

LINGUISTIC FEATURES &
TRANSLATION

旅游英语的 语言特点与翻译

上海市高等学校教育高地项目
英语实用文体研究丛书

TOURISM TEXTS

丛书主编 谭卫国 蔡龙权
本册主编 丁大刚



上海交通大学出版社

上海市高等学校教育高地项目
英语实用文体研究丛书

旅游英语的语言特点与翻译

丛书主编 谭卫国 蔡龙权
本册主编 丁大刚

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书从旅游广告、手册、网站文本、标识语、导游词、景物描写及旅游指南的语言特点入手,探讨了英语旅游文本翻译的准则和方法,并通过大量实例加以说明。本书体例新,内容新,集学术性、知识性、可读性、适用性于一体,可谓同类书籍中一本不可多得的好书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游英语的语言特点与翻译/丁大刚主编. —上海:
上海交通大学出版社,2008
(英语实用文体研究丛书/谭卫国,蔡龙权主编)
上海市高等学校教育高地英语项目
ISBN978-7-313-05270-4

I. 旅... II. 丁... III. 旅游—英语—翻译—
高等学校—教材 IV. H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 100539 号

旅游英语的语言特点与翻译

丁大刚 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

昆山市亭林印刷有限责任公司印刷 全国新华书店经销
开本:787mm×960mm 1/16 印张:17 字数:310 千字

2008 年 9 月第 1 版 2008 年 9 月第 1 次印刷

印数:1~4050

ISBN978-7-313-05270-4/H·845 定价:25.00 元

版权所有 侵权必究

总序

《英语实用文体研究》丛书包括六本:《英语新闻的语言特点与翻译》;《英语广告的语言特点与翻译》;《外贸英语的语言特点与翻译》;《英语科技文献的语言特点与翻译》;《英语法律文本的语言特点与翻译》;《旅游英语的语言特点与翻译》。本套丛书从语言学、翻译学、社会学、传播学、人类文化学、心理学和美学等多学科的视角,同时借助这些学科的研究方法,特别是借助语言学的宏观与微观、归纳与演绎、共性与特性等研究方法和翻译学的对比研究方法对新闻英语、广告英语、外贸英语、科技英语、法律英语、旅游英语等英语实用文体的语言特点和结构特征、翻译原则、翻译过程、翻译策略和翻译技巧等进行全面、科学、系统的研究。该套丛书是一套集学术性、知识性、实用性、可读性于一体的别出心裁、别开生面、不可多得的应用语言学丛书。

本套丛书的主要论点如下:1. 英语实用文体措辞讲究,用词严谨,言简意赅,同时各具特色。2. 英语实用文体句式丰富多彩,多种多样,但各自表现出独特的句法特点。3. 各种修辞格在广告英语、新闻英语、旅游英语等实用语篇中不断出现,频繁地“抛头露面”,创造多彩多姿、鲜明生动的形象和意境,极富表达力、感染力和影响力;修辞手段在科技英语、法律英语和外贸英语语篇中比较少见,偶尔用之,效果非凡,但在通俗科技读物中不乏其例,“大显身手”,大大增加了科技读物的可读性和趣味性。4. 英语实用文体虽然具有不少共性,但总体说来,体裁不同,各具一格,即便是在同一类型的语篇里,风格可能亦大相径庭。5. 现代西方的文化价值观、审美观等在英语实用语篇中得以充分体现出来。6. 英语实用文体的翻译务必遵循翻译原则和翻译方法,特别注重翻译技巧的灵活运用。译者务必吃透原文内容,透彻理解原文的术语;务必从目的语中选用恰当的词语、合适的句式以及必要时选择适当的修辞手段来再现原文的语言特点和风格特色。英语实用文体翻译的主要方法应是直译法,因为直译法通常能保持原文的形式和内容,保留原汁原味;只有在直译法行不通的情况下,才采用意译法或其他翻译方法。

为什么研究英语实用文体?为什么出版《英语实用文体研究》丛书?

