

Світліковська О. А.,

кандидат філологічних наук,

асистент кафедри іноземних мов гуманітарних спеціальностей  
Волинського національного університету імені Лесі Українки

## ВЕРБАЛІЗАТОРИ КОНЦЕПТУ “VALUES” У БРИТАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

**Анотація.** У статті досліджено британську лінгвокультурну систему цінностей через концепт ЦІННОСТІ / VALUES. Створено номінативне поле концепту VALUES на основі мовних засобів, які його репрезентують. Структура номінативного поля концепту представлена у вигляді ядра, периферії та навколоядерної зони. Для встановлення ядра номінативного поля концепту VALUES були опрацьовані дефініції ключової лексики, а також пов'язаних із нею лексем у словниках і тезаурусах та встановлено їх синонімічне розширення.

Встановлено, що до ядра британського концепту VALUES належать такі складові частини, як *Family values, Work, Science, Public institutions*. Навколоядерна зона містить такі одиниці, як *Private property, Collaboration, Democracy, Success, Money, Consumerism, Rights and duties, Community*. Периферія концепту VALUES є найбільшою за кількістю складових частин, до неї належать такі компоненти, як *Respect / pride, Freedom, Health, Value(s), Rule of law, Happiness, Market economy, Wealth, Tolerance, Justice, Honesty*.

Виокремлено низку соціокультурних цінностей британського суспільства, зокрема *Tolerance, Honesty, Freedom, Justice, Rule of law, Rights and Duties, Family, Health, Work, Democracy, Happiness, Success, Community, Consumerism, Patriotism, Respect and Pride for the country, Private property, Money, Public institutions, Market economy, Wealth, Science, Collaboration* тощо.

У дослідженні виокремлено понад 210 000 слововживань, які вербалізують британський концепт VALUES та входять до його номінативного поля. Здійснено аналіз ієрархії цінностей, що визначають національну ідентичність, пронизують культуру та включають культурні універсалиї. Цінності ранжовані відповідно до частотності – від найбільш частотних до найменш частотних у відсотках від загальної кількості слововживань для побудови ядра, навколоядерної зони та периферії концепту VALUES у британській лінгвокультурі.

**Ключові слова:** система цінностей, номінативне поле, вербалізатори концепту, ядерна зона, навколоядерна зона, периферійна зона.

**Постановка наукової проблеми.** ХХ століття характеризується активним розвитком когнітивної лінгвістики, у центрі уваги якої знаходиться мисленнева діяльність людини (когніція), структура мовної свідомості, способи репрезентації знань та поняття концепту. Інтерпретаційне різноманіття цього терміна свідчить про його потужний науковий потенціал, що викликає жваві дискусії протягом століття [1, с. 26].

Лінгвокультурологічні дослідження мовних картин світу та систем цінностей дають змогу розглядати ЦІННОСТІ / VALUES як британський лінгвокультурний концепт, аналізу

якого присвячено чимало вітчизняних та зарубіжних праць. Унікальність нашої розвідки полягає в комплексному аналізі системи цінностей британського суспільства та її відображення у національних символах Великої Британії.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Втілення у мові культурних цінностей через культурні концепти дає змогу глибше і повніше представити картину світу носія мови. Цим питанням цікавляться як вітчизняні, так і зарубіжні лінгвісти, зокрема Н.Д. Арутюнова, С.Г. Воркачов, В.І. Карасик, Дж. Лакофф, В.А. Маслова, А.М. Приходько, Ю.С. Степанов, J.A. Fodor та інші.

Лінгвокультурологічним дослідженням, аналізу мовних картин світу загалом та системі цінностей зокрема також присвячено чимало праць як вітчизняних, так і зарубіжних учених, серед яких можна виокремити таких дослідників, як І.О. Голубовська, С.А. Жаботинська, В.В. Красних, О.С. Кубрякова, В.А. Маслова, О.О. Селіванова, Ю.С. Степанов, В.М. Телія, W. Bilsky, R. Gakendoff, R. M. Keesing, G. Lakoff та інші.

