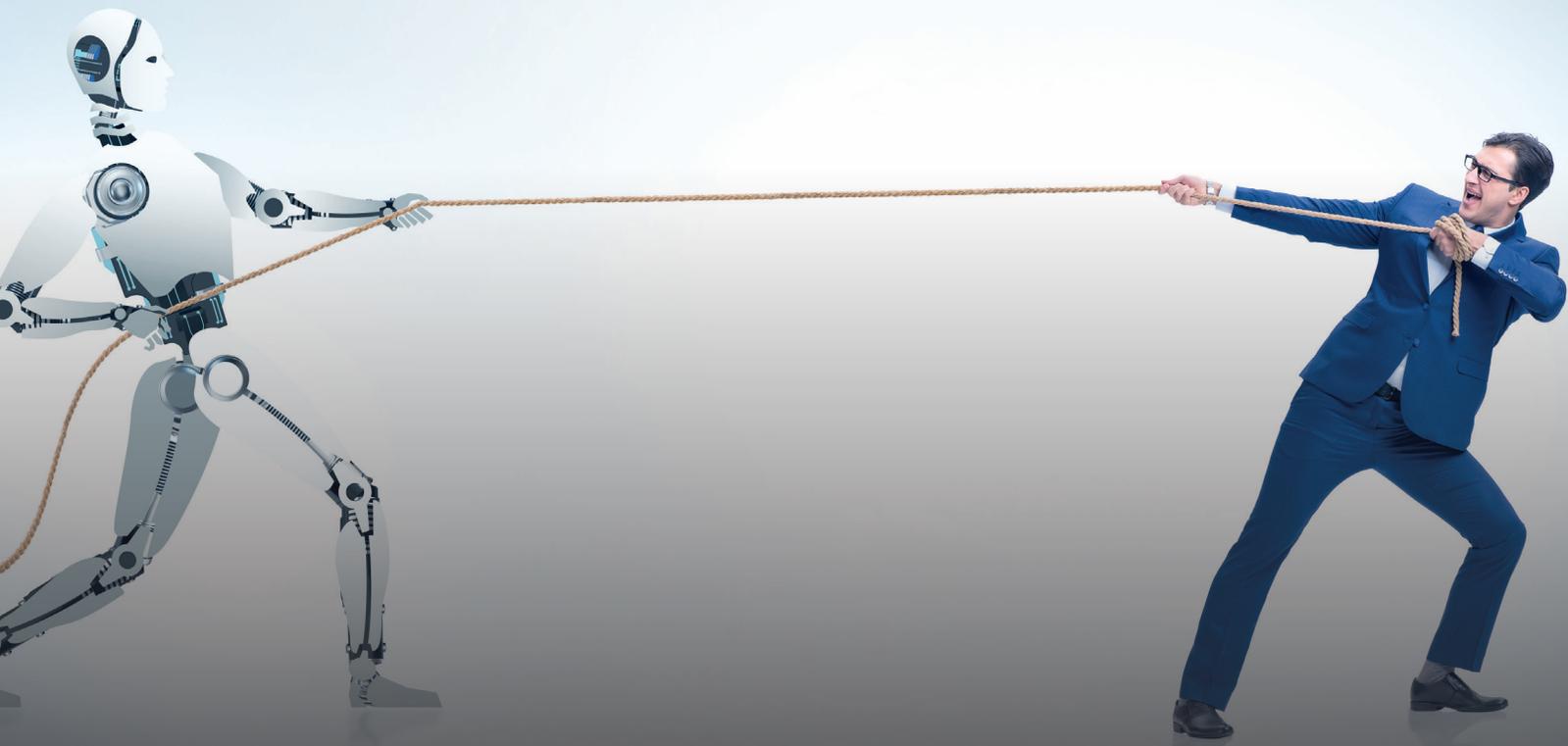


LANGUAGE | TECH | BUSINESS

MultiLingual

Schwerpunkt: Zuhause sein in verschiedenen Kulturen



Setzen Sie auf Maschinen: Die Zukunft ist jetzt

Von Jaime Punishill und Will Rowlands-Rees

**JAIME PUNISHILL**

Jaime Punishill ist bei Lionbridge als Chief Marketing Officer für alle Aktivitäten rund um globales Marketing und Angebotsentwicklung verantwortlich. Er hat einen Bachelor in Geschichte und Politikwissenschaft der Stanford University.

