

Çeviri ve Yerelleştirme Rehberi:

Markanızı Dünyaya Açın



içerikbulutu a:kademi

Kültürel Sınırların Ötesinde: Bir Markanın Var Olma

Yolculuğu	2
Global Başarının Anahtarı: Çeviri ve Yerelleştirme	3

1. Bölüm: Çeviri, Yerelleştirme ve Farklı Dil

Hizmetleri	6
1) GILT	7
Globalizasyon / Küreselleştirme	8
İnternalizasyon / Uluslararasılaştırma	8
Lokalizasyon / Yerelleştirme	9
Çeviri	10
İnsan Çevirisi	11
Makine Çevirisi	12
Teknik Çeviri	13
Hukuki Çeviri	13
Tıbbi Çeviri	14
Edebi Çeviri	14
İş ve Pazarlama Çevirisi	14
Web Sitesi ve Yazılım Çevirisi	14
Finans Çevirisi	15
Editing(Düzenleme)	16
Proofreading(Son Okuma)	16
2) Transcreation / Native Copywriting	17
Native Copywriting / Yerel Dilde Metin Yazarlığı	17
Transcreation / Yaratıcı Uyarlama	18

2. Bölüm: Profesyonel Dil Hizmetlerine Yatırım

Yapmanın İş Dünyası için Önemi	20
--------------------------------	----

3. Bölüm: Dil Hizmetlerinde Kalite Güvencesi	25
1) Çeviri Kalitesi	26
2) Doküman Üretim Kalitesi	28
3) İşlevsel Kalite	29
4. Bölüm: Doğru Dil Hizmetleri Partnerini Seçmek	30
4.1. Özelleştirilebilir İş Akışı Entegrasyonu	31
4.2. Gelişmiş Teknolojik Altyapı	32
4.3. Kültürel Nüanslara Hakim Uzman Profesyoneller	32
4.4. Esnek ve Ölçeklenebilir Çözümler	32
4.5. Kapsamlı Hizmet Yelpazesi	33
Çeviri ve Dil Hizmetlerinde Yapılan Hataların Markalar Açısından Olası Sonuçları	33
5. Bölüm: Çeviri Teknolojileri ve Araçları	35
Makine Çevirisi Araçları	35
Çeviri Yazılımları (CAT Tools)	37
Kelime Tekrarları	37
Çeviri Bellekleri	39
Çeviri Belleği Tutarlılık Garantisi Verir	39
Maliyet Tasarrufu Sağlar	39
Daha Hızlı Proje Teslimi Sunar	40
Kalite Kontrolleri	40
6. Bölüm: Çeviri ve Lokalizasyon Projeleri Adım Adım Nasıl Yönetilir?	41
1. Proje Planı	42
2. Çeviri & Lokalizasyona Hazırlık	43

3. Çeviri & Lokalizasyon, Düzenleme ve Redaksiyon	
Aşamaları	43
4. Kalite Kontrolleri	44
5. Proje Teslimi	44
6. Geri Dönüşler ve Revizyonlar	44
7. Bölüm: Yasal ve Etik Hususlar	45
Doğruluğu Korumak	45
Gizlilik	45
Kültürel Duyarlılık ve Farkındalık	46
Objektiflik ve Tarafsızlık	46
Profesyonel Yeterlilik	46
Müşteri İlişkilerinde Şeffaflık	46
Teknolojinin Rolü	47
8. Bölüm: Sektörlere Özgü Çeviri ve Yerelleştirme İhtiyaçları	47
9. Bölüm: Çeviri ve Dil Hizmetleri Terimleri Sözlüğü	56

Kültürel Sınırların Ötesinde: Bir Markanın Var Olma Yolculuğu

Yüz yıl öncesinin iş dünyasını düşünün. Henüz internet yok, küresel iletişim ve ulaşım olanakları oldukça sınırlı. İşletmeler, yerel pazarlarındaki görünürlüklerini artırmaya odaklanmak zorundalar; ve tabii genellikle de yerel tedarik zincirleri ile müşteri tabanına bağlı olmak durumundalar.

Eskiden bir işletmenin büyüme potansiyeli, çoğunlukla o bölgedeki nüfus yoğunluğu ve ekonomik aktivite ile sınırlıydı. Uzak coğrafyalara ulaşmak maliyetli ve zaman alıcıydı.

Dolayısıyla o dönemdeki işletmeler, daha çok yerel pazarın taleplerine ve beklentilerine odaklanıyorlardı. Ürünler ve hizmetler de genellikle o bölgenin kültürel ve coğrafi özelliklerine uygun şekilde tasarlanıyor, böylece müşterilerin ihtiyaçlarına daha yakından hitap ediliyordu.

Gelelim günümüz dünyasına... İnternet ve dijitalleşme her şeyi değiştirdi. Bir markanın, sesini duyurabileceği yepyeni pazar yerleri ortaya çıktı. Artık işletmeler, dünyanın diğer ucundaki pazarlara ulaşabilir ve global ölçekte rekabet edebilir hale geldi.

Bu sebeple işletmelerin, sadece yerele seslenmeleri görünürlükleri için yetmiyor. Markalar, kendi özgün hikayelerini dünyanın her bir yanından yeni kitlelere duyurmak ve varlıklarını ürettikleri içeriklerle büyütmek için rekabet halinde olmak zorundalar.

21. yüzyılda işletmelerin başarısı, yerel pazarların ötesine geçebilme yetenekleri ve farklı kültürlerle uyum sağlayabilme esneklikleri ile yakından ilgili.

Global Başarının Anahtarı: Çeviri ve Yerelleştirme

Dünyanın en büyük ve en yenilikçi şirketleri yerelleştirmeye milyonlarca dolar yatırım yapıyorlar. **Sebebi basit; müşteriler, marka mesajını kendi ana dillerinde aldığında bir ürün veya hizmeti satın alma olasılıkları daha yüksek.**

Dünyayı kasıp kavuracak yenilikçi bir ürününüz var. Ürününüzü dünyaya anlatamazsanız bu ürünün değerini de harcarsınız.

Tabii ki şunu da göz önünde bulundurmakta fayda var: Ürünlerinizin veya hizmetlerinizin doğası gereği, yerelleştirmeye ne kadar ihtiyaç duyduğunuz değişiklik gösterebilir.

Bazı sektörlerde, örneğin sağlık, finans, sigorta gibi alanlarda hizmet veya ürün sunuyorsanız tabii olduğunuz yasal düzenlemeleri kontrol etmelisiniz; ürün ve hizmetlerinizi yerelleştirmenizi veya çevirmenizi şart koşan yasalar olabilir.

Bunun haricinde hedef kitleniz yerel pazar olsa bile, çeviri ve yerelleştirme önemli bir faktör olabilir. Küreselleşme ile beraber, yerel pazarlar da artık daha fazla kültürel çeşitliliğe ev sahipliği yapıyor. Bu nedenle, farklı dil konuşan veya farklı kültürel arka planlara sahip müşterilere hitap etmek, yerel pazarlarda bile rekabet avantajı sağlayabilir.

Yaratıcı fikirler ve yenilikçi ürünler maalesef başarılı olmak için yeterli değil. Büyük sosyal ağlarla iç içe geçmiş bir dünyada markaların başarısı, büyük ölçüde farklı dilleri ve kültürleri anlayıp bu çeşitliliğe uyum sağlayabilme yeteneğine bağlı.

Özellikle dijitalleşen ve birbirine daha da bağlı hale gelen bir dünyada çeviri ve yerelleştirme, global rekabette öne çıkmak ve sürdürülebilir bir marka bilinci yaratmak için elzem. Bu nedenle, modern markalar için çeviri ve yerelleştirme sadece bir seçenek değil, temel bir gerekliliktir.

Kapsamlı bir çeviri ve yerelleştirme stratejisine sahip olmanın markanıza faydaları ise şöyle:

- Yeni pazarlara erişim sağlamak ve mevcut pazarları genişletmek,
- Demografik değişimlerle mevcut pazar payını korumak,
- Marka itibarı ve güvenilirliği artırmak,
- Operasyonel verimlilik ve maliyet tasarrufu.

Gerçek şu ki; çoğu şirket, artan globalleşmenin sonucu olarak bir şekilde ya fırsatla ya da ikilemle karşı karşıya kalmak durumunda.

Kuşkusuz çok dilli bir organizasyon olmak, boş zamanınızda yabancı dil öğrenmek gibi değil. Sürekli olarak dil uzmanlarına erişim sağlamak ya da yeni yazılımınızı veya web sitenizi iki yeni dilde yayınlamak, basit bir projeden çok daha fazlası.

Bu durumda çözüm odaklı bir dil hizmetleri partneriyle çalışmak, işinizin sadece farklı diller arasında geçişini yapmakla kalmayıp aynı zamanda pazarınızın kültürel ve sosyal yapısına derinlemesine uyum sağlamanıza da yardımcı olacaktır.

Bu e-kitabı, yüzlerce markanın çeviri ve yerelleştirme projelerini başarıyla yönetmiş global bir dil hizmetleri sağlayıcısı olarak deneyimlerimizden kazandığımız içgörüler ile hazırladık.

Peki, hazırladığımız e-kitabımızda neler bulacaksınız?

- A'dan Z'ye çeviri ve yerelleştirme projelerinin nasıl yürütülmesi gerektiği,
- Sektörel hassasiyetler,
- Yasal hususlar,
- Gereken teknik araçlar,
- Çeviri ve yerelleştirme terimleri sözlüğü gibi daha birçok konu hakkında detaylara sahip olacaksınız.

Gelin, önce farklı çeviri hizmetlerinin ne olduğunu ve bu hizmetlerin arasındaki farkları inceleyelim.

1. Bölüm:

Çeviri, Yerelleştirme ve Farklı Dil Hizmetleri

Çeviri ve farklı dil hizmetleri; kültürler arası köprüler kurmanın, global bir dünya içinde iletişim engellerini aşmanın temel anahtarıdır. İşletmenizi büyütme ve dünyaya açma yolculuğunda profesyonel çeviri hizmetlerini ve bu sektörün terminolojisini öğrenmek, size geniş bir perspektif sunar. Öncelikle nasıl bir çeviri hizmetine ihtiyacınız olduğunu ve bu hizmetlerin kapsamını anlamana yardımcı olur. Bu bilgi, doğru hizmeti seçmenize ve beklentilerinizi net bir şekilde ifade etmenize olanak tanır.

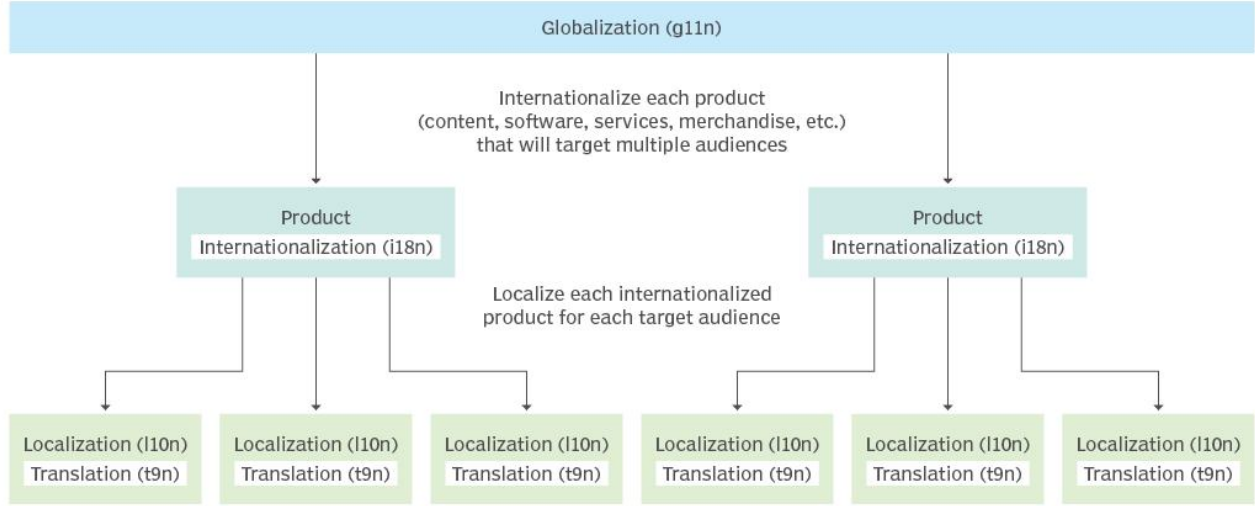
Bir içeriğin ilk oluşturulma süreci ne kadar önemliyse; global arenada büyümek için başka bir kültüre adaptasyonunun da o derece önemli olduğunu unutmamak gerekir. Fakat birçok işletme, çeviri ve farklı dil hizmetlerine, içerik üretimi kadar yatırım yapmamaktadır. Bu durum maalesef, iletişimde ve pazarlamada kaçırılmış birçok fırsata yol açıyor.

Marka sesinizi farklı pazarlara duyurabilmek ve global başarı elde edebilmeniz için birçok profesyonel dil hizmeti mevcuttur.

Bu bölümde;

- Globalizasyon (Küreselleştirme)
- İnternalizasyon
- Lokalizasyon (Yerelleştirme)
- Çeviri

GILT: Globalization, internationalization, localization, translation



©2023 TECHTARGET. ALL RIGHTS RESERVED TechTarget

Hizmetlerini derinlemesine inceleyeceğiz. Böylelikle bu süreçlerin, işletmenize nasıl değer katabileceğini ve global pazarda nasıl bir fark yaratabileceğinizi görebilirsiniz.