本课题的研究具有特别重要的理论意义和应用价值。

首先,本课题的研究成果及其出版有助于英语新闻语篇、英语广告语篇、英语外贸文献、英语科技文献、英语法律文献、英语旅游文本的语言特点及其翻译规律的理论条理化和系统化,有助于丰富、拓宽英语实用文体学和现代翻译学的内涵,

并有助于充实、丰富、印证现代语言学,尤其是应用语言学的基本理论。

其次,因为英语实用语篇宣传有益的文化价值观念和先进的现代文明成果,是先进文化和现代文明传播的使者,所以本研究成果及其出版有助于在我国传播先进的西方文化和西方文明,有助于我们了解并借鉴西方文化和西方文明成果,从而有助于我国的进一步改革开放,有利于我国的四个现代化建设和精神文明建设。

第三,本丛书可作为我国广大从业人员的自学读本,有助于他们理解、欣赏并掌握英语实用文体的语言特点和结构特征,从而有助于他们更好地掌握英语语言知识并提高英语应用能力,包括英语实用语篇写作能力和翻译能力。该研究成果及其出版还有助于我国广大从业人员吸取新的知识,拓宽知识视野,改善知识结构,扩大知识面,同时,有助于他们了解、沟通并掌握有关国际信息,增强业务技能,更好地从事本职工作,更好地推进我国的四个现代化建设和改革开放的伟大事业。

第四,本丛书又可作为我国高等学校英语专业本科生的选修课教程或翻译学补充教材,亦可作为翻译专业硕士研究生和广大文理工工科学子的自学读本,还可作为高校本科生和研究生撰写学位论文的参考资料。显然,本研究成果及其出版直接有助于广大学生提高英语语言水平和英语应用能力,有助于他们充实、丰富、改善、拓展知识结构,从而直接有助于培养和造就千百万一专多能、综合素质优异的杰出人才。

第五,本丛书还可作为我国广大英语教师、英语专业工作者和其他行业人员从事有关科研的参考资料,所以这些成果直接有助于将英语实用文体研究、翻译学研究和其他相关学科研究推向深入。

《英语实用文体研究》丛书分别由谭卫国教授、朱伊革副教授、卢敏博士、张炜博士、王卫平副教授、潘丽蓉副教授和丁大刚讲师等撰写成书。谭卫国教授和蔡龙权教授任这套丛书的总主编。丛书的编著者们都擅长语言学和应用语言学研究,都出版过专著,发表过相关论文,具备扎实的研究基础。为了保证这套丛书的质量,编著者们加班加点、含辛茹苦、坚持不懈长达两年之久。我们坚信,这套丛书必定受到广大读者的青睐,成为广大读者走向成功的桥梁。我们希望这套丛书能为培养综合素质杰出的青年人才作贡献,为新时期的国际交流和国际合作服务,为我国的改革开放和科学发展服务。

由于编著者们专业水平有限,书中不妥之处在所难免,恳请同行专家和广大读者多提意见,多多斧正,不吝批评,以便今后修订完善。

丛书主编

2008年1月

前言

旅游常常被认为是社会科学的“研究领域”，是经济学家和营销学家所感兴趣的话题。然而，语言在创造“旅游者的凝视”方面起着重要的作用，从事旅游工作的每位专业人士都需要精通“旅游语言”。为此，我们需要理解用于旅游交际的语言特点。要想理解旅游语言的特点，我们需要对不同类型的旅游文本进行准确的分析。对于把英语作为第二语言或外语的人来说，尤其是对于从事旅游翻译的专业人士来说，首先分析和理解与旅游相关的文本则显得更为重要。实际上，很多译文让读者感到困惑，其中一个重要原因是译文不符合体裁规范。因为，读者阅读一种文本时，总会对其体裁有一种期待。如果译文不能满足这种期待，就会造成交际障碍。因此，我们很有必要首先分析英语旅游文本的特点。

然而，由于英语旅游文本的复杂性、综合性和交叉性，很难对其语言特点从词汇、句法、语法、语篇和修辞等方面进行总括性论述，因此本书首先从宏观上对英语旅游文本的语言特点和翻译进行了概括性的介绍，然后遵循旅游前、旅游中和旅游后这样一条路线，分专题系统地论述英语旅游广告的特点与翻译、英语旅游手册的文本特点与翻译、英语旅游网站的文本特点与翻译、英语旅游标示语的文本特点与翻译、英语导游词的特点与翻译、英语旅游景点介绍的文本特点与翻译、旅游指南的文本特点与翻译、英语旅行后文本的特点与翻译。

