

「就活」のつぶやき

植 田 麦

はじめに

大学教員は多く、学生の就活に悩まされる。授業を欠席した理由を聞けば「インターンシップに参加するため」と答えられ、卒業論文の進捗がはかばかしくない事情を尋ねれば「面接があって」と答えられる。そのたびに大学教員は学生に対して憐憫の情を抱くとともに、就活に対する敵愾心を燃やす(かもしれない)。

しかし、稿者は就活をしたことがない。稿者の場合、学部卒業後に大学院に進学し、研究を進めたのち、教育機関に勤務した。勤務するための活動が「就活」かもしれないが、一般に理解されるそれとはかなり質を異にする。また、実務家を経て大学教員になった場合、いわゆる就活を経験しているだろう。しかしながら、それとて十年以上は昔の経験であり、あるいは数十年前である。

とはいえ、質や量に差はあるにせよ、大学教員は就活について経験はなくても知識はある。学生がいかなる環境にあるのか、その知見がなければ教育に支障が生じる。だが、就活のなかで彼らが何に苦しみ、何を学んでいるのか、経験しなければわからないことについては、外部者である教員は手を触れることができない。

さらに、この数年はそれ以前に比して、就活は大きく様変わりしている。コロナ禍である。説明会や面接はオンラインになった。労働の形態も変化を

余儀なくされている。その他、根本的なことからシステムの全体に関わることまで、就活の現場に立たない人間にはみえない様々な変容があるのだろう。大学教員は否応なく、就活の実態についての知見をアップデートせざるをえない。

本稿は、このコロナ禍の最中、就活がいかに語られたのかを考察するものである。その目的から、2021年3月1日0時台から同年9月30日23時台までに、Twitterで発信された、「就活」を含むツイートを収集した。3月1日は就活の広報解禁日であり、10月1日は多くの企業において内定式が行われる。そのため、当該期間を設定した。

この考察は、稿者のきわめて個人的な動機にもとづいている。すなわち、コロナ禍において就活はいかに行われたのか、就活に関わっていかなる言説が生み出されたのか。それらを検討することで、大学教員として就活を考えることとした。稿者はキャリア教育を専らに研究するものではない。だが、人文学の研究者であり、研究の対象は「ことば」である。ならば、ことばの集積ともいえるTwitterを研究資源として、コロナ禍において就活がいかなる言説として表出したのかをあきらかたらしめることは、研究者としてまた大学教員として稿者が行うべきことからであると考えてるのである。

1. コロナ禍と就活

分析に先立ち、2021年の就活についての統計と先行研究をみておく。

文部科学省・厚生労働省が公にした「令和3年度大学卒業者の就職状況調査（令和4年4月1日現在）」(https://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa01/naitei/kekka/k_detail/1422624_00003.htm、2022年9月1日アクセス)は、大学・短大・高専および専修学校を2022年3月に卒業した6,250人を対象として、内定状況を調査し、就職希望率・就職率・そして各年度の10月1日・12月1日・2月1日・翌年度4月1日時点における就

職（内定）率を公表している。以下は、当該資料における「就職（内定）率の推移（大学）」の状況である。ただし、元となった資料では元号の表示であったが、図 1-1 では就活で使用される用語「西暦 + 卒」とした。たとえば「22 年卒」は 2022 年 3 月に卒業する、あるいは卒業を予定する学生である。

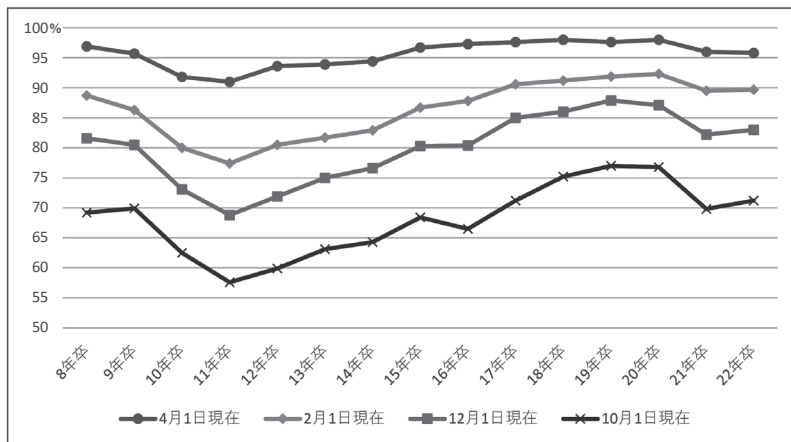


図 1-1 就職（内定）率の推移（大学）

各年度の「10 月 1 日現在」を概観すると、11 年卒を底として、コロナ禍の影響を受けなかった 20 年卒まで、おおむね右肩上がりに上昇している。しかし、コロナ禍への対応が本格化した 21 年卒は 17 年卒の水準まで低下、22 年卒も 21 年卒から 1.4 ポイント増と、わずかな増加にとどまっている。最終的な就職率も、21 年卒・22 年卒ともに 15 年卒以下である。

本稿は 2022 年の 3 月 1 日から 9 月 30 日まで、つまり上記の図では「22 年卒」の「10 月 1 日現在」が調査対象である。上述のとおり、就職内定率はおおよそ 70% と、21 年卒および 22 年卒は 17 年卒と同水準にまで低下している。22 年卒就活生の就活が困難に満ちたものであったことは疑いえない。

次に、就活が期間中、どの程度実施されたのかを確認しておこう。以下は、株式会社リクルートの就職みらい研究所が公開した「就職プロセス調査（2022年卒）」「2021年10月1日時点 内定状況」（https://shushokumirai.recruit.co.jp/research_article/20211012001/、2022年9月1日アクセス）のうち、「Ⅷ. 内定有無別に見る就職活動実施率」における大学生全体の就職活動実施率をグラフにしたものである。なお、当該調査は株式会社リクルートの運営するサイト「リクナビ2022」を利用した大学生および大学院生の調査モニター参加者8,724人のうち、大学生1,497人が回答したデータに基づく。

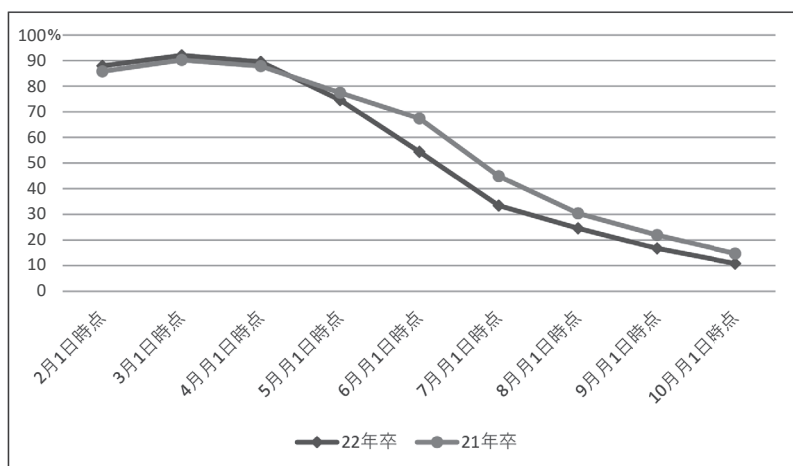


図 1-2 就職活動実施率（大学生_全体）

22年卒の就職活動実施率は3月をピークとして下降する。3月1日・4月1日はおおむね90%程度、5月1日は74.6%であるが、6月1日には54.4%まで減少し、そして8月1日までに24.6%まで低下する。学生が夏休みを迎え、秋学期に入るところ（10月1日）には10.8%と、およそ90%の就活生は