1. GILT

Yerelleştirme, küreselleştirme ve uluslararasılaştırma kavramları, işletmelerin küresel pazarlara açılma stratejilerinde merkezi bir role sahiptir.

Bu terimler, benzer görünse de aralarında önemli farklar bulunuyor. Her biri, marka mesajını etkili bir şekilde yayma sürecinde farklı öneme sahiptir.

Gelin, her bir kavramı yakından inceleyelim:

Globalizasyon / Küreselleştirme

Globalizasyon, işletmelerin küresel ölçekte bir ağ oluşturmaya ve dünya genelindeki müşterilerle anlamlı bağlantılar kurmasına olanak tanır. Globalizasyon sayesinde, farklı kültürlerden ve coğrafyalardan insanlar bir araya gelerek birbirlerinin yaşam tarzlarını, sanatlarını ve teknolojilerini keşfetme fırsatı bulur. Globalizasyon yani küreselleşme sayesinde dünya, birbirine daha bağlı bir yer haline gelir.

Örneğin Spotify ve Netflix; dünyanın dört bir yanından sanatçıların eserlerini ve çeşitli film yapımlarını evlerimize taşıyarak farklı ülkelerden sanatçıların ve yapımların erişilebilirliğini artırır.

Teknoloji devleri Apple ve Samsung gibi şirketler ise; globalizasyonun teknolojik ve ekonomik boyutlarını öne çıkarır. Bu şirketler, yenilikçi ürünlerini ve çözümlerini dünya genelindeki tüketicilere sunarak teknolojinin sınırlarını zorlar ve küresel bir pazar yaratır.

İnternalizasyon / Uluslararasılaştırma

Uluslararasılaştırma; ürün ve hizmetlerin geliştirilme aşamasından başlayarak bunların, baştan itibaren dünya çapında farklı pazarlara ve kültürlerle uyum sağlayacak şekilde tasarlanmasını kapsar. Bu sürecin temel amacı, ürün ve hizmetlerin daha sonraki aşamalarda küresel pazara açıldığında kolayca yerelleştirilebilmesini sağlamaktır.

Örneğin bir mobil uygulamayı ele alalım; uluslararasılaştırma sürecinde, uygulamanın birden fazla dilde çalışabilmesi, farklı kültürel bağlamlarda anlamlı olabilmesi ve çeşitli para birimlerini

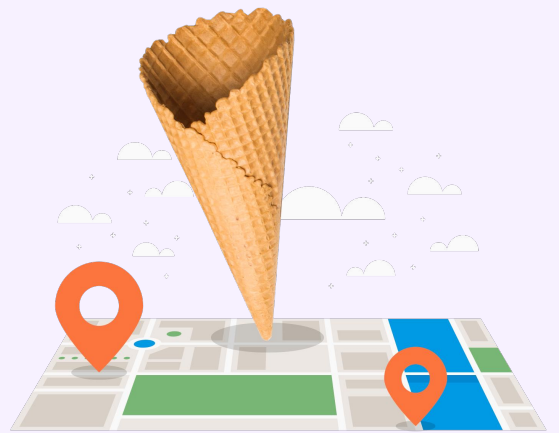
destekleyebilmesi gibi özellikler tasarımın temel bir parçası haline getirilir. Bu, uygulamanın global bir kitleye hitap edebilmesinin yanı sıra, yerel pazarların özgün ihtiyaçlarına ve beklentilerine hızlı bir şekilde uyum sağlayabilmesini de sağlar.

Uluslararasılaştırma, bir ürünü veya hizmeti evrensel olarak erişilebilir ve kullanılabilir kılmakla kalmaz; aynı zamanda, küresel pazarda rekabet avantajınızı da artırır. Örneğin, farklı dilleri ve kültürel detayları hesaba katan bir akıllı telefon uygulaması, dünyanın dört bir yanındaki insanlar tarafından daha kolay kabul görür. Bu, sadece daha geniş bir kitleye ulaşmanıza olanak tanımakla kalmaz; aynı zamanda kullanıcıların gözünde markanızın değerini de artırır.

Lokalizasyon / Yerelleştirme

Lokalizasyon; ürün, hizmet veya içeriğin belirli bir coğrafi bölge ya da kültüre özel olarak uyarlanması sürecidir.

Çeviriden farkı, bir ürün veya hizmetin yerel kültüre uygun hale getirilmesini içermesi ve sadece metinlerin dili değil, aynı zamanda tasarım, kullanıcı arayüzü, semboller ve diğer görsel ile işitsel unsurları da kapsamaktadır.



Lokalizasyonun temel amacı, ürünün veya hizmetin o bölgedeki insanlar için, sanki kendi dillerinde ve kültürlerinde yaratılmış gibi algılanmasını sağlamaktır.

Bu, sadece dildeki farklılıkları değil; aynı zamanda yerel kültürel normları, değerleri ve beklentileri, gelenekleri, yasal standartları, bayramları, kullanıcı arayüzlerini, para birimlerini, tarih ve saat formatlarını, hukuki gereklilikleri ve hatta ürünün kendisini yerel pazarın ihtiyaçlarına göre uyarlamayı kapsar.

Örneğin bir video oyununun lokalizasyonu; oyunun dili, kültürel referanslar, karakter isimleri ve hatta oyun içi şakaların hedef kültüre uygun hale getirilmesini gerektirebilir. Benzer şekilde, bir mobil uygulamanın lokalizasyonu, uygulamanın farklı dil seçenekleri sunmasının yanı sıra, yerel tüketici davranışlarına ve mobil kullanım alışkanlıklarına uygun özellikler eklemeyi de içerebilir.

Küresel bir markanın, yerel pazarlarda başarılı olabilmesi için lokalizasyon kritik öneme sahiptir. Bu süreç, ürünlerin ve hizmetlerin sadece anlaşılır olmasını değil, aynı zamanda yerel tüketicilerin kültürel ve sosyal beklentilerine hitap etmesini, böylece yerel pazarlarda daha fazla kabul görmesini sağlar. Lokalizasyon sayesinde işletmeler, yerel tüketicilerle güçlü bağlar kurabilir ve küresel markaların yerel pazarlardaki varlıklarını güçlendirebilirler.

Çeviri

Çeviri, küreselleşen dünyamızda dil engellerini aşmak ve farklı dillerdeki insanlar arasında iletişimi sağlamak için hayati öneme sahiptir. Çevirmenler, bu hassas görevi yerine getirirken orijinal metnin anlamına sadık kalmayı ve aynı zamanda çeviriyi hedef dilde doğal ve akıcı bir biçimde sunmayı hedefler. Amaç; çevrilen metnin, orijinal metin ile aynı duygu ve tonda okuyucuya aktarılmasıdır.

Çeviri, dil engellerini aşarak işletmelerin kendi ana dillerinde müşterileriyle etkileşime geçmelerine olanak tanır. Böylece markalar, daha geniş bir müşteri tabanına ulaşarak satışları arttırır ve global pazarda varlık gösterme imkanına sahip olur. Ancak özensiz veya yanlış çeviriler, marka imajına zarar vererek beklenmedik sorunlara yol açabilir. Dolayısıyla bu süreç, titizlikle yönetilmelidir.

Çeviri alanında genellikle iki temel yaklaşım bulunur:

Makine Çevirisi



İnsan Çevirisi



İşletmelerin ihtiyaçlarına, metnin türüne ve hedef kitleye göre bu yöntemlerden biri tercih edilebilir veya her ikisinin birleşimi kullanılabilir.

İnsan Çevirisi

İnsan çevirmenler metnin yüzey anlamının ötesine geçerek alt metinleri, ince nüansları ve bağlamı dikkate alırlar; bu da özellikle edebi eserler, mizah içeren metinler veya belirli bir kültürel bağlamı olan içerikler için önemlidir.

Belirli alanlarda uzmanlaşmış çevirmenler, bu alanlardaki terminolojiye ve konseptlere olan hakimiyetleri sayesinde özellikle teknik terimlerin ve karmaşık konseptlerin doğru şekilde çevrilmesini sağlarlar.

Makine çevirisine kıyasla insan çevirisi, daha yüksek bir doğruluk ve kültürel duyarlılık sunar. Bu nedenle hassas, karmaşık veya yüksek kalitede çeviri gerektiren projelerde insan çevirmenlerle çalışmayı tercih etmelisiniz.



İnsan dokunuşunun ve derin anlayışının yerini hiçbir teknolojik araç tam anlamıyla alamayacağı için insan çevirisi, dil hizmetleri sektörünün vazgeçilmez bir parçasıdır.

Makine Çevirisi

Modern yapay zeka teknolojileri ve algoritmalar aracılığıyla hızlı bir şekilde yapılan bu çeviriler, daha çok büyük hacimli ve zaman hassasiyeti olan projelerde tercih edilir. Bu amaçla kullanılan Google Translate, Microsoft Translator gibi araçlar en yaygın makine çevirisi araçlarıdır.

Makine çevirisi, genellikle anında çeviri gerektiren durumlar için idealdir. Fakat, karmaşık metinlerin ve kültürel nüansların doğru bir şekilde aktarılması konusunda güvenilir değildir.

Bazı durumlarda şirketler, makine çevirisinin hızını ve insan çevirisinin hassasiyetini birleştiren hibrit bir yaklaşımı tercih edebilir. Hibrit yaklaşım, özellikle büyük hacimli projelerde etkinlik ve maliyet verimliliği sağlarken metnin kültürel uygunluğunu ve dil nüanslarını koruma ihtiyacını da dengeler.

Çeviri ihtiyaçları, zaman hassasiyeti ve maliyet dışında da çok çeşitli ihtiyaçlara göre farklı kategorilere ayrılır. Farklı teknik alanlardaki bu çeşitlilik, çevirinin yalnızca metinlerin bir dilden diğerine aktarılması olmadığını, aynı zamanda geniş bir uzmanlık, derinlemesine bilgi ve özel beceriler gerektirdiğini de gösterir.

Gelin, farklı çeviri türlerine de bir göz atalım:

Teknik Çeviri

Teknik çeviri; kullanım kılavuzlarından teknik dokümanlara, endüstriyel metinlerden yazılım dizelerine kadar geniş bir yelpazeyi kapsar. Bu alanda çalışan çevirmenlerin, özel terimleri ve karmaşık konseptleri doğru şekilde aktarabilmesi için belirli bir alanda derin bilgiye sahip olmaları gerekir. Çünkü teknik çeviri, okuyucuların belirli bir ürünü veya hizmeti nasıl kullanacaklarını anlamalarını sağlar; bu nedenle de teknik çeviride açıklık ve doğruluk, hayati önem taşır.

Hukuki Çeviri

Hukuki çeviri yasal belgelerin, sözleşmelerin, mahkeme kararlarının ve hukuki yazışmaların çevirisini içerir. Bu tür çeviriler, yasal terimlerin ve ifadelerin kesin doğruluğunu gerektirir; çünkü en ufak bir hata, ciddi yasal sonuçlara yol açabilir.

Hukuki çevirmenler, hem kaynak hem de hedef dillerdeki yasal sistemler hakkında derinlemesine bilgiye sahip olmalıdır.

Tıbbi Çeviri

Tıbbi çeviri; sağlık alanındaki raporlardan araştırma makalelerine, ilaç prospektüslerinden hasta bilgilendirme dokümanlarına kadar sağlık sektörüyle ilgili tüm yazılı metinlerin çevirisinin yapıldığı süreci kapsar. Tıbbi çevirmenler, tıbbi terminoloji ve prosedürler konusun

Edebi Çeviri

Edebi çeviri; edebi eserlerin, şiirlerin, romanların ve oyunların çevirisini içerir. Edebi çevirmenler, orijinal eserin tonunu, stilini ve duygusal derinliğini hedef dile aktarabilmek için hem dilbilgisi hem de yaratıcılık becerilerine sahip olmalıdır. Edebi çeviri, bir yazarın eserini farklı kültürlerle ve dile taşıyarak geniş bir okuyucu kitlesine ulaşmasını sağlar.

İş ve Pazarlama Çevirisi

İş ve pazarlama çevirisi; pazarlama materyalleri, reklam kampanyaları, iş raporları ve şirket web sitelerinin çevirisini kapsar. Bu alandaki çevirmenler, mesajın hedef pazarda etkili olabilmesi için kültürel nüansları ve yerel pazarın dilini doğru anlaması gerekir.

Web Sitesi ve Yazılım Çevirisi

Dijital içeriğin ve uygulamaların farklı dillerde kullanıcılar için erişilebilir hale getirilmesini içerir. Bu tür çeviri, kullanıcı deneyimini ve erişilebilirliği iyileştirmeyi amaçladığı gibi, genellikle yerelleştirme süreçlerini de içerir.

Finans Çevirisi

Bankacılık, sigortacılık, muhasebe ve yatırım gibi finans sektörüne özgü belgelerin çevirisini kapsar. Finansal raporlar, bilançolar, gelir tabloları, yatırım analizleri ve pazar araştırmaları gibi içerikler bu kategori altında değerlendirilir.

Finans çevirisi, içerdiği karmaşık finansal bilgiler ve kullanılan terminoloji nedeniyle yüksek bir uzmanlık düzeyi gerektirir. Çevirmenlerin, hem kaynak hem de hedef dillerde finansal terimleri ve kavramları derinlemesine anlamaları, doğru bir şekilde aktarabilmeleri gerekir. Finansal belgelerin doğruluğu, şirketlerin ve bireylerin finansal kararlarında kritik rol oynadığından finans çevirisi, büyük bir titizlik ve hassasiyet gerektirir.