本书的编写有两个考虑：第一，纵览研究文献，作者发现从英汉翻译的角度谈论旅游翻译者甚少，而在对旅游文本特点分析的基础上谈论翻译的就更少了。虽然，国内研究旅游翻译的文章和著述为数不少，某些研究颇为深入，例如金惠康教授的《跨文化旅游翻译》和陈刚教授的《旅游翻译与涉外导游》等。然而，这些都是从汉译英的角度论述的。第二，英语旅游文本的汉译研究确实非常必要。近年来，随着中国改革开放不断深入和国际交流日趋加强，出境旅游呈迅猛的态势发展。然而，在出国旅游的过程中，中国公民面临的一大问题就是语言沟通的障碍。因此，旅游翻译对于中国公民了解旅游目的地必不可少。鉴于以上两个原因，作者希望填补国内旅游翻译研究的空白，并且为旅游翻译实践提供理论指导。

本书的一个突出特点就是理论与实践相结合。书中所用范例多达 300 有余，并且对每个例句都有详细分析。另外，每章之后还附有翻译练习供读者练笔。本书可供英语专业和旅游专业本科高年级学生、研究生、英语教师或相关领域的专业人士学习、参考。

在编写本书的过程中,作者已经差不多游览了世界各地,当然是虚拟游(Virtual Tour),得到了无尽的美的享受。那么现在就让作者带领你进入英语旅游语言翻译这个美妙的世界尽情地畅游一番吧。

丁大刚

2008年1月

目 录

第一章 英语旅游文本的语言特点概述	1
1.1 英语旅游文本的用词特点	2
1.2 英语旅游文本的句法特点	5
1.3 英语旅游文本的其他特点	8
1.4 小结	11
练习题	11
第二章 英语旅游文本翻译概述	14
2.1 英语旅游文本与旅游翻译	14
2.2 英语旅游文本翻译的要点	16
2.3 英语旅游文本翻译的标准	17
2.4 英语旅游文本翻译的过程	19
2.5 小结	27
练习题	27
第三章 英语旅游广告的特点与翻译	33
3.1 英语旅游广告的特点	33
3.2 英语旅游广告翻译	45
3.3 小结	54
练习题	54
第四章 英语旅游手册的文本特点与翻译	59
4.1 英语旅游手册的文本结构	59
4.2 英语旅游手册的文本特点	61
4.3 英语旅游手册的文本功能分析	69
4.4 英语旅游手册的翻译	72

4.5 小结	82
练习题	82
第五章 英语旅游网站文本的特点与翻译	87
5.1 英语旅游网站文本的结构和内容	87
5.2 英语网站文本的语篇特点	90
5.3 英语旅游网站文本的语言特点	92
5.4 英语旅游网站文本翻译及本地化	94
5.5 小结	102
练习题	102
第六章 英语旅游标示语的文本特点与翻译	107
6.1 英语旅游标示语的功能及特点	107
6.2 英语旅游标示语的翻译	109
6.3 小结	111
练习题	112
第七章 英语导游词的特点与翻译	114
7.1 英语导游词的特点	114
7.2 英语导游词翻译的要点	123
7.3 英语导游词翻译的技巧	127
7.4 小结	131
练习题	131
第八章 英语旅游景点介绍的文本特点与翻译	136
8.1 景点说明词的文本特点	136
8.2 景点说明词的翻译	141
8.3 英语景物描写的文本特点	145
8.4 英、汉语景物描写的风格差异及其渊源	149
8.5 景物描写翻译的原则与策略	152
8.6 景物描写翻译常用技巧	157
8.7 小结	164
练习题	164



第九章 英语旅游指南的文本特点与翻译	169
9.1 英语旅游指南的结构内容	169
9.2 英语旅游指南的文本特点	171
9.3 英语旅游指南翻译的原则与策略	176
9.4 英语旅游指南翻译的常用方法	178
9.5 小结	181
练习题	181
第十章 英语旅行后文本的特点与翻译	187
10.1 英语旅行后文本的特点	187
10.2 英语旅行后文本的翻译	192
10.3 小结	216
练习题	216
附录一 常用旅游词语	221
附录二 世界各国(地区)官方旅游网站	231
参考答案	234
参考文献	259

第一章

英语旅游文本的语言特点概述

无论是在旅游研究领域还是在语言研究领域,从语言的角度来考察旅游应该是最先出现的一种现象。这一问题有时代的因素在其中,因为旅游业的兴起相对比较晚。真正意义上的现代旅游业一般被认为是在第二次世界大战以后才发展起来的,而中国现代旅游业是在 20 世纪 80 年代才真正兴起。另外一个因素也可能与旅游这一学科的综合性和交叉性有关(旅游学科融合了诸如地理学、经济学、社会学、心理学等众多学科),这一特点也必定反映在其语言中,因此也就造就了旅游语言的复杂性、综合性和交叉性。在语言学内部,旅游语言涉及专业语言、语言变异、语言与交际、语言与民族、语言与文化、语言与社会心理、语言与社会语境等课题;在语言学外部,旅游语言具有多学科的交叉性,它涉及旅游学、美学、心理学、地理学、历史学、文化学、文学艺术、宗教学等相关学科。