その活動を終了する。

Twitterにおいて「就活」をツイートするのは、当然ながら就活生か、就活生を対象とする者であろう。いずれであるにせよ、就活実施率が低下すればツイート数も減少することが予想される。とすれば、3月に取得されるツイートが最も多く、そこから逡減して9月に取得されるツイートが最も少なくなるはずである。

最後に、コロナ禍における就活についての言及を確認しておこう。全体をまとめたものとしては、江夏幾多郎（2021）がある。江夏（2021）はコロナ禍での就活が本格化した21年卒の企業および学生を対象として、採用・就職活動の実態を調査したものである。特に、20年卒と21年卒とを対比し、コロナ禍における採用・就活の在りようを浮き彫りにしている。渡辺茂晃（2021）は、22年卒の就活状況を分析している。渡辺（2021）は「キャリアタス就活2022」の会員を対象としたアンケートをもとに、最終面接の約90%が選考解禁日である6月以前に終了していること、労働環境のオンライン化に伴い、動画ESの提出やSPIにかわるデザイン思考テストの導入企業が増加していることを指摘している。また、インターンシップが実質的な採用選考の一部となっており、就活が早期化していると述べている。

以上の概況を確認した上で、2021年3月1日から同年9月30日までの、「就活」を含むツイートの分析を行いたい。

2. データの取得と分析について

ツイートの取得にあたっては、R（ver.4.1.2）のrtweetパッケージおよびTwitter API（V 1.1）を使用した。本稿で検討の対象とするツイートの総数は1,107,542件である。ただしこれは、2022年3月1日から同年9月30日までに発信された「就活」を含むツイートの全てではない。稿者は一定の基準にもとづいて研究対象とするツイートの選別を行っている。

拙稿（植田麦：2022）にも示したとおり、ツイートを資源として研究を行う場合、分析以前に検討を必要とすることがらがある。そのひとつがデータのクレンジングである。Twitter を研究の対象とする場合、クレンジングの多くはツイートの取捨選択である。そして、クレンジングの方法によっては、分析結果が大きく異なる。

クレンジングの方針として、稿者は、同一月内で重複するツイートはひとつのみを残すことにした。同様に、ツイートの収集にあたっては、リツイートと引用ツイートを除外した。また、URL と絵文字はすべて削除した。

また、機械的に可能な範囲で宣伝ツイートを削除することとした。宣伝ツイートは、bot などを用いて同一内容が発信される。そのため、発信ツールを iPhone および Android のもののみに限定した。これは、多くの就活生（大学生および大学院生）は Twitter の発信ツールとして、主にスマートフォンを利用することが予想されるためでもある。また、任意のアカウント A を対象として「@A 就活生の ES の添削します」といったツイートを日に複数回発信するアカウントが確認された。そのため、一日に複数回のツイートを行っているアカウントについては、その日の最初に発信されたものののみを残し、他のツイートを削除した。

リプライについては、取得対象とした。リプライとは、任意のツイートに対して会話形式で別のツイートを発信するものである。たとえば、アカウント B が「今日もがんばった」とツイートしたのに対して、アカウント C が「@B 就活おつかれ」とツイートした場合、後者がリプライとなる。「就活」を含むツイートを取得する場合、後者のツイートは取得できるが、リプライのもととなった前者のツイートは取得できない。この場合、会話の断片のみを取得することになる。しかしながら、会話の一部であっても「就活」についての意思が発露しているものと考え、本稿ではリプライも分析対象として加えることとした。ただし、アカウント名は削除した。

以上の手順で期間内に得られたツイート数が、前述のとおり約 110 万件で

ある。

取得したツイートの分析にあたっては、KH Coder (3.Beta.04f) を使用した。利用した機能は「文書の単純集計」「抽出語リスト」「共起ネットワーク (Jarccard 係数)」「対応分析」である。延べ語数 (総抽出語) および異なり語数は、分析に使用した数値を用いた。

3. 月・曜日・時刻

先に述べたとおり、本稿では 2021 年 3 月 1 日から同年 9 月 30 日までに収集した、「就活」を含むツイートを対象として分析を行う。以下、時間を基準として概要を示す。

最初に、取得期間の月別ツイート数をみる。

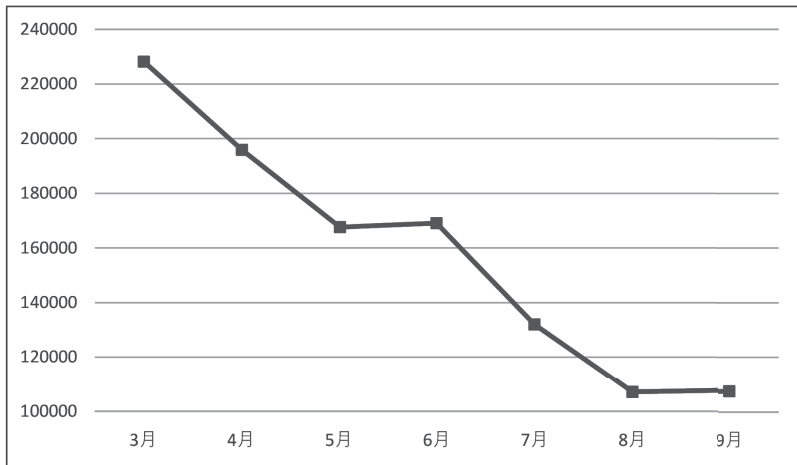


図 3-1 取得期間の月別ツイート数

一見してわかるとおり、3月をピークとして月を追うごとに総数は減少している。最終月である9月のツイート数は、3月の半分以下である。1節にみたとおり、就活実施率のピークは3月であり、そこから漸減的に下降する。ツイート数の頻度とは、下降傾向にある点では一致するものの、分布は同一でない。

前頁図3-1の傾向をみると、5月・8月が特徴的である。先の図1-2とは異なった傾向である。「就活」ツイートが減少するのは、就活を終了したためにそれについて発信しなくなったことが主な理由として考えられる。下げ止まりが生じるのは、就職実施率とは別の要因が存在する可能性もある（ただし、本稿ではその理由の解明に踏み込まない）。

つづいて曜日に着目しよう。図3-2は曜日ごとのツイートを月別にみたものである。これらは月によって傾向がまちまちである。たとえば3月は月曜日が最大で日曜日が最小である。一方、4月は木曜日と金曜日に多くツイートが発信される。このように、全体的にみたとき、曜日とツイート数とは規則性がみられない。