"İçerik Bulutu'nun **uzman seyahat içerik üreticileri** uzun süredir blogumuz için deneyim odaklı seyahat içerikleri üretiyor.

Yakın zamanda global hedef kitemize kendi dillerinde ulaşmak için **çeviri ve lokalizasyon** çalışmalarına ihtiyacımız oldu. Bu ihtiyaçlarımız için de blog tarafındaki süreçlerimizde birlikte çalışmaktan çok memnun olduğumuz İçerik Bulutu'nu tercih ettik."



İbrahim Bakış

Head of Product

otelz

x



İçerikbulutu



İçerikbulutu a:kademi

Editing(Düzenleme)

Editleme aşamasında editör, metni kapsamlı bir şekilde inceler; bu, metnin akışını, tutarlılığını ve genel kalitesini iyileştirmeyi amaçlar. Editör, metnin formunu, bağlamını ve gerçeklerin doğruluğunu değerlendirir, böylece metnin okunabilirliği artar. Aynı zamanda, metnin hedef kitle için anlamını ve bağlamsal uygunluğunu güçlendirir.

Örneğin bir editör, Kanada Fransızcasına yerelleştirilmiş bir çeviride, terimlerin ve deyimlerin yerel kullanımına dikkat eder. Bu, kelime kelime bir çeviriden ziyade, anlam-anlam bir çeviriye öncelik verilmesini gerektirir. Editör, hem dilbilgisi hem de kültürel nüanslar açısından, metnin hedef dile ve kültüre nasıl daha iyi uyum sağlayabileceği konusunda önerilerde bulunur. Ancak, editör genellikle bu değişiklikleri doğrudan yapmaz; bunun yerine, önerilerini ve düzeltmelerini orijinal metnin çevirmenine ileterek onların bu önerileri uygulamasını ve belgeye son onaylarını vermesini bekler.

Proofreading (Son Okuma)

Proofreading aşaması editingden sonra gelir ve metnin, son kullanıcıya sunulmadan önceki kontrollerinin gerçekleştirildiği editleme kısmını ifade eder.

Proofreader metnin son halinin hata, eksiklik veya gereksiz tekrarlardan arındırıldığından emin olmayı amaçlar. Aynı zamanda dilbilgisi, yazım ve stil açısından kusursuz olduğundan emin olmayı hedefler. Dilbilgisi ve yazım hatalarının yanı sıra, noktalama işaretlerinin doğru kullanımını kontrol eder.

Özellikle birden fazla dilde çalışırken dikkate alınması gereken çeşitli noktalama işaretleri ve yazım kuralları vardır, bu açıdan önemlidir.

Editing ve proofreading, çevirinin sadece dilbilgisi ve yazım doğruluğunu sağlamakla kalmaz, aynı zamanda metnin mesajının, tonunun ve amacının korunmasına da katkıda bulunur. Bu süreçler, çevirinin hedef dile ve kültüre uygun ve etkili bir şekilde adapte edilmesini sağlar; böylece hedef kitle üzerinde olumlu bir etki yaratır. Sonuç olarak profesyonel çeviri hizmetlerinde editing ve proofreading yatırımı, kaliteli ve etkili iletişim sağlamanın anahtarlarından biridir.

2. Transcreation / Native Copywriting

Etkili ve kapsamlı bir iletişim stratejisinin temel taşları olan bu iki yaratıcı dil hizmeti, marka mesajınızı hedef ülkeye göre kişiselleştirmek için kesinlikle elzemdir. İki hizmet de markaların, hedef kitleleriyle derin ve anlamlı bir bağ kurmasına yardımcı olur.

Hedef ülkenin kültürel nüanslarını derinlemesine bilmeyi gerektiren bu iki hizmetin yaratıcı anlamda benzerlikleri olmakla beraber ikisi hem zaman, maliyet hem de uzmanlık açısından farklılıklar gösterir.

Gelin farklarını inceleyelim:

Native Copywriting / Yerel Dilde Metin Yazarlığı

Native copywriting, yani yerel dilde metin yazarlığı, bir markanın mesajını hedef kitleye ulaştırmak amacıyla yaratıcı ve ikna edici metinler yazmayı kapsar. Amaç, potansiyel müşterileri bir link

tıklamaya, bilgi sağlamaya, form doldurmaya veya bir ürün satın almaya ikna etmeyi hedefler.

Bu süreçte üretilen içerikler, yazarın ana dilinde ve sıfırdan oluşturulur. Burada, hedef dilin kültürel nüanslarına hakim olmak ve aynı zamanda SEO performansını arttıracak teknik gereklilikleri bilmek esastır. Dolayısıyla yerel dilde metin yazarlığı, mesajın netliği ve çekiciliği üzerinde yoğun bir yaratıcı çaba gerektiren süreçler bütünüdür.

Transcreation / Yaratıcı Uyarlama

Yaratıcı çeviri olarak da bilinen transcreation; bir metni, bir dilden diğerine çevirirken metni yeniden yaratma sürecidir. Bu, orijinal metnin tonunu, stilini ve duygusunu korurken hedef kültürün beklenti ve duyarlılıklarına uygun bir şekilde yeniden şekillendirmeyi içerir. Yerel metin yazarlığına göre genellikle daha yüksek bir maliyet gerektirir; çünkü metnin kültürel dönüşümü, derin bir kültürel anlayış ve yaratıcı çaba ister.

Yazar bu süreçte, marka mesajlarını, reklam sloganlarını veya edebi eserleri hedef kültürün sosyal normları, mizah anlayışı ve yerel ifadeleriyle uyumlu hale getirmeyi amaçlar. Yaratıcı uyarlama sürecinde çevirmenlerin, aynı zamanda metni hedef dilin estetik ve stilistik özelliklerine uygun hale getirmek için yaratıcı yazım tekniklerini de kullanması gerekir.

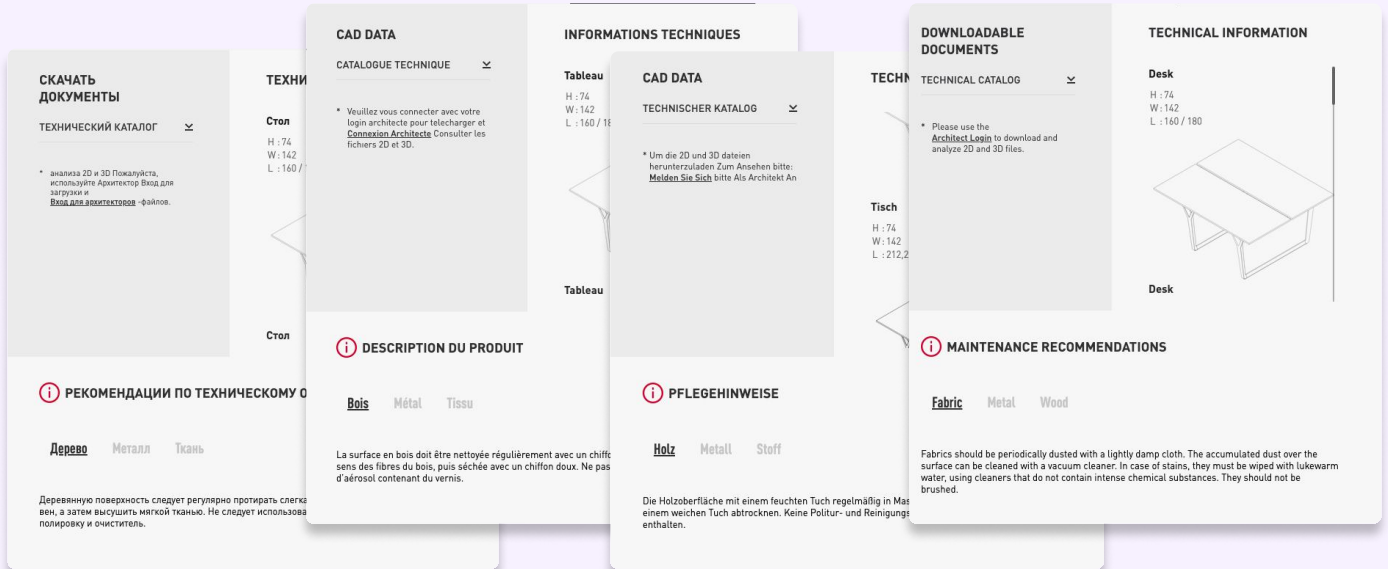
Bu, hedef kitleye orijinal metnin duygusal ve kültürel derinliğini aktarırken metnin yerel bağlamda doğal ve ikna edici olmasını sağlar. Yaratıcı uyarlama, global markaların farklı pazarlarda tutarlı

ve etkili bir şekilde iletişim kurmasını, edebi ve sanatsal eserlerin farklı kültürlerle başarıyla aktarılmasını ve çok dilli medya içeriklerinin geniş bir kitleye ulaşmasını sağlar.

Yaratıcı uyarlama, derin bir kültürel içgörü ve yüksek düzeyde yaratıcılık gerektirir; çünkü amaç, metni sadece çevirmek değil, aynı zamanda hedef kültürde yeniden hayat bulmasını sağlamaktır.

bürotime

Mimar ve iç mimar içerik üreticilerimizin blog içeriklerini ürettiği Bürotime; Türkçe ürün açıklamalarının İngilizce, Almanca, Fransızca ve Rusça dillerine çevirisi için de bizi tercih ediyor.



Note Workstation ürünü için yaptığımız çevirileri incelemek için:

İngilizce: <https://www.burotime.com/en/note-workstation>

Almanca: <https://www.burotime.com/de/note-arbeiten>

Fransızca: <https://www.burotime.com/fr/note-operationnel>

Rusça: <https://www.burotime.com/ru/note-workstation>

2. Bölüm:

Profesyonel Dil Hizmetlerine Yatırım Yapmanın İş Dünyası için Önemi

"Dijital çağ" olarak adlandırılan 21. yüzyılda tüm işletmeler için dijital kimlik, son derece önemli. Dijital dünyada "doğru stratejilerle" var olmak ve varlığını etkin bir şekilde sürdürebilmek ise markayı rakiplerinden ayıran en önemli unsur.

Dijital dünyada stratejiler belirlenirken sektör, marka, pazar, rakipler, kaynaklar gibi birçok değişken baz alınıyor. Ancak, temelde birçok işletmenin gözden kaçırdığı çok daha önemli bir detay var: dil.

İletişim; tüm tarafların, üzerinden bilgi alışverişi yapılacak ortak bir dili anlamalarına ihtiyaç duyar. Farklı ülke pazarlarında markaların, yerel hedef kitleleriyle iletişimini ana dilde yapmalarının çok daha anlaşılır olmalarını, markalarının güçlü yönlerini daha özelleştirilmiş şekilde aktarabilmelerini ve hedef kitleyle kilometrelerce öteden bile daha güçlü bir bağ kurabilmelerini sağlayan unsur olduğunu söyleyebiliriz.

◆ Farklı ülkelere hitap eden işletmeler için profesyonel dil hizmetlerinin avantajları

- **Hedef Kitleyle Etkili İletişim:** Profesyonel çeviri ve dil hizmetleri, işletmelerin hedef kitleleriyle etkili bir şekilde

iletişim kurmasını sağlar. Bu, marka bilinirlik oranını yükseltmeye, satışları arttırmaya ve müşteri memnuniyetini iyileştirmeye yardımcı olabilir.

- **Yerel Pazarlarda Rekabet:** Profesyonel dil hizmetleri, farklı ülkelere açılan diğer rakiplere karşı markalara avantaj sağlamakla kalmaz, yerel markalarla dahi rekabet edebilme fırsatları sunar. Yerelleştirilmiş ürün ve hizmetler, yerel pazarlarda müşteriler tarafından daha çekici bulunabilir, işletmelere yeni müşteri edinme ve pazar payını artırma fırsatları sunabilir.
- **Güçlü Marka İtibarı:** İşletmelerin hedef ülkede güvenilirlik ve profesyonellik algısını arttırmasına, müşteri sadakatini geliştirmesine destek olabilir.

Profesyonel dil hizmetlerinin, farklı ülke pazarlarına açılan işletmelere, özellikle pazarlama, satış ve müşteri hizmetleri alanlarında sağlayabileceği avantajlar ise şöyle:

Pazarlama: Transcreation (yaratıcı uyarlama) gibi profesyonel dil hizmetleri, işletmelerin pazarlama materyallerini hedef kitlelerine uygun bir şekilde sunmasına olanak tanır. Böylelikle broşür, reklam kampanyaları gibi pazarlama faaliyetlerinin hedef ülkeye uyarlanarak etkinliklerinin arttırılmasına ve dönüşüm oranlarının da yükselmesine katkı sunulabilir.

Satış: İşletmeler; hedef ülkede satışa dönüştüren ya da satışı destekleyen, satış hunisindeki tüm aşamalarda yer alan yazılı

materyallerini hedef kitlenin ana dilinde yerelleştirerek hedef kitleleri ile daha etkili bir iletişim kurabilir, güvenlerini daha hızlı kazanabilir, satışlarını da arttırabilir.

Müşteri Hizmetleri: Profesyonel çeviri; farklı ülkelerde hizmet veren işletmelerin müşterileri herhangi bir desteğe ihtiyacı olduğunda, derdini ana dilde en rahat şekilde ifade edebilmesini, yaşadığı problemlere önerilen çözümleri de en doğru şekilde anlayabilmesine olanak tanır. Bu da müşteri sadakatini ve memnuniyetini arttırabilir.

