УДК 811.111'373:330
DOI https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.47-2.36

Шовкопляс Ю. О.,
кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри викладання другої іноземної мови
Запорізького національного університету

СФЕРИ ПОХОДЖЕННЯ СЛЕНГОВОЇ МЕТАФОРИ В АМЕРИКАНСЬКОМУ ВАРІАНТІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню сленгових метафор американського варіанта англійської мови. У статті надається визначення поняттям «сленг», «сленгова метафора». У ній з'ясовуються також сфери походження сленгу в американському варіанті англійської мови, а також сфери та джерела появи його сленгових метафор.

Сленг є окремим шаром нелітературної, розмовної мови, лексичні та фразеологічні одиниці якого мають яскраве емоційно-експресивне та оцінне значення. Джерелами походження сленгу в американському варіанті англійської мови є кант, жаргон, арго та просторіччя. Одиниці канту, жаргону та арго використовуються представниками певної соціальної групи і, як правило, є незрозумілими для іншої. На відміну від просторічних одиниць, сленгізми можуть використовуватися добре освіченими людьми, що є представниками певної професійної групи.

Сленгова метафора є емоційно та експресивно забарвленим, нелітературним засобом вторинної номінації, значення якого формується на основі подібності референтів. Сленгові метафори використовуються в американському варіанті англійської мови для надання характеристик людині, її діям, поведінці, людським відносинам, ситуаціям, подіям, поняттям із різних сфер. Вони виникають у розмовному мовленні представників певних соціальних груп, декласованих у тому числі. Ці одиниці не реєструються у словниках стандартної лексики.

Ключовими сферами походження сленгових метафор в американському варіанті англійської мови є музична, кінематографічна, гастрономічна сфери, а також сфера спорту. Сленгові метафори з'являються у вказаній сфері не тільки завдяки спілкуванню спортсменів, але й завдяки комунікативній взаємодії їх уболівальників. Багато сленгових метафор із визначених сфер було переосмислено та потрапило з часом у побутову сферу або інші сфери розмовного мовлення.

Сферами появи сленгових метафор в американському варіанті англійської мови є також сфери спілкування декласованих осіб, зокрема наркоманів. Метафоричні одиниці, що виникли в подібних сферах, як правило, переосмисленню не підлягають та не потрапляють до інших комунікативних сфер.

Ключові слова: американський варіант англійської мови, нелітературна мова, сленг, метафора, сфери походження.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Метафора слугує однією з основних форм пізнання та концептуалізації світу, за допомогою неї творяться нові поняття, без яких неможливе отримання знань про нього [1, с. 20]. Метафори прикрашають наше життя, урізноманітнюють мовлення та сприяють творчому розвитку людей. Як зазначав Ф. Ніцше, «людське знання неминуче метафорично – це істина, в якій ми собі відмовляли, довіряючи таким хибним ідеалам, як буквальне значення» [цит. за 2, с. 12].

Оскільки метафора є універсальним явищем, властивим усім мовам, її дослідженню приділялася велика увага у різних галузях гуманітарного знання, починаючи з античних часів. Неабиякий інтерес лінгвістів до метафори зумовлений її роллю у мові людських спільнот і кожної людини. Деякі дослідники вважають, що метафора з'явилася тоді, коли людина не змогла описати те, що бачить або відчуває за допомогою одиниць мови, що використовувалися у прямому значенні [3, с. 8; 4, с. 16].

Аналіз останніх досліджень і публікацій із цієї теми, виокремлення не виділених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Попри наявність великої кількості праць лінгвістів, присвячених вивченню різних типів та вимірів метафор [4–13], ще й дотепер недостатня увага приділена дослідженню сленгової метафори, що й зумовлює актуальність цієї наукової розвідки. Її **метою** є дослідження сленгових метафор американського варіанта англійської мови, а її **завдання** в зв'язку з цим полягають у визначенні понять «метафора», «сленг», «сленгова метафора», з'ясуванні сфер походження сленгу американського варіанта англійської мови, а також сфер, джерел, соціокультурних факторів появи його сленгових метафор.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих результатів. Класичні визначення метафори зводяться до аристотелівського: «метафора є перенесенням незвичного імені з роду на вид, або з виду на рід, або за аналогією» [14, с. 39]. Відповідно, метафоризація значення полягає в «перенесенні назви з одного денотату на інший на підставі встановленої подібності денотатів за відповідними ознаками» [9, с. 46]. Метафоричне значення формується ознаками того денотата, назва якого переноситься на іншого. Отже, метафора є не чим іншим, ніж порівнянням, у якому людина не стільки відкриває подібність, скільки створює її сама.