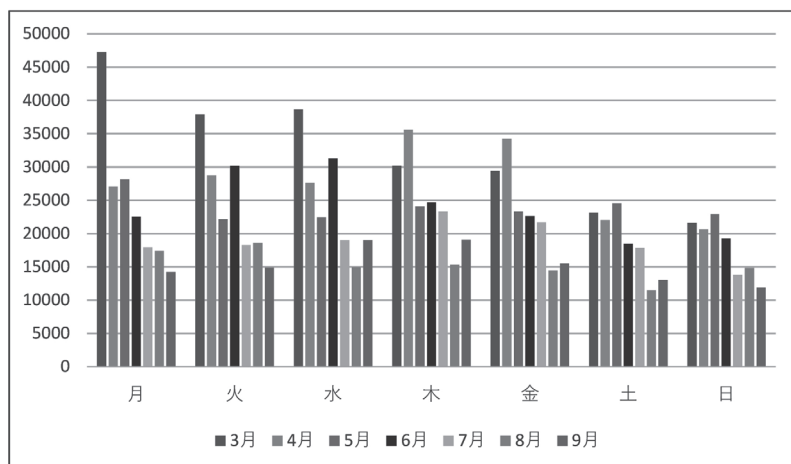


図3-2 曜日ごとの月別ツイート数

次に、時間帯別のツイート数をみる。

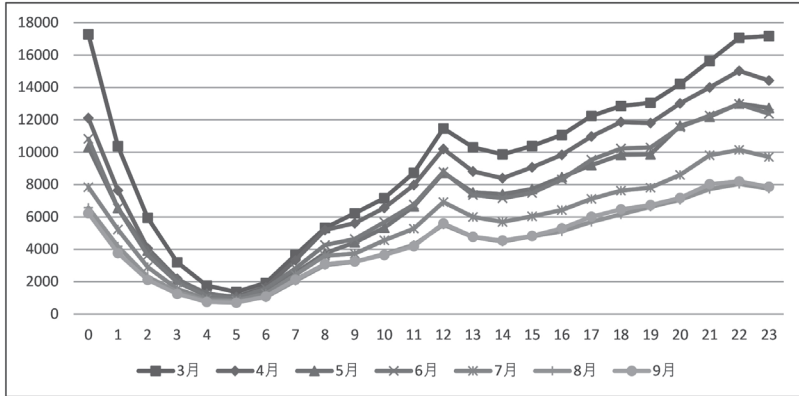


図 3-3 時間帯ごとの月別ツイート数

図 3-3 は傾向が明確である。一日のうち、22 時から 0 時までをピークとして、深夜早朝の時間帯（1 時から 5 時）までは急激にツイート数が減少し、6 時から増加する。昼休みであろう 12 時を頂点としたあと、14 時まで減少する。その後、再び増加に転じ、0 時まで持続して増加する。

これらの傾向は 3 月から 9 月までほぼ完全に一致する。よって、1 時から 5 時までの深夜早朝・6 時から 12 時までの午前・13 時から 0 時までの午後で生活が切り替わっている可能性を指摘しうる。ツイートの内容も、この 3 種の区分で内容に差異がみられる可能性がある。

以上の図 3-1 の傾向に鑑みて、3 月から 4 月、5 月から 7 月、8 月から 9 月を月ごとに区分する。また、図 3-3 からは 1 時から 5 時、6 時から 12 時、13 時から 0 時を区分しうる。よって、以下の表のとおり変数を設定したい。

表 3-1 月と時間帯による変数の設定

	3月～4月	5月～7月	8月～9月
1時～5時	A	B	C
6時～12時	D	E	F
13時～0時	G	H	I

4. 取得データの分析（1） 月ごとのツイート

まず、3月に発信された「就活」ツイートの共起ネットワークと、同様に9月の共起ネットワークとを見比べることから始めよう。なお、本稿においてはストップワード（強制的に除外する語）として、「見る」「言う」「思う」を設定している。

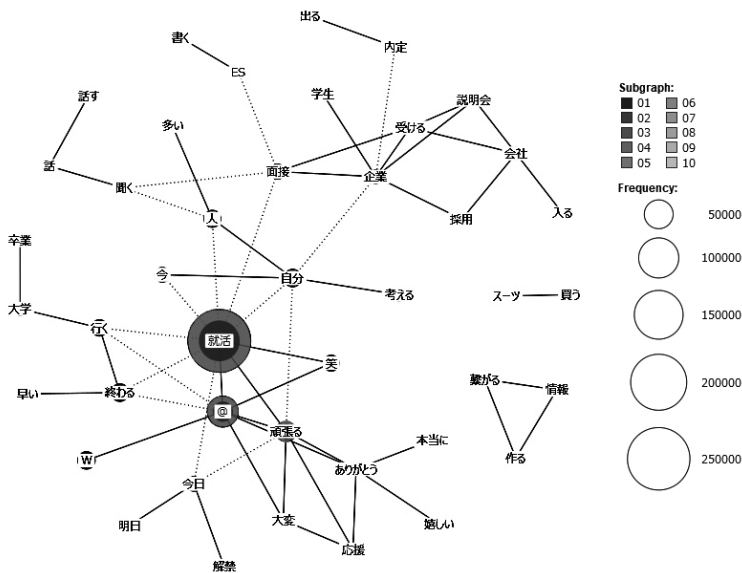


図 4-1 3月の「就活」ツイート

語るものが大半である。「話 - 話す」は就活に関わるコミュニケーションの内容を示す。「嬉しい」「応援」は「@」との関わりで使用されている、つまりリプライの中での使用であり、就活へのエールおよびその返信である。

9月では、「インターン」「仕事 - 辞める」「働く」「就職」「試験 - 勉強」「(大学) - 生活」が独自の語として認められる。これらのツイートは、当該年度の就活生によるものとそれ以外の発信者によるものとが混在している。

「インターン」は3年次以下の学生によるツイートと考えられる。2021年時点では、夏期を中心としたインターンシップは採用選考の一環としての利用は認められていなかった。しかしながら、事実上はインターンシップが就活の一部となっている(渡辺:2021)。はしなくもこのツイートは、学生側にそのような意識があることを露呈している。「仕事 - 辞める」「働く」は、すでにながしかの労働にいそしんでいるものによるツイートが多い。「就職」は記事の引用が多くを占める。「試験 - 勉強」「(大学) - 生活」は、就活を終えた後、残りの学生生活に目を向けた発信である。

ここでは3月と9月とを比較したが、期間全体にわたり、共起ネットワークは類似している。月ごとに使用された語の頻度をみると、上位20語では順位の差はあれ、出現している語はほぼ同じである。範囲をより下位に広げても、語の出入りは少ない。つまり、期間全体で「就活」について語られる内容は相当に類似しているのである。

5. 取得データの分析(2) 特定の語

前節では概要をみる目的から、3月と9月を対照して月ごとの傾向を確認した。次に、いくつかの語に注目して分析をこころみる。

本稿では就活がTwitterにおいていかに語られたかを考察するのであるが、この研究目的は「就活がTwitterではいかに語られなかったか」も含意する。つまり、就活に関わって語られるべきものが語られていないことに