Kaliteli çeviriye yatırım yapmanın maliyet-fayda analizi.

Örneğin, bir e-ticaret şirketi, ürünlerini yurt dışına satmaya karar vermiştir. Bu durumda şirketin, ürünlerinin web sitesini ve ürün açıklamalarını hedef pazarların dillerine çevirmesi gerekecektir. Kaliteli çeviri hizmeti, şirketin yeni müşteriler edinmesine ve satışlarını arttırmasına yardımcı olabilir. Ancak, bu hizmetin maliyeti de yüksek olabilir.

Şirket, fayda maliyet analizini yaparak kaliteli çeviri hizmetinin kendileri için ne kadar faydalı olacağını ve maliyetinin karşılanıp karşılanmayacağını değerlendirebilir. Bu analiz sonucunda şirket, kendi ihtiyaçlarına en uygun çeviri hizmetinin türünü ve kalitesini belirleyebilir.

Profesyonel çeviri hizmetinde işletmeler yatırımın getirisini nasıl ölçebilirler?

Profesyonel çevirinin yatırım getirisi (ROI), çeviriye yapılan

harcamaların, çevirinin sağladığı faydalarla karşılaştırılmasıyla hesaplanır. ROI, bir işletmenin çeviriden elde ettiği gelir artışı, maliyet tasarrufu veya diğer faydaları ifade eder.

Profesyonel çevirinin yatırım getirisini gösteren faktörler şunlardır:

- **Hedef Pazar:** Çeviri, işletmenin hedef pazarına ulaşmasına yardımcı oluyorsa ROI yüksek olacaktır.
- **Çeviri İçeriği:** Çeviri, işletmenin önemli bir ürün, hizmet veya mesajını içeriyorsa, ROI yüksek olacaktır.
- **Çeviri Kalitesi:** Kaliteli çeviri, işletmenin itibarını ve güvenilirliğini arttırmaya yardımcı olur. Bu da ROI'yi olumlu yönde etkiler.

Profesyonel çevirinin yatırım getirisini ölçmek için çeşitli yöntemler kullanılabilir. Bu yöntemler şunlardır:

- **Gelir Artışı:** Çeviri sonucu işletmenin geliri artıyorsa bu artış, ROI'yi ölçmek için kullanılabilir. Örneğin bir e-ticaret şirketi, ürünlerini yeni bir pazara çevirerek satışlarını arttırıyorsa, bu artış ROI'yi hesaplamak için kullanılabilir.
- **Maliyet Tasarrufu:** Çeviri, işletmenin maliyetlerini düşürüyorsa bu düşüş, ROI'yi ölçmek için kullanılabilir. Örneğin bir şirket, ürünlerini yerelleştirmek için çeviri hizmeti alıyorsa, bu hizmetin yanında hedef dilde anahtar kelime çalışmasını da verebileceği bir partner ile ilerliyorsa;

bu hizmetin maliyeti, şirket tarafından yapılan çevirisiz pazarlama ve satış çabalarının maliyetinden daha düşükse ROI pozitif olacaktır.

- **Diğer Faydalar:** Çeviri, işletmeye başka faydalar sağlıyorsa bu faydalar da ROI'yi ölçmek için kullanılabilir. Örneğin çeviri, müşteri memnuniyetini arttırarak müşteri sadakatini geliştiriyorsa; bu da ROI'yi olumlu yönde etkiler.

Profesyonel çevirinin yatırım getirisini ölçmek için kullanılacak bazı spesifik metrikler şunlardır:

- **Yeni Müşteri Sayısı:** Çeviri, işletmenin yeni müşteri edinmesine yardımcı oluyorsa; yeni müşteri sayısı ROI'yi ölçmek için kullanılabilir.
- **Satış Artışı:** Çeviri, işletmenin satışlarını arttırıyorsa; satış artışı ROI'yi ölçmek için kullanılabilir.
- **Müşteri Memnuniyeti:** Çeviri, müşteri memnuniyetini arttırarak müşteri sadakatini geliştiriyorsa; müşteri memnuniyeti anketleri ROI'yi ölçmek için kullanılabilir.

İşletmeler; hedef ülkeye ve stratejilerine göre, kendi ihtiyaçlarına ve hedeflerine uygun bir ROI ölçümü yöntemi seçebilirler.



Yavuz Savaş

Marketing Manager
ASUS

"Global ürün sayfalarımızın Türkiye pazarında yerleştirilmesinde çözüm ortağımız İçerik Bulutu"

"Globalden gelen HTML ürün sayfalarımızın Türkiye pazarına uygun şekilde yerleştirilmesi konusunda bir çözüm ortağı arayışındaydık ve İçerik Bulutu ile ilerlemeyi tercih ettik.

İçerik Bulutu'nun içerikle ilgili kapsayıcı yaklaşımından, sektörümüzdeki deneyiminden, bize özel oluşturduğu lokalizasyon ekibinin talimatlarımıza uygun, dünya standartlarında bir çalışma ortaya koymasından çok memnunuz."



3. Bölüm:

Dil Hizmetlerinde Kalite Güvencesi

İçerik konusunda kalite standartlarından ödün vermemek, markanızın uluslararası başarısının anahtarlarından biridir.

Yerelleştirme ve çeviri süreçlerinde, sadece dilin doğru çevrilmesi değil, aynı zamanda kültürel nüansların, yerel adetlerin ve piyasa beklentilerinin de dikkate alınması güçlü bir imaj oluşturmak için elzemdir.

Kendi ürettiğiniz veya şirketinizin ürettiği bir şey üzerinde kimsenin gülmeyeceğinden emin olmak istersiniz değil mi? Eğer ürününüzü çevirip yerelleştirmeye zahmet ediyorsanız; bu ürünün, hem sizin kalite beklentilerinizi hem de hedef ülkenin beklentilerini karşılamasını istersiniz.

Piyasada birçok çevirmen ve çeviri şirketi bulunuyor; ancak hepsi işlerinin kalitesi için sürekli yüksek standartlar sürdürmez. Dil hizmetleri partnerinizin istediğiniz ürünü teslim etmesi için bir projenin her aşamasında kalite güvence adımlarının uygulanması gerekir.

Peki, içerik oluşturma, çeviri ve yerelleştirme süreçlerinde kaliteyi hangi kriterlerde değerlendirmelisiniz? Yerelleştirilmiş içeriklerin kalite güvence süreci, üç temel bileşeni kapsamlı bir şekilde incelemeyi gerektirir:

1. Çeviri Kalitesi

Çeviri kalitesi, kaynak metnin, hedef dile ne kadar etkili ve doğru şekilde aktarıldığının kapsamlı bir değerlendirmesidir. Bu süreç, metnin yalnızca gramatik doğruluğunu değil, aynı zamanda tonunu, stilini ve nüanslarının da incelenmesini içerir. Böylece orijinal mesajın bütünlüğü korunmuş olunur.

Amaç, çevirinin hedef kültüre olan uygunluğunu ve anlam bütünlüğünü korumaktır; böylece metnin, yerel bağlamda doğru algılanması sağlanır. Çevirinin nihai kalitesi, hedef kitlenin markanızı algılama şeklini doğrudan etkiler ve bu nedenle, uluslararası başarı için kritik bir öneme sahiptir.

Çeviri kalitesini etkileyen faktörlere gelirsek:

a. Profesyonellik

Çevirinin, alanında uzman profesyoneller tarafından mı yoksa

amatörler tarafından mı yapıldığı, kalitenin belirlenmesinde kritik bir faktördür. Profesyonel çevirmenler, dilbilimsel incelikleri ve kültürel bağlamları doğru bir şekilde yansıtmada konusunda daha yetkindirler.

b. Yerel İnceleme

Çevirinin yerel kullanımlara, deyimlere ve kültürel değerlere uygun olup olmadığını doğrulamak için hedef dildeki uzmanlar veya yerel temsilciler çeviriyi detaylıca incelemelidir. Bu, çevirinin yerel bağlamda anlamlı ve etkili olmasını garantiler.

Benzer şekilde, kendi ülkenizdeki personeliniz veya temsilcileriniz tarafından nihai teslimatın incelenmesi, çevrilmiş ürününüzün genel kalitesine katkıda bulunan başkaca önemli bir kalite kontrol prosedürüdür.

c. Yardımcı Araçlar

Stil rehberleri, sözlükler ve çeviri belleği gibi araçlar, çevirinin tutarlılığını ve terminolojik doğruluğunu sağlamada yardımcı olur. Bu araçlar, çevirmenlere rehberlik eder ve çeviri sürecinin verimliliğini artırır.

d. Tamamlanmış Çeviri

Bu aşamada çevrilmesi gereken tüm bölümlerin doğru bir şekilde çevrildiğinden ve kaynak dilde kalması gereken öğelerin değiştirilmediğinden emin olunmalıdır.

2. Doküman Üretim Kalitesi

Yerelleştirilmiş dokümanın, markanızın hedef pazarlardaki "görünüm ve hissine" ne derecede uygun olduğunun denetlenmesi de kalite kontrol sürecinin bir parçasıdır. Tasarım unsurları, renkler, görseller, fontlar ve genel düzen marka kimliğinizle uyumlu olmalı, aynı zamanda hedef pazarın estetik beklentilerini karşılamalıdır.

Görsel inceleme sürecinde dikkat edilmesi gereken başlıca öğeler şunlardır:

a. Tipografi Uyumluluğu

Font tipi, stil ve boyutun kaynak dokümanla tutarlılığı gözden geçirilir.

a. Grafiklerin Uyumu

Grafiklerin yerleşimi, boyutu ve içeriğinin, orijinal dokümana uygun olup olmadığı değerlendirilir. Grafik veya metin öğelerinde herhangi bir kesilme veya eksiklik olmamalıdır.

a. Sayfa Düzeni

Sayfa akışı ve numaralandırması, metinler ile içindekiler tablosu, dizinler, iç referanslar, ekran görüntüleri ve/veya grafik başlık metinleri arasındaki çapraz referansların doğruluğu incelenir.

a. Metin Formatı

Metnin girintisi ve hizalama gibi format özelliklerinin kaynak dokümanla uyumlu olması sağlanır.

3. İşlevsel Kalite

Yazılımlar, web siteleri ve dijital arayüzler için bu, yerelleştirilmiş sürümlerin teknik ortamda sorunsuz çalıştığını doğrulamayı içerir. Bu, kullanıcı arayüzünün işlevselliğinden, interaktif özelliklerin çalışmasına, hata mesajlarının doğruluğuna ve kullanıcı deneyiminin bütünlüğüne kadar geniş bir yelpazeyi kapsar.

Test edilen özellikler arasında yerel işletim sistemleriyle uyumluluk, uygun tarayıcı veya okuyucu aracılığıyla font ve grafiklerin doğru görüntülenmesi, hiper bağlantıların işlevselliği ve sayfaların net bir şekilde yazdırılması yer alır. Bu kontrol listesi, gerektiğinde PDF veya HTML dosyalarına eklenen özel özelliklere göre genişletilebilir ve özelleştirilebilir.

Yerelleştirme sürecinin yazılıma herhangi bir hata eklediğinden emin olmak için yazılım, kapsamlı bir regresyon testinden geçirilmelidir. Bu test, yazılımın her yönünün beklenen şekilde performans gösterdiğini doğrulamak için özelleştirilebilir ve belirli ihtiyaçlara veya müşteri taleplerine göre ayarlanabilir.

Sonuç olarak fonksiyonel testler, yerelleştirilmiş çevrim içi dokümantasyonunuzun ve yazılımınızın hedef pazarda sorunsuz bir şekilde işlev görmesini sağlar, böylece kullanıcılarınız en iyi deneyimi yaşar. Bu testler, yerelleştirme sürecinizin bütünlüğünü ve etkinliğini arttırarak ürünlerinizin küresel başarısına katkıda bulunur.

Özetle;

Müşteri geri bildirimlerine ve projenin özgöl ihtiyaçlarına göre kalite kontrol kriterleri genişletilebilir ve özelleştirilebilir. Kalite güvencesi sürecini desteklemek adına, çeviri ve QA süreçlerini iyileştirecek her türlü bilgiyi sağlamak, tedarikinizin daha etkin çalışmasına yardımcı olacaktır. Bu bilgiler arasında, İngilizce olarak kalması gereken terimler, ürünler için parça numaraları, kullanılan ölçüm birimleri ve her dil için özgöl yerel iletişim bilgileri yer alabilir. Bu aşamalı yaklaşım, dokümanınızın görsel ve içerik bütünlüğünün korunmasını sağlayarak hedef kitlenize profesyonel ve tutarlı bir marka imajı sunmanıza katkıda bulunur.

Dil hizmetleri partnerinizi seçerken; ürününüzü farklı dillere dikkatle yerelleştirme konusunu sizin kadar önemseyen bir ortak arayın. Bunu belirlemenin en iyi yolu, karşı tarafa kalite kontrol prosedürlerini nasıl yürüttüklerini sormaktır.

Piyasadaki dil hizmetleri sağlayıcılarının her birinin, çeşitli işler için farklı kalite standartları vardır. Bu sebeple yerelleştirme sağlayıcınızın, beklentilerinizi karşılaması için bir projenin her aşamasında kalite güvence adımlarının gerçekleştirildiğine dikkat etmek gerekir.