Велика частина цих досліджень присвячена аналізу ієрархії цінностей, оскільки спільні цінності визначають національну ідентичність, пронизують усю культуру, включають усі культурні універсалиї. До британських культурних ціннісних універсалиї віднесемо найтиповіші риси характеру, які ідентифікують представників нації: чесність, стриманість, ввічливість, стоїцизм, гордовитість, працелюбність (*honesty, self-restraint, politeness, stoicism, honour, diligence*). Саме ці лексичні одиниці входять до синонімічних розширень ключових лексем, що називають ці цінності як складники номінативного поля концепту VALUES. [1, с. 73]

**Метою нашої статті** є виокремлення та аналіз мовних засобів, які репрезентують концепт VALUES у британській лінгвокультурі, опис номінативного поля досліджуваного концепту та аналіз лексико-семантичних груп, які складають його ядрну та периферійну зону.

**Виклад основного матеріалу.** Цінністю вважається будь-яке матеріальне або ідеальне явище, яке має значення для людини чи суспільства, заради якого вона діє, витрачає сили, заради якого вона живе. Також цінності – соціально схвалювані уявлення більшості людей про те, що таке добро, справедливість, патріотизм, любов, дружба тощо [2, с. 576]. Цим поняттям оперують філософи для означення об'єктів, явищ, а також абстрактних ідей, які втілюють суспільні ідеали і сприймаються завдяки цьому як еталон належного. Цінності мають об'єктивний і трансцендентний характер. Вони є продуктом життєдіяльності соціальних груп і спільнот, людства загалом. Історичний досвід людства передається та привласнюється конкретними індивідами через систему встановлених цінностей. У цінностях акумулюється те, що має практичну значущість як для певної особистості, так і для суспільства [3, с. 46].

Важливість цінностей різниться як для кожного окремого індивіда, так і для певного суспільства загалом, оскільки вони відрізняються змістом мотивацій, що реалізуються через них. Цінності організовані у динамічні системи, тому будь-яке суспільство можна описати як певну ієрархію цінностей. Кожна нація має свої традиційні цінності, для яких характерні стабільність і певний консерватизм [4, с. 179]. Традиційні цінності відіграють особливу роль у житті кожного народу, оскільки вони беруть активну участь у формуванні того нерозчленованого осереддя, що притаманне кожній національній культурі, яке передає специфіку конкретного етносу, його ментальність, психологію, культуру [5, с. 24].

Структура концепту VALUES, таким чином, містить певну частину складників, які можна назвати універсальними, та частину складників, які є культурно маркованими [1, с. 72].

Основними складниками концепту VALUES у британській лінгвокультурі, що були виокремлені на основі аналізу *British National Corpus*, вважаємо: ядро концепту – *Family values, Work, Science, Public institutions*; навіколоядерну зону – *Private property, Collaboration, Democracy, Success, Money, Consumerism, Rights and duties, Community*; периферію – *Respect / pride, Freedom, Health, Value(s), Rule of law, Happiness, Market economy, Wealth, Tolerance, Justice, Honesty*.

Ми здійснили аналіз частотності вживання ключових лексем, якими репрезентовані вказані цінності, разом із ключовою лексемою *value(s)*, що репрезентує концепт VALUES, та їх синонімічних розширень, які ми називаємо вербалізаторами концепту VALUES у *British National Corpus* [6]. Було виокремлено понад 2 100 000 слововживань. Цінності ранжовані відповідно до частотності – від найбільш частотних до найменш частотних у відсотках від загальної кількості слововживань. Таким чином можна побудувати ядро концепту, навіколоядерну зону та периферію. Отримані результати наведені у таблиці (див. табл. 1).

Таблиця 1

#### Вербалізатори концепту VALUES у британській лінгвокультурі

Вербалізатори концепту VALUES	Частотність (%)
Family values	17%
Work	13%
Science	9%
Public institutions	8,2%
Private property	5,3%
Collaboration	5,3%
Democracy	4,6%
Success	4,6%
Money	4,3%
Consumerism	4,2%
Rights and duties	3,9%
Community	3,8%
Respect / pride	2,7%
Freedom	2,5%
Health	2,2%
Value(s)	2%
Rule of law	1,3%
Happiness	1,3%
Patriotism	1,2%
Market economy	1,1%
Wealth	0,9%
Tolerance	0,8%
Justice	0,5%
Honesty	0,3%

Результати, одержані у процесі аналізу емпіричного матеріалу, дають змогу зробити такі висновки щодо структури концепту VALUES у британській мовній картині світу. До ядра ми включили чотири складники, частотність яких є значно вищою порівняно із іншими компонентами, а саме: *Family values* (17%), *Work* (13%), *Science* (9%), *Public institutions* (8,2%). Навколоядерна зона містить такі одиниці, як *Private property* (5,3%), *Collaboration* (5,3%), *Democracy* (4,6%), *Success* (4,6%), *Money* (4,3%), *Consumerism* (4,2%), *Rights and duties* (3,9%), *Community* (3,8%). Периферія концепту VALUES є найбільшою за кількістю складників, до неї ми віднесли такі компоненти, як *Respect / pride* (2,7%), *Freedom* (2,5%), *Health* (2,2%), *Value(s)* (2%), *Rule of law* (1,3%), *Happiness* (1,3%), *Market economy* (1,1%), *Wealth* (0,9%), *Tolerance* (0,8%), *Justice* (0,5%), *Honesty* (0,3%).

