

LANGUAGE | TECH | BUSINESS

MultiLingual

Focus: Viaggio nella cultura



Le macchine sono vostre amiche Il futuro è qui

A cura di Jaime Punishill e Will Rowlands-Rees

**JAIME PUNISHILL**

Jaime Punishill lavora come Chief Marketing Officer in Lionbridge, alla guida dei processi internazionali di sviluppo e marketing. Ha conseguito una laurea in storia e scienze politiche a Stanford.

**WILL ROWLANDS-REES**

Dopo oltre 15 anni di lavoro nel settore della ricerca, all'inizio del 2021 Will è diventato responsabile dello sviluppo di prodotti e servizi con il ruolo di Chief Product Officer in Lionbridge.

Nel numero di luglio/agosto della rivista MultiLingual, l'icona del settore e fondatore di TAUS Jaap van der Meer ha scritto un pezzo affascinante e perspicace intitolato "Translation Economics of the 2020s". Jaap è un veterano in questo campo sin dagli albori dell'era dei PC e pertanto il suo punto di vista su passato, presente e futuro nasce da una profonda connessione con i flussi e i riflussi del settore.

Il dibattito che ne è seguito è stato intenso e a volte controverso e senza dubbio continuerà a scaldare gli animi in futuro, anche se qui non ci soffermeremo su questo. Siamo abbastanza sicuri che troverete altri articoli dedicati a questo argomento altrove nella rivista. Possiamo sicuramente dire che è difficile, se non impossibile, prevedere il futuro del settore della localizzazione, nonché capire quando accadrà cosa, a spese di chi e così via. Detto questo, non c'è dubbio che sia in corso un cambiamento epocale. E come i numerosi cambiamenti del passato guidati dalla tecnologia, anche questo promette di aiutare a creare connessioni migliori tra le aziende e i loro clienti internazionali, ponendo anche importanti sfide in merito alle procedure di lavoro, alle proposte di valore per gli stakeholder, ai prezzi e all'argomento di discussione preferito del settore: la qualità.

Nella sua vita relativamente breve, il settore linguistico ha sperimentato diversi progressi nelle capacità tecnologiche chiave che hanno prodotto cambiamenti notevoli. Grazie agli importanti progressi nell'intelligenza artificiale (IA), siamo arrivati a un punto di svolta fondamentale che comporterà enormi cambiamenti, scompiglio per molti e straordinarie opportunità per coloro che ne riconoscono l'importanza e sanno trarne vantaggio. Promettiamo che questo non sarà un altro articolo sul "Perché si dovrebbe prestare attenzione all'intelligenza artificiale". Arrivati a questo punto, quel dibattito può dirsi concluso. Un futuro per la localizzazione basato sull'intelligenza artificiale non è solo inevitabile, è già qui. Questa nuova era è già iniziata.

Nell'immaginare in che modo l'intelligenza artificiale cambierà il settore linguistico, è utile considerare come si manifestano quasi tutti i cicli tecnologici. Ci sono centinaia di libri di economia, da Schumpeter a Christiansen, da Brooks a Naim, che raccontano tutto questo molto meglio di quanto potremmo fare noi. Una delle costanti è il modo in cui viene vista una tecnologia emergente. Gli esseri umani sono fantastici nel descrivere i problemi e nel mettere in evidenza i punti deboli. A conti fatti,

però, non siamo altrettanto bravi a immaginare un futuro radicalmente diverso. Usiamo i contesti di riferimento esistenti, che limitano la nostra comprensione delle nuove possibilità. Probabilmente non c'è esempio migliore dell'apologo di Henry Ford: "Se avessi chiesto alle persone cosa volevano, mi avrebbero risposto: un cavallo più veloce". Le persone hanno colto perfettamente la necessità di una maggiore velocità per coprire le distanze più velocemente. I cavalli erano il mezzo più diffuso di trasporto individuale, da qui la richiesta di un "cavallo più veloce".

