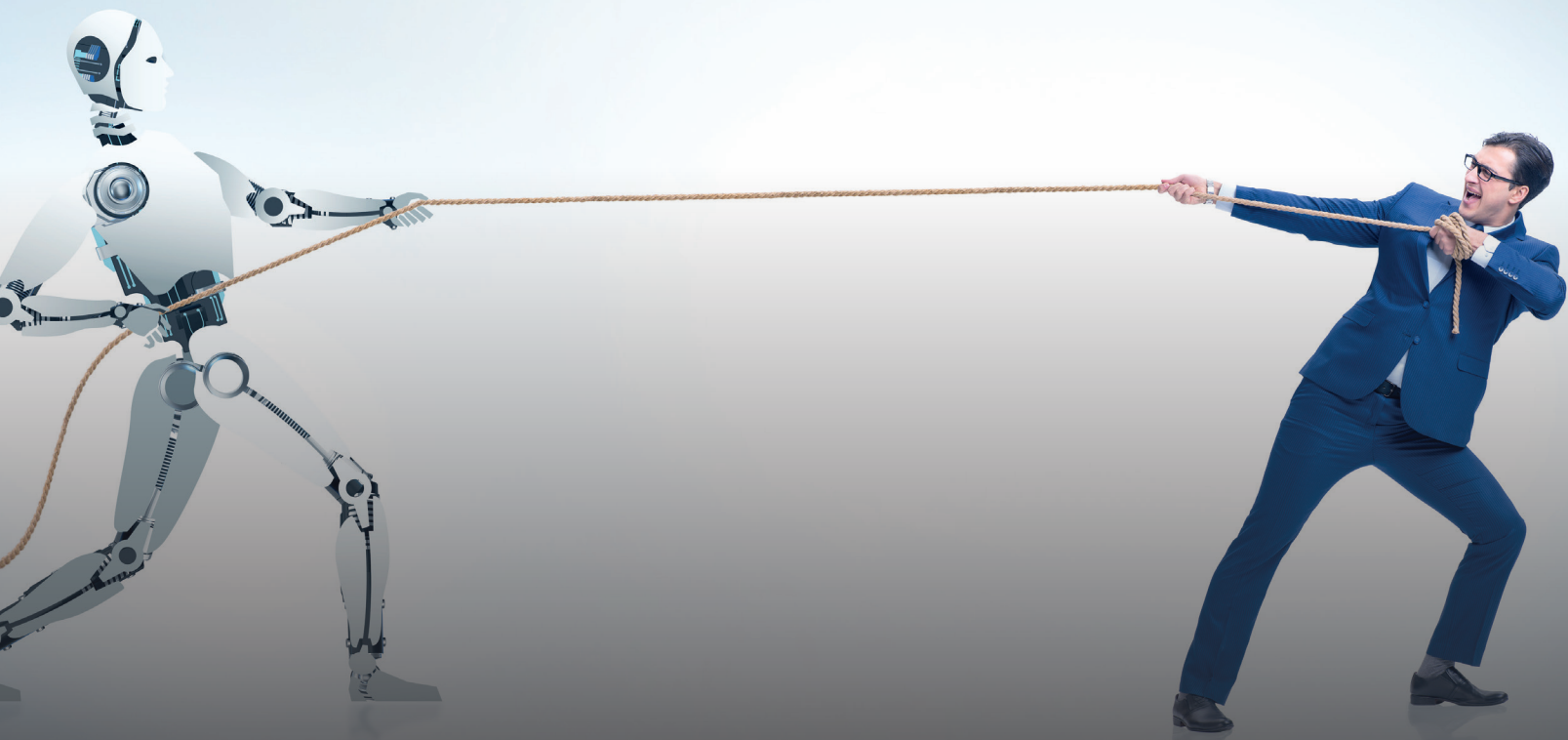


LANGUAGE | TECH | BUSINESS

MultiLingual

焦點：文化導覽



機器是友，非敵 未來已然降臨

作者：Jaime Punishill 和 Will Rowlands-Rees



JAIME PUNISHILL

Jaime Punishill 是 Lionbridge 行銷長，負責領導公司的全球行銷和主張開發業務。他擁有美國史丹福大學的歷史和政治學文學士學位。



WILL ROWLANDS-REES

Will 從事研究調查工作超過 15 年，並於 2021 年的年初加入 Lionbridge 擔任產品長，負責領導產品與服務開發事務。

在《MultiLingual》雜誌的 7 月/8 月號中，業界領袖暨 TAUS 創辦人 Jaap van der Meer 撰寫了一篇精彩又發人省思的文章「2020 年代的翻譯經濟學」(Translation Economics of the 2020s)。Jaap 是業界資深元老，在個人電腦時代的初期、本地化產業剛形成時，他已經投身業界。正因為他十分熟悉這個產業的興衰起落，自然對業界的過去、目前與未來有一番精闢入裡的見解。