4. Bölüm:

Doğru Dil Hizmetleri Partnerini Seçmek

Markanızın yerel pazarlarda yankı bulmasını ve tüketicilerle derin bir bağ kurmasını istiyorsanız; dil hizmetleri partnerinizi seçerken

bazı önemli noktaları göz önünde bulundurmalısınız. Doğru dil hizmetleri partneri, markanızın kültürlerarası bir elçisi, global vizyonunuzun şekillendiricisi ve en önemlisi, uluslararası başarınızın inşa edilmesinde kritik bir ortağınızdır.

Teknolojik yetkinlikler, dil ve kültürel uzmanlık, esneklik ve ölçeklenebilirlik gibi faktörler, proje süreçlerinizi kısaltarak hedef pazarınızdaki kültürel nüansları anlamanıza ve bu nüanslara saygı duyarak hareket etmenize olanak tanır.

Bu yüzden, bu kararı verirken; sadece hizmetin maliyetini ve hızını değil, aynı zamanda sağlayıcının sunduğu değeri, uzmanlığı ve işletmenizle olan uyumunu da dikkate alın.

Gelin küresel bir marka olarak başarınızı garantileyebilmeniz için dikkat etmeniz gereken önemli faktörleri inceleyelim:

1. Özelleştirilebilir İş Akışı Entegrasyonu

Mevcut iş süreçlerinizde kullandığınız farklı CMS ve CRM platformlarına ve diğer dijital araçlarınıza sorunsuz entegrasyon sunan dil hizmetleri partneriniz; içeriklerin çeviriye hazırlanması, çevirinin yapılması ve sonrasında içeriğin kolayca sizin sistemlerinize yüklenmesi süreçlerini basitleştiren çözümler sunar.

Örneğin bir web sitesi yerelleştirme projesinde, dil hizmetleri partnerinizin CMS'inize doğrudan bağlanabilmesi, web sayfalarının otomatik olarak çekilip çevrildikten sonra aynı kolaylıkla web sitenize entegre olmasını sağlar. Bu, zaman tasarrufu sağlar ve manuel hataları azaltır.

2. Gelişmiş Teknolojik Altyapı

Makine çevirisi araçları, çeviri yazılımları (CAT Tools) ve çeviri bellekleri konusunda sağlam teknolojik altyapıya sahip bir dil hizmetleri partneri ile çalışmalısınız. Bu araçlar daha önce yapılmış çevirileri hatırlayarak tutarlılığı arttırır ve çeviri maliyetlerini düşürerek projelerinize hız kazandırır.

Makro ölçekli projelerde, dil hizmetleri partnerinizin büyük veri setlerini işleyebilme ve çeviri sürecinde kalite kontrol mekanizmalarını otomatik olarak uygulayabilme kapasitesi çok önemlidir.

3. Kültürel Nüanslara Hakim Uzman Profesyoneller

Dil hizmetleri partnerinizin yerel dil uzmanlarına, çevirmenlere ve içerik üreticilerine erişimi olması, sizin açınızdan çok önemlidir. Hedef ülkenizin pazarını ve kültürel nüanslarını iyi bilen dil uzmanları ve yerel içerik üreticileri ile çalışabilmek, markanızı global arenada görünür kılmak için en önemli adımdır.

Pazarlama materyalleri veya reklam kampanyaları yerelleştirilirken sadece çeviri ve dil doğru olmakla kalmamalı, aynı zamanda hedef kitlede kültürel olarak da yankı uyandırmalıdır.

4. Esnek ve Ölçeklenebilir Çözümler

İşletmeniz büyüdükçe ve hedef kitlenize yepyeni topluluklar ve diller eklendikçe dil hizmetleri partnerinizin de bu büyümeyi

destekleyecek esneklik ve ölçeklenebilir kapasitede olması gerekir. Bu, dil hizmetleri partnerinizin, birden fazla dilde ve farklı sektörlerde uzmanlaşmış geniş bir çevirmen ve editör ağına sahip olması anlamına gelir.

Ayrıca projenin boyutu ve karmaşıklığı arttıkça partnerinizin proje yönetimi ve müşteri hizmetleri kapasitesinin de buna uyum sağlayabilmesi önemlidir.

5. Kapsamlı Hizmet Yelpazesi

Markanız hedef ülkeye açılırken birbirinden farklı içerik ve çeviri ihtiyaçları doğabilir. Bu, çeviriden öte; yerelleştirme, yerel içerik üretimi, transkripsyon gibi ek hizmetlerdir. İhtiyaçlarınıza karşılık verecek çeşitli hizmetleri tek bir kaynaktan alabilmek, zaman ve maliyet açısından avantaj elde etmenizi sağlar. Aynı zamanda bütün bu hizmetleri tek bir kaynaktan aldığınızda markanızın global olarak tutarlı ve etkili bir iletişim kurmasını sağlarsınız.

Çeviri ve Dil Hizmetlerinde Yapılan Hataların Markalar Açısından Olası Sonuçları

Düşünün ki, yeni bir pazarda markanızı tanıtmak için büyük bir çaba sarf ediyorsunuz. Ancak, dil hizmetleri sağlayıcınızın yaptığı bir çeviri hatası nedeniyle, markanızın mesajı tamamen ters anlaşıyor. Örneğin, bir otomobil firması olarak "Güçlü performans" mesajınız, "Aşırı tüketim" olarak çevriliyor. Bu tür bir yanlış anlama, markanızın imajını hızla zedeleyebilir ve tüketicilerin güvenini kaybetmenize neden olabilir.

Ya da başka bir örnek düşünelim; bir sağlık ürününüzün reklamında kullanılan bir ifade, hedef kültürde olumsuz bir anlam taşıyor ve bu durum tüketiciler arasında rahatsızlık yaratıyor. Bu tür kültürel hatalar, markanızın o pazarda kabul görmesini zorlaştırabilir ve hedef kitleyle bağ kurmanızı engelleyebilir.

Yerelleştirme sürecinde yapılan hatalar, sadece marka imajınızı değil, aynı zamanda cebinizi de etkileyebilir. Diyelim ki, bir broşürünüzdeki hata nedeniyle tüm basılı materyallerinizi yeniden basmanız gerekiyor. Bu, beklenmedik bir maliyet ve zaman kaybı anlamına gelir.

Bir başka durumda ise; hatalı çeviriler yüzünden hedef pazardaki yasal düzenlemeleri ihlal ettiğinizi düşünün. Bu, yasal işlemler, cezalar ve markanızın itibarına zarar verebilecek olumsuz kamuoyu algısı gibi ciddi sonuçlar doğurabilir.

Son olarak; dil hizmetleri partnerinizin esnek ve ölçeklenebilir olması önemlidir. İşletmeniz büyüdükçe ve farklı dillerde hizmet vermeye başladıkça, dil hizmetleri sağlayıcınızın bu genişlemeyi destekleyebilmesi gerekir. Aksi takdirde, büyüme sürecinizde gereksiz engellerle karşılaşabilirsiniz.

Dolayısıyla, çeviri ve yerelleştirme sürecindeki hataların, markanızın global başarısı üzerinde derin etkileri olabilir. Bu yüzden, dil hizmetleri partnerinizi seçerken sadece maliyet ve hızı değil, aynı zamanda kaliteyi, kültürel hassasiyeti ve işletmenizle olan uyumunu da göz önünde bulundurmanız hayati önem taşır.

5. Bölüm:

Çeviri Teknolojileri ve Araçları

Çeviri, farklı ülkeler ve kültürlerle iletişime geçmek için insanların başvurduğu en önemli yollardan bir tanesidir. Çeviri süreçlerini insanlar için kolaylaştırmak, amacına uygun bir şekilde çeviri yapmak amacıyla çeşitli yollar bulunmaktadır. Bunlardan ilki, bir dil uzmanından hizmet almaktır. Yazılı bir metni çevirirken, dil uzmanları metnin anlam kaybına uğramaması için çalışırlar. Ancak, dil uzmanları için bu oldukça zorlu bir süreçtir. Özellikle yüksek hacimli bir çeviri projesinde dil uzmanı, çok deneyimli olsa da bazı teknik detaylar sebebiyle çeviriyi yaparken zorlanabilir. Bu noktada da dil uzmanları çeviri teknolojileri ve araçlarından destek alırlar. Sizler için çeviri teknolojilerini aşağıda detaylarıyla aktardık.

Makine Çevirisi Araçları

Çeviri teknolojisi dendiğinde pek çok insanın aklına direkt Google Çeviri ya da Yandex Çeviri gibi herkesin kolayca ulaşabileceği makine çevirisi araçları gelir. Bu iki araç, çeviri teknolojilerinin arasında yer alır; ancak tam olarak istediğiniz çeviri çıktısını size veremeyebilirler. Tamamen yapay zeka tabanlı bu makine çevirisi araçlarıyla yapılan çeviriler, kaynak dilden hedef dile çeviri yaparken çevirmek istediğiniz metni kayda değer bir şekilde anlam kaybına uğratır. Bu anlam kaybını gidermek için bir dil uzmanı, çevrilen metni kontrol ve revize etmesi gerekebilir. Makine çevirileri genellikle “**Makine Çevirisi + MTPE (Machine Translation Post Editing)**” yani makine çevirisi sonrası düzenleme hizmetinde kullanılır. MTPE hizmeti almadan yalnızca makine çevirisi

kullanıldığında çevrilmiş metin okuyucuyu rahatsız eder, tam olarak aktarılmak istenen bilgileri okuyucu anlamayabilir.

Örneğin;



Bu cümlede bir akış problemi bulunuyor, cümleyi daha akışkan hale getirmek için **dil uzmanı** sizlere makine çevirisi sonrası düzeltme hizmeti sunar ve **cümleyi şu şekilde düzeltir:**



E-ticaret, müşterilerin ev konforunda çevrim içi alışveriş yapmalarına olanak sağlar, işletmelerin ürün ve hizmet satma biçiminde bir devrim yaratır.

Böylece kaynak metni anlam kaybına uğratmadan daha akışkan bir cümle elde etmiş olursunuz.

Çeviri Yazılımları (CAT Tools)

Çeviri teknolojileri yalnızca yapay zeka temelli makine çevirisi araçlarından ibaret değildir. Dünyada CAT (Computer Assisted Translation) Tools olarak bilinen araçlar, yani bilgisayar destekli çeviri araçları oldukça yaygın bir şekilde çeviri platformları tarafından kullanılmaktadır. Google Çeviri ve Yandex Çeviri gibi araçlar insanlara ham bir makine çevirisi sağlarken; bir CAT Tool, çeviri projesinin insanlar tarafından yönetilmesini sağlar. Çeviriler bu bahsettiğimiz bilgisayar destekli çeviri aracı yardımı ile yapıldığında, çeviri süreci bir bilgisayar tarafından desteklenmiş olur ve istediğiniz çevirinin hızlı, verimli, kaliteli bir şekilde tamamlanması sağlanır.

Bilgisayar destekli çeviri araçları oldukça tekniktir ve bir proje yöneticisi gerektirir. Bu teknik detayları bilmeden çeviri aracını kullanmak oldukça zorlayıcı olur. Bilgisayar destekli çeviri aracı kullanmayı ve bu araçların ipuçlarını bilen proje yöneticileri, çeviri süreçlerini pürüzsüz bir şekilde yöneterek çevirinizin çıktısını almanıza imkan sağlarlar. Peki bir proje yöneticisi bu araçları kullanırken nelere dikkat eder?

Kelime Tekrarları

Bilgisayar destekli çeviri araçlarında “kelime tekrarı” bir dosyada hangi kelimenin kaç defa geçtiğini saptamak anlamına gelir. Bilgisayar destekli çeviri aracı sayesinde çevrilen bir kelimenin, dosyada tekrarı bulunuyorsa bu kelimeler otomatik olarak bilgisayar tarafından algılanır ve yerleri doldurulur.

Örneğin bir çeviride “hello” kelimesinin tekrarı 15 kere bulunuyorsa ve bu kelime “merhaba” olarak çevrildiyse; metnin devamında aynı kelimenin bulunduğu yerlerde de “merhaba” olarak çevrilecektir. Bilgisayar destekli çeviri aracı bu tekrarları algılar ve aynı kelimenin farklı şekillerde çevrilmesine izin vermez. Bu durum, dil uzmanlarının hız ve verimliliğine katkı sağlar.



Aynı çeviride bilgisayar destekli çeviri kullanılmasaydı; ne kadar deneyimli olsa da dil uzmanı belki de gözden kaçırarak çevirinin bir kısmında “merhaba” yerine “selam” kelimesini kullanabilirdi. Bu da çevirinin tutarlılığına zarar verebilirdi. Bilgisayar destekli çeviri aracı sayesinde bu durumdan kaçınmak oldukça kolay; deneyimli dil uzmanları, proje yöneticileri ve bilgisayar destekli çeviri araçları sayesinde çevirinin tutarlılığı sağlanır.

Bilgisayar destekli araçlar sayesinde saptanan ve çeviriye otomatik olarak yerleştirilen kelime tekrarları yalnızca çevirinin tutarlı olmasına yaramaz, aynı zamanda çevirinin maliyetini de düşürür. Kelime tekrarları bulunan yerlerden, çeviri platformları normalde olduğundan çok daha az bir maliyet ister. Örneğin, 1000 kelimelik bir çeviride 300 kelime tekrar ediyorsa; çeviri platformunuz, bu çeviriye 700 kelime üzerinden fiyatlandıracaktır.