についても考える必要がある。

以下の表 5-1 は、「面接」「内定」「就職」「ES（エントリーシート）」の実使用数・PMW（Per Million Words、月内 100 万語あたりの使用数）・月内における使用数の順位を示したものである。

表 5-1 語の頻度 (1)

	面接			内定		
	実使用数	PMW	順位	実使用数	PMW	順位
3 月	12336	3977.1	10	7296	2352.2	18
4 月	12086	3896.5	9	7543	2431.8	15
5 月	10753	3466.7	8	6963	2244.9	15
6 月	10091	3253.3	10	7308	2356.1	14
7 月	7651	2466.7	10	5096	1642.9	15
8 月	6522	2102.7	11	3849	1240.9	18
9 月	6492	2093.0	10	4086	1317.3	18

	就職			ES（エントリーシート）		
	実使用数	PMW	順位	実使用数	PMW	順位
3 月	5686	1833.2	30	6355	2048.8	26
4 月	5083	1638.7	27	3659	1360.3	50
5 月	4537	1462.7	27	2920	1229.9	57
6 月	4441	1431.8	29	3821	1604.7	36
7 月	3575	1152.6	28	2489	1317.0	50
8 月	3127	1008.1	27	1787	1122.7	64
9 月	3511	1131.9	23	1737	1075.0	70

いずれも「就活」と関連性の高い語であり、使用数・順位の高さも肯われる。しかし、これ以外の語については使用数が著しく低いのである。以下の

表 5-2 は、表 5-1 と同様に就活と関連性のある語（「説明会」「GD（グルディス）」「お祈り」「持ち駒」「合説」「ガクチカ」）についての頻度表である。ただし、「説明会」以外の語については、使用数が上位 150 位に入っていないため順位は省略している。また、「説明会」についても 7 月以降は 150 位以内に入っていないため NA とした。

表 5-2 語の頻度 (2)

	説明会			GD（グルディス）		お祈り	
	実使用数	PMW	順位	実使用数	PMW	実使用数	PMW
3 月	4566	1472.1	48	407	131.2	841	271.1
4 月	2216	714.4	112	420	156.1	999	322.1
5 月	1867	601.9	125	592	249.3	745	240.2
6 月	1845	594.8	133	528	221.7	673	217.0
7 月	1276	411.4	NA	743	393.2	529	170.5
8 月	1001	322.7	NA	433	272.0	334	107.7
9 月	1042	335.9	NA	368	227.8	322	103.8

	持ち駒		合説		ガクチカ	
	実使用数	PMW	実使用数	PMW	実使用数	PMW
3 月	68	21.9	481	155.1	613	197.6
4 月	326	105.1	91	29.3	405	130.6
5 月	294	94.8	126	40.6	535	172.5
6 月	253	81.6	178	57.4	598	192.8
7 月	142	45.8	87	28.0	357	115.1
8 月	82	26.4	52	16.8	310	99.9
9 月	29	9.3	83	26.8	337	108.6

個々にみると、たとえば「GD」は7月・8月のPMWが多く、4年生の就活に加えてインターンシップの影響をみることができる。また、「持ち駒」は4月から6月にかけての実使用数およびPMWが高く、就活の進捗を想像することも難くない。このように、就活に関連する語を月ごとにみること、就活生がいかに活動しているのかを考えることが可能ではある。

しかしながら、順位に鑑みれば、意外にも「就活」とその具体的な内容が共起していないことは明白である（ただし、これらの語が「就活」とは共起せずに使用された可能性もある）。

これらの語についての考察に加えて、2020年以降に独自であろう語、「コロナ」「オンライン」についても確認しておく。

表 5-3 語の頻度 (3)

	コロナ			オンライン		
	実使用数	PMW	順位	実使用数	PMW	順位
3月	3206	1033.6	84	2389	770.2	123
4月	3121	1006.2	66	1927	621.3	134
5月	3059	986.2	52	1768	570.0	135
6月	2115	681.9	102	2014	649.3	109
7月	1601	516.2	113	1601	516.2	138
8月	2298	740.9	38	1560	502.9	83
9月	1684	542.9	77	1378	444.3	107

2021年の日本国内における一日に発表された新型コロナウイルス感染者数は、5月12日に7,000人を越えたあとに減少し、その後7月下旬から再び増加傾向に転じた。8月20日に25,000人を越え、9月下旬におおむね7月以前の水準に戻った。このような感染状況と「コロナ」の順位とを比較する

と、類似した傾向を看取することができる。すなわち、5月と8月で順位が上昇している。ただし、PMWは必ずしも同様の傾向をみせているとは判断しがたい。5月のPMWは986.2と、3月4月に比して小さい値をみせる。また8月のPMWは740.9と3月の1033.6に対して70%程度であるが、順位は最も高い。

以下の表は月ごとにみた語彙の豊富さである。指標として、TTR (Type Token Ratio) とsとを掲示する。TTRは異なり語数を延べ語数で割ったものの、sは $\log(\log(\text{異なり語数})) / \log(\log(\text{延べ語数}))$ である。

表 5-4 月ごとにみた語彙の豊富さ

	延べ語数	異なり語数	TTR	s
3月	3,101,758	65,028	0.021	0.840
4月	2,689,864	59,793	0.022	0.840
5月	2,374,183	56,464	0.024	0.841
6月	2,381,094	56,993	0.024	0.842
7月	1,889,839	52,296	0.028	0.845
8月	1,591,639	48,065	0.030	0.846
9月	1,615,778	48,367	0.030	0.846

全体に大きな差ではないが、3月から9月にかけてTTR・sともに数値が上昇しつづけている。つまり、5月も8月も、それ以前の月に比して多様な語が使用されている。「コロナ」について、PMWに対して順位の上昇がみられるのは、語彙の豊富さとの相関に基づく可能性がある。

「オンライン」については、8月に順位の上昇がみられるほかには、PMW・順位ともに大きな変動はみられない。これは、データの取得期間における「オンライン」の「就活」が平常のものとなっていたことを物語る。8月に順位が上昇しているのは、インターンシップとの関わりと推測される。

以上に鑑みるに、「就活」について「コロナ」あるいは「オンライン」は、月を問わず日常のものとなっていることを指摘できる。

6. 取得データの分析 (3) 期間と時間帯

本節では3節において設定した変数をもとに分析を試みる。まず、それぞれの変数に相当する期間・時間帯におけるツイート数を示す。

表 6-1 期間・時間帯におけるツイート数

	時間帯	変数	ツイート数
3月～4月	1時台～5時台	A	38,734
5月～7月	1時台～5時台	D	40,569
8月～9月	1時台～5時台	G	18,093
3月～4月	6時台～12時台	B	85,020
5月～7月	6時台～12時台	E	95,128
8月～9月	6時台～12時台	H	45,837
3月～4月	13時台～0時台	C	300,391
5月～7月	13時台～0時台	F	332,972
8月～9月	13時台～0時台	I	150,798