這篇文章刊出後，引發了熱烈的迴響以及一些爭議，而且無疑會持續到可預見的未來。但本文並打算加入這些，而且您也一定可以在本雜誌的其他文章中找到相關討論。事實上，我們認為光是預測本地化產業的未來，就已經是一項極為困難、甚至完全不可能的任務，更別提還要預料什麼時候會發生什麼事、得付出什麼代價等等。儘管如此，我們相信這個產業正在經歷另一次劇烈的巨變。正如過去許多次由技術帶動的轉變一樣，這次的變革雖然能協助公司或企業與其全球客戶建立溝通橋梁，但同時也會在工作流程、對相關人士的價值主張、定價，以及業界最愛討論的議題，也就是品質等方面，帶來重大的挑戰。

語言產業雖然相對較為年輕，在主要技術能力上卻已經歷數次階梯式的躍進，產業結構也因此有多次變革。多虧人工智慧 (AI) 的幾個重大進展，我們又再次來到一個重要的新轉捩點：它帶來的巨變對很多人來說是動盪不安，但企業如果能體認並掌握這個趨勢的話，這就會是非常大的商機。不過請您放心，我們不會再次重彈「為何您應該關注人工智慧」這樣的老調，就我們看來，這個議題早已塵埃落定。以 AI 為後盾這樣的未來並不只是無可避免，而是已然成為現實：我們早已邁入這個新紀元。

在設想 AI 將會如何改變語言產業時，不妨看看所有科技的生命週期大多是什麼樣貌。關於這個議題，Schumpeter、Christiansen、Brooks 到 Naim 等人都曾著書討論過，更有數以百計詳細的商業書籍可以參考，我們就不在此贅述。但這些討論中有個有志一同的主題，就是人們看待新興科技的態度。人類非常善於述說問題與強調痛

苦，但總的來說，我們並不擅長想像一個截然不同的未來。人們總是傾向參照現有的架構去思考，但這卻限制了我們的想像力，因而難以去了解其他新的可能性。最能說明這種情形的例子，大概就是亨利福特的名言：「如果我當年問顧客他們想要什麼，他們肯定會說是跑得更快的馬」。當時的人完全知道他們需要以更高的速度更快地走得更遠，既然馬匹是當時主要的個人交通工具，也就自然而然得出想要「跑得更快的馬」這樣的結論。

這個批判視角有助我們了解 AI 將如何改變這個產業，以及 Jaap 的文章為何會激起如此火熱的爭論，同時也能讓我們清楚聚焦於這個新技術，以及各個核心要角在組織以及策略上的反應。

在諸多討論、爭辯與強烈意見不合中，最常看到的是以下幾個論點：

1. AI 能產出和人類譯者不分軒輊的內容或翻譯嗎？
2. 每字價格會持續下降嗎？譯者以後要如何賺錢？以後的工作要如何計算酬勞，客戶可得價值的合理價格為何？
3. 筆譯員/口譯員這些職業會消失嗎？

就我們看來，這些問題就像前述「跑得更快的馬」一樣，著重的是已知的痛苦，強調的是自己的憂慮，卻沒能從宏觀的角度去看大方向。其實，我們真正應該討論的是以下這些問題：

1. 「為語言與文化建立溝通橋梁」這方面的需求獲得滿足了嗎？這些需求會持續增加嗎？
2. 根據您對第一個問題的回答，接下來該問的是：我們這個產業該如何調整？該如何因應日漸升高的需求？又或者，整個生態系統要如何度過需求曲線持平這個難關？
3. 我們要如何達成數位轉型？企業要怎麼以全球化就緒是勢在必行的心態，去衡量、觀察和營運？