**WILL ROWLANDS-REES**

Nach über 15 Jahren Tätigkeit in der Forschung leitet Will Rowlands-Rees bei Lionbridge seit Anfang 2021 als Chief Product Officer die Produkt- und Dienstleistungsentwicklung.

Die Ausgabe des Magazins MultiLingual vom Juli/August enthielt einen faszinierenden und aufschlussreichen Artikel zum Thema „Translation Economics of the 2020s“ (Übersetzungsökonomie in den 2020er-Jahren), geschrieben von Jaap van der Meer, Branchen-Ikone und Gründer von TAUS. Jaap van der Meer zählt zu den Veteranen der Lokalisierungsbranche seit deren Entstehen zu Beginn des Computerzeitalters. Sein Blick auf ihre Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft basiert somit auf seiner tiefen Verbundenheit mit dem Auf und Ab der Branche.

Darauf folgte eine starke, zeitweise kontroverse Debatte, die wohl auch in der näheren Zukunft hitzig weitergeführt werden wird, auch wenn wir dazu hier nicht Stellung beziehen möchten. Denn wir sind uns ziemlich sicher, dass sich andere an anderer Stelle in diesem Magazin bereits dazu äußern. Stattdessen möchten wir in den Raum stellen, dass es schwierig – wenn nicht gar unmöglich – ist, die Zukunft der Lokalisierungsbranche vorherzusagen. Und noch viel weniger, wann, auf wessen Kosten und so weiter Änderungen stattfinden werden. Allerdings besteht kein Zweifel daran, dass die Branche derzeit in einem erneuten fundamentalen Wandel begriffen ist. Und wie viele technologisch getriebene Veränderungen in der Vergangenheit, verspricht auch diese, Brücken zwischen Unternehmen und ihren globalen Kunden zu bauen. Diese bringen jedoch große Herausforderungen an Arbeitsabläufe, Leistungsversprechen hinsichtlich Interessengruppen, Preisgestaltung sowie Qualität – das Lieblingsthema der Branche – mit sich.

Innerhalb der verhältnismäßig kurzen Zeit ihres Bestehens hat die Sprachindustrie mehrere Stufen funktionaler Fortschritte in zentralen Technologien durchlaufen, die tektonische Umwälzungen zur Folge hatten. Dank bedeutender Fortschritte in der künstlichen Intelligenz (KI) stehen wir derzeit am nächsten wichtigen Wendepunkt. Dieser wird zu immensen Veränderungen führen, viele aus der gewohnten Bahn werfen und eine enorme Chance für diejenigen darstellen, die sie erkennen und ergreifen. Sie haben unser Versprechen, dass dieser Artikel nicht bloß als weitere Abhandlung zur bedeutenden Errungenschaft namens KI daher kommt. Denn von unserem Standpunkt aus ist diese Diskussion längst abgeschlossen. Eine KI-gestützte Zukunft der Lokalisierungsbranche ist nicht nur unumgänglich, sie ist bereits hier: Das neue Zeitalter hat längst begonnen.

Bei dem Versuch, sich vorzustellen, wie KI die Sprachindustrie verändern wird, ist die Beobachtung durchaus erhellend, dass beinahe alle Technologiezyklen dies bereits offenbaren. In Hunderten von Businessbüchern (von Schumpeter über Christiansen und Brooks bis hin zu Naim) wird das viel besser erörtert, als wir