つづいて、それぞれの変数ごとの傾向をみる。まず、ADGを対象とした対応分析を行う。

A方向は不安と希望がない交ぜになっている。「不安」「辛い」「死ぬ」「無理」といった語がみられる一方、「頑張る」「楽しい」などの語が現れている。

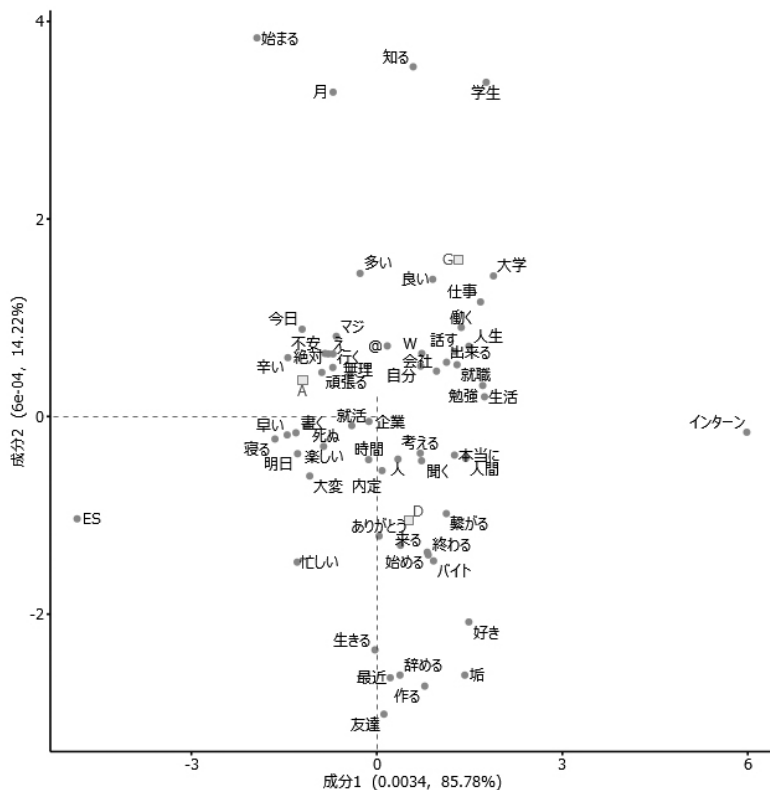


図 6-1 ADG (全期間の 1 時台 ~ 5 時台) の対応分析

D 方向は内省と交友とが多く発信されている。「ありがとう」「繋がる」「友達」「垢 (注: アカウムの略称)」、「聞く」「考える」「人間」「生きる」といった語が出現している。また、「バイト」「内定」「終わる」といった語から、内定を得て就活を終えアルバイトを始める、つまり就活以前の学生生活への回帰も垣間見える。

G 方向には「自分」「勉強」「学生」「大学」「生活」「会社」「就職」「働く」

B 方向には、就活に向けての積極的な意思をみることができる。「応援」「ありがとう」「頑張る」「笑」はリプライの相手に対してのコメントである。「説明会」「ES」「スーツ」「情報」からは、説明会に参加し ES を書き、着慣れないスーツを着て情報を集める就活生の日常が透けてみえる。

E 方向では、先にみた D と類似した傾向がみられる。「内定」「終わる」「バイト」といった語からは、早くも内定を得て就活を終え、アルバイトにいそしむ学生の様子がうかがえる。一方で「面接」の語からは引き続き就活戦線にとどまる学生も少なくないことがわかる。稿者の学生指導の経験からも、5 月から 7 月は早期に内定を得て就活を終える者と学期終わりまで就活にはげむ者とが半ばする。

H 方向もまた、先の G との類似性をみてとれる。「働く」「就職」「仕事」あるいは「人生」「学生」といった語からは、学生生活の終わりを感ずるとともにその次の局面をみていることがわかる。「受験」は、就活と受験とを比較するツイートが多く、これも学生生活の総括を示すものと考えてよいだろう。また、「コロナ」「オンライン」といった語の表出から、新型コロナウイルス流行下に特徴的なツイートは、6 時台から 12 時台ではこの期間（5 月から 7 月）にみられることを指摘しうる。

以上に鑑みるに、BEH からは友人との交流を含めた活発な意思の表れに始まり、就活戦線の戦況報告、そして新型コロナウイルス流行下における学生生活の総括をみることができる。

最後に、CFI をみる。

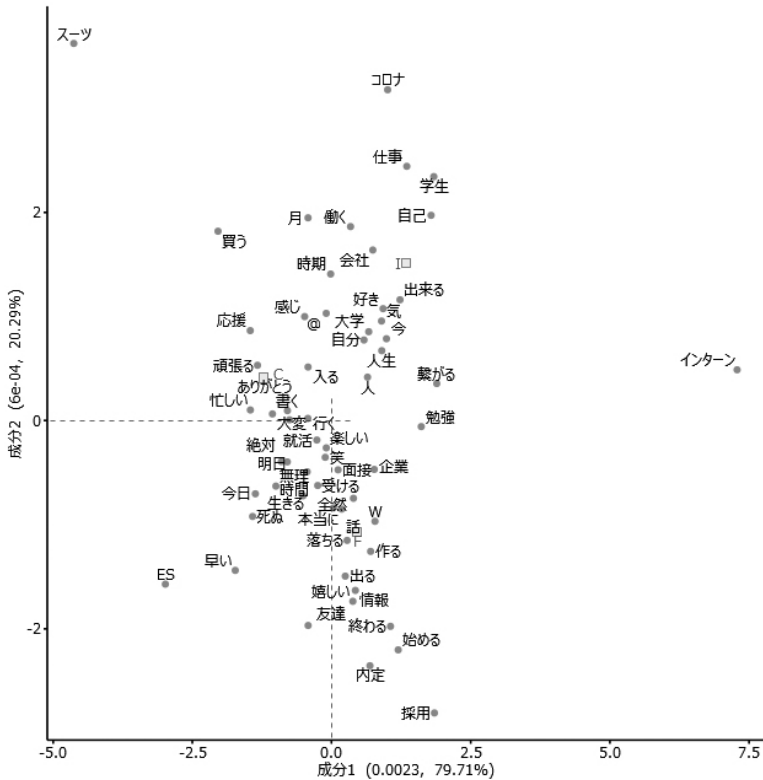


図 6-3 CF1 (全期間の 13 時台～0 時台) の対応分析

C 方向には「応援」「ありがとう」「頑張る」と、B に類似した語が現れている。F 方向も「内定」「採用」「終わる」あるいは「面接」「受ける」「落ちる」「全然」と、E 方向と同様の語がみられる。ただし、「バイト」はみられず、内定を得て就活を終えた報告と面接を受けても内定が得られない状況とが強くよみとれる。また、「情報」「出る」「作る」からは、就活に関わる情報収集を行う様子うかがえる。このようにみると C では、就活についての情報・状況の発信が盛んに行われていると考えられる。