Складність та багатоаспектність метафори відзначається українськими дослідницями О.В. Борисович, Т.А. Чаюк: «Метафора є креативним засобом збагачення мови, виявом мовної економії, семіотичною закономірністю, що виявляється у використанні знаків однієї концептуальної сфери на позначення іншої, уподібненої до неї у певному відношенні» [7, с. 56]. Творення метафори пов'язано із процесами концептуалізації та категоризації дійсності. Метафору вважають також засобом творення мовної картини світу, що доповнюється

новими концептами (в розумінні концепту як «психоментального утворення» [8, с. 4]. Метафоричне бачення світу пов'язується із генезисом людини та притаманної їй культури [5, с. 86]

У сучасній лінгвокультурології, що вивчає взаємозв'язок і взаємодію культури та мови, метафора розглядається як один із ключових елементів культури. Так, наприклад, відзначаючи, що між мовою та культурою відбувається взаємодія, в результаті якої не тільки культура впливає на мову, але й мова на культуру, В.А. Маслова вказує на те, що метафора є способом представлення культури, оскільки вона віддзеркалює фундаментальні культурні цінності тієї чи іншої лінгвоспільноти [10, с. 19]. Дослідження метафор, їх порівняльний аналіз уможливлює не тільки з'ясування ідіоетнічних рис тієї чи іншої нації, але й розуміння світу окремими верствами населення, окремими соціальними групами, що виявляється у сленгових метафорах.

Для розуміння лінгвального статусу та особливостей сленгової метафори необхідно з'ясувати сутність самого поняття «сленг». Зазначимо, що воно не отримало єдиного тлумачення у лінгвістиці, що зумовлено різним обсягом змісту, який вкладають науковці у вказане поняття. Так, наприклад, російський дослідник В.О. Хомяков вважає поняття «сленг» видовим, розмежовуючи його на «загальний сленг» і «спеціальний сленг». Під загальним сленгом мовознавець розуміє «відносно сталий для певного періоду, поширений шар нелітературної лексики та фразеології у сфері живої розмовної мови, неоднорідний за своїм генетичним складом і ступенем наближення до літературної мови, що має яскраво виражений емоційно-експресивний, оцінний характер» [16, с. 11]. Спеціальний сленг у трактуванні дослідника є «специфічною лексикою та фразеологією соціальних жаргонів і арго різних верств населення мовної спільноти» [16, с. 12].

Не розмежовуючи поняття «сленг», Ю.К. Волошин розуміє під ним «особливий периферійний лексичний шар, що знаходиться не тільки поза межами літературної мови, але й поза межами діалектів загальнонаціональної мови, що, з одного боку, включає в себе специфічну лексику та фразеологію професійних говорів, соціальних жаргонів і арго, а з іншого – емоційно-експресивні лексичні та фразеологічні одиниці нелітературного мовлення» [17, с. 20].

І.В. Арнольд визначає сленг як «виключно розмовні слова та вирази із грубим або жартівливим емоційним забарвленням, не апробовані (не прийняті) в літературному мовленні» [18, с. 284]. Автор одного із найбільш популярних словників сленгу американського варіанта англійської мови С. Флекснер визначає, що американський сленг являє собою «корпус слів і виразів, що часто використовуються та є зрозумілими більшості американців, які не визнаються одночасно ними правильними та загальновживаними одиницями» [19, с. 9]. Саме тому сленгізми не реєструються у словниках стандартної лексики, з цією метою укладаються спеціальні словники сленгу.

До них можуть входити так звані «сленгові метафори», під якими розуміють «емоційно забарвлені, нелітературні засоби розмовної мови, значення яких утворено шляхом метафоричного перенесення» [20, с. 32]. Зауваження Н.Д. Арутюнової про «вирок, але не судовий» [6, с. 7] яскраво розкриває сутність сленгової метафори, яка є засобом надання виразної характеристики людини, її професії, роду діяльності, наприклад: *baby magnet* (*college sl.*) – *a person that attracts girls* [21, с. 21]; *baby catcher (med. sl.)* – *obstetrician* [21, с. 20]; *bean counter* (*gen. sl.*) – *person whose business is to work closely with numbers or statistics* [21, с. 25]; *greenhorn (gen. sl.)* – *inexperienced, unsophisticated person* [21, с. 82]; *heavyweight (gen.sl.)* – *important, influential person* [21, с. 90]; *live wire (gen. sl.)* – *extremely energetic person* [21, с. 132].