das in diesem Rahmen je könnten. Eines der durchgängigen Themen ist unser Blick auf neue Technologien. Wir Menschen sind brillant darin, Probleme zu beschreiben und Schwierigkeiten herauszustellen. Wir müssen jedoch erkennen, dass es uns äußerst schwer fällt, uns eine komplett andere Zukunft vorzustellen. Wir greifen auf bestehende Bezugsrahmen zurück, die unser Verständnis für neue Möglichkeiten einschränken. Hierfür gibt es wohl kein besseres Beispiel als den folgenden Aphorismus von Henry Ford: „Hätte ich die Leute nach ihren Wünschen gefragt, so hätten sie um schnellere Pferde gebeten.“ Die Menschen hatten durchaus den Bedarf erkannt, dass zum schnelleren Zurücklegen von großen Entfernungen höhere Geschwindigkeiten nötig waren. Pferde waren damals das vorrangige Transportmittel im Individualverkehr, daher die Bitte um „schnellere Pferde“.

Wir wollen hier einen kritischen Blick auf künstliche Intelligenz werfen und wie sie unsere Branche verändert. Darüber hinaus werden wir die von Jaap van der Meers Artikel angestoßene brandheiße Debatte näher unter die Lupe nehmen und die neue Technologie – sowie unsere (als wichtige Beteiligte) organisatorische und strategische Reaktion darauf – in den Mittelpunkt stellen.

Die Punkte, die in diesem Zusammenhang am häufigsten diskutiert werden und am ehesten zu heftiger Uneinigkeit führen, sind folgende:

1. Kann KI Inhalte oder Übersetzungen liefern, die gleichwertig mit menschlichen Übersetzungen sind?
2. Werden die Wortpreise weiter fallen? Wie werden Übersetzer in Zukunft Geld verdienen? Wie wird Arbeit vergütet werden und was ist eine faire Bezahlung für eine Leistung?
3. Ist die Spezies der Übersetzer/Dolmetscher vom Aussterben bedroht?

Unserer Meinung nach entsprechen diese Fragen der oben zitierten Bitte um „schnellere Pferde“. Sie zeigen, dass die Schmerzpunkte erkannt wurden und die Besorgnis zunimmt. Aber sie lenken vom großen Ganzen ab. Statt den genannten, sollten wir folgende Fragen diskutieren:

1. Besteht weiterhin eine Nachfrage nach dem Bauen von sprachlichen und kulturellen Brücken oder ist diese befriedigt? Wird die Nachfrage weiter steigen?
2. Je nach Ihrer Antwort, sollten Sie als Nächstes fragen, wie die Branche sich daran anpassen wird. Wie wird sie auf eine steigende Nachfrage reagieren? Bzw.: Wie wird die Branche eine Abflachung der Nachfragekurve überleben?
3. Wie können wir digitale Veränderungen in Momentum verwandeln? Was braucht es, dass Unternehmen ihren Blick schärfen und so handeln, als ob globale Präsenz nicht nur eine Option wäre?

Wenn Sie meinen, dass wir die Nachfrage noch lange nicht befriedigen, was können wir unternehmen, um den Bedarf zu decken? Wie können wir jeden einzelnen Schritt der Kundenerfahrung lokalisieren? Wie können wir die Dynamik umkehren, dass die meisten Inhalte auf der Welt nur auf Englisch erstellt werden und so die wachsende Anzahl der Internetnutzer, die nicht Englisch sprechen, ausgeschlossen sind? Wie können wir dazu beitragen, die „nächste Milliarde Nutzer“ zu finden? Wie können wir Sprachen mit wenigen Ressourcen, Schwellenländer und auch die nicht offiziellen und Minderheitensprachen in allen Ländern kosteneffizient unterstützen?

Die Antwort lautet, dass wir unsere Annahmen in Frage stellen und uns neue Technologien sowohl für transformative als auch zusätzliche Zwecke auf innovative Art und Weise aneignen und anschließend optimieren müssen. Im Folgenden erfahren Sie zuerst, welche drei Denkweisen uns davon abhalten.

