

عنوان: بومی‌سازی چیست؟

نویسنده: ناصر حاجلو

تاریخ: ۲۰:۱ ۱۳۹۱/۰۷/۱۵

آدرس: [www.dotnettips.info](http://www.dotnettips.info)

برچسب‌ها: Localization, بومی‌سازی, جهانی‌سازی, کاربردپذیری, Usability, Globalization



**بومی‌سازی** فرآیندی است که طی آن یک محصول برای کار در یک محیط خاص آماده می‌شود. این فرآیند شامل مراحل متفاوتی است و در آن باید موارد بسیاری را در نظر داشت. در طی چند مطلب به چگونگی این کار خواهیم پرداخت و در این مطلب صرفاً به معرفی مواردی که باید در نظر داشت خواهیم پرداخت.

**بومی‌سازی** محصول الزاماً به این معنی نیست که یک محصول خارجی را طوری تغییر دهیم که بشود از آن در داخل کشور استفاده کرد. بومی‌سازی صرفاً تغییر نوشته‌های یک محصول نیست که با ترجمه آن، برنامه بومی شده باشد. بومی‌سازی یک پروسه زمان‌بر و پیچیده است و بطرز شگفت‌آوری با **جهانی‌سازی** مرتبط است.

در واقع ما زمانی یک برنامه را بومی می‌کنیم که بخواهیم در کشورها یا بوم‌های مختلف از آن استفاده کنیم. از آنجا که این تغییرات بعضاً از هم تأثیر پذیر هستند **کاربردپذیری** هر برنامه را تغییر خواهند داد. برای مثال در نظر بگیرید یک برنامه را که روی تولید نام **کاربری** به زبان‌های مختلف **محدودیتی ایجاد نکرده** و قرار است در چندین کشور مختلف (وب) از آن استفاده شود. **حروف مشابه** ولی در باطن **متفاوت** در بوم‌های مختلف چه بلایی سر برنامه خواهند آورد؟ فرض کنید شبکه اجتماعی توئیتر شما را در تولید کلمه کاربری با زبان فارسی و عربی آزاد بگذارد. وقتی به **@علی** یک پیغام می‌فرستید، چه کسی این پیغام را تحویل خواهد گرفت؟ صاحب این اکانت در عربستان یا ایران؟



با اینکه بومی‌سازی لزوماً ارتباط چندانی با کاربردپذیری ندارد اما در کاربردپذیر کردن برنامه و استانداردهای برنامه بطرز چشمگیری تأثیرگذار است. موارد مختلفی را باید در هنگام تولید یک برنامه چندزبانه در نظر داشت از جمله:

از این برنامه در چه کشورهایی استفاده خواهد شد؟

### چه نوع تقویم‌هایی را باید یشتبانی نماید؟

نحوه افزودن زبان جدید به برنامه چگونه خواهد بود؟

تکمیل فیلدهای حساس مانند نام کاربری به چه زبانی مجاز است؟

تولید صفحات برنامه در جهات مختلف به چه صورت خواهد بود؟

تجربه کاربری مناسب برای کاربری که راست به چپ می‌نویسد و کاربری که چپ به راست می‌نویسد چگونه است؟

شرکت‌های بزرگ چگونه با این مشکلات روبرو می‌شوند؟

ذخیره داده‌ها در پایگاه داده باید به چه صورتی و با چه زبان مرجعی صورت پذیرد؟

تبدیل و تغییر داده‌ها چقدر لازم است؟

بزودی با هر یک از این موارد بیشتر آشنا خواهیم شد و هر مورد را بصورت جداگانه بررسی خواهیم کرد.

تعاریف :

Local : بوم

Localized : یومی

Localization : بومی سازی

Globalization : جهانی سازی

Usability : کاربردپذیر

عنوان: آیا بومی‌سازی همه چیز ضرورت دارد؟

نویسنده: ناصر حاجلو

تاریخ: ۲۱:۲۱ ۱۳۹۱/۰۸/۱۷

آدرس: [www.dotnettips.info](http://www.dotnettips.info)

برچسب‌ها: بومی‌سازی، استارت‌آپ، ارائه آسانسوری، سرمایه‌گذار

چنانکه در [مقاله قبلی](#) هم گفتم بومی‌سازی صرفاً در ترجمه خلاصه نمی‌شود و یک فرآیند است. امروز یک مثال کوچک از روند بومی‌سازی در ارائه ایده‌ها به سرمایه‌گذاران را با هم بررسی خواهیم کرد.