Questo punto di vista è fondamentale per capire come l'intelligenza artificiale cambierà questo settore, così come l'accesso dibattuto scatenato dall'articolo di Jaap. Questa nuova tecnologia e la nostra risposta organizzativa e strategica come importanti parti in causa vengono analizzate più in dettaglio.

I punti più comuni di discussione, dibattito e aspri disaccordi sono i seguenti:

1. L'intelligenza artificiale può produrre contenuti o traduzioni allo stesso livello di quelli prodotti dai traduttori umani?
2. Le tariffe a parola continueranno a diminuire/come faranno i traduttori a guadagnare/come verrà pagato il lavoro e qual è una tariffa equa per il valore fornito?
3. Traduttori e interpreti sono destinati all'estinzione?

A nostro avviso, queste sono domande da "cavallo più veloce". Riguardano problematiche note e preoccupazioni accentuate e distolgono l'attenzione dal quadro generale. Dovremmo invece discutere di questi aspetti:

1. La richiesta di abbattere i confini linguistici e culturali viene soddisfatta? La domanda continuerà a crescere?
2. A seconda di come si risponde alla domanda numero uno, è necessario chiedersi come si adatterà il settore. Come faremo a soddisfare una domanda in aumento? In alternativa, come sopravviverà l'ecosistema a un appiattimento della curva?
3. Come possiamo raggiungere l'apice della trasformazione digitale? Cosa servirà alle aziende per misurare, vedere e operare come se la preparazione mondiale non fosse un optional?

Se ritenete che siamo molto lontani dal soddisfare la curva della domanda, come possiamo aggiungere scalabilità per soddisfare tale domanda? Come possiamo localizzare ogni fase del percorso del cliente? Come possiamo invertire la dinamica per cui la maggior parte dei contenuti del mondo viene prodotta solo in inglese, escludendo così gli utenti Internet non di lingua inglese, il cui numero continua ad aumentare? In che modo riusciremo a trovare il "prossimo miliardo di utenti"? Come possiamo supportare in modo conveniente le lingue con scarsità di risorse, le economie emergenti e le lingue non ufficiali e non primarie parlate in ogni Paese?

La risposta sta nel mettere in discussione i nostri presupposti, adottare e quindi ottimizzare le nuove tecnologie in modi innovativi per scopi sia trasformativi che additivi. Un ottimo punto di partenza è identificare tre linee di pensiero che ci ostacolano.

La qualità è tutto

Siamo un settore ossessionato dalla qualità della traduzione. Alcuni potrebbero pensare che siamo esagerati. Tutti i progetti, in questo settore o in qualsiasi altro, devono bilanciare tempi, costi e qualità. La qualità è senza dubbio importante, ma è una metrica aziendale del primo mondo, nonché estremamente soggettiva. Non esiste un "modo giusto" per scrivere una frase, tanto meno per tradurla. I nostri standard, la mentalità aziendale e il purismo linguistico diventano ostacoli quando si tratta di rendere la lingua più accessibile e il business più inclusivo.

Per raggiungere la "preparazione mondiale" come la descrive Jaap, il settore deve accettare che i costi, la velocità e la scalabilità contino tanto quanto la qualità, se non di più. In ogni singolo mercato, per ogni singolo caso d'uso, in ogni cultura e in base alla specifica tolleranza del rischio, la qualità deve essere definita in modo flessibile per bilanciare la crescente importanza degli altri tre aspetti.