Qualität ist das A und O

Unsere Branche ist geradezu besessen von der Übersetzungsqualität. Einige vertreten den Standpunkt, dass dies zu viel des Guten sei. Für Projekte – in unserer Branche und allen anderen – gilt immer, dass sie ein Kompromiss aus

Zeit, Kosten und Qualität sind. Qualität ist zweifellos wichtig. Sie ist jedoch eine Geschäftsmetrik der Erste-Welt-Länder und äußerst subjektiv. Es gibt nicht die „eine richtige Möglichkeit“ bei der Formulierung eines Satzes, und noch weniger bei dessen Übersetzung. Unsere ISO-Zertifizierungen, Fabrikmentalität und unser linguistischer Purismus behindern uns dabei, Sprache zugänglicher und Geschäfte inklusiver zu machen.

Um „globale Präsenz“ zu erreichen, wie Jaap van der Meer es nennt, muss die Branche akzeptieren, dass Kosten, Schnelligkeit und Umfang genauso wichtige Faktoren sind wie die Qualität – wenn sie nicht sogar wichtiger sind. Abhängig vom jeweiligen Markt, Anwendungsfall, der jeweiligen Kultur sowie Risikotoleranz ist eine flexible Definition von Qualität künftig unabdingbar, damit sich die steigende Bedeutung der anderen drei Dimensionen ausbalancieren lässt.

Das betrifft nicht nur diese Branche. In früheren Zeiten protestierten die Schneider gegen das Einführen von Maschinen, und später klagten sie über die dadurch schlechtere Qualität. Wenn wir damals allerdings auf dem von ihnen gesetzten hohen Qualitätsstandard bestanden hätten, würden die meisten von uns jetzt nicht die Kleidung von heute tragen. Nicht jedes Outfit muss für eine Audienz bei der Königin taugen. Alle, die einmal ein iPhone der ersten Generationen besaßen, wissen, dass die Handys nicht besonders gut waren. Netzwerkqualität, Telekommunikationstechnik und Antennendesign hatten schlechten Empfang und unbeantwortete Anrufe zur Folge. Das änderte jedoch nichts an dem überwältigenden Einfluss, den iPhones und andere Smartphones auf unsere Lebensweise hatten. Bis zum heutigen Tag bietet ein Anruf über ein Mobiltelefon nicht die gleiche hohe Qualität wie eine Gespräch über das Festnetz – und wahrscheinlich wird dies bis in alle Ewigkeit so bleiben. Aber das stört die Menschen in Ländern ohne große Infrastruktur für Festnetztelefonie herzlich wenig. Auch für die meisten Menschen, die die unmittelbare, immer zur Verfügung stehende Mobilfunktelefonie schätzen, ist diese Tatsache unerheblich. Wichtiger als die Gleichwertigkeit mit der Qualität von Festnetzverbindungen sind die neu hinzugekommenen Dimensionen. Das bedeutet jedoch nicht, dass uns die Anrufqualität egal ist. Manche Verbindungen müssen einwandfrei sein, zum Beispiel für Aufnahmen, die in einem Video verwendet werden sollen oder wenn zwei Regierungen über strategische Fragen diskutieren. Bei anderen Anrufen ist die Sicherheit dedizierter Telefonie oder gar Verschlüsselung erforderlich. Unterschiedliche Qualitäten von Anrufen mussten akzeptiert werden, damit allgegenwärtige Telefonie möglich wurde. Während die Qualität von nicht nachbearbeiteter maschineller Übersetzung grundsätzlich steigt – unabhängig davon, ob TMs oder NMT genutzt werden – geht es also immer mehr um Eignung und Zweckmäßigkeit von MT, und hier sind exponentielle Fortschritte hinsichtlich Skalierung, Schnelligkeit und Kosten zu erwarten. Mein Artikel „Die Zukunft der Lokalisierung“ (Future of Localization) in der Januar-Ausgabe von *MultiLingual* erörtert dies noch detaillierter. Viele Inhalte erfordern weiterhin die Fähigkeit, Erfahrung und Fachkenntnis von menschlichen Übersetzern und sind diese Herangehensweise wert. Auf der anderen Seite werden insgesamt viel mehr Inhalte erstmalig übersetzt oder lokalisiert werden, da für ganze Kategorien statt menschliche Übersetzung in Zukunft maschinelle Übersetzung ohne oder mit geringer Nachbearbeitung eingesetzt wird.