I方向は「人生」「大学」「学生」「自分」「自己」「出来る」「好き」「会社」「仕事」「働く」といった、G・Hと同様の語が配置されている。

これらをみると、CFIには先にみたADGあるいはBEHと似た展開を指摘できる。

ここまで、期間と時間帯とを区分し、それぞれ時間帯を軸にしてADG・BEH・CFIを比較検討した。これからは、3月から4月は意欲や不安を抱え、5月から7月は活発に就活を進め、そして8月から9月の夏期休業期間には学生生活とその後の社会人生活に思いを馳せる様子がみえる。

このように、時間帯別の出現語彙には類似した傾向がみられる。しかしながら、比較検討によっていくつかの指摘が可能である。第一に、A(3月から4月の1時台から5時台)は、BまたCとは異なり、ネガティブな表現も多くみられる。これは、就活に対する強い不安の表出と考えてよいだろう。第二に、BEHに「おはよう」の挨拶はあるがADGおよびCFIに「おやすみ」の挨拶はない。「おやすみ」は、どの月においても200件を越える使用がない。つまり、当該のツイート群には「はじまり」はあっても「おわり」あるいは「別れ」がない。第三に、Twitterは就活についての情報発信の場ではあっても情報収集の場ではないことが指摘できる。先に5節でもみたとおり、「就活」に関わって「ES」「面接」といった語の共起はあるものの、その他のいわゆる就活語彙の共起は少ない。これは、就活についての情報発信が盛んな期間であるD・E・Fにおいても同様であった。

7. 取得データの分析(4) リプライ

すでに述べたとおり、期間中に取得したツイートの総数は1,107,542件である。そのうち、リプライは263,774件である。以下に24時間ごとのツイートを月別にまとめたグラフを示す。

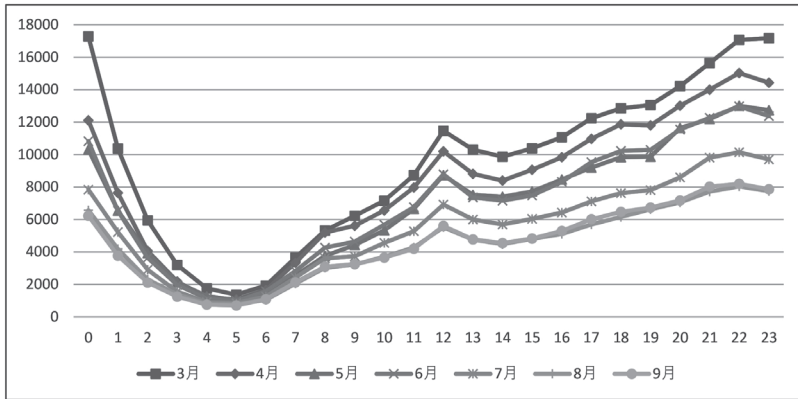


図 3-3 時間帯ごとの月別ツイート数（再掲）

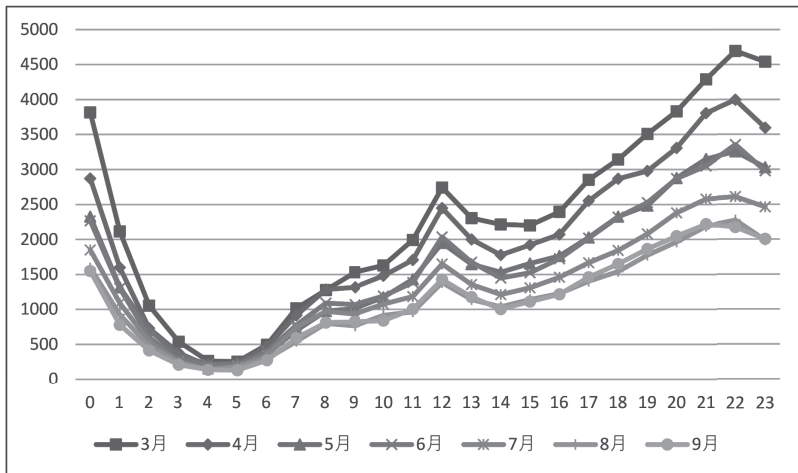


図 7-1 時間帯ごとの月別リプライ数

一見してわかるとおり、ツイートの傾向はほぼ同一である。しかしながら、月・時間帯においてリプライが占める割合をみると、傾向は一致しない。たとえば、3月の6時台のツイートのうち、リプライが占める割合は26%であるが、同月の12時台に占める割合は24%である。つまり、時間帯

によってリプライの割合には差がある。

以下に、時間帯ごとの月別リプライ率とともに、全体を平均したリプライ率のグラフを示す。

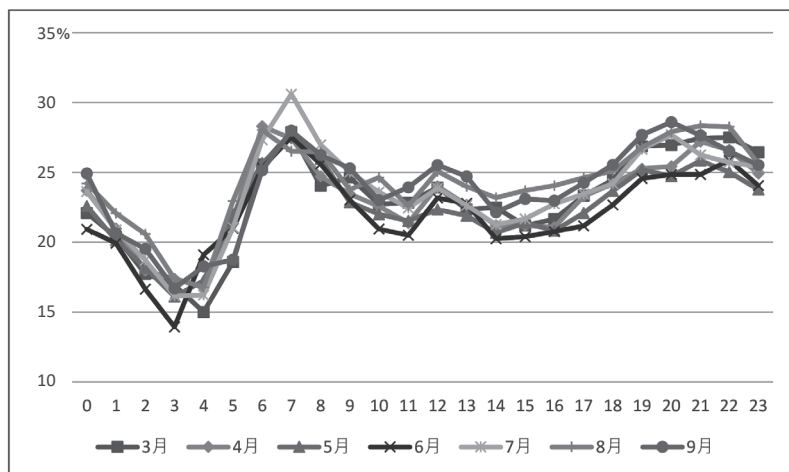


図 7-2 時間帯ごとの月別リプライ率

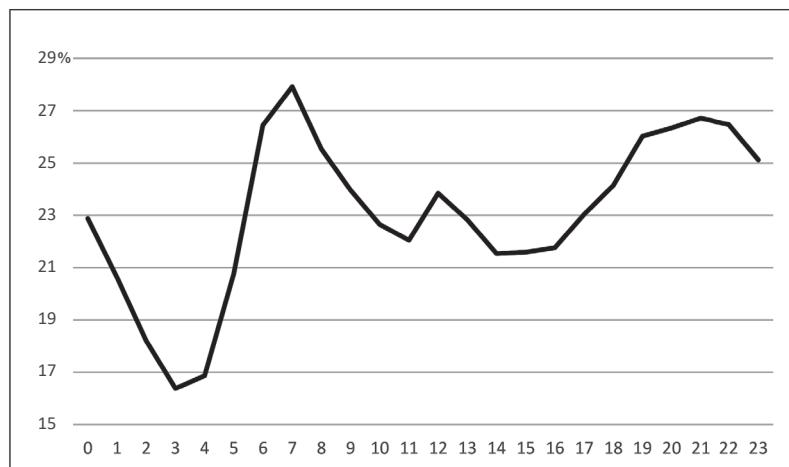


図 7-3 取得期間全体にみる時間帯ごとの平均リプライ率

取得期間全体のリプライ率の平均は24%である。これに対して、1時台から5時台のリプライ率は16%から21%である。つまり、この時間帯のツイートは文字通りの「つぶやき」である割合が高い。一方、6時台から8時台のリプライ率は26%から28%と、平均を2ポイント以上うわまわる。そのため、この2つの時間帯について、リプライと非リプライで何が語られているのか、共起ネットワークで確認する。

