

कॉन्टेंट को स्थानीय भाषा के अनुसार बनाने की चेकलिस्ट

साइट को स्थानीय भाषा में बनाने से पहले

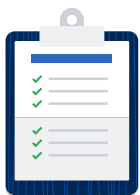
यह पता लगाएं कि आपका कॉन्टेंट, दुनिया में कहां देखा जा रहा है। इसके बाद, [Google Analytics जियो रिपोर्ट](#) जनरेट करके, उस देश और वहां की भाषा के बारे में ज्यादा जानें।

पूरी वेबसाइट को स्थानीय भाषा में लिखना काफी मुश्किल हो सकता है। क्यों न आप, अभी सिर्फ ऐसे कॉन्टेंट का अनुवाद करें जो सबसे लोकप्रिय है और हमेशा इस्तेमाल किया जाता है? ऐसा करके, आप 'मार्केटिंग के लिए समय (टीटीएम)' को कम कर सकेंगे। साथ ही, कॉन्टेंट को लंबे समय तक काम का बनाए रख पाएंगे।

अपने नए मार्केट में लागू निजता और डेटा से जुड़े सुरक्षा कानूनों को पढ़ें। जैसे, यूरोप में आपको जीडीपीआर का पालन करना होगा। साथ ही, पक्का करना होगा कि आपकी साइट क्षेत्रीय कानूनी ज़रूरतों के मुताबिक हो। यह एक जटिल प्रक्रिया हो सकती है। इसलिए, कोई काम शुरू करने से पहले, अपने कानूनी सलाहकार से राय ज़रूर लें।

वेबसाइट को स्थानीय जगह के अनुसार बनाने का काम, मुश्किल भी हो सकता है। किसी छोटे प्रोजेक्ट के लिए स्प्रेडशीट से काम चल सकता है। हालांकि, किसी बड़े प्रोजेक्ट का अनुवाद करना हो, तो ट्रांसलेशन मैनेजमेंट सिस्टम का इस्तेमाल करें। इसकी मदद से, आप प्रोसेस को आसान बना पाएंगे। साथ ही, आपको 'ट्रांसलेशन मेमोरी' जैसी सुविधाएं भी मिलेंगी, जिनसे आपका समय/खर्च बचेगा।

अपनी वेबसाइट के प्लैटफॉर्म और डिज़ाइन को ध्यान में रखें। क्या वेबसाइट का अनुवाद, कई भाषाओं में किया जा सकता है? स्पेस और लेआउट को भी ध्यान में रखना ज़रूरी है। जैसे, अंग्रेज़ी भाषा के शब्दों की तुलना में जर्मन भाषा के शब्द अक्सर लंबे होते हैं। इसलिए, वे पेज को जल्दी भर देंगे। वहीं, अन्य भाषाओं के साथ दूसरी तरह की समस्याएं हो सकती हैं। जैसे, अरबी भाषा को दाईं से बाईं ओर लिखा और पढ़ा जाता है और कुछ साइटें, विशेष वर्णों को सपोर्ट नहीं करतीं। हमारा सुझाव है कि आप यूनिकोड (UTF-8) का इस्तेमाल करें, क्योंकि यह सभी भाषाओं के सभी वर्णों को सपोर्ट करता है।



अनुवाद के लिए सलाह

- 01 अनुवाद करने वाले ऑनलाइन टूल का इस्तेमाल, आम तौर पर किया जाना तो ठीक है, लेकिन इस बात की भी संभावना है कि स्थानीय भाषा बोलने वाले व्यक्ति को आपके कॉन्टेंट का अनुवाद खराब या गलत लगे। बेहतर होगा कि आप ऐसी गलती न करें।
- 02 किसी पेशेवर स्थानीय व्यक्ति की सेवा लेने से आप यह पक्का कर सकते हैं कि आपके कॉन्टेंट का अनुवाद सटीक होने के साथ-साथ, सांस्कृतिक रूप से सही और समझने में आसान हो। कई समुदाय क्राउडसोर्सिंग के जरिए कॉन्टेंट का अनुवाद उपलब्ध कराते हैं। इनकी मदद से, आप अपनी मौजूदा ऑडियंस से अच्छी क्वालिटी का कॉन्टेंट पा सकते हैं।
- 03 "the best of both worlds" or "call it a day" जैसे, आम बोलचाल की भाषा में इस्तेमाल किए जाने वाले शब्दों या वाक्यांशों का अंग्रेज़ी में कोई मतलब हो सकता है, लेकिन किसी अन्य भाषा में इनका अनुवाद करना, काफी मुश्किल हो सकता है। अनुवाद से पहले, इन्हें हटाना या किसी अन्य शब्दों या वाक्यांशों से बदलना ही सबसे बेहतर विकल्प है।
- 04 अपने कॉन्टेंट के लिए ग्लॉसरी बनाएं। इसमें, सबसे ज्यादा इस्तेमाल होने वाले वाक्यांश होने चाहिए। साथ ही, यह जानकारी भी हो कि किस वाक्यांश का अनुवाद करना है और किसका नहीं। इसके अलावा, आप ब्रैंड से जुड़े शब्दों के लिए दिशा-निर्देश भी दे सकते हैं। साथ ही, यह भी बता सकते हैं कि वे किस तरह से लिखे जाने चाहिए।
- 05 अपनी साइट के लिए यूनिवर्सल लैंग्वेज सिलेक्टर (ULS) का इस्तेमाल करें। इससे, उपयोगकर्ताओं को आपका कॉन्टेंट पढ़ने के दौरान, अपनी भाषा की सेटिंग को कॉन्फिगर करने का एक आसान और बेहतरीन तरीका मिलता है।