Найвищу частотність має цінність *Family values* (17%), яка репрезентована ключовою лексемою *family* та одиницями, що входять до її семантичного поля. Британці вважають, що ключовими передумовами для щастя є міцна сім'я і хороші діти. Незважаючи на те, що Великої Британії також торкнулися поширені у західному світі процеси часткової втрати цінності традиційної сім'ї заради досягнення певних цілей у професійному житті, попри високий рівень розлучень (за даними останніх опитувань, він найвищий в Європі), інститут родини не втрачає важливості. Незважаючи на те, що під загрозою деякого занепаду і фундаментальні цінності та ідеали на різних рівнях зазнають певної руйнації, сім'я залишається на найвищому щаблі в ієрархії цінностей британського суспільства і все ще є найважливішою для щасливого успішного життя. Для більшості британців наявність батьків відіграє значно більшу роль, ніж офіційні інституції. Більшість вважає, що шлюб не вийшов із моди, і мріє про нормальну повноцінну сім'ю.

На наступному щаблі в ієрархії перебуває цінність *Work* (13%), що представлена ключовою лексемою *work* та великою кількістю одиниць, що входять до семантичного поля цієї лексеми чи до її синонімічного розширення. Ця складова частина, як і багато інших в ієрархії, актуалізується у британських масмедійних текстах через обов'язковість, тобто як «обов'язок працювати», саме тому права та обов'язки є окремою цінністю в системі. Складник *Rights and duties* (3,9%) за частотністю входить до навіколоядерної зони концепту VALUES. Працю британці розуміють як інструментальний засіб матеріального забезпечення життя. Для них це – нормальний та природний для людини спосіб та сфера для індивідуальної творчості, самовираження та конкурентних досягнень [4, с. 181].

Висока частотність складника *Science* (9%) дала змогу включити його до ядра концепту VALUES. Йдеться про розуміння того, що конкурентоспроможне суспільство у сучасному світі повинне базуватися на новітніх розробках, відкриттях, досягненнях, особливо у сфері інноваційних технологій, медицини, освоєння космосу, розроблення штучного інтелекту тощо. Наявність такої складової частини в ядрі концепту доводить, що британці усвідомлюють, чим потрібно керуватися, щоб утриматися на достатньо високих позиціях серед світових лідерів, і наскільки важливим є становище країни у світі для кожного громадянина.

Попри те, що рівень загальної поваги до суспільних інституцій значно знизився [4, с. 185], складник *Public institutions* (8,2%) все ще має дуже високу частотність і входить до ядра концепту VALUES. Важливість цієї цінності зумовлена особли-

востями британської історії, пріоритетами та вибором британців. Показовим є те, що високу частотність у семантичному полі складника *Public institutions* мають одиниці *church* і *hospital* – 24 тисячі та 17 тисяч слововживань відповідно [1, с. 76].

Навколоядерна зона містить такі одиниці, як *Private property* (5,3%), *Collaboration* (5,3%), *Democracy* (4,6%), *Success* (4,6%), *Money* (4,3%), *Consumerism* (4,2%), *Rights and duties* (3,9%), *Community* (3,8%). Висока частотність складника *Private property* (5,3%) зумовлена традиційно шанобливим ставленням британців до приватної власності, повагою до приватних кордонів. Пріоритет приватної власності, прав людини є умовою економічного процвітання країни, якщо держава не втручається в приватне та особисте життя людини, а захищає його.

Цінність праці, як уже говорилось вище, є однією із найважливіших для британського суспільства. Проте, попри важливість особистих досягнень, британці готові й уміють співпрацювати. Це доведено високою частотністю складника *Collaboration* (5,3%), що входить до навколоядерної зони концепту VALUES. Для громадян Великої Британії, попри її багатонаціональність, важливою є приналежність до спільноти, визнання власних досягнень спільнотою, що відображено у частотності складника *Community* (3,8%). Британці характеризують себе як націю, що має сильний дух спільноти та почуття спільноти (*togetherness*) [4, с. 183].