如果您認為我們距滿足這個需求曲線還有很大一段距離，那麼我們該如何拓展規模，才能充分供給這些需求？我們該如何將客戶歷程的每個階段都加以本地化？目前全球大多數的內容仍舊只以英文製作，使得數量日益增加卻不懂英文的網路使用者難以一探究竟，我們該如何反轉這樣的情勢？我們該怎麼做，才能更快找到「下一個十億使用者」？我們要如何以具成本效益的方式，來支援資源匱乏的語言、新興經濟體，以及每個國家/地區中的非官方及非主要語言？

要找出這些問題的答案，首先就要挑戰我們原本的設想，然後針對轉型和附加用途，以新方法去最佳化這些新技術的應用。而著手展開的一個絕佳起點，就是辨別三個有礙我們前行的思維。

品質至上

我們這個產業非常執著於翻譯品質，對有些人來說可能已經到了吹毛求疵的地步。然而無論是我們還是任何其他產業，所有的專案都必須在時間、成本與品質上求取最佳平衡點。品質固然非常重要，但卻不是個立即攸關存亡的商業指標，而且非常主觀。既然連句子都沒有「絕對正確」的寫作方式，它的翻譯更不可能有標準答案。但我們

的 ISO、制式思維以及對語言的純粹主義，都一再妨礙了實現讓語言更加普及、業務更加包容的目標。

如果想達到 Jaap 所說的「全球化就緒」，業界必須先接受一個概念，那就是與品質相較，成本、速度和規模即使不是更為重要，至少也同等重要。隨著市場、使用案例、文化、風險容忍度的不同，我們必須要能靈活地定義對品質的要求，以便能與日漸重要的其他三個面向取得平衡。

這並不是我們這個產業才會遇到的問題。過去剛開始採用機器製造衣服時，裁縫師們先是激烈抗議，之後又哀嘆機器生產的服飾品質低落。但如果當時真的堅持依照他們的品質標準，今天大部分的人就不會穿著身上的這些衣服。再說，也不是每一套服裝都得讓女王留下深刻印象。而使用過最初幾代 iPhone 手機的人都知道，它們並不是很理想的電話，網路品質、電信通訊技術以及天線設計的問題，經常導致手機收訊不良和漏接電話。但這並沒有妨礙 iPhone 及其他智慧型手機為人們的生活帶來劇烈的改變。就算在今日（甚至可能永遠如此），手機通話也還是無法達到和有線電話一樣的高品質音訊。但對國內缺少重要固網基礎設施的人來說，這不是什麼大問題；對重視行動通訊技術隨時可用特色的大多數人來說，這也不是什麼大問題。比起享有媲美有線電話的通話品質，人們反而更重視這些新的面向。重要的是，這樣的主張並不代表通話品質不重要。有些通話仍舊需要優異的音質，例如要用於影片的錄音，或是兩個政府要就策略問題進行討論時；有些通話則需要有專線或加密等安全措施。重點是，只有對通話品質抱持著彈性的容忍度，通話技術才有可能普及。當然，即使是最差的手機，其通話品質也已提高到一定程度，使人們願意為了其他功能而忍受這一點點的不足。至於機器翻譯——無論是 TM 還是 NMT，隨著它的基本品質逐漸改善，其應用考量也將變成是合不合適的問題，而規模、速度與成本也將會有大幅的改善。關於這方面的詳細探討，請參閱筆者發表於 *MultiLingual* 1 月號的〈本地化的未來〉(Future of Localization) 一文。日後還是有許多內容，會需要並獲益於人類譯者的技巧、經驗與智慧，但隨著整個範疇逐漸由全人工翻譯移往全部或大部分使用機器翻譯，也將會有更多內容首次得以翻譯和本地化。

MT = AI

關於機器翻譯 (MT)，大部分的討論都圍繞著它的輸出成果能否媲美人工翻譯打轉。如果暫且放下前述有關內容品質的爭論，您只要想想翻譯記憶庫的角色、其他語言資產或甚至是譯者私下使用 MT 引擎等情形，應該就能了解我們不是要比較人工與機器翻譯孰優孰劣。很早以前我們就不再做這種比較了。因為從現實面來看，問題已經變成有多少貢獻和價值應該歸因於工具，又有多少應該歸因於運用工具的人。