Non si tratta di una caratteristica specifica di questo settore. I sarti del passato hanno protestato, poi si sono lamentati della perdita di qualità nella produzione dell'abbigliamento quando sono arrivate le macchine. Ma se avessimo insistito per mantenere lo standard di qualità fissato da loro, la maggior parte di noi non indosserebbe gli abiti che indossa oggi. Non tutti i vestiti hanno bisogno di far colpo sulla regina. Chiunque abbia usato le prime generazioni di iPhone sa che non erano un granché come telefoni. La qualità della rete, la tecnologia delle telecomunicazioni e il design dell'antenna causavano problemi di ricezione e interruzioni delle chiamate. Ciò non ha influito sull'impatto rivoluzionario che gli iPhone e altri smartphone hanno avuto sulle nostre vite. Fino a oggi, e probabilmente per sempre, una chiamata su rete mobile non offre una connessione di alta qualità come una chiamata su rete fissa, ma ciò conta poco per le persone in Paesi senza grandi infrastrutture di rete fissa. Poco importa anche alla maggior parte delle persone che apprezzano la natura immediata e sempre disponibile della tecnologia cellulare. Queste nuove dimensioni contano più del raggiungimento di un livello di qualità analogo a quello della rete fissa. È importante sottolineare che questa affermazione non significa che la qualità della chiamata non sia importante. Alcune chiamate devono essere perfette, ad esempio se si esegue una registrazione per l'utilizzo in un video o per discussioni su questioni strategiche tra due governi. Alcune chiamate richiedono la sicurezza della telefonia dedicata o della crittografia. L'accettazione della qualità delle chiamate è dovuta diventare flessibile per consentire l'ubiquità delle chiamate. E, naturalmente, la qualità anche dei telefoni più scarsi è aumentata a livelli che consentono di raggiungere questi compromessi. Man mano che la qualità di base della traduzione solo automatica migliora, che si tratti di memorie di traduzione o di traduzione automatica neurale, e diventa quindi una questione di adattamento e idoneità, la scala, la velocità e i costi registreranno miglioramenti esponenziali. Nel mio articolo "Future of Localization" nel numero di gennaio di *MultiLingual* ne ho discusso in modo più dettagliato. Molti contenuti richiederanno e meriteranno ancora le capacità, l'esperienza e la saggezza dei traduttori umani, mentre molti più contenuti saranno tradotti e localizzati per la prima volta, con il passaggio di intere categorie dal lavoro umano a quello esclusivamente, o in gran parte, della macchina.

MT = IA

Molte delle discussioni sulla traduzione automatica (MT) sono incentrate sul livello dell'output rispetto alla traduzione umana. Mettendo da parte il dibattito sulla qualità dei contenuti di cui sopra, se si considera il ruolo delle memorie di traduzione, di altre risorse linguistiche e persino dell'uso non autorizzato dei motori di traduzione automatica da parte dei traduttori, si capisce che non stiamo parlando di esseri umani contro macchine. Non è più così da molto tempo. Quello che dobbiamo realmente valutare è quanto credito e valore vada attribuito agli strumenti rispetto alla persona che li utilizza.

Al centro di questo dibattito c'è il quesito se le macchine possano produrre efficacemente solo pezzi di puzzle che possono o meno far parte dello stesso puzzle oppure se saranno abbastanza intelligenti da assemblare l'intero puzzle senza l'intervento e il perfezionamento da parte dell'uomo.

Alla base dell'idea di macchina contro valore umano c'è il concetto che mentre $MT = IA$, $IA \Rightarrow MT$ (dove IA sta per intelligenza artificiale e MT sta per machine translation, traduzione automatica). L'intelligenza artificiale multimodale, che combina analisi di immagini, video e testo, promette di aggiungere dimensioni completamente nuove al contesto. Anche se discutiamo di traduzione automatica contro traduzione umana, la T in MT sempre più spesso non è più solo traduzione, ma sta diventando transcreazione. La transcreazione automatica raggiungerà gli stessi livelli della transcreazione umana? Probabilmente no, ma questo è irrilevante. Quello che è certo è che contribuirà a raggiungere l'obiettivo non solo di tradurre, ma anche di transcreare, quasi tutti i contenuti. Non è chiaro se la transcreazione richiederà un perfezionamento tramite l'intervento umano. Ma se analizziamo ancora un po' più in profondità, troveremo la trascrizione automatica. La conversione della voce in testo scritto si sta già fondendo con la traduzione automatica e i motori di sintesi vocale, per dare vita a nuove possibilità nei settori video e multimediale. Abbiamo appena iniziato a vedere le applicazioni dell'IA nel lavoro di trasformazione di un pacchetto di origine in un altro.