Основними джерелами походження сленгових одиниць американського варіанта англійської мови є кант, жаргон та арго [17, с. 32]. Кант є нелітературним мовленням певної соціальної групи, значення одиниць якої є незрозумілим для представників іншої. Використання подібного мовлення дає змогу ввести в оману людей, які не належать до цієї групи [17, с. 33]. Жаргон є мовленням певної соціальної чи об'єднаної спільними цілями групи людей, що містить багато слів і виразів, які відрізняються від загальновживаної мови, є досить часто штучними, а також не належать до літературної мови. Подібні одиниці характеризуються експресивністю, особливими словотвірними моделями та засобами [17, с. 34]. Арго є мовою певної соціальної групи людей, їх так званою «соціальною говіркою», як правило, також незрозумілою для інших. На відміну від жаргону, який зазвичай є професійно спрямованим, арго може використовуватися незалежно від професії [16, с. 10].

Окрім канту, жаргону та арго, джерелом походження сленгу вважається також просторіччя, представлене мовними одиницями та виразами зниженого тону та так званого «народно-розмовного мовлення» [17, с. 35]. На відміну від просторіччя, сленг може використовуватися освіченими людьми, представниками певної вікової, професійної або іншої групи.

Однією із сфер появи сленгізмів в американському варіанті англійської мови є сфера музики. Так, наприклад, завдяки блюзу та блюзовим пісням у ньому з'явилися такі мовні одиниці, як *back door man / friend – любовник заміжньої жінки* (вираз із пісні «Back Door Man», написаної американським блюзменом, композитором, співаком Віллі Діксоном у 1960 році) [22, с. 332]. Із блюзової пісні Р. Джонса «If I Had Possession Over Judgment Day» до загальноамериканського сленгу потрапили метафори *biscuit* (*звабна дівчина*) та *biscuit roller* (*залицяльник*).

У сфері музики з'явилася велика кількість інших метафоричних сленгових одиниць, зокрема: *alcorub, back door, boogie-woogie, canned heat, captain, coffee grinder/grinding. cold in hand, dust my broom, eagle rock, easy rider, Georgia crawl, goin' up the line / goin' down the line, hobo, hokum, honey dripper, man, hoodoo, hot foot powder, jelly/jelly roll, jinx, nation sack, policy game, ambling, roadhouse, roll rounder, sharecropping, shimmy, spoonful, squeeze my lemon* тощо.

Деякі метафори музичної сфери походять від назв американських питних закладів і різного роду алкогольних напоїв. Так, наприклад, назва американського дешевого питного закладу, де знаходиться велика кількість алкогольних напоїв (*barrelhouse*), у 60-х рр. XX століття стала використовуватися в американському варіанті англійської мови для позначення музики грубого стилю, що походить з подібних закладів [22, с. 31]. Метафоричне позначення надзвичайно шкідливого алкогольного напою з метиловим спиртом, який продавався у США як паливо для пальників (*canned heat*), стало назвою відомої пісні американського блюзмена Т. Джонсона в 1928 році «Canned Heat Blues», а в 1965 році – назвою відомої американської блюз-рок-групи, створеної в Лос-Анджелесі відомими американськими музикантами А. Уілсоном та Б. Хайтом [22, с. 311].

Велика кількість сленгових метафор з'явилася в американському варіанті англійської мови у сфері кіно. До 1925 року

кіно не тільки стало однією з найбільш популярних форм розваг у США, але й зайняло п'яте місце в національному виробництві країни [23, с. 72]. Метафоричні сленгізми з'являлися у розмовній мові осіб, задіяних у кіноіндустрії. Так, наприклад, героїню, яка багато плаче у фільмі, почали називати *tear bucket*; акторку, зайняту в мелодрамі, називали *finger wringer*; негідників і розбійників називали *a baddie*.