- 06 आपकी वेबसाइट पर, जल्द ही अलग-अलग भाषाओं में और कई जगहों पर कॉन्टेंट दिखना शुरू हो जाएगा. इसलिए, इंटरनैशनल एसईओ के सबसे सही तरीके अपनाएं. जैसे, hreflang टैग का इस्तेमाल करें, ताकि यह पक्का हो सके कि Google आपकी साइट का कौनसा वर्शन लोगों को दिखाए.



स्थानीय भाषा के अनुसार बनाए गए कॉन्टेंट की समीक्षा करें

हमेशा ध्यान रखें कि आपकी तारीखों, प्रतीकों, और करंसी का फॉर्मेट, हर देश के हिसाब से सही हो. जैसे, यूनाइटेड किंगडम में, तारीखें आम तौर पर DD/MM/YY फॉर्मेट में दिखती हैं, जबकि अमेरिका में MM/DD/YY फॉर्मेट में. दशमलव और बड़ी संख्याओं को भी क्षेत्रीय नियमों के अनुसार ही लिखा जाना चाहिए.

पक्का करें कि आपने जिन इमेज का इस्तेमाल किया है वे सांस्कृतिक रूप से सही हों. साथ ही, इमेज के ऊपर मौजूद टेक्स्ट का अनुवाद किया गया हो. बेहतर तो यह है कि वे तस्वीरें चुनें जिनमें एम्बेड किया गया टेक्स्ट न हो. ऐसा करने से, अनुवाद आसान हो जाएगा और खर्च भी कम आएगा.

जांचें कि आपके फॉन्ट, नई भाषा के साथ सही से काम कर रहे हैं या नहीं. साथ ही, अपने कॉन्टेंट को ऐसा बनाएं जो पढ़ने में आसान हो. Google Fonts का इस्तेमाल अलग-अलग भाषाओं के साथ करके देखें. इसके बाद, ऐसा फॉन्ट चुनें जो सभी भाषाओं में सही से काम करता हो.

संस्कृति के हिसाब से अलग-अलग रंगों की अहमियत को हमेशा ध्यान में रखें. जैसे, उत्तरी अमेरिका और यूरोप में, नीले रंग को भरोसे और शांति का प्रतीक माना जाता है. वहीं, चीन में नीले रंग को त्योहारों या उत्सवों से जोड़कर देखा जाता है.

लाइव किए जाने से पहले, स्थानीय भाषा बोलने वाले किसी व्यक्ति से अपनी साइट की समीक्षा कराएं. इससे यह पक्का हो जाएगा कि कॉन्टेंट, समझने में आसान है या नहीं. इंटरनेट कनेक्शन की स्पीड भी दुनिया भर में अलग-अलग होती है. इसलिए, समीक्षा करने वाले व्यक्ति से यह भी पता करें कि कॉन्टेंट लोड होने में कितना समय लगा.



साइट लाइव किए जाने के बाद

स्थानीय भाषा के अनुसार आपकी साइट का अनुवाद हो जाने के बाद, अब समय है इसके प्रचार का. इसलिए, ऑनलाइन और सोशल मीडिया के ज़रिए लोगों को बताएं कि आपकी साइट लाइव हो गई है.

आपको यह भी देखना होगा कि साइट को स्थानीय भाषा में बनाकर, आप अपने मूल लक्ष्यों को हासिल कर पा रहे हैं या नहीं. इसमें, Google Analytics आपकी मदद कर सकता है. इससे, आप जान सकते हैं कि आपकी साइट पर कितने लोग आ रहे हैं, कितनी देर के लिए वे उस पर रुकते हैं, और हर भाषा के लिए बाउंस रेट कितना है. इसके अलावा, अगर आप साइट से कमाई कर रहे हैं, तो आप यह भी मेज़र कर सकते हैं कि आपकी कमाई पर, नई ऑडियंस से कितना असर पड़ा है.

वेबसाइट को स्थानीय भाषा के अनुसार बनाने में, समय और ध्यान से बनाई गई योजना की ज़रूरत होती है. हालांकि, हमारी चेकलिस्ट और सबसे सही सुझावों का इस्तेमाल करके, आप आसानी से ऑडियंस का पसंदीदा कॉन्टेंट बना सकते हैं.