Facendo un passo indietro rispetto all'effettiva trasformazione dei contenuti di origine, ci sono molte altre applicazioni per l'intelligenza artificiale. Il lavoro e le competenze dei linguisti possono essere identificati e valutati. L'intelligenza artificiale sarà usata per identificare i linguisti ideali in base alla loro esperienza, ad esempio per trovare il traduttore ideale rispettando i vincoli di tempo o di budget. L'intelligenza artificiale può trovare quel traduttore e inoltrargli automaticamente il lavoro. In effetti, l'intelligenza artificiale ci aiuterà a determinare il miglior flusso di lavoro per ottenere i risultati aziendali desiderati per questa trasformazione dei contenuti.

I contenuti di origine non si toccano

Praticamente ogni aspetto di questo settore inizia solo dopo che il contenuto di origine o un file di origine è stato creato. Molte delle sfide che affrontiamo ogni giorno sono legate alla bassa qualità dei contenuti di origine. Ammettiamolo, siamo stati tutti accusati di traduzioni scadenti che erano interamente il risultato di contenuti di origine scadenti. Pochi team di localizzazione, e tanto meno i fornitori di servizi linguistici, si sentono autorizzati a criticare la qualità dei contenuti di origine. Come i grandi chef che preparano delizie gastronomiche con ingredienti di bassa qualità, i migliori traduttori, tecnici della localizzazione e project manager spesso producono contenuti di destinazione straordinari che in realtà correggono i difetti intrinseci dell'origine. Collettivamente portiamo il fardello di contenuti di origine scadenti.


Questo non solo crea una certa tensione sulle tariffe a parola, sui tempi di consegna e sui problemi di qualità percepiti, ma è anche un importante ostacolo alla localizzazione di tutti i contenuti. E, cosa più importante, più aumenta il livello di automazione, meno questo processo perdona le imperfezioni. In altre parole, se non risolviamo i problemi nel contenuto di origine, tutto ciò che l'IA farà sarà amplificare i problemi, a velocità finora impossibili.

Forse l'applicazione più utile e di impatto dell'IA sarà l'ottimizzazione, e persino la generazione, dei contenuti di origine. Per la prima volta nella storia del nostro settore possiamo esaminare i contenuti di origine su larga scala, quindi classificarli, etichettarli, ordinarli e arricchirli. Ciò ci aiuterà a scegliere il giusto processo per la trasformazione. Aiuterà i traduttori umani a produrre contenuti di destinazione di qualità

"Ammettiamolo, siamo stati tutti accusati di traduzioni scadenti che erano interamente il risultato di contenuti di origine scadenti."

superiore. Permetterà di generare i metadati necessari per il training delle macchine. E infine, porterà inevitabilmente a un cambiamento nel nostro rapporto con i creatori dei contenuti di origine.

Il discorso iniziale sui contenuti di origine sarà incentrato sull'ottimizzazione e terminerà con la generazione dei contenuti stessi. I motori di generazione di contenuti in linguaggio naturale (NLG) su larga scala, come GPT3, stanno migliorando a velocità sbalorditive. Perché trasformare qualcosa quando è possibile crearlo in modo nativo? Non è quello che fanno oggi i professionisti del marketing, scegliendo tra traduzione, transcreazione e generazione di contenuti nativi? Non vi sembra che il nostro settore sia perfettamente posizionato per il training, l'ottimizzazione e la gestione dei motori NLG grazie alla collaborazione con linguisti esperti in grado di ottimizzare l'output finale in base alle esigenze?

Il nostro settore è solo all'inizio dell'era dell'IA. Non serve discutere sulla creazione di valore del passato. Nessuno compra la traduzione. Ciò che si compra è la comprensione, il significato, la possibilità di aumentare le vendite. Si acquistano la comprensione del cliente ed esperienze migliori per i clienti. Se ci fermiamo a ricordare l'obiettivo, ovvero consentire a TUTTI i governi, le aziende, le organizzazioni e le persone di connettersi, comunicare, acquistare e vendere a tutte le altre persone, allora l'IA non è certo una minaccia. È la chiave dell'applicazione della tecnologia nel nostro tempo. 

Questo è il primo di una serie di articoli sul futuro della localizzazione.