Çeviri Bellekleri

Bilgisayar destekli çeviri aracı kullandığınızda dikkat etmeniz gereken en önemli noktalardan bir tanesi de TM (Translation Memory) dediğimiz çeviri bellekleridir. Devam eden bir çeviri projeniz varsa ve bu yüksek hacimli bir çeviriyse; çeviri belleği yardımıyla tüm dosyaların dil bütünlüğünü sağlamak oldukça kolaydır. Size özel atanan dil uzmanı değişse bile TM yardımıyla geçmiş tüm çevirilerin bilgileri hızlıca alınarak çeviri projelerinizde zaman ve kalite kaybı olmadan dil uzmanları çalışmaya devam ederler.

Çeviri Belleği Tutarlılık Garantisi Verir

Çeviri projeleriniz devam ettikçe önceki çevirilerin bellekleri alınır ve ileriki çevirilerde uygulanır. Her yapılan yeni çeviride, çeviri belleği zenginleşir. Daha önceki çeviri projelerinizde kullanılan bir cümle ya da kelime varsa çeviri belleği bilgisayar destekli çeviri aracı, dil uzmanına önerilerde bulunur. Bu öneriyi dil uzmanı uygun görürse direkt olarak kullanır ve zamandan tasarruf edilir. Çeviri belleği ile aynı cümleleri tekrar tekrar çevirmeye gerek kalmaz, projenin verimliliği ve tutarlılığı artar.

Maliyet Tasarrufu Sağlar

Aynı kelime tekrarında olduğu gibi, çeviri belleği zenginleştikçe bilgisayar destekli çeviri araçları, çeviri belleğinde bulunan kelime ve cümleleri kelime tekrarı gibi sayar. Böylelikle kelime tekrarı olan dosyalar daha az çalışma gerektirir; maliyette de bu yönden ciddi bir tasarruf sağlayabilir. Sonuç olarak projeleriniz devam ettikçe zenginleşen çeviri bellekleriniz sayesinde hacim arttıkça maliyet düşer, kalite ve tutarlılık artar.

Daha Hızlı Proje Teslimi Sunar

Yapılan analizler sonucunda kelime tekrarı çok olan dosyalar daha hızlı bir şekilde teslim edilir. Çeviri bellekleriniz zenginleştikçe; dil uzmanlarına ve proje yöneticilerine düşen iş yükü ile çalışma süreleri azalır, projeleriniz mümkün olan en kısa sürede teslim edilir.

Kalite Kontrolleri

Kelime tekrarları ve çeviri belleği konusundan sonra bilgisayar destekli çeviri aracının sunduğu en önemli özelliklerden biri de QA (Quality Assurance) dediğimiz kalite kontrolü aşamasıdır. Bu aşama, çevirinin son adımı olarak da görülebilir. Kalite kontrollerinin temel amacı çevirideki hataları önlemek, iyi ve kaliteli bir çeviri çıktısı almaktır.

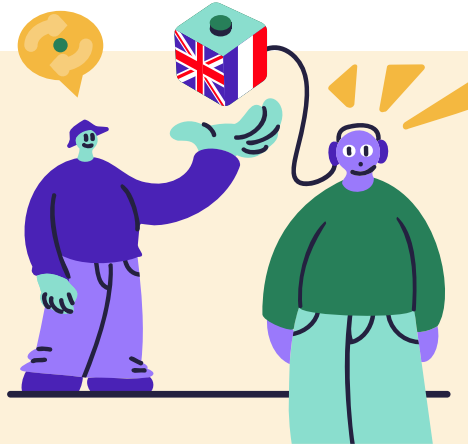
Kalite kontrolleri yapılırken bilgisayar destekli çeviri araçları, çevirideki hataları saptar ve proje yöneticilerine sunar. Kalite kontrolünde proje yöneticiniz, imla hataları, yanlış yazılan sayılar, çift boşluklar gibi hataları kontrol eder, bunları giderir. Böylece çeviride yer alabilecek son hatalar da giderilmiş olunur ve çevirinin dilerseniz kontrol bile etmeden kullanabileceğiniz son hali oluşur.

Çeviri teknolojileri, yaşadığımız dijital çağda çeviri süreçlerinin kaliteli ve hızlı bir şekilde yürütülmesini kolaylaştırmak için geliştirilmişlerdir. Bu teknolojilerin sağladığı avantajlar sayesinde çeviri platformları, proje hacmine bakılmaksızın kolaylıkla projelerinizi yönetebilir hale gelmişlerdir. Vazgeçilmez yerleri olan bu araçlar sayesinde çeviri projelerinizi kolaylıkla yönetebilir ve kaliteli bir şekilde teslim alabilirsiniz.

6. Bölüm:

Çeviri ve Lokalizasyon Projeleri Adım Adım Nasıl Yönetilir?

Çeviri ve lokalizasyon projeleri, diller arası iletişimde oldukça önemli bir rol oynar. Markalar, küreselleşmek ve yurt dışındaki hedef kitleye ulaşmak için sıklıkla çeviri ve lokalizasyona başvururlar. Hedef kitleye ve ülkeye en iyi şekilde anlam kayması olmadan bilgi ve hizmet aktarımı yapmak isteyen bir marka, yalnızca çeviri değil lokalizasyon hizmetini de göz önünde bulundurmalıdır. Çünkü küreselleşme ya da yurt dışındaki hedef kitleye ulaşmak için yalnızca dil bariyerlerini aşmak yeterli değildir. Marka aynı zamanda ülkeler arasındaki kültürel, sosyal, siyasal farklılıkları da göz önünde bulundurmalıdır. Bu sebeplerden dolayı markalar çeviri hizmetinin yanı sıra lokalizasyon hizmetine de başvururlar.



Çeviri & lokalizasyon proje yönetimi, bilgisayar destekli çeviri aracı ile yetkin bir proje yöneticisi tarafından etkin şekilde yönetilebilir. Proje yöneticisi, projenizin adımlarını detaylarıyla planlar ve zamanında teslimini sağlar.

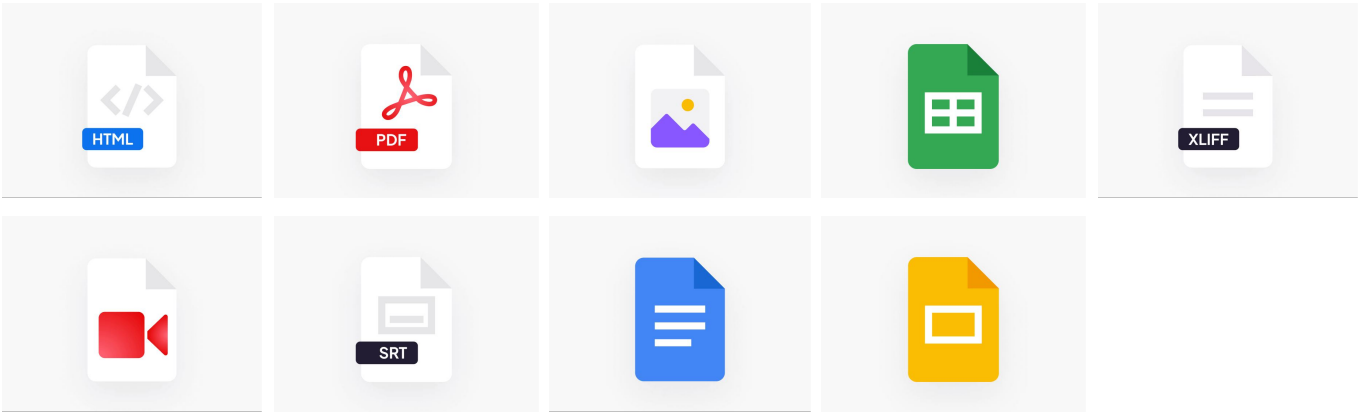
Çeviri & lokalizasyon proje yönetimi, bilgisayar destekli çeviri aracı ile yetkin bir proje yöneticisi tarafından etkin şekilde yönetilebilir. Proje yöneticisi, projenizin adımlarını detaylarıyla planlar ve zamanında teslimini sağlar.

Peki nedir bu adımlar?

İşte çeviri ve lokalizasyon projenizin yönetiminde izlenen adımlar ve detayları:

1. Proje Planı

Markaların ilettiği dosyaları teslim alan proje yöneticisinin ilk adımı, dosyaları analiz etmektir. Dosyalar uygun formatta ise direkt analize alınırlar; eğer formatlar uygun değilse markadan uygun formatları talep edilir ya da proje yöneticisi dosyaları uygun formatlara çevirir.



Birçok dosya türünün çeviri sürecinde desteklendiğini biliyor muydunuz?

Dosyaların kelime sayısı, kelime tekrarı detaylarıyla analiz edilerek son teslim tarihi belirlenir. Markadan varsa referans dosyaları, çeviri

ve lokalizasyon talimatları, marka sözlüğü talep edilir. Son teslim tarihi markaya iletilir ve onay alınırsa uygun çevirmenlerle iletişime geçilerek projeye başlanılır.

2. Çeviri & Lokalizasyona Hazırlık

Son teslim tarihi ve markanın onayı sonrasında proje yöneticisi, geniş çevirmen topluluğundaki projeye en uygun çevirmenlerle iletişime geçer. Uygun çevirmenleri belirlemek, projenin en önemli adımlarından biridir. Örneğin medikal sektördeki bir çeviri ve lokalizasyon projesinde, e-ticaret çevirmenleriyle çalışılmamaktadır. Sektörde deneyimli çevirmenlerle çalışmak, çeviri ve lokalizasyon projelerinizde hata oranını oldukça düşürür. Çevirmenlerle proje üzerinde anlaşıldıktan sonra bilgisayar destekli çeviri aracında çevirmenlerin atamaları gerçekleştirilir, deadline belirtilir ve varsa referans dosyalar, çeviri ve lokalizasyon talimatları, marka sözlüğü çevirmenlere ulaştırılır.

3. Çeviri & Lokalizasyon, Düzenleme ve Redaksiyon Aşamaları

Çevirmenler; tüm referans dosyalarını, çeviri ve lokalizasyon talimatlarını, marka sözlüğünü göz önünde bulundurarak çeviriye başlarlar. Çeviri & lokalizasyon aşaması tamamlandığında ise editörler çeviriyi düzenlemeye başlar. Çevirmenin gözünden kaçan bir durum olduysa editörler çeviride gördükleri hataları en aza indirgerler. Projenin başarılı bir sonuca ulaşması için en önemli adımlardan biri de redaktörlerdir. Redakte işlemi proofreading olarak da bilinir. Çoğu marka tarafından maliyet azaltmak için redakte aşaması çok önemsenmez; ancak proje yöneticileri, bunun

en önemli adımlardan bir tanesi olduğunu sıklıkla dile getirirler. Son okumayı yapan redaktör, özellikle projenin verilen talimatlara uyup uymadığını kontrol eder, uymayan noktaları düzeltir. Sonuç olarak da çeviri, proje yöneticisinin kontrolüne sunulur.

4. Kalite Kontrolleri

Kalite kontrolleri, projenin başarılı ve pürüzsüz olması için yapılan bir kontrol çeşididir. Projeyi teslim alan proje yöneticisi, kalite kontrollerine başlar. Bilgisayar destekli çeviri aracı sayesinde projedeki hatalar incelenir. İmla hataları, akıcılık, çift boşluklar gibi hatalar kontrol edilir. Markanın beklentisini karşılayan bir çeviri projesi olduğuna emin olunur; varsa tüm pürüzler giderilir ve proje son haline getirilir.

5. Proje Teslimi

Proje yöneticisi, markaya özel atanmış olan hesap yöneticisine çeviriyi iletir, hesap yöneticisi de son kez projeye göz atar ve projeyi markaya sunar.

6. Geri Dönüşler ve Revizyonlar

Marka; kendisine sunulan çeviri metninin son halini, pazar yerinin koşulları ve gereklilikleri doğrultusunda kontrol ederek varsa gerekli gördüğü yerlerde iyileştirmeler isteyebilir ya da çeşitli formal değişikliklere gidilmesini isteyen revizyon dönüşleri yapabilir. Bu revizyon dönüşleri ile çeviri metnin son hali verilerek markanın firma değerlerinin, pazar yerinin kültürel ve sosyal değerleri ile bütünlüğü yakalaması sağlanır.

7. Bölüm:

Yasal ve Etik Hususlar

Çeviri, dilsel boşlukların kapatılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ancak çeviri işinde, metni bir dilden diğerine dönüştürme gibi yüzeysel bir görevin ötesinde derin bir sorumluluk yatmaktadır. Bu sorumluluğa sahip olmak, profesyonel bir hizmet olarak çevirinin bütünlüğü ve etkililiği açısından da merkezi öneme sahiptir.

Doğruluğu Korumak

Çeviride temel etik hususlardan biri, doğruluk taahhüdüdür. Bu taahhüt, sözcüklerin çevrilmesini ve orijinal metnin özünü, tonunu ve bağlamını yakalamayı içerir. Amaç, verilmek istenen mesajın eklemeler, çıkarmalar ve çarpıtmalar olmaksızın mümkün olduğu kadar aslına uygun olarak iletilmesidir. Bu aslına uygunluk taahhüdü, çevirinin, kaynağın gerçek bir yansıması olmasını, anlamını ve amacını korumasını sağlar.

Gizlilik

Gizlilik, çeviri endüstrisinde etiğin bir diğer kritik yönüdür. Çevirmenler, genellikle güvenli ve gizli tutulması gereken hassas bilgilerle ilgilenir. Bu gizlilik yükümlülüğü, çevirmen ile müşteri arasında güven inşa ederek özel bilgilerin kamuya açık hale gelmemesini veya yanlış ellere geçmemesini sağlar.