Наявність у навколоядерній зоні концепту VALUES складників *Money* (4,3%) та *Consumerism* (4,2%) є доволі показовою. В останні десятиліття прем'єр-міністри Великої Британії, починаючи з Тоні Блера, висловлюють занепокоєння трансформаціями, що їх зазнають традиційні британські цінності, та змінами у британському суспільстві. Вони зазначають, що споживачтво та гонитва за грошима стають рушійними силами, головними факторами успіху, особливо для молоді. Проте для багатьох британців гроші означають якість життя, вони потрібні для того, щоб купити хороший будинок і автомобіль, дати належну освіту дітям, оплатити відпочинок, дозволити собі трохи розкоші, а головне – піклуватися про здоров'я [1, с. 77].

Цікавим є той факт, що лексема *health* входить також до семантичного поля цінності *Success* (4,6%), що за частотністю включена до навколоядерної зони концепту. Таким чином, здоров'я вважають мірилом успіху в особистісній сфері. Добре здоров'я, фінансова свобода, щаслива сім'я забезпечують високу якість життя, що є необхідною умовою для успіху.

Успіх у британців асоціюється із досягненнями і є результатом особистісних якостей. Амбітна, наполеглива, рішуча, енергійна, працьовита, чесна і творча людина здатна на звершення, незалежно від етнічної чи расової приналежності. У публічній сфері успіх асоціюється з видатними досягненнями (багатство, слава, лідерство у владі і позитивний внесок у розвиток суспільства) [4, с. 183]. Лише наполегливість та готовність докласти зусилля можуть забезпечити успіх, його не можна досягнути миттєво. Ні національна чи расова приналежність, ні привілеї при народженні не здатні забезпечити успіх. Потенційно будь-хто може стати успішним, тобто підкреслюється індивідуалістична позиція, якої притримується більшість британців.

Периферія концепту VALUES є найбільшою за кількістю складників. До неї ми віднесли такі компоненти, як *Respect / pride* (2,7%), *Freedom* (2,5%), *Health* (2,2%), *Value(s)* (2%), *Rule of law* (1,3%), *Happiness* (1,3%), *Market economy* (1,1%), *Wealth* (0,9%), *Tolerance* (0,8%), *Justice* (0,5%), *Honesty* (0,3%). У пери-

ферії концепту VALUES перебувають цінності, ключові лексеми яких входять також до семантичних полів інших складників концепту. У лінгвокультурі британців цінності тісно переплетені між собою, наявність однієї складової частини передбачає чи впливає із наявності іншої чи інших. Лексема *health*, наприклад, що є ключовою для цінності *Health* (2,2%), також включена до семантичного поля цінностей *Family values* та *Success*, що підкреслює надзвичайну важливість здоров'я для британців. Міцне здоров'я не лише асоціюється з особистим успіхом та щасливим сімейним життям, а є окремою цінністю, що має доволі високу частотність.

Складник *Respect / pride* (2,7%), що знаходиться у периферії концепту VALUES, відображає одні з найхарактерніших рис британського характеру – гордість за себе, за свою країну і повагу у найширшому розумінні цього поняття – до себе, оточення, суспільних інституцій, общини, Бога. Ці цінності належать до традиційних у британському суспільстві. Вони тісно пов'язані з такою особливою складовою частиною, як *honour*, яка входить до семантичного поля названих одиниць. Цінності британського суспільства передбачають, що всі його члени демонструють повагу один до одного, при цьому не посягаючи на особистий простір інших і намагаючись не привертати до себе увагу. Одним із найуживаніших слів англійської мови у Британії є *sorry / вибачте*, хоча насправді, вимовляючи його, британці рідко демонструють якесь розкаяння, оскільки найчастіше це вибачення не має жодного стосунку до того, що вони зробили, а є просто формальним. Якщо британці не вибачаються перед незнайомою людиною, перш ніж звернутись до неї чи, наприклад, сісти біля неї, то це для них буде виявом неповаги і втручанням в особистий простір цієї людини. Повага пронизує всі сфери життя у Великій Британії. Для британської бізнес-культури, скажімо, характерним є пошановування рангу, віку та авторитету. Повага до минулого країни і її теперішнього, до монарха є обов'язковими складниками виховання патріотизму. Гордість та гордовитість є стереотипними рисами британського характеру, які не втратили важливості й досі.