MT = KI

Ein großer Teil der Diskussion rund um maschinelle Übersetzung (Machine Translation, MT) konzentriert sich auf die Gleichwertigkeit von maschineller und menschlicher Übersetzung. Wenn wir einmal von der obigen Debatte zum Thema Qualität absehen und die Rolle von Translation Memories (TMs), anderen Sprachressourcen sowie dem Einsatz von MT-Engines in Betracht ziehen, wird schnell deutlich, dass es am Ende nicht um eine Entscheidung zwischen Mensch oder Maschine geht. Darüber reden

wir schon lange nicht mehr. Was tatsächlich der Rede wert sein sollte, ist hingegen, wie viel Verdienst und Wert den Tools beziehungsweise der Person, die auf diese Tools zurückgreift, zugeschrieben wird.

Im Kern dieser Debatte geht es darum, ob Maschinen tatsächlich nur Puzzleteile auswerfen, die (hoffentlich) zu ein und demselben Puzzle gehören, oder ob sie eines Tages „intelligent“ genug sein werden, ohne menschliches Zutun das ganze Bild zu puzzeln.

Wenn MT = KI, dann auch KI => MT ist eine irrtümliche Annahme zum Thema Maschine versus Mensch. Multimodale KI – die Mischung von Bild-, Video- und Textanalyse – verspricht, Kontexte mit völlig neuen Dimensionen aufzuwerten. Und quasi während wir hier über maschinelle gegenüber menschliche Übersetzung diskutieren, ist das „T“ in „MT“ dabei, seine Bedeutung von „Translation“ (einfache Übersetzung) zu Transcreation zu ändern. Wird maschinelle Transcreation eines Tages gleichwertig mit menschlicher Transcreation sein? Wahrscheinlich nicht, doch das ist irrelevant. Denn tatsächlich wird es uns dank diesem neuen Ansatz möglich sein, nicht nur fast alles zu übersetzen, sondern es zu transkreieren. Ob solche Transcreations schließlich ohne Nachbearbeitung durch einen Menschen geliefert werden, ist unklar. Doch wenn wir diesen Pfad nur ein kleines Stück weiter verfolgen, werden wir zu maschineller Transkription gelangen. Sprache-zu-Text-Aufgaben werden bereits heute mit MT gekoppelt, und bald wird es Text-zu-Sprache-Engines geben, mit denen wir die Welt von Video und Multimedia erobern werden. Wir sehen derzeit nicht mehr als die allerersten Anwendungsmöglichkeiten von KI für die Umwandlung eines Quellpakets in ein anderes.

Legen wir die Transformation von Quellinhalten einmal zur Seite und werfen stattdessen einen Blick auf die vielen anderen Einsatzgebiete von KI. Die Arbeit und Kompetenz von Linguisten lässt sich feststellen und bewerten. KI wird in Zukunft dazu eingesetzt werden, den entsprechend seiner Erfahrung optimal geeigneten Linguisten für ein Projekt ausfindig zu machen: Sie suchen den besten Übersetzer innerhalb eines zeitlichen Rahmens und bei beschränktem Budget? Die KI findet diesen Übersetzer und leitet den Auftrag automatisch an diese Person weiter. Tatsächlich wird KI uns dabei helfen, den für die gewünschten Geschäftsergebnisse bei dieser Transformationsaufgabe bestmöglichen Workflow einzurichten.

Finger weg vom Quellmaterial

So gut wie alles in unserer Branche beginnt erst, nachdem der Quellinhalt oder eine Quelldatei verfasst wurden. Viele Herausforderungen, mit denen wir tagtäglich konfrontiert sind, gehen auf schlechtes Quellmaterial zurück. Seien wir ehrlich: Uns allen wurde schon einmal die Schuld für eine schlechte Übersetzung in die Schuhe geschoben, die das Ergebnis dürftigen Quellinhalts war. Wenige Lokalisierungsteams, geschweige denn Sprachdienstleister, fühlen sich jedoch dazu ermächtigt, die Qualität des Quellmaterials zu bemängeln. Wie Spitzenköche, die auch aus minderwertigen Zutaten gastronomische Meisterwerke zaubern, erstellen die besten Übersetzer, Lokalisierungsexperten und Projektmanager häufig großartige Zielinhalte, die die Mängel des Quellmaterials glätten. Gemeinsam tragen wir die Last schlechter Quellqualität.