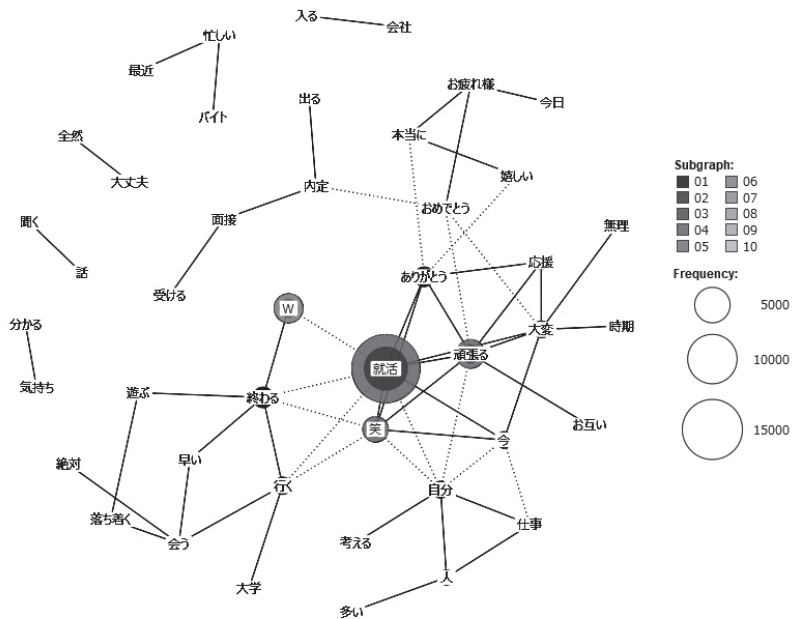


図7-4 1時台から5時台におけるリプライの共起ネットワーク

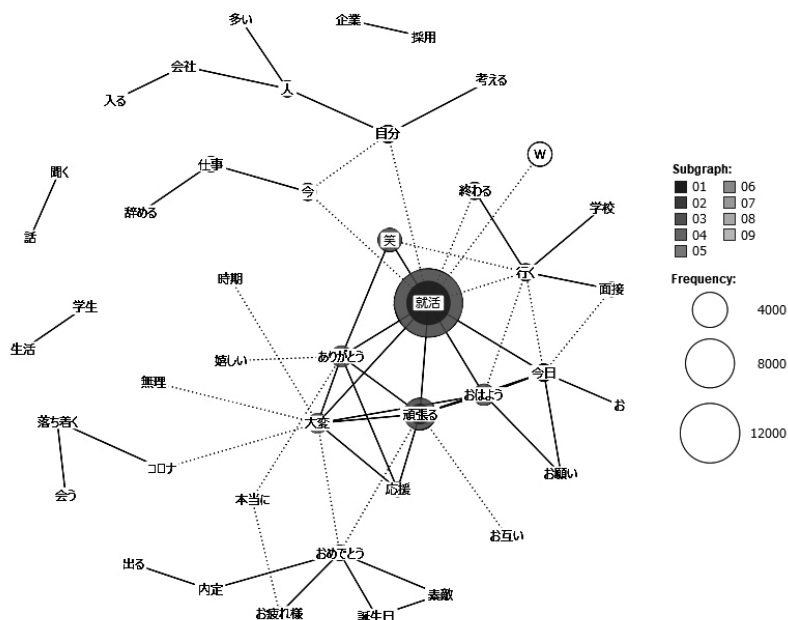


図 7-5 6 時から 8 時台におけるリプライの共起ネットワーク

図 7-4 と図 7-5 に現れている語をみると、相当に類似していることがわかる。おおむね、「就活」および関連語彙（「面接」「内定」等）を中心として、その進捗を報告し、お互いを讃え、そして落ち着いたら会いたいと語る。

それらの共通事項を除いた内容として、図 7-4 では「最近 - 忙しい - バイト」「全然 - 大丈夫」「分かる - 気持ち」がみられる。発信者の日常がアルバイト（「最近 - 忙しい - バイト」）に彩られ、またネット上の相手と交流（「全然 - 大丈夫」「分かる - 気持ち」）することで就活を乗り越えようとする様子がうかがえる。

これに対して、図 7-5 では「企業 - 採用」「学生 - 生活」といった、図 7-4

とは異なる表現をみることができる。また、「コロナ（- 落ち着く - 会う）」「誕生日 - 素敵」と、コロナ禍収束後の展望や誕生日の祝福などがみられた。

つまり、1時台から5時台のリプライ率の低い時間帯では、就活に関わって発信者が現在おかれている日常や精神状態が語られる。一方、リプライ率の高い6時台から8時台では、就活に関連したものおよびネットの外での対面や誕生日の祝福などが発信されていた。

次に、リプライを除いたツイートを見る。下の図 7-6 は取得期間全体における1時台から5時台のツイートのうち、リプライではないツイート、図 7-7 は同様の条件で6時台から8時台のものである。

図 7-6 と図 7-7 とを比較すると、やはり多く共通した内容を見てとれる。ES を書き、面接を受けて内定を得るといった就活の実態、また大学での勉強を中心とした学生生活、そして今の自分を考える内省的な内容である。