Складники *Freedom* (2,5%) та *Market economy* (1,1%) відображають важливість свободи для британського суспільства. Права і свободи людини традиційно були найвищими цінностями для британців. Ринкова економіка пов'язана зі свободою, оскільки передбачає рівні можливості для усіх, вільну конкуренцію тощо. Якщо держава втручається у свободу особистості, то для британців це є неприйнятним. Такі фундаментальні поняття, як права людини, свобода, демократія є необхідними для виховання патріотизму та прищеплення любові до країни, гордості за неї.

Складова частина *Wealth* (0,9%), яка знаходиться у периферії концепту VALUES, тісно пов'язана із такими цінностями, як *Money*, *Consumerism*, *Success* із навколоядерної зони концепту, що підкреслює важливість грошей, матеріальних благ, багатства для успішного і щасливого життя. Цікавим є той факт, що серед вербалізаторів цієї цінності найчастотнішою є саме ключова лексема *wealth* із похідними, тобто ця цінність найчастіше актуалізується через пряме найменування, підкреслюючи, таким чином, що британці насправді прагнуть саме до матеріального благополуччя, вираженого в певному грошовому еквіваленті. Споживання та вибір стали ключовими складниками сучасного британського суспільства. Персональний достаток та індивідуальний вибір стали пріоритетними і багато в чому

замінюють традиційні моральні цінності, такі як, наприклад, чесність чи вірність у шлюбі [1, с. 78].

У периферії концепту VALUES перебувають також такі одиниці, як *Rule of law* (1,3%) та *Justice* (0,5%). Вони відображають традиційні цінності британського суспільства – верховенство права, справедливість, повагу до суспільних інституцій. Згідно з опитуванням 2005 року, проведеним YouGov, 90% британців вважають справедливість та чесну гру дуже важливими складниками британства. Ідея верховенства права має глибоке коріння у Великій Британії і є доктриною загального англосаксонського права. Розвинена культура верховенства права у британському суспільстві полягає у повазі людей до законів країни та до рішень судів. Традиційною вважається повага до прав кожного громадянина, не визнається пріоритет жодного із фундаментальних прав над іншими, оскільки межею для дії одного права є дія іншого або дія закону. У британській культурі всі розуміють важливість індивідуальних прав та безпеку, яка може виникнути, якщо держава буде їх порушувати. В такому разі британці готові захищати свої права, але знову ж таки правовими, законними методами.

У периферії концепту VALUES виокремлено також таку цінність, як *Tolerance* (0,8%). Толерантність у розумінні британців – це соціальна цінність, що забезпечує права людини, її свободу та безпеку. Ставлення до толерантності відрізняється залежно від віку. Як свідчать результати останніх опитувань, більшість британців вважає, що вони повинні бути толерантним суспільством, у якому всі мають рівні права. Проте молоді люди є значно толерантнішими порівняно із людьми старшого віку [4, с. 185]. Британці вважають, що у сучасному світі немає абсолютних істин, і виділяють толерантність як найважливішу моральну цінність, яка означає не терпиме прийняття ідей чи поглядів, які є неприйнятними для них, а можливість співіснування з тими, хто сповідує інші ідеї чи погляди. Адже всі люди мають рівні права, незалежно від етнічної, расової чи іншої приналежності.

Хоча лексема *honesty* входить до семантичних полів інших цінностей, наприклад синонімічне розширення ключової лексеми концепту, семантичне поле складників *Rights and duties*, *Family values*, у британській лінгвокультурі чесність виокремлюється як окрема складова частина у системі цінностей – *Honesty* (0,3%), що за частотністю включена до периферії концепту VALUES. Проведені нещодавно опитування свідчать, що більшість британців вважає чесність найважливішою моральною цінністю. Вони керуються правилом, що з іншим потрібно поводитися так, як ти хочеш, щоб поводитися з тобою [4, с. 184]. Проте погляди на чесність як моральну цінність теж мають вікові відмінності – молодь є доволі амбівалентною у цьому питанні.