Diese Tatsache führt nicht nur zu einiger Spannung was Wortpreise, Lieferfristen und wahrgenommene Qualitätsprobleme angeht, sondern ist auch einer der Hauptfaktoren, die die Lokalisierung aller Inhalte einschränken.

„Seien wir ehrlich: Uns allen wurde schon einmal die Schuld für eine schlechte Übersetzung in die Schuhe geschoben, die das Ergebnis dürftigen Quellinhalts war.“

Und vor allem: Je automatisierter ein Prozess wird, desto niedriger ist die Fehlertoleranz. Anders ausgedrückt, wenn es uns nicht gelingt, fehlerfreien Quellinhalt bereitzustellen, werden diese Unzulänglichkeiten durch KI in bisher unerreichtem Tempo propagiert werden.

Die vielleicht nützlichste und wirkungsvollste Anwendung von künstlicher Intelligenz könnte am Ende die Optimierung oder gar die Erstellung von Quellinhalten sein. Zum ersten Mal in der Geschichte unserer Branche haben wir die Möglichkeit, Quellinhalte in ihrem ganzen Umfang prüfen und anschließend bewerten, klassifizieren, sortieren und verbessern zu können. Das wird uns bei der Wahl der jeweils richtigen Vorgehensweise für die Transformation helfen. Und es wird menschliche Übersetzer dabei unterstützen, noch hochwertigere Zielinhalte zu liefern. Gleichzeitig werden so die für das Training und die Anleitung der Maschinen benötigten Metadaten generiert. Letztendlich wird dieser Prozess zwangsläufig zu einer Veränderung unserer Beziehung zu den Autoren von Quellmaterial führen.

Zu Beginn wird die Diskussion über Quellinhalte sich auf deren Optimierung konzentrieren. Enden wird sie hingegen mit dessen Erstellung. Groß angelegte Textgenerierungs-Engines (NLG, Natural Language Generation, natürlichsprachliche Generierung) wie GPT-3 werden Outputs in schwindelerregender Schnelligkeit verbessern. Warum jedoch etwas transformieren, wenn es nativ erstellt werden kann? Ist das nicht genau das, was Marketingprofis heute tun, wenn Sie zwischen Übersetzung, Transcreation und der Generierung von nativem Inhalt wählen? Ist unsere Branche nicht bestens dafür positioniert, NLG-Engines zu trainieren, zu justieren, zu optimieren und zu bedienen und dann je nach Bedarf Sprachexperten mit der Polierung der Endergebnisse zu beauftragen?

Wir befinden uns noch ganz am Anfang der KI-Epoche für unsere Branche. Uns ist ganz und gar nicht damit gedient, weiterhin für den Werteschöpfungsprozess von gestern ins Feld zu ziehen. Niemand kauft heute Übersetzungen. Botschaften sind gefragt, Inhalte sind gefragt, höhere Umsätze sind gefragt. Besseres Verständnis und bessere Erfahrungen seitens der Kunden werden nachgefragt. Wenn wir das Ziel aus den Augen verlieren – ALLEN Unternehmen, Regierungen, Organisationen und Menschen die Möglichkeit zu geben, sich mit allen anderen Menschen zu vernetzen, mit ihnen zu kommunizieren, mit ihnen zu Handel zu treiben – stellt KI keine Bedrohung dar. Sondern ganz im Gegenteil den Schlüssel für den Einsatz der Technologie unserer Zeit. 🌐

Dies ist der erste Artikel in einer Serie zur Zukunft der Lokalisierungsbranche.