這個討論的重點，在於機器是否只能有效地產出拼圖片卻不一定能拼出整個圖片，還是它們聰明到不需要人類組裝修飾，就能自行拼好整片拼圖。

人們之所以會陷入機器與人類誰更有價值這個無底洞般的爭論，是因為有 MT = AI 這種想法，而實際上卻是 AI => MT。融合了影像、視訊與文字分析的多模式 AI，便可望為文本脈絡增添嶄新的面向。甚至當人們為了機器還是人工翻譯好而爭論不休的同時，MT 中的 T 也正從單純的翻譯 (translation) 轉變為創譯 (transcreation)。機器創譯未來能夠達到媲美人工創譯的程度嗎？或許不會，但這並不是重點，重點在於它無疑地將為我們打開新的一扇門，使我們不但幾乎什麼都能翻譯，更幾乎什麼都能創譯。這樣的創譯結果會否不經人工修飾就直接使用，還是未定之數。但如果我們再朝著未知的方向前進一些，還會發現機器聽寫這個應用。MT 目前已經與語音轉文字相整合，接著將會與文字轉語音引擎整合，使我們得以開拓視訊與多媒體這片天地。而我們也正開始看到將 AI 應用在從一個來源套組轉換為另一個套組這些工作上。

除了實際的來源轉換外，AI 其實還有許多其他的應用。語言專業人員的工作成果和技巧是可以加以辨別與評量的，日後我們也將會運用 AI 根據語言專業人員的經驗找出最合適的人選。比如說，如果您需要一個符合特定時間或預算條件的最佳譯者，AI 便能據此為您找出合適的人選並將工作轉介給對方。事實上，AI 將可協助我們決定最佳的工作流程，使我們得以在這個內容轉換作業上，達到所需的業務成果。

不能撼動的來源內容

基本上，我們這個產業的每一個面向，都得等來源內容或來源檔案寫好後才能動起來。但我們日常工作費心處理的許多挑戰，卻往往來自於品質不良的來源內容。老實說吧，我們都被批評過翻譯品質不好，但其中有不少情況，根本是因為來源內容本身品質就不好。但是沒有多少本地化團隊（更遑論語言服務供應商）敢對來源內容的品質置喙。可是就像手藝精湛的大廚面對劣等的食材，也能烹調出美味的料理一樣，一流的譯者、本地化工程師與專案經理，往往也確實能修正來源內容原有的瑕疵，製作出令人驚豔的目標內容。只是我們所有人都得承受來源品質不佳的後果。

這種問題除了會在每字價格、交付時間以及認知品質問題上造成不小的困擾，更是有礙我們朝無譯不做這個目標邁進的絆腳石。最重要的是，任何流程加入的自動化步驟越多，這個流程對瑕疵的容許度就越低。換言之，如果沒有修正來源內容的缺失，AI 也只是幫我們將這些瑕疵以迄今難以想像的速度擴大出去。

「老實說吧，我們都被批評過翻譯品質不好，但其中有不少情況，根本是因為來源內容本身品質就不好。」

然而 AI 應用中最實用也最具影響力的，恐怕是來源最佳化或甚至是來源生成。這是我們這個產業有史以來首次能夠大規模地檢閱來源，然後加以評級、標記、分類並豐富其內容。這麼做將有助於我們挑選最合適的轉換流程、有助譯者產出優異的目標內容，也將能生成訓練與指導機器所需的中繼資料。最後，這也將無可避免地改變我們與來源創作者之間的關係。

關於來源內容的討論，最初是聚焦於如何最佳化，最後則會以來源生成作結。諸如 GPT3 等大規模的自然語言生成 (NLG) 引擎，正以驚人的速度改善輸出的品質。如果能以在地語言創製內容，又何必從其他語言進行轉換？這不正是今日行銷人員的寫照：在翻譯、創譯及在地內容生成間挑選所需服務？而我們這個產業不也具有絕佳優勢，能與語言專家攜手一起訓練、微調、最佳化與操作 NLG 引擎，進而視需要微調最後的輸出成果？

這一切，只不過是我們這個產業邁入 AI 紀元的開端罷了。我們已經不能滿足於為昨日的價值創造而奮鬥。現在這個時代，沒有人花錢只想買翻譯。人們花錢買的是了解，是意義，是業務成長；人們花錢是為了享有更好的客戶理解與更優異的客戶體驗。如果我們能暫且停止爭論，回想起這個產業的初衷，是讓「所有」的企業、政府機關、組織和人們，能與所有其他人互相聯繫、溝通交流和買賣交易……那麼 AI 根本不是什麼威脅，而是推動我們這個時代科技進步的關鍵動力。🌐

這是探討本地化未來之系列文章的第一篇文章。