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Одиниці, що репрезентують культурні вияви народу, належать національній мовній свідомості та об'єктивуються у мові елементами, визначеними етнокультурними особливостями тієї картини світу, частиною якої вони є. Зміст британського концепту VALUES зумовлений специфікою британської лінгвокультури, а засоби його вербалізації віддзеркалюють світогляд та етнокультурні традиції носіїв культури. Модель номінативного поля досліджуваного концепту є ядерно-периферійною структурою. Значущість когнітивного і лінгвокультурологічного напрямів сучасної концептології дала змогу зробити

висновок, що до ядерної та периферійної зон номінативного поля концепту VALUES входять ключова лексема *value(s)*, пов'язані з нею одиниці, а також їх синонімічне розширення.

Результати підрахунку співвідношення кількості одиниць-вербалізаторів концепту VALUES у різних сегментах його номінативного поля показали, що у структурі лінгвокультурного концепту VALUES найчисленнішими є лексеми *Family values*, *Work*, *Science*, *Public institutions*, що входять до ядра і частотність яких є значно вищою порівняно із іншими компонентами. Навколоядерна зона номінативного поля VALUES включає компоненти *Private property*, *Collaboration*, *Democracy*, *Success*, *Money*, *Consumerism*, *Rights and duties*, *Community*. Складовими частинами периферії концепту VALUES є: *Respect / pride*, *Freedom*, *Health*, *Value(s)*, *Rule of law*, *Happiness*, *Market economy*, *Wealth*, *Tolerance*, *Justice*, *Honesty*.

Підрахунок лексем-вербалізаторів концептів дав змогу окреслити розподіл концептуальних ознак і їх концентрацію у певних сегментах номінативних полів.

#### Література:

1. Світліковська О.А. Вербальні та невербальні засоби актуалізації соціокультурних цінностей британців та американців (на матеріалі масмедійних текстів) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2021. 294 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. Москва : Энциклопедия, 2010. 685 с.
3. Пирог Г.В. Ціннісна природа релігії (аксіологічний аналіз християнства) : дис. ... канд. філол. наук : 09.00.11. Київ, 2005. 181 с.
4. Чернишенко І.А. Ключові цінності британської картини світу та їх вербалізація у суспільно-політичному дискурсі. Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Сер. "Філологічні науки". 2009. Вип. 81 (3). С. 179–188.
5. Кошарная С.А. Языковая личность как объект лингвокультурологии. Мова і культура. Київ : Видавн. Дім Дмитра Бураго, 2007. Вип. 9, Т. I (89) : Філософія мови і культури. С. 12–17.
6. British National Corpus. URL: <https://www.english-corpora.org/bnc/> (дата звернення: 05.02.2020).

#### Svitlikovska O. Verbalizers of the Concept "VALUES" in the British Linguoculture

**Summary.** The article investigates the system of values in the British linguoculture through the concept of VALUES. The nominative field of the concept VALUES has been created on the basis of the linguistic means that represent it. The structure of the nominative field of the concept consists of the nucleus, periphery and perinuclear zone. To establish the nuclear of the concept VALUES nominative field in the British media discourse the definitions of a key lexeme and its synonymic expansion, as well as related lexemes were traced in dictionaries and thesauruses.

It has been established that the nucleus of the VALUES concept includes the following components: *Family values*, *Work*, *Science*, *Public institutions*. The perinuclear zone includes: *Private property*, *Collaboration*, *Democracy*, *Success*, *Money*, *Consumerism*, *Rights and duties*, *Community* etc. The periphery of the VALUES concept is: *Respect / pride*, *Freedom*, *Health*, *Value(s)*, *Rule of law*, *Happiness*, *Market economy*, *Wealth*, *Tolerance*, *Justice*, *Honesty*, etc.

The research has made it possible to highlight the values pertaining to modern cultures of the citizens of Great Britain : *Tolerance*, *Honesty*, *Freedom*, *Justice*, *Rule of law*, *Rights and Duties*, *Family*, *Health*, *Work*, *Democracy*, *Happiness*, *Suc-*

*cess, Community, Consumerism, Patriotism, Respect and Pride for the country, Private property, Money, Public institutions, Market economy, Wealth, Science, Collaboration, etc.*

One of the sections of the research is concentrated on the analysis of 210000 lexemes which verbalize a British concept VALUES and form a part of its nominative field. An analysis of the British values that define national identity, culture and customs has been made.

British values are ranked in relation to the frequency of the identified verbalizers. The ranking of the values is carried out in relation to frequency: from the most to the least frequent, in percentage of the total number of lexemes necessary to generate a nuclear, perinuclear and peripheral zone within the concept VALUES characteristic of British linguoculture.

**Key words:** value system, nominative field, concept verbalizers, nuclear area, perinuclear area, peripheral area.