语言在旅游中的重要作用是毋庸置疑的,它是旅游业的一个强大的推动力,它可以将一个不为人知的地方变为旅游胜地;它是旅游领域内专业人士进行交际的工具,也是旅游从业者与普通大众进行沟通的桥梁。但问题是:第一,是否真的有这样一种旅游语言的存在?第二,旅游语言是否只有一种体裁类型?第三,旅游英语(tourism English)是否可以像法律英语、医学英语、计算机英语等那样被看作一种专业文体?

要回答以上问题,我们首先来阅读下面几段文字,从感官上来认识一下旅游语言。

- [1] Ladies and Gentlemen, on your right you will see the exact spot where William the Conqueror first set foot in Britain.
- [2] The swaying palm trees, the golden beaches, the crystal white crests of the gently lapping waves—our island paradise can be yours.
- [3] I entered the cavernous temple-alone. All around me I could hear the scampering of tiny feet, the flap of a giant bat's wings—while outside, in

the graveyard of the moonless night, a hideous beast snarled. So this was Borneo. I had arrived.

- [4] Well, that picture there—that's the Eiffel Tower. See, in front's me, mum, and next to her is Aunt Flo. You should've been there, though. Smashing it was. Worth every penny. I'd do it again any time.

看到以上几段英文,你是否有一种美的享受,是否感到很熟悉? 第一段英文,你也许在国外旅游时会听到导游讲过;第二段英文,你也许会在旅游宣传手册上看到过;第三段英文,你也许会在英文报纸上的旅行见闻栏目中读到过;第四段英文,你也许会听到刚刚从旅游地回来的外国朋友指着照片给你讲过。如今,这样的语言是如此的普遍,充斥着各种大众传媒,而且我们时常也会在英美人士的谈话中听到。

静心沉思,我们不免觉得这是一个特殊的语言交际领域,一个区别于其他类型交际的领域,因为它反映了世界上一个巨大的行业——旅游业。像其他领域内的语言文体一样,这个领域内使用的语言无论从词语表达、句法结构、信息传递和语用内容上都有其独特性,以其约定俗成的符号和编码系统在现实中使用。本书将探讨这一语言文体的文本特点及其翻译。

1.1 英语旅游文本的用词特点

词汇特点是专业文体一个十分明显、特别重要的方面。特定词语的使用可以将一种文体区别于普通语言和其他专业文体。专业词汇可以划分为三类:专门词汇(specific vocabulary),即专业术语,例如 late-perpendicular architecture(晚期垂直风格建筑);普通专门词汇(common specific vocabulary),即受到语义限制的普通词汇,例如 package tour(包办旅行);一般词汇(general vocabulary),即不受语义限制的普通词汇,例如 hotel。与其他专业领域不同的是,旅游语言不是在有限的专业群体内使用的语言。通常情况下,它的促销和劝说功能使其成为一种容易被普通大众所接受的语言。但是,旅游语言在措辞方面有其独特性,主要表现在关键词语的选择、外来词语的使用、专门词语的跨学科性以及构词等方面。

1.1.1 关键词语

英语旅游文本的词语选择非常严谨,常常使用大量经过精心选择的关键词,这些关键词一般简短扼要、清晰明了、一语中的。例如 away, adventure, dream,

imagination, pleasure, escape 等。这些关键词通常反映了下列心理主题之一。3R:浪漫主义(Romanticism), 回归(Regression), 重生(Rebirth); 3H: 幸福(Happiness), 享乐主义(Hedonism), 太阳中心论(Heliocentrism); 3F: 娱乐(Fun), 幻想(Fantasy), 童话故事(Fairy Tales); 4S: 大海(Sea), 性(Sex), 阳光(Sun), 社交(Socialization)。对乡村自然风光的描述、通过旅游解开历史之谜以及发现一个新的自我都可以归为 3R 主题。谈论此时此地、幸福、快乐、消遣以及与感觉有关的太阳永恒之谜通常可以归类为 3H 主题。3H 主题常常与 4S 主题重叠。谈及这些主题的语言常常属于非正式用语。3F 常常与童年、魔幻或其他与梦想有关的话题有关。这些主题之间是相互联系的, 有时它们可以同时在一个旅游文本中出现。如:

[5]

THE GATE THEATRE
*Built in the 18th century to
entertain Barry & Carolyn when
they came over from New York
last week.*

Ireland has an extraordinary amount to offer anyone looking for a great night out.