Kültürel Duyarlılık ve Farkındalık

Çeviride kültürel hassasiyet çok önemlidir. Bu, hem kaynak hem de hedef dillerin kültürel bağlamını anlamayı ve bunlara saygı duymayı gerektirir. Çevirmen, kültürel nüansların farkında olmalı ve yanlış beyanlardan kaçınmalıdır.

Objektiflik ve Tarafsızlık

Çeviri alanında objektifliği korumak çok önemlidir; çevirmenler, kişisel inançlarını veya önyargılarını çalışmalarına katmamalıdır. Bu, özellikle tarafsızlığın çok önemli olduğu hukuki veya tıbbi çeviri gibi alanlarda önemlidir. Objektiflik; çevirinin, orijinal metni kişisel yorumlardan uzak, tarafsız ve doğru bir şekilde temsil etmesini sağlar.

Profesyonel Yeterlilik

Etik çeviri, aynı zamanda kişinin mesleki sınırlarını kabul etmeyi de içerir. Bu, yalnızca kendi uzmanlık alanı dahilindeki görevleri kabul etmek ve yüksek standartta dil ve konu yeterliliği sağlamak anlamına gelir. Bu nedenle çevirmen, çevirilerinin profesyonel kalite ve doğruluk standartlarını karşılamasını sağlayarak beceri ve bilgilerini sürekli olarak geliştirmeye çalışmalıdır.

Müşteri İlişkilerinde Şeffaflık

Müşterilere karşı şeffaflık; kişinin yetenekleri, proje zaman çizelgeleri ve çeviri sırasında ortaya çıkabilecek potansiyel sorunlar hakkında net bir iletişimi içerir. Müşterilere karşı dürüst ve açık sözlü olmak, güven oluşturmaya yardımcı olarak karşılıklı yarar sağlayan profesyonel bir ilişki sağlar.

Teknolojinin Rolü

Makine çevirisi ve yapay zekanın giderek yaygınlaştığı günümüz çağında, teknolojinin etik kullanımı giderek artan bir endişe kaynağıdır. Bu araçlar verimliliği arttırabilse de insan kontrolü olmadan yalnızca bunlara güvenmek, çevirilerin kalitesinden ve doğruluğundan ödün vermeye neden olabilir. Bu nedenle etik uygulama, teknolojinin akıllıca kullanılmasını ve yetenekli bir çevirmenin yaptığı işin doğrulanmasını içerir.

⚠ UNUTMAYIN!

Yeni bir pazarda satış yaparken veya belirli türde düzenlenmiş ürün ve hizmetleri çok dilli bir yerel kitleye sunarken; bazı veya tüm içeriklerin yerelleştirilmemesinin sonuçları hakkında her zaman hukuki danışmanlık hizmeti alın.

8. Bölüm:

Sektörlere Özgü Çeviri ve Yerelleştirme İhtiyaçları

Sektör	Belge Türü
Teknoloji	• Ürün Ve Hizmet Tanıtımları, • Kullanıcı Kılavuzları Ve Eğitimleri, • Teknik Belgeler Ve Destek, • Pazarlama Ve Satış Materyalleri

Sektör	Belge Türü
Sağlık	• Tıbbi Bilgi Ve Belgeler, • İlaç Ve Cihaz Etiketleri, • Hasta Bilgilendirme Broşürleri, • Klinik Araştırmalar Ve Yayınlar
Finans	• Finansal Raporlar Ve Analizler, • Yatırımcı Sunumları, • Müşteri Sözleşmeleri, • Yasal Belgeler
Hukuk	• Kanunlar Ve Yönetmelikler, • Sözleşmeler Ve Anlaşmalar, • Dava Dosyaları Ve Belgeleri, • Hukuksal Makaleler Ve Yayınlar
Eğitim	• Ders Kitapları Ve Müfredatlar, • Eğitim Materyalleri Ve Etkinlikleri, • Web Siteleri Ve Çevrim İçi Kurslar, • Uluslararası Öğrenciler İçin Destek
Perakende	• Ürün Etiketleri Ve Ambalajları, • Pazarlama Ve Reklam Materyalleri, • Müşteri Hizmetleri Ve Destek, • E-Ticaret Ve Çevrim İçi Satış

Sektör	Belge Türü
Turizm	• Web Siteleri Ve Broşürler, • Tur Programları Ve Rezervasyonlar, • Müşteri Hizmetleri Ve Destek, • Yerel Kültür Ve Gelenekler Hakkında Bilgi
Üretim	• Teknik Belgeler Ve Talimatlar, • Ürün Etiketleri Ve Ambalajları, • Pazarlama Ve Satış Materyalleri, • Güvenlik Ve Kalite Standartları
İnşaat	• Teknik Belgeler Ve Talimatlar, • Proje Çizimleri Ve Planları, • İhale Ve Sözleşmeler, • Müşteri Hizmetleri Ve Destek
Otomotiv	• Kullanıcı Kılavuzları Ve Eğitimleri, • Teknik Belgeler Ve Talimatlar, • Pazarlama Ve Satış Materyalleri, • Satış Sonrası Destek
Gıda	• Ürün Etiketleri Ve Ambalajları, • Pazarlama Ve Reklam Materyalleri, • Müşteri Hizmetleri Ve Destek, • Gıda Güvenliği Ve Kalite Standartları

Sektör	Belge Türü
Enerji	• Teknik Belgeler Ve Talimatlar, • Proje Raporları Ve Analizleri, • Müşteri Sözleşmeleri, • Yasal Belgeler
Medya	• Haber Ve Makaleler, • Televizyon Ve Radyo Programları, • Film Ve Diziler, • Sosyal Medya İçeriği
Moda	• Ürün Etiketleri Ve Ambalajları, • Pazarlama Ve Reklam Materyalleri, • Müşteri Hizmetleri Ve Destek, • Yerel Kültür Ve Moda Trendleri
Taşımacılık	• Teknik Belgeler Ve Talimatlar, • Yol Tarifleri Ve Haritalar, • Müşteri Hizmetleri Ve Destek, • Güvenlik Ve Kalite Standartları
Kamu	• Yasal Belgeler Ve Yönetmelikler, • Kamu Hizmetleri Duyuruları, • Halkla İlişkiler Ve İletişim, • Yerel Kültür Ve Gelenekler Hakkında Bilgi

Sektör	Belge Türü
Sivil Toplum	- Kampanyalar Ve Duyurular, - Eğitim Ve Farkındalık Materyalleri, - Web Siteleri Ve Sosyal Medya İçeriği, - Yerel Kültür Ve Gelenekler Hakkında Bilgi
Spor	- Oyun Kuralları Ve Düzenlemeleri, - Pazarlama Ve Reklam Materyalleri, - Müşteri Hizmetleri Ve Destek, - Yerel Spor Kültürü Ve Gelenekleri
Oyun	- Oyunlar Ve Oyun İçerikler, - Pazarlama Ve Reklam Materyalleri, - Müşteri Hizmetleri Ve Destek, - Yerel Oyun Kültürü Ve Trendleri
Sanat ve Kültür	- Sanatsal Sergiler Ve Müze Sergileri, - Konserler Ve Tiyatro Oyunları, - Kitaplar Ve Filmler, - Yerel Sanat Ve Kültür Hakkında Bilgi
Beyaz Eşya	- Kullanıcı Kılavuzları Ve Eğitimleri, - Teknik Belgeler Ve Talimatlar, - Pazarlama Ve Satış Materyalleri, - Garanti Ve Onarım Belgeleri

Sektör	Belge Türü
Elektronik	• Kullanıcı Kılavuzları Ve Eğitimleri, • Teknik Belgeler Ve Talimatlar, • Pazarlama Ve Satış Materyalleri, • Garanti Ve Onarım Belgeleri
Perakende Ticaret	• Web Siteleri Ve Broşürler, • Mağaza İçi İşaretleme Ve Etiketler, • Müşteri Hizmetleri Ve Destek, • E-Ticaret Ve Çevrim İçi Satış
Lojistik	• Teknik Belgeler Ve Talimatlar, • Ürün Etiketleri Ve Ambalajları, • Müşteri Hizmetleri Ve Destek, • Güvenlik Ve Kalite Standartları
Telekomünikasyon	• Kullanıcı Kılavuzları Ve Eğitimleri, • Teknik Belgeler Ve Talimatlar, • Pazarlama Ve Satış Materyalleri, • Garanti Ve Onarım Belgeleri
Eğlence	• Film Ve Diziler, • Müzik Ve Videolar, • Oyunlar Ve Oyun İçi İçerikler, • Sosyal Medya İçeriği

Sektör	Belge Türü
Yazılım	• Kullanıcı Kılavuzları Ve Eğitimleri, • Teknik Belgeler Ve Talimatlar, • Pazarlama Ve Satış Materyalleri, • Destek Belgeleri
Yatırım	• Finansal Raporlar Ve Analizler, • Yatırımcı Sunumları, • Müşteri Sözleşmeleri, • Yasal Belgeler
Gayrimenkul	• Web Siteleri Ve Broşürler, • Satış Ve Kiralama Sözleşmeleri, • Müşteri Hizmetleri Ve Destek, • Yerel Kültür Ve Gelenekler Hakkında Bilgi
Sağlık Ürünleri ve İlaçları Sektörü	• Tıbbi Bilgi Ve Belgeler, • İlaç Ve Cihaz Etiketleri, • Hasta Bilgilendirme Broşürleri, • Klinik Araştırmalar Ve Yayınlar, • Reklam Ve Pazarlama Materyalleri.
Gıda ve İçecek Sektörü	• Ürün Etiketleri Ve Ambalajları, • Pazarlama Ve Reklam Materyalleri, • Müşteri Hizmetleri Ve Destek, • Gıda Güvenliği Ve Kalite Standartları, • Yerel Mutfak Ve Gelenekler Hakkında Bilgi

Bu sektörler, çeviri ve yerelleştirme hizmetlerine olan talebin yüksek olduğu niş sektörler arasındadır. Bu sektörlerdeki işletmeler, ürünlerini ve hizmetlerini küresel pazarlara sunmak için çeviri ve yerelleştirme hizmetlerine ihtiyaç duymaktadır.

Bu nedenle işletmeler; çeviri ve yerelleştirme için bu sektörlerle özgü ihtiyaçları bilen ve bu ihtiyaçları karşılamak için özelleştirilmiş çözümler sunan partnerlerle çalışmaya dikkat etmelidir.

Örneğin sağlık ürünleri ve ilaçları sektörü, tıbbi terminoloji ve jargon konusunda uzmanlaşmış çevirmenler gerektirir. Gıda ve içecek sektörü, yerel gıda güvenliği ve kalite standartları konusunda bilgili uzman çevirmenler gerektirir. Moda ve giyim sektörü, yerel kültür ve moda trendleri konusunda bilgili çevirmenler gerektirir.

Niş sektörlerle yönelik çeviri ve yerelleştirme hizmetleri, genel çeviri ve yerelleştirme hizmetlerinden daha karmaşık ve zorlu olabilir. Bu nedenle, çeviri ve yerelleştirme hizmetleri sunan şirketlerin, bu sektörlerdeki işletmelerin ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli deneyime sahip dil uzmanı ve teknoloji kaynaklarına sahip olması gerekir.

9. Bölüm:

Çeviri ve Dil Hizmetleri Terimleri Sözlüğü

API (Uygulama Programlama Arayüzü)	Temelde, iki uygulamanın birbiriyle iletişim kurmasına yarar. Çeşitli uygulamalar arasında veri alışverişi yapmak veya bir servisten veri çekmek için kullanılır.
Back Translation (Geri Çeviri):	Bir metnin hedef dile çevrildikten sonra bu çevirinin orijinal diline geri çevrilmesi işlemidir.
Bilgisayar Destekli Çeviri (CAT):	CAT, metin çevirisinde insan çevirmenlere destek olmak amacıyla kullanılan teknolojidir. Bu teknoloji, çevirmenlere çeviri belleği, terim veritabanları ve diğer araçlar aracılığıyla daha etkili çalışma imkanı tanır. CAT kullanımında amaç; çeviriyi otomatikleştirmek değil, çeviriyi yapan kişiyi desteklemektir.
Birebir (Doğrudan) Çeviri:	Birebir çeviri; bir dilde yazılmış bir metni, başka bir dile doğrudan çevirme sürecidir. Çevirmen, kaynak metindeki her kelimeyi ve ifadeyi hedef dile kelimesi kelimesine çevirmeyi amaçlar. Doğrudan çeviride, metinde "ifade" kısıtlamaları görülebilir. Teknik çeviri gibi çeviri türlerinde tercih edilebilir.
Burned-In Subtitles (Gömülü Alt Yazı):	Bir video dosyasının içine kalıcı olarak yerleştirilmiş alt yazıdır. Video oynatılırken alt yazılar her zaman görünür ve değiştirilemez.
Consistency (Tutarlılık):	Bir metindeki anlatım dilini, terimleri, stili veya biçimi koruma ve aynı tutarlılığı sağlama işlemidir.