Поява великої кількості нового кінообладнання привела до появи сленгових метафоричних назв нових професій сфери кіноіндустрії, наприклад: *gaffer, foley artist, supervising drape, focus puller, juicer, best boy, wrangler, post-punch supervisor, swing-gang*. Так, наприклад, метафора, що слугувала засобом розмовного позначення головного електрика в американському варіанті англійської мови *gaffer*, походить від сленгізму, що використовувався для саркастичної назви старої людини (викривлено та скорочено від *godfather*); назва особи, що відповідає за спецефекти *(foley artist)*, походить від імені відомого американського розробника технік звукових ефектів, що використовуються у кіновиробництві, Дж. Фоулі [23, с. 73]; назва особи, яка відповідає за драпірування інтер'єру сцен у кінофільмах (*supervising drape),* походить від лексеми *drape*.

Сучасні сленгові метафори сфери кіно слугують засобами характеристики типів фільмів тощо, наприклад: *splatter – a gory, bloody film* [21, с. 322]; *skin flick – a movie that revolves around sex and nudity* [21, с. 307]; *slasher – a film featuring excessive violence for the sake of violence* [21, с. 310]; *teaser – a commercial, where announcement means to arouse interest, and only vaguely and briefly refers to the product or event it is promoting* [21, с. 333]; *weeper – a sad film* [21, с. 407]; *yawner – a boring film* [21, с. 482] та ін.

Описуючи сленгові метафори, С. Флекснер відзначає, що більшість із них базується на сприйнятті людиною світу органами чуття. «Органи чуття не тільки сприймають інформацію, що надходить ззовні, але й кодують її, надаючи вихід у сферу мови» [19, с. 57]. Цим можна пояснити існування великої кількості сленгових метафор американського варіанту англійської мови, що походять від назв продуктів, страв, гастрономічних уподобань американців. Так, наприклад, для позначення грошей вони використовують такі сленгові метафори, як *cabbage, kale, lettuce;* для характеристики людей – *apple, cold fish, fruitcake, honey, turkey;* сп'янілу людину називають *boiled, fried, pickled;* для опису ситуацій і відносин застосовують такі вирази, як *to brew a pot, to receive a chewing out, to find oneself in a pickle, to be unable to swallow another's story, to ask what's cooking.*

Метафоричне використання мовних одиниць сфери гастрономії спостерігається й у сленгових фразеологізмах, наприклад: *to bring home mincemeat* (*hamburger*) *out of someone or smth. – знищити когось або щось*; *to bring home the bacon – заробляти на життя / на хліб*; *to beef smth. up – покращувати щось; bread winner – член родини, який утримує її матеріально*; *bread and butter – засоби існування; вислів, що позначає ситуацію, коли двоє, які йдуть разом, обходять стовп або будь-що інше з різних боків*; *to have a bun in the oven – бути вагітною; to wake and smell the coffee – усвідомити*; *to be caught with one's hand in the cookie jar – бути пійманому під час чогось; the whole enchilada – ціле діло; to spoon-feed someone – повільно пояснювати щось комусь; gravy train – праця, що приносить легкі гроші; nutty as a fruitcake – глупий, божевільний.*

Виникнення сленгових метафор зумовлено різноманітними соціокультурними факторами. Так, наприклад, любов американців до таких видів спорту, як американський футбол, баскетбол, бейсбол тощо, а також наявність великої кількості вболівальників привели до появи багатьох спортивних сленгових метафор в американському варіанті англійської мови. Наприклад, сленгізмами сфери футболу є touch – *informal game of football in which tackling is not allowed* [24, с. 582]; suicide squad– *special team called for kickoffs* [24, с. 576]; баскетболу – downtown – *deep pass or short* [24, с. 102], the suburbs – *long distance from the basket* [24, с. 569]; бейсболу – spike – *to slide into a base with the spikes on one's shoes in an attempt to harm the player defending the base* [24, с. 542], tools of ignorance – *catcher's equipment*) [24, с. 577]; гольфу – dogleg – *distinct turn on a fairway* [24, с. 91]; боксу – down for the count – *laid out in the ring while the referee counts to ten* [24, с. 99] та ін.

Той факт, що більшість американських уболівальників є пасивними спостерігачами спортивних подій, відзеркалено у значенні сленгової метафори *coach potato*, механізм метафоричного перенесення в якій пояснюється таким чином «*The small marks on potatoes are called 'eyes'. Couch potatoes would rather watch a baseball game on TV than go play softball in the park with friends or even go to a movie*» [23, с. 112].

