

## INHALTVERZEICHNIS

<b>ABSTRAKT</b> .....	<b>i</b>
<b>VORWORT</b> .....	<b>ii</b>
<b>INHALTSVERZEICHNIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS</b> .....	<b>v</b>
<b>ANHANGVERZEICHNIS</b> .....	<b>vi</b>
<b>KAPITEL I EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
A. Der Hintergrund .....	1
B. Fokus der Untersuchung.....	6
C. Das Untersuchungsproblem.....	6
D. Das Untersuchungsziel.....	6
E. Der Untersuchungsnutzen .....	7
<b>KAPITEL II TEORETISCHE UND KONZEPTIONELLE GRUNDLAGE</b> .....	<b>8</b>
A. Theoretische Grundlagen .....	8
1. Der Begriff der Soziolinguistik.....	8
2. Der Begriff der Code.....	10
3. Der Begriff von <i>Code Mixing</i> .....	11
4. Die Arten von <i>Code Mixing</i> .....	12
5. Die Faktoren der Entlassungsgründe <i>Code Mixing</i> .....	19
6. Twitter ist als ein soziales Medium.....	20
B. Konzeptionelle Grundlage.....	25
<b>KAPITEL III UNTERSUCHUNGSMETHODOLOGIE</b> .....	<b>26</b>
A. Die Untersuchungsmethode .....	26
B. Untersuchungsort .....	26
C. Die Daten .....	26
D. Die Datenquelle.....	26
E. Die Technik der Datenanalyse .....	26
<b>KAPITEL IV DIE ERGEBNISSE DER UNTERSUCHUNG</b> .....	<b>28</b>
A. Datenbeschreibung .....	28
B. Die Analyse der Bildung von Code Mixing im posten auf Twitter.....	29
<b>KAPITEL V SCHLUSSFOLGERUNG UND VORSCHLÄGE</b> .....	<b>47</b>
A. Schlussfolgerung .....	47
B. Vorschläge .....	48
<b>LITERATURVERZEICHNIS</b> .....	<b>49</b>