о земљи и језику који се у њој користи.

Локализација целог веб-сајта може да буде напорна. Могли бисте да за сада преведете само најпопуларнији садржај или садржај који је увек актуелан. Тако ћете смањити време до изласка на тржиште и повећати дугорочну вредност садржаја.

Проучите законе о приватности и заштити података на новом тржишту. На пример, у Европи морате да узмете у обзир Општу уредбу о заштити података (GDPR) и ускладите сајт са регионалним правним условима. То може да буде сложено, па затражите помоћ правног саветника пре него што почнете.

Локализација може да буде и прилично незгодна. За мале пројекте можете да користите обичну табелу, али за веће вам треба систем управљања преводом. Овакав систем поједностављује поступак и даје вам додатне функције за уштеду времена и новца као што је меморија превода.

Размотрите платформу и дизајн веб-сајта. Може ли веб-сајт да се преведе на више језика? Простор и изглед су такође важни. На пример, српске речи су обично дуже од енглеских и брзо попуне страницу. Неки језици се читају здесна налево, на пример арапски, а неки сајтови не могу да приказују специјалне знакове. Препоручујемо вам да користите Уникод (UTF-8) јер подржава све знакове у свим језицима.



Савети за превод

- 01** Онлајн алатке за превод су прихватљиве за свакодневно коришћење, али говорнику матерњег језика ће садржај вероватно звучати неприродно или чак неприкладно. Најбоље је да их избегавате.
- 02** Ангажовањем квалификованог локалног преводиоца добијате не само тачан, већ и културно одговарајући превод који је приступачан корисницима. Многи за превод користе краудсорсинг у самој заједници, што може да буде брз и ефикасан начин да добијете квалитетан садржај од постојеће публике.
- 03** Колоквијализми и честе фразе као што су „просто ко пасуљ“ или „бабе и жабе“ имају смисла у српском, али се не преводе лако. Увек их уклоните или замените пре локализације.
- 04** Размислите о коришћењу глосара за садржај који наводи најчешће фразе и упутства о томе да ли треба да се преводе. Можете да дате и упутства о терминима брэнда и о томе како треба да се приказују.
- 05** Користите универзални бирач језика на сајту. Тиме дајете корисницима лак и флексибилан начин да конфигуришу опције језика када читају садржај.

- 06 Ваш веб-сајт ће ускоро приказивати садржај на различитим језицима и локацијама, па пратите најбоље праксе за оптимизацију за претраживаче на међународном тржишту. На пример, помоћу ознака „[hreflang](#)“ можете да обавестите Google коју верзију сајта треба да прикаже.



Провера локализације

Увек проверите да ли су формати датума, симбола и валуте одговарајући за сваку земљу. На пример, формат датума у САД је ММ/ДД/ГГ, док су у Србији датуми најчешће у формату ДД. ММ. ГГГГ. Симболи за раздвајање децимала и хиљада такође треба да се прилагоде регионалним стандардима.

Водите рачуна о културној осетљивости слика и преведите евентуални текст постављен преко слика. Идеално би било да одаберете слике без уграђеног текста који отежава превод и повећава трошкове.

Проверите да ли фонтови добро функционишу на новом језику и олакшавају читање садржаја. Испробајте Google фонтове на више језика и изаберите фонт који је најбољи за све језике.

Увек имајте у виду значај различитих боја у култури. На пример, у Северној Америци и Европи плава боја може да означава поверење и смиреност, док је у Кини повезана са фестивалима и слављима.

Пре него што објавите превод, затражите од особе којој је тај језик матерњи да га прегледа и провери да ли звучи добро. Брзина интернет веза такође варира широм света, па затражите да провери и време читавања.



После објављивања

Пошто сте локализовали сајт, можете да га промовишете онлајн и на друштвеним медијима како бисте обавестили публику да је активан.

Треба и да проверите да ли локализација остварује задате циљеве. Google аналитика може да вам помогне у томе јер вам показује колико посетилаца сајт привлачи, колико дуго људи остају на њему, па чак и стопе посете само једне странице за сваки језик. Осим тога, ако остварујете зараду од сајта, можете да мерите утицај нове публике на приход.

Локализација захтева време и пажљиво планирање, али уз контролну листу и најбоље савете које вам пружамо, брзо ћете почети да правите сјајан садржај који се допада вашој публици.