Çeviri:	Herhangi bir dilde yazılmış bir metni, başka bir dile aktarma sürecidir. Bu işlemin amacı, orijinal metnin anlamını ve içeriğini koruyarak anlatılmak isteneni hedef dilde anlaşılır ve doğru bir şekilde ifade etmektir.
Çeviri Aracı:	Çevirmenlere veya çeviri süreçlerine destek sağlamak amacıyla kullanılan bir yazılım veya araçtır. Çeviri belleği yönetimi, terim veritabanları, dil denetimi ve diğer özellikleri içerebilir.
Çeviri Belleği (TM):	Çeviri belleği, daha önce çevrilmiş metinleri içeren bir sistemdir. Çevirmenlerin, benzer veya aynı metinleri tekrar çevirirken tutarlılık sağlamalarına ve çeviri hızını arttırmalarına yardımcı olur. Önceden çevirisi tamamlanmış metinlerin saklanması ve bu metinlerin gelecekteki çeviri projelerinde tekrar kullanılmasına olanak tanır.
Çeviri Yönetim Sistemi (TMS):	Çeviri süreçlerini yönetmek ve optimize etmek için kullanılan bir yazılım sistemidir. Bu sistem, çeviri belleği, terminoloji yönetimi, proje yönetimi ve diğer çeviri süreçlerini entegre ederek dil hizmetlerini yönetmeye yardımcı olur.
Çevrilebilirlik:	Çevrilebilirlik, bir metnin kolayca ve etkili şekilde başka bir dile çevrilebilmesi düzeyini ifade eder.
Çeviri Talimatı:	Çevirmenlere belirli bir çeviri projesi için verilen yönergeleri içerir. Proje özelindeki beklentileri, kullanılması gereken terminolojiyi ve diğer talimatları içerir.
Desktop Publishing (DTP):	Çevirisi yapılan orijinal dokümanın aslına uygun olarak hedef dilde yeniden hazırlanması, tasarımın içine yerleştirilmesi ve kullanıma hazır hale getirilmesi işlemidir.
Dil Çifti:	Dil çifti, bir çeviri sürecinde yer alan iki dilin kombinasyonunu ifade eder. Örneğin, İngilizce-Fransızca bir dil çiftidir. Çeviride dil çiftleri, kaynak dil ve hedef dil arasındaki ilişkiyi belirler.

Dil Kodu:	Bir dilin benzersiz bir şekilde tanımlanmasını sağlayan bir koddur. Genellikle ISO standartlarına dayanır ve bir dilin adını veya kısaltmasını içerir. Örneğin İngilizcenin dil kodu "en", Fransızcanın dil kodu "fr" şeklinde ifade edilebilir.
Dil Yönergeleri:	Bir çeviri projesinde kullanılacak dilin kullanımına dair belirli kurallar
DNT (Do Not Translate):	"Do Not Translate" (DNT), çeviri süreçlerinde metnin belirli bir kısmının çevrilmesinin önüne geçmek için kullanılan bir ifadedir. Bu, özellikle seçili ifadelerin, marka adlarının veya özel terimlerin çevrilmemesi gerektiği durumları belirtmek için kullanılır.
Fuzzy Eşleşme:	Bu yöntem, benzerlik derecesine dayalı olarak en iyi olasılıkla eşleşen terimleri belirleyip daha doğru ve anlamlı çeviriler elde etmeyi amaçlar. Çeviri süreçlerinde, özellikle otomatik çeviri sistemlerinde kullanılır.
Geri Çeviri:	Bir metnin çevirisi yapıldıktan sonra bu çevirinin tekrar kaynak dile çevrilmesidir.
GILT (Globalization, Internationalization, Localization, Translation):	GILT, küresel çeviri ve yerelleştirme süreçlerini kapsayan bir kısaltmadır. Terimin alt kavramlarının ifadesi ise şu şekildedir: • Globalizasyon (Globalization): Bir ürünün veya hizmetin dünya genelinde pazarlanabilir ve kullanılabilir hâle getirilmesidir. • Ulusal Enternasyonalizasyon (Internationalization): Bir ürünün veya hizmetin farklı kültürler, diller ve coğrafi bölgelere uygun hâle getirilmesidir. • Yerelleştirme (Localization): Bir ürünün veya hizmetin belirli bir bölge veya dil için uyarlanmasıdır. • Çeviri (Translation): Metnin, kaynak dilden hedef dile aktarılması işlemidir.

Globalleřtirme:	Globalleřtirme bir ürünün, hizmetin veya içeriğın dünya genelinde kullanılabilir hale getirilmesi ve pazarlanmasıdır. Globalleřtirme, herhangi bir ürün veya hizmetin geniş bir küresel kitleye hitap etmesini sağlayan stratejidir.
Hedef Dil:	Hedef dil; kaynak metnin, çevrilmesi istenen dildir. Kaynak dilden çevrilen metin, hedef dilde ifade edilmek üzere seçilir.
İçerik Bağlamında Çeviri:	Herhangi bir metni sadece kelime düzeyinde değil, aynı zamanda bağlamının, tonunun ve anlamının da dikkate alınarak çevrilmesidir.
İçerik Yönetim Sistemi (CMS):	CMS; dijital içerikleri oluşturmak, düzenlemek, depolamak ve yayınlamak için kullanılan bir yazılımı veya platformu ifade eder. Çeviri süreçlerinde, çok dilli içerik yönetimi için CMS'ler sıklıkla kullanılır.
İşaretleme Dili:	İşaretleme dili; belirli bir belge veya metnin formatını, yapısını tanımlayan semboller veya etiketler içeren bir edit dilidir. Bu işaretleme diline örnek olarak HTML ve XML verilebilir.
İşlevsel Çeviri:	Bir metni, kaynak dildeki işlevini tam olarak yerine getirecek şekilde hedef dile çevirmeyi amaçlayan bir çeviri türüdür. Anlamın korunması ve metnin işlevinin aynı kalması önceliklidir.
Kalite Kontrol (QA):	QA; ürünün veya hizmetin belirli standartlara ve kalite beklentilerine uygunluğunu değerlendiren bir süreçtir. Çeviri süreçlerinde, çevrilen metnin dil bilgisi, terminoloji ve tutarlılık açısından kontrol edilmesini içerir.
Kaynak Dil:	Çeviri yapılacak olan orijinal metnin dilidir. Çeviri sürecinde, kaynak dildeki metin, hedef dilde ifade edilmek üzere çevrilir.
Kaynak Dosya:	Çeviri yapılacak metni içeren orijinal dosyadır. Bu dosya, metnin içeriğine ve formatına bağlı olarak farklı türlerde olabilir. Örn; metin belgesi, Excel tablosu, web sayfası veya diğer dosya formatları.

Kolektif Çeviri:	Kolektif çeviri, birden çok çevirmenin birlikte çalışarak büyük ölçekli çeviri projelerini tamamlamasını ifade eder. Bu yöntemde, farklı uzmanlık alanlarına sahip çevirmenler bir arada çalışır.
Küreselleşme:	Bir ürünün veya hizmetin dünya genelinde, evrensel olarak kullanılabilir hale getirilmesidir. Küreselleşme sürecinin tamamlanabilmesi için yerelleştirme ve uluslararasılaştırma süreçlerinin de tamamlanmış olması gerekir.
Language Services Provider (LSP) (Dil Hizmetleri Sağlayıcısı):	Dil hizmetleri alanında çeşitli hizmetler sunan kuruluş veya firmaya verilen addır. Bu hizmetler çeviri, düzenleme, yerelleştirme, tercüme, transkripsiyon gibi kapsamlı dil hizmetlerini ve çok dilli projelerin yönetimini içerebilir.
Makine Çevirisi:	Makine çevirisi; bir bilgisayar programının veya yapay zeka modelinin, herhangi bir dilde yazılmış metni otomatik olarak başka bir dile çevrilmesini sağlayan süreçtir.
Makine Çevirisi Sonrası Düzenleme:	Üretilen metnin makineler tarafından yapılan otomatik çevirisinin, bir insan çevirmen tarafından gözden geçirilerek düzeltilmesidir. Bu düzenleme işlemi, makinelerin yapamayacağı dil bilgisi, anlam veya kültürel bağlam hatalarını düzeltmeyi amaçlar.
Metin Türü:	Metin türü, bir metnin hangi kategoriye veya türe ait olduğunu belirtir. Teknik belgeler, hukuki metinler, reklam içerikleri, edebi eserler, blog içerikleri vb. metin türüne örnek olarak gösterilebilir.
Native Speaker Dil Uzmanı:	Bir dili, ana dili seviyesinde öğrenerek tüm dilbilgisel kurallarıyla en iyi seviyede bilen kişi. Bu kişi, genellikle çeviri veya dil hizmetleri alanında çalışır ve doğru dil kullanımını sağlamak için tercih edilir.
Proofreading:	Üretilmiş bir metni; dil bilgisi, yazım ve imla hataları açısından kontrol etme sürecidir. Proofreading, çevrilmiş metni dil bilgisi ve yazım hatalarından arındırmayı amaçlar.

Redaksiyon:	Herhangi bir metni; dil bilgisi, yazım, şekil ve bağlam açısından gözden geçirerek düzenlemektir. Dil hizmetleri bağlamında çeviri sonrası redaksiyon; çevrilmiş metni, dil bilgisi ve anlam hatalarından arındırma amacıyla yapılır
Sağdan Sola Yazma (RTL - Right-to-Left):	Sağdan sola yazma, bazı dillerin metinlerinin sağdan sola doğru, soldan sağa yazılan dillere göre ters yönde yazılmasını ifade eder.
Segment:	Dil hizmetleri bağlamında, bir metnin çeviri sürecinde bölümlere ayrıldığı her bir parçayı ifade eder. Çeviri belleği veya otomatik çeviri sistemlerinde birim olarak kullanılır.
Segmentasyon:	Segmentasyon, kaynak metni, bir çeviri için anlamlı parçalara ayırma işlemidir. Bu, çeviri süreçlerinde özellikle çeviri belleği kullanılıyorsa önemlidir. Metni anlamlı parçalara bölmek, çevirmenin daha etkili bir şekilde çalışmasına ve çeviri belleği kullanımını optimize etmesine yardımcı olur.
Sektör Özelinde Yerelleştirme:	Sektör özelinde yerelleştirme, belirli bir endüstri veya sektör için özel olarak uyarlanmış yerelleştirme sürecini ifade eder. Özellikle belirli bir sektördeki dil gereksinimlerine odaklanarak ürünlerin veya hizmetlerin belirli bir pazara veya sektöre uygun hale getirilmesini amaçlar.
SRT (SubRip Subtitle):	Bir video dosyasının içine eklenen metin tabanlı alt yazı formatıdır.
Teknik Çeviri:	Genellikle teknik veya bilimsel konuları içeren metinlerin çevirisini ifade eder. Bu tür çeviriler, özel terminoloji ve uzmanlık gerektirebilir. Bu gibi çalışmalarda, sektöre özel bir jargon kullanılacağı için terminoloji sözlüğü bulunması oldukça faydalıdır.

Terminoloji Sözlüğü:	Belirli bir konu veya uzmanlık alanındaki terimlerin, kavramların ve ifadelerin tanımlandığı bir sözlüktür. Çeviri sürecinde, terminoloji sözlükleri kullanılarak tutarlılık sağlanabilir. Bu sözlüklerde hangi kavramların çevrilmesine gerek olmadığı hususu da belirtilebilir. Böylece çevirmen, projeyi daha sağlıklı şekilde yürütebilir.
Transcription (Transkripsiyon):	Konuşma veya ses kaydının metin formatına dönüştürülmesi işlemidir. Örneğin; bir ses dosyasının sözlü içeriğinin yazılı metin haline getirilmesi gibi.
Uluslararası (Global) SEO:	Uluslararası SEO; bir web sitesinin veya içeriğin, farklı ülkelerdeki ve kültürlerdeki kullanıcıları hedefleyerek arama motorlarında daha görünür olması için yapılır. Bu dil, kültür ve bölgesel farklılıkları dikkate alarak içeriği optimize etme işlemidir.
Uyum Araması:	Uyum araması, bir çeviri belleğinde ya da önceki çevirilerde benzer veya tam olarak eşleşen bir segmentin bulunmasını ifade eder. Bu, çevirmenin daha önce çevrilmiş benzer metinleri kullanarak çeviriyi hızlandırmasına yardımcı olabilir.
Yaratıcı Uyarlama (Transcreation):	Bir metni sadece dil bilgisine ve kelime dağarcığına bağlı kalmadan, kültürel bağlamı da göz önünde bulundurarak yaratıcı bir şekilde uyarlamayı içerir. Özellikle pazarlama içerikleri gibi duygusal bir bağ kurma niyeti taşıyan metinlerde uygulanır.
Yerelleştirme (Lokalizasyon):	Yerelleştirme bir ürünün veya hizmetin, belirli bir coğrafi bölgedeki kullanıcıların diline, kültürüne ve yerel gereksinimlerine uygun hale getirilme sürecidir. Lokalizasyon, metin çevirisinin yanında tarih, para birimi, renk seçimleri gibi farklılıkları da içerebilir.
Yerelleştirme Testi:	Bu test, yerelleştirme sürecinin başarılı olup olmadığını değerlendirmek için gerçekleştirilen testtir. Test, kullanıcı deneyimini ve yerel uyumu kontrol etmeyi sağlar.

Çeviri ve yerelleştirme projelerinizin dünya standartlarında yönetilmesini ve alanında uzman native dil uzmanlarının projelerinizde görev almasını istiyorsanız bize ulaşın.

Çeviri ve Yerelleştirme | +

Size Özel Çeviri ve Yerelleştirme Teklifleri İçin



teklif@icerikbulutu.com



İÇERİKbulutu **a:kademi**