در کشورهایی که فرهنگ راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها جا افتاده است، سرمایه‌گذاران در جستجوی ایده‌های ناب و تیم‌های موفق هستند تا با سرمایه‌گذاری بر روی آنها در اندک زمانی سرمایه‌شان را چند برابر کنند. اما معمولاً روند این کار برعکس است، به این معنی که معمولاً شخصی که ایده دارد در جستجوی سرمایه‌گذار به دفتر او (که معمولاً در طبقات بالایی برج‌های بلند هستند) رفته و سعی در ارائه ایده‌اش به سرمایه‌گذار می‌کند. مشخصاً پیدا کردن و گرفتن زمان از یک سرمایه‌گذار بسیار دشوار است، لذا تنها فرصتی که صاحبان ایده دارند زمانی است که سرمایه‌گذار وارد ساختمان شده، از آسانسور بالا رفته و وارد دفترش می‌شود. این زمان فرصتی کوتاه است که صاحب ایده، خودش، ایده‌اش، نقاط قوت ایده‌اش، طرح تجاری و دلایل سودآوری آن را به سرمایه‌گذار توضیح دهد. و همه این‌ها بصورت میانگین مفهومی به عنوان ارائه‌های آسانسوری (Elevator Presentation / Pitch) را برای همه نهادینه کرده. نهایتاً در انتهای این یک دقیقه در صورتی که سرمایه‌گذار طرح را پذیرفت برای توضیحات بیشتر یک وقت دیگر برای توضیحات تکمیلی به صاحب ایده می‌دهد که این وقت مجدد معمولاً فقط پنج دقیقه است. نهایتاً تعداد این جلسات و زمان آنها بیشتر شده تا سرمایه‌گذار بپذیرد که روی ایده سرمایه‌گذاری کند.



اما هیچ‌کدام از اتفاقات بالا، در ایران قابل لمس نیست چراکه ما هنوز در ابتدای راه هستیم و مفهوم استارت‌آپ‌ها تازه در حال شکل‌گیری است، سرمایه‌گذاران هنوز بطور جدی به این طرح‌ها نگاه نمی‌کنند. اما اگر بخواهیم همین روند بالا را بومی کنیم. باید به این موارد دقت کنیم.

زمان لازم برای ارائه اولیه (ارائه آسانسوری) در ایران چقدر باید باشد؟

زمان ارائه دوم چقدر باید باشد؟

چه نکاتی در ارائه اول و دوم باید گنجانده شود؟

برای پاسخگویی به این پرسش‌ها باید به این موارد توجه کرد.

دفتر سرمایه‌گذاران ما معمولا در طبقات بالایی یک برج نیست. سرمایه‌گذاران ما معمولا یک ساختمان جداگانه برای خودشان دارند که در آن مستقر هستند حالا ممکن است این ساختمان چند طبقه باشد اما کل این مکان متعلق به شرکتی است که او اداره می‌کند و او در یک طبقه خاص مستقر است. فرهنگ ما به ما اجازه نمی‌دهد تا بدون وقت قبلی و با سرمایه‌گذار (که در اکثر مواقع شخص اصلی شرکت است) وارد شرکت شویم. وقفه‌ای ارائه معمولا بصورت رابطه‌ای و در صورتی که شخصی یک صاحب ایده را به سرمایه‌گذار معرفی کرده باشد تعیین خواهند شد. که متأسفانه زمان این جلسات به نسبت جدی بودن سرمایه‌گذار در سرمایه‌گذاری و توسط خود او تعیین می‌شود و شخص ارائه دهنده از قبل هیچ اطلاعی از اینکه چه زمانی را برای ارائه ایده‌اش در اختیار دارد، ندارد.



لذا با توجه به این موارد، ما در ایران جلسه اول و دوم را، معمولا یکی می‌کنیم. و متأسفانه بجای تاکید بر روی ایده و استارت‌آپ، در جلسه اول معمولا بیشتر بر روی خود روابط تاکید می‌شود تا یک اطمینان در هر دو طرف ایجاد شود. صاحبان ایده همیشه از این می‌ترسند که سرمایه‌گذار پس از شنیدن ایده بدون خود آنها اقدام به پیاده‌سازی آن کند، لذا در جلسات اول صرفا هر دو طرف

اقدام به براندازی همدیگر کرده و با جملات نامفهوم از ایده اصلی سعی در به تعویق انداختن مباحث فنی کرده و صرفاً سعی کنند از طرف مقابل مطمئن شوند.

اما آیا واقعا ما به ارائه‌های آسانسوری نیازی نداریم؟ جواب این سوال منفی است. چراکه گرچه با توجه به ساختار سرمایه‌گذاری در کشور ما نمی‌توانیم اقدام به برپایی ارائه آسانسوری با یک سرمایه‌گذار کنیم، اما اگر نتوانیم تمام مواردی که در مفهوم ارائه آسانسوری نهفته است را، در یک دقیقه به هر شخصی ارائه کنیم نشان‌دهنده این است که طرح ما واقعا برای سرمایه‌گذاری مناسب نیست. بهتر است برای خودتان و دوستانتان و اعضای تیمتان اقدام به برپایی این ارائه‌ها کنید تا نقاط مبهم برای خود شما مشخص شود. شاید واقعا باید بپذیرید که استارت‌آپ شما محکوم به شکست است.

نکته دیگری که در بومی‌سازی باید توجه داشت دقیقا همین مورد است. که همه چیز را نباید و نمی‌توان بومی کرد. ساختارهای کشور ما و آنچه ما با آنها درگیر هستیم تعیین کننده آن است که آیا باید چیزی را بومی کرد یا خیر. نظر شخص من این است که با توجه به فرهنگ کاریمان در ایران، در واقعیت، ما هیچگاه نخواهیم توانست به سمت ارائه‌های آسانسوری واقعی حرکت کنیم. لذا باید آنها را برای خودمان تمرین کنیم تا خودمان از شکست یا احتما پیروزی طرحمان اطمینان کسب کنیم.

نظر شما چیست؟