Restaurants, theater, the opera and more. We'll save you a seat. Call 1,800. shamrock or visit our web site for more information.

Your very own Ireland.

Discover it at discoverireland.com.

这是爱尔兰旅游局的一则促销广告。首先, 装饰牌匾 THE GATE THEATRE 中的 built in the 18th century 给人以一种回归的感觉, 配合图片中的一对情侣(本书主要谈旅游文本语言特点, 图略), 又创造了一种浪漫的情感, entertain 使旅游者对娱乐享受充满了期待, 其中自然就隐藏了通过旅游追求幸福的心理期望。night out, restaurants, theater, the opera 无不体现享乐的主题。广告语“Your very own Ireland. Discover it at...”中的 your very own 表明爱尔兰旅游是专门为你打造的, discover 一词可以激发旅游者对原始岛屿的探索, 也表明这将是一次自我发现之旅, 体现了重生的主题。而对于旅游者来说, 这样的旅行也一定是充满梦想的。

1.1.2 外来词语

旅游英语的另一个词语特征是使用外来词。外来词的使用一方面可以加强与旅游者(说这种语言的旅游者)之间的互动,使旅游者有一种身份上的认同感,另一方面可以使旅游者在心理上产生一种自豪感。另外,其他民族的旅游者看了之后,还会有一种异国情调的感受。看下面的例子:

- [6] *If you are lucky, you may also see the world famous Sri Sri Radha Londonisvara.*
- [7] *Camden Town is the London smorgasboard par excellence.*
- [8] *Our toiletries range from creams that have not been tested on animals to natural oils, Ayurvedic toothpaste and deodorants. You can also purchase saris, dhotis, cadars, japa beads, and tulasi neckbeads. We also have vegan food and drink and Indian spices.*

例[6]中的 Sri Sri Radha Londonisvara 是印度语,这里指伦敦的一个寺庙名称。例[7]中的 *par excellence* 是法语,意思是“卓越超群的”。例[8]中的 Ayurvedic(印度草药),saris(印度妇女披在身上的织物),dhotis(印度男子传统上围在腰部的腰带),cadars(披肩),japa(念诵),tulasi(神圣的)都是印度语。

1.1.3 专门词语

旅游是一门交叉学科,因此也就造成了旅游英语的词汇具有词汇量大和跨学科的特点,其专门词汇可能涉及历史、地理、艺术、建筑等等。例如:

- [9] *The Henry VII Chapel, in the easternmost part of the abbey, is an outstanding example of late perpendicular architecture, with spectacular circular vaulting on the ceiling. The wooden choir stalls are carved with exotic creatures and adorned with colourful heraldic flags. (摘自 Lonely Planet London, 2004: 126)*
- [10] *At the center of the first balcony stands the Altar of the Nation, a complex symbolic bas-relief by the sculptor Angelo Zanelli, completed in 1925 but planned since 1906.*

The imposing figure of the Goddess Rome at the center is modeled on classical statues of Minerva. The sculpture stands out against a gold

mosaic background, flanked by two allegorical bas-reliefs inspired by the "Bucolics" and "Georgics" of Virgil, representing Work (on the left) and Love of Country (on the right), which proceed along the semicircle in the manner of a classical triumphal procession. The bas-relief of Work features the allegories of Agriculture and Industry and each activity is illustrated by means of specific attributes which permit their identification. Agriculture is symbolized by the activities of grape-harvesting and reaping; Industry, instead, by the activity of the blacksmith, in which powerful figures transport a heavy *anvil* by means of a long *girder*.

On the right, a relief of Love of Country is composed of a series of personifications which offer symbolic crowns, while a victorious hero, leaning on the mythological sword of the Titans, is transported in a triumphal chariot. Another group in the long procession carries a brazier containing the sacred fire.