Багато сленгових метафор, що з'явилися у сфері спорту, було з часом переосмислено, внаслідок чого їх почали використовувати в побутовій сфері. Так, наприклад, метафоричне словосполучення *utility player*, що з'явилось у сфері спорту та використовувалося в ній для позначення футбольного гравця, який міг виконувати у грі одночасно декілька ролей, отримало в американському варіанті англійської мови відтінок схвалення, похвали, стало одиницею так званого загального сленгу та почало використовуватися стосовно людини, що здатна впоратися з кількома дорученнями однаково добре.

Поширення набули й такі сленгові метафори, що з'явились у сфері спорту, як: *also ran – a person, who just participated in smth., without showing any enthusiasm, neither achieving any results; from horseracing, horse who doesn't place anywhere near the top in a race* [24, с. 37]; *batting a thousand – to be succeeding in an extraordinary way; to be holding the best possible baseball batting average, which is 1,000* [21, с. 71]; *behind the eight-ball – in a difficult position* [24, с. 76]; *to go to bat for – to show support for someone; from Baseball, to hit in place of someone else* [24, с. 172]; *to have two strokes against one, or: to have two strokes on one – to be at a disadvantage* [24, с. 194]; *to carry the ball – to take responsibility for a critical aspect of an action* [24, с. 132]; *the ball is in your court – onus is on you to take the next step in an exchange or series of exchanges* [24, с. 71]; *to throw someone a curve – to do or say smth. unexpected* [24, с. 562]; *to strike out – to fail, to fail to get a hit or otherwise get on base* [24, с. 567]; *KO – a decisive victory; abbreviation from boxing, for knock-out, when a boxer is knocked to the mat by his opponent and the referee counts to ten, signifying defeat* [24, с. 212].

Сленгові метафори виникають також у інших сферах. Так, наприклад, сферою походження великої кількості подібних метафор в американському варіанті англійської мови є сфера спілкування американських наркоманів, зокрема: *Acapulco gold – marijuana from S. W. Mexico* [24, с. 19]; *B – amount of marijuana to fill a matchbox* [24, с. 68], *B-40 – cigar laced with marijuana and dipped in malt liquor* [24, с. 69], *B.J.'s – crack* [24, с. 74], *B-ster – low grade marijuana* [24, с. 77], *to bang – to inject a drug* [24, с. 73], *big flake – cocaine* [24, с. 74], *Canadian*

black – marijuana [24, с. 127], *chipping – using drugs occasionally* [24, с. 134], *cloud – crack or huge hit from ice pipe* [24, с. 139], *crack gallery place where crack is bought and sold* [15, с. 148], *Indo – marijuana, term from Northern CA* [24, с. 184] тощо.

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у цьому науковому напрямі. Таким чином, сленгова метафора є емоційно забарвленим, нелітературним засобом вторинної номінації, значення якого утворюється шляхом метафоричного перенесення. Подібні одиниці використовується для надання характеристик людини, її дій, відносин, ситуацій, подій, понять із різних сфер. Вони виникають у розмовній мові представників певних соціальних, професійних, вікових та інших груп, декласованих у тому числі, та не реєструються у словниках стандартної лексики. Більшість сленгових метафор американського варіанта англійської мови виникли у музичній (зокрема, блюз, кантрі), кінематографічній, гастрономічній сферах. Джерелом походження сленгових метафор у аналізованому варіанті англійської мови є також сфера спорту. Багато сленгових метафор, що з'явились у вказаних сферах, було з часом переосмислено, внаслідок чого їх почали використовувати з іншим значенням у побутовій сфері. Сленгові метафори, що виникли у сфері спілкування американських наркоманів, подібному переосмисленню не підлягали. Перспективи подальших досліджень вбачаємо в аналізі структурних і семантичних характеристик сленгових метафор американського варіанта англійської мови.

Література:

1. Петров В.В. Метафора: от семантических представлений к когнитивному анализу. *Вопросы языкознания*. 1990. № 3. С. 20–32.
2. Полякова Е. Эстетика слова Ф. Ницше. М. : Элиста, 2004. 132 с.
3. Крюкова Н.Ф. Метафорика и смысловая организация текста : монография. Тверь : Твер. гос. ун-т, 2000. 163 с.
4. Скляревская Г.Н. Метафора в системе языка. СПб. : Наука, 1993. 152 с.
5. Аллендорф К.А. Значение и изменение значений слов. *Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореза*. 1965. № 32. С. 89–101.
6. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры / сост. Н. Д. Арутюнова. М.: Прогресс,1990. С. 5–32.
7. Борисович О.В., Чаюк Т.А. Мовна синестезія та синестезійна метафора. *Південний архів (філологічні науки)*. 2020. № 82. С. 54–59.
8. Галкина О.В. Метафора как инструмент познания (на материале терминов-метафор компьютерного интерфейса) : автореф. дис. . канд. филол. наук : 10.02.19. Тверь, 2004. 20 с.
9. Кущ Е.О. Метафоричні номінації іноземців як засоби експлікації упереджень американських політиків. *Нова філологія.* № 57. С. 45–48.
10. Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию. М. : Наследие, 1997. 207 с.
11. Харченко В.К. Функции метафоры : учебное пособие. М. : Издательство ЛКИ, 2007. 96 с.
12. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург : УрГПУ , 2003. 248 с.
13. Gibbs R. W. The Poetics of Mind : Figurative Thought, Language and Understanding. Cambridge : Cambridge University Press, 1994. 518 p.
14. Аристотель. Поэтика. Риторика / пер. с греч. В. Аппельрот, Н. Платонова. СПб. : Азбука, 2000. 348 с.
15. Березович Е.Л. Язык и традиционная культура: этнолингвистические исследования. М. : Просвещение, 2007. 600 с.
16. Хомяков В.А. Социально-стилистическое варьирование и лексическое просторечие. *Социальная и стилистическая вариативность современного английского языка* : Межвуз. сб. науч. трудов. Пятигорск, 1988. С. 5–11.
17. Волошин Ю.К. Общий американский сленг : состав, деривация и функция (лингвокультурологический аспект): дис. … д-ра филол. наук. Краснодар, 2000. 341 с.
18. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. М. : Флинта, 2002. 384 с.
19. Flexner S.B. I Hear America Talking : An Illustrated Treasury of American Words and Phrases. New York : Van Nostrand Reinhold, 1976. 632 p.
20. Фененко Н.А. Язык реалий и реалии языка. Воронеж : ВГУ, 2001. 140 с.
21. Spears R. American Slang Dictionary / 4-th ed. N. Y. : McGraw-Hill Eduction, 2006. 546 p.
22. Crawford R., Hamberlin L. An Introduction to America's Music / 3-d ed. N. Y. : W. W. Norton & Company, 2019. 531 p.
23. Teague G., Beechey A. USA-Culture Smart! : The Essential Guide to Customs & Culture. L. : Kuperaed, 2017. 172 p.
24. Wentworth H. Dictionary of American Slang / 2-nd ed. N. Y. : Crowell-Collier Publishing Company, 1975. 766 p.
25. Томахин Г. Д. Реалии-американизмы. М. : Высшая школа, 1988. 239 с.

Shovkoplias Yu. The spheres of origin of the slang metaphor in the American variant of the English language

Summary. The article is devoted to the research of slang metaphors appeared in the American variant of the English language. The definitions of the notions of «slang» and «slang metaphor» are given in the article. Spheres of origin of slang and slang metaphors in the abovementioned variant of the English language are also clarified in it.

Slang is viewed as a lexical and phraseological layer of non-literary, spoken language, units of which are characterized by emotive, expressive and evaluative meanings. Cant, jargon, argot and vernacular language are considered to be sources of origin of the American English slang. Units of cant, jargon, and argot, used by representatives of a certain social group, are obscure to another one. Unlike units of vernacular language slangisms are also used by well-educated people – representatives of certain professional or any other social groups.

A slang metaphor is emotionally colored non-literary means of secondary nomination, the meaning of which is formed on the basis of similarity of referents. Slang metaphors are used in the American variant of the English language for designating and characterizing of people, their actions, behavior, situations, human relationships, notions from different spheres. Slang metaphors appear in colloquial speech of representatives of different social groups, declassed ones in particular. These units are not registered in the dictionaries of the standard lexis.

The key spheres of slang metaphors appeared in the American variant of the English language are musical, cinematographic, gastronomic, and sport. Slang metaphors appear in the sport sphere due to the professional communication of sportsmen and verbal interaction of their fans. Many of slang metaphors from the abovementioned spheres were reconsidered and came into the everyday speech or other spheres of spoken language.

American English slang metaphors appeared also in spheres of communication of declassed persons, drug-users in particular. As a rule, metaphorical units appeared in such spheres are not reconsidered and don't come into another spheres of spoken language.

Key words: the American variant of the English language, non-literary language, slang, metaphor, the spheres of origin.