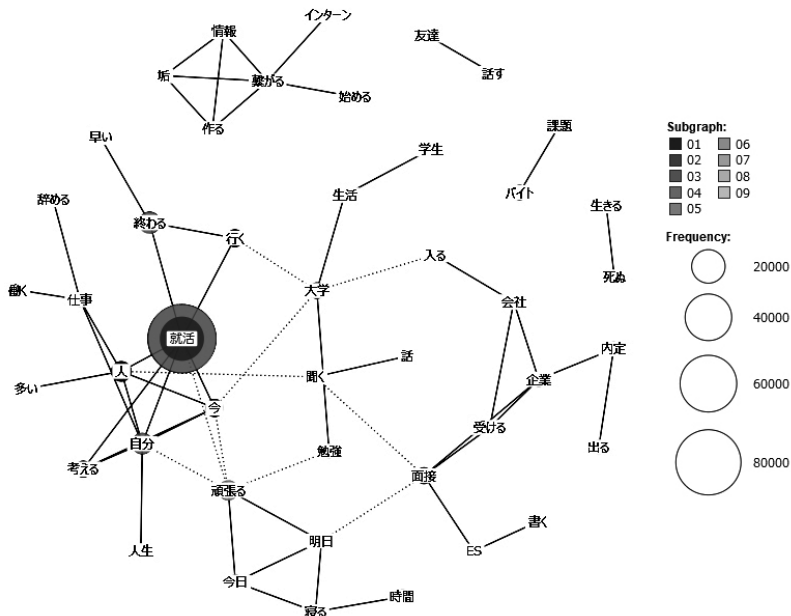
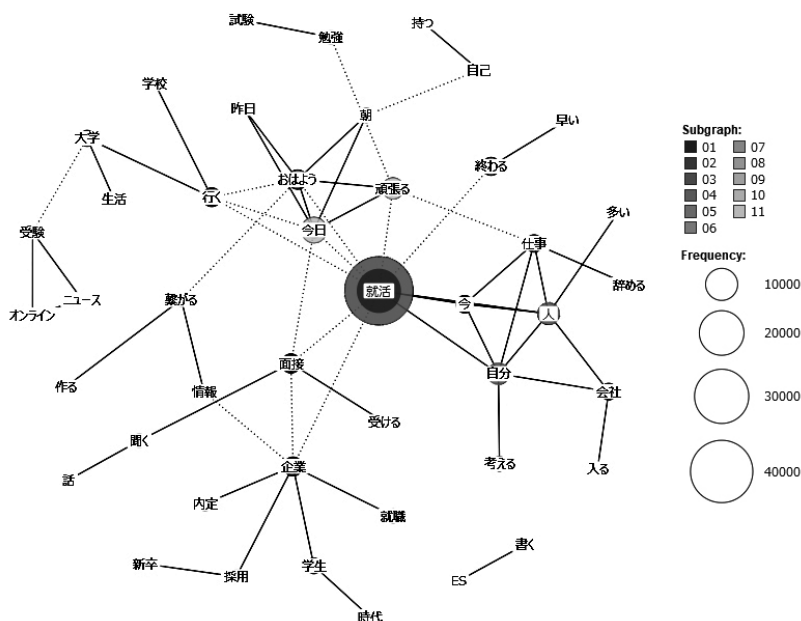


図 7-6 1 時台から 5 時台における非リプライの共起ネットワーク



これらの共通事項を除いたときにみえてくるものとして、図 7-6 では「インターン - (繋がる) - 始める - 垢」「友達 - 話す」「バイト - 課題」「明日 - 寝る - 時間」「人生 (- 考える)」「生きる - 死ぬ」といった語が観測される。就活に向けてインターンシップを本格化させ、バイト・課題に追われる日常の中、友達と話をしたり、人生や生死に悩み、明日に備えて寝る。このような生活を想定することができる。

一方、図 7-7 では、「自己 - 持つ」「朝 - おはよう - 今日 - 昨日 - 頑張る」「学校」「受験 - オンライン - ニュース」「新卒 - 採用」といった語をみる限り、図 7-6 のような、つまり 1 時台から 5 時台に表出したような、内省的な内容はみられない。それよりは朝の訪れとともに自己を鼓舞する就活生の姿

が認められる。

このように、リプライおよび非リプライからは、時間帯ごとの類似と差異をよみとることができる。特に、6 節における分析ともあわせると、1 時台から 5 時台のツイートは、感情の振れ幅の大きさが観測される。

おわりに

以上、2021 年における「就活」が Twitter でいかに語られたのかをみた。最後に、ここまでの分析についての概略を示す。

当該期間に取得したツイートはおおよそ 110 万件である。ただしこの取得結果は、私に水準を設定し、クレンジングを行ったことによる。取得したツイートは月・時間帯によって 9 の区分を設定した。期間中のツイート数は 3 月の 228,196 件をピークに、9 月は 107,675 件まで減少する。減少傾向は 5 月と 8 月に特異性がみられた。また、曜日ごとの発信数に傾向はみられなかったが、時間帯別にみるとおおむね 1 時～5 時、6 時～12 時、13 時～0 時に区分が可能であった。以上から、3 月～4 月・5 月～7 月・8 月～9 月と 1 時～5 時、6 時～12 時、13 時～0 時とを組み合わせた変数を設定した。

月別にツイートをみると、ツイート数には最大で 2 倍以上の差があるものの、語られる内容には大きな差がみられない。月別の語彙の頻度も、上位はほぼ変動がみられない。

就活に特徴的な語のうち、「面接」や「内定」といった語は期間中ほぼ同様の使われ方をしていた。しかし、就活の具体的な活動内容に関わる語は月を経ると使用頻度が下がる、もしくは当初から「就活」とは共起して使用されていないことが明らかとなった。たとえば「ES (エントリーシート)」は、3 月中は全体の使用数順位では 26 位、PMW も 2048.8 であるが、9 月は 70 位、PMW も 1075 と大きく減少する。その他、「説明会」「GD (グルデイス)」「お祈り」「持ち駒」「合説」「ガクチカ」といった語は、月内の実使用

数が1000件を超えることがほとんどない。一方、2020年度以降に特徴的な語として想定される「コロナ」は感染状況との対応関係はあれ、おおむね一定以上の頻度で使用され、また「オンライン」も期間中に継続的な使用が確認された。

月・時間帯別のツイートを対応分析で確認したところ、全体に類似した傾向を確認した。就活初期(3月～4月)は就活に対する意気込みを示し、就活中期(5月～7月)には就活の終わりが見え始め、就活後期(8月～9月)では今後の人生について展望を示す。ただし、全体を比較するといくつかの特徴をみることができる。就活初期にあたる3月～4月の深夜・早朝(1時～5時)は就活に対する強い不安が看取できる。また、午前中(6時～12時)に「おはよう」の挨拶は確認できるものの、午後(13時～0時)および深夜・早朝に「おやすみ」の語は確認されない。また、就活関連の語彙の出現は少なく、就活者およびその周辺にとってTwitterは情報発信の場であってもその活動の内実はほとんど語られない。

リプライについては、深夜・早朝に比率が低く、午前の早い時間帯(6時～8時)には比率が高い。ツイートの内容を確認すると、リプライ・非リプライとも、内容はほぼ似通っている。ただし、深夜・早朝の時間帯はより内省的なツイートがみられ、午前の早い時間帯では就活にむけて己をふるいたせる様子がうかがえた。

Twitterにあらわれた2021年の「就活」は、コロナ禍の特徴を示すものであった。一方、就活に勤しむ学生が、その活動を通じて苦悩を深め、また自分の人生と向き合う様子を開陳する場でもあった。

稿者は就活を経験したことがない。しかしながら、本研究によって、彼らの心情の一端には触れた思いである。

参考文献

- 植田麦（2022）「研究資源としての Twitter」『明治大学教養論集』564 号、2022 年 9 月
- 江夏幾多郎（2021）江夏幾多郎（編）『感染症時代の採用と就職活動 コロナ禍に企業と就活生はどう適応したか』千倉書房、2021 年 6 月
- 渡辺茂晃（2021）「コロナ禍就活 2 年目はどうなった？：2022 年卒内定者調査より（特集 2021 年の回顧と 2022 年の高等教育展望）」『大学マネジメント』17（9）、2021 年 12 月

（うえだ・ばく 政治経済学部准教授）