

Lokalizavimo kontrolinis sąrašas

## Prieš pradedant lokalizuoti

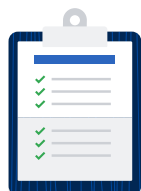
Sužinokite, kurioje pasaulio vietoje peržiūrimas jūsų turinys, tada paleiskite „[Google Analytics](#)“ geografinių rodiklių ataskaitą, kad sužinotumėte daugiau apie šalį ir kokia kalba joje kalbama.

Lokalizuoti visą svetainę gali būti nelengva užduotis. Galbūt laikinai pakaktų išversti savo populiariausią arba svarbiausią turinį? Taip greičiau pateiksite savo turinį rinkoje ir pasieksite maksimalią turinio vertę ilguoju laikotarpiu.

Susipažinkite su savo naujosios rinkos privatumo ir duomenų apsaugos įstatymais. Pavyzdžiui, Europoje turėsite atsižvelgti į BDAR ir pasirūpinti, kad jūsų svetainė atitinka visus vietinius teisinius reikalavimus. Tai gali būti sudėtinga, tad prieš imdamiesi veiksmų, pasitarkite su savo teisininku.

Lokalizacija taip pat gali kelti įvairių keblumų. Smulkiems projektams pakanka paprastos skaičiuoklės, bet stambesniems naudokite vertimų tvarkytuvę. Ji taip pat padės optimizuoti procesą ir suteiks jums daugiau laiko arba išlaidas mažinančių funkcijų, tokių kaip vertimo atmintis.

Įvertinkite savo svetainės platformą ir dizainą. Ar ją galima išversti į keletą kalbų? Taip pat svarbu įvertinti laisvą vietą ir išdėstymą. Pavyzdžiui, vokiečių kalbos žodžiai paprastai yra ilgesni už anglų kalbos žodžius, todėl kaip mat užpildys visą puslapį. Kitos kalbos, pvz., arabų, rašomos iš dešinės į kairę, o kai kurios svetainės nepalaiko specialiųjų ženklų. Rekomenduojama naudoti unikodo (UTF-8) koduotę, nes ji palaiko visus visų kalbų simbolius.



## Vertimo patarimai

- 01 Automatinis vertimas tinka kasdienėms užduotims, bet jūsų turinys gimtakalbiui gali skambėti gremėzdiškai, o gal net būti netikslus. To patartina vengti.
- 02 Pasisamdę kvalifikuotą vietinį vertėją užtikrinsite, kad jūsų vertimai bus ne tik tikslūs, bet ir atitiks kultūrinės normas bei bus lengvai suprantami. Daugelis bendruomenių verčia patys bendromis jėgomis, o tai gali būti greitas ir efektyvus būdas gauti aukštos kokybės turinio iš esamos auditorijos.
- 03 Šnekamoji kalba ir posakiai, pvz., „the best of both worlds“ arba „call it a day“, turi prasmę anglų k., bet juos keblu išversti. Prieš versdami juos visuomet pašalinkite arba pakeiskite.
- 04 Savo turiniui galite naudoti žodyną, kurį sudaro dažniausios frazės ir nurodyta, ar jas reikia versti. Taip pat galite pateikti instrukcijas apie prekių ženklų vertimą ir kaip juos pateikti.
- 05 Svetainėje naudokite universalųjį kalbų parinkiklį (ULS). Jis suteiks lankytojams patogų ir lankstų būdą keisti savo kalbų nuostatas, skaitant jūsų turinį.

- 06 Jūsų svetainėje netrukus bus pradėtas rodyti turinys skirtingomis kalbomis skirtingose vietovėse, tad nepamirškite vadovautis geriausia tarptautine PVO praktika. Pavyzdžiui, naudokite „[hreflang](#)“ žymas, kad „Google“ žinotų, kurią jūsų svetainės versiją pateikti.



## Lokalizacijos patikra

Visuomet patikrinkite, ar kiekvienai šaliai naudojamas tinkamas datų, simbolių ir valiutų formatas. Pavyzdžiui, JK datos paprastai rašomos DD/mm/MM, o JAV – mm/DD/MM. Dešimtainės dalies ir tūkstančių skyrikliai taip pat turi būti pritaikyti pagal regionines taisykles.

Patikrinkite, ar jūsų vaizdai atitinka kultūrinės normos ir išverstas juose naudojamas tekstas. Idealiu atveju rinkitės paveikslėlius be teksto, antraip bus sunkiau ir brangiau versti.

Patikrinkite, ar jūsų šriftai tinka naujam kalbai, ir pasirinkite, kad turinį būtų lengva skaityti. Pabandykite naudoti „Google“ šriftus, kad patikrintumėte skirtingas kalbas, ir pasirinkite tą šriftą, kuris geriausiai tinka visoms kalboms.

Visada turėkite omenyje kultūrinės skirtingų spalvų reikšmes. Pavyzdžiui, Šiaurės Amerikoje ir Europoje mėlyna spalva gali reikšti patikimumą ir ramybę, bet Kinijoje ji siejama su festivaliais arba šventėmis.

Prieš pristatydami svetainę, paprašykite gimtakalbio asmens patikrinti jūsų svetainę ir įsitikinti, kad ją lengva skaityti. Be to, visame pasaulyje skiriasi interneto ryšio sparta, todėl paprašykite jo patikrinti ir įkėlimo laiką.



## Pristačius svetainę

Lokalizavę svetainę praneškite auditorijai, kad ji jau veikia, reklamuodami ją internete ir socialiniuose tinkluose.

Jums taip pat reikės patikrinti, ar lokalizuotas turinys pasiekė numatytus tikslus. Šiuo klausimu gali padėti „Google Analytics“, nes ji rodo, kiek žmonių užsuka į jūsų svetainę, kiek laiko lankytojai joje užtrunka ir net kiekvienos kalbos atmetimo rodiklius. Be to, jei iš svetainės gaunate pajamų, galite sužinoti naujos auditorijos poveikį savo pajamoms.

**Lokalizacija reikalauja laiko ir kruopštaus planavimo, bet su mūsų kontroliniu sąrašu ir naudingais patarimais jūs kaip mat sukursite puikų turinį, kuris patiks jūsų auditorijai.**