以上两段话包含了宗教词语、建筑学词语、艺术词语和历史词语等等。旅游英语词汇量之大及其复杂性,由此可见一斑。

1.1.4 缩略语和复合词

为了节省篇幅,缩略词在英语旅游文本中较为常见。缩略词构词规律非常简单,旅游文本作者可以根据需要临时创造缩略词。例如: B&B = bed and breakfast; LTB = London Tourist Board; LHR = London Heathrow Airport.

在英语旅游文本中,复合词处处可见。复合词形式十分丰富,颇为灵活,英语旅游文本作者亦可根据需要创造多种多样的复合词。例如: half-board, holiday farmhouse, theme park, honeymoon, one way ticket, forthcoming.

1.2 旅游文本的句法特点

英语旅游文本在句法方面的特点主要体现在以下几个方面。

(1) 动词词组名词化。例如用 *upon arrival at the hotel* 替换 *when you arrive at the hotel*。

(2) 偶尔使用被动语态。例如用 *you will be shown* all the major sights of the city 替换 *the tour guide will show you all the major sights of the city*。

(3) 用形容词替换关系从句。例如用 the *nearby* town of Chioggia 替换 The town of Chioggia, which is nearby。

(4) 过去分词用作后置定语替换被动定语从句。例如用 charming little towns surrounded by vineyards 替换 charming little towns which are surrounded by vineyards。

(5) 现在分词用作形容词替换定语从句。例如用 the *charming* little town 替换 the little town which is charming。

(6) 过去分词用作形容词替换被动定语从句。例如用 one of the most fully decorated churches 替换 one of the churches which is most fully decorated。

(7) 现在分词用作后置定语替换主动定语从句。例如用 the three tiers of frescoes representing the life of Mary 替换 the three tiers of frescoes which represent the life of Mary。

(8) 使用名词词组作同位语,解释另一个名词。例如:

[11] *Turning inland along route 443, you'll pass Adria, a sleepy little river town that was an ancient Roman center.*

(9) 非谓语动词短语提前(主题化),用作状语。例如:

[12] *Buried in the north aisle of the Chapel of Henry VIII is Elisabeth Tudor.*

[13] *Travelling north, we'll stop along the way to visit Pisa.*

[14] *To taste genuine food, go to one of the local open-air street markets.*

(10) 使用形容词最高级形式。例如:

[15] Windsor Castle is the *oldest* and *largest* occupied castle in the world.

[16] For Old Westminster is London at its *grandest*: the place where kings and queens are crowned, where they lived, and often were buried.

[17] Some of the Tower's *most famous* and important prisoners were held in the buildings around Tower Green including Sir Walter Raleigh who was imprisoned in the Bloody Tower for 13 years.

(11) 使用一般现在时。从而使旅游经历看上去似乎可以持久永恒。例如:

- [18] We *linger* over drinks at a sunny patio café. It *is* afternoon siesta time in San Antonio, Texas. The margarita *is* tart, icy, and appropriate for this setting. A gentle breeze *tugs* at the yellow sunshade overhead; strains of mariachi *come* from somewhere around a bend in the meandering San Antonio River. Pansies and azaleas *peak* out through the iron railings, spilling colorfully over the Paseo del Rio.
- [19] The past *is* cast in stone and we *take* it all in; ancient Westminster Hall, the Houses of Parliament, the Tower of London and Westminster Abbey. And to see it with a great guide *is* to have that past suddenly rise to surface.

(12) 使用祈使句。不是用于表示命令,而是敦促旅游者利用提供的机会去旅游。例如:

- [20] Once inside the Treasury, marvel at the Imperial State Crown worn at the State Opening of Parliament and be dazzled by the world's largest, top quality cut diamond, Cullinan I, set in the Sovereign's Sceptre. Gain a fascinating insight into the role of THE CROWN JEWELS in royal pageantry with their introductory films, which include rare footage of Her Majesty Queen Elizabeth II's coronation.
- [21] Standing alone in the vast empty tract of the Salisbury plains and with origins dating back nearly 5,000 years, Stonehenge remains a place of mystery. Come and unlock the secrets for yourself and marvel at this remarkable feat of ancient engineering and design.

(13) 使用情态动词。不是用来表示义务或逻辑意义,而是用于表达一种旅游者要采取的行动方式。例如:

- [22] On the way to Westminster Abbey you *will* hear about Leonardo Da Vinci, and get a chance to see a work of him. At Westminster Abbey you *can* hear more stories about other important people in the book like Isaac Newton, who is buried in the Abbey. A visit inside is not included, but after the tour you *can* go inside to explore on your own.