

[論 文]

フェイスブックを活用した同窓会活動

How to use a Facebookpage for an alumni association

狩 谷 新

Kariya Shin

はじめに

まさに日進月歩の勢いで急速に変化するネット環境の中にあつて、その世界的な利用者数において、いわゆるソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下SNS）を制した感のあるフェイスブックは、検索エンジングーグル以上にその収益構造がはっきりしないまま、日本でも2011年9月には登録者数が1千万人を超え（ネットレイティングス株式会社2011年9月29日発表）、増殖を続けています。

本学人文系学科創立20周年を期に、多くの卒業生が登録済みとみられるこのサービスを軸に同窓会サイトの構築を試みることに本研究の主目的であり、同時に、サイトの特徴を調査、本学ホームページ運営にどの程度組み込むことができるかを探ります。

1：登録

企業団体での登録も可能ですが、ひとまず個人登録を行うことから始めました。登録に必要なものは標準的なPCとネット環境、有効なメールアドレスだけであり、この時点では、厳密な本人確認はなされていません。筆者は、以前学生からの要請に答え、一度登録していたのですが、今回別のメールアドレスで登録しても、咎められることはありませんでした。

まず、フェイスブック（以下FB）のスタートページ（<https://www.facebook.com/>）にアクセスします。薄いブルーを貴重としたアカウント登録画面となり、全てのメッセージが日本語で表示されます。通常アドレスの最後がcomの場合、アマゾンのように英語のページになることが多いのですが（日本のサイトは最後がco.jp）、FBの場合は、いきなり日本語です。下部のメニューからすべての言語を選ぶと、アフリカ語、フィリピン語、ポルトガル語（ポルトガル）、ギリシア語、インドネシア語、フランス語（カナダ系）、ルーマニア語、ブルガリア語、マレイ語、フランス語（フランス）ロシア語、セルヴィア語、カタラン語、韓国語、スロヴァク語、ヘブライ語、チェコ語、クロアチア語、スロヴェニア語、アラビア語、ウエールズ語、イタリア語、フィンランド語、ヒンズー語、デンマーク語、リトアニア語、スウェーデン語、ベンガル語、ドイツ語、ハンガリア語、タイ語、パンジャビ語、英語（英国）、オランダ語、ベトナム語、タミール語、英語（米国）、日本語、トルコ語、テルグ語、スペイン語、ノルウェー語、中国語（北京語）、マラヤヤム

語、スペイン語（スペイン）、ポーランド語、中国語（台湾）バスク語、ポルトガル語（ブラジル）、中国語（香港）、という50の言語でアクセス可能なことがわかります。各言語は基本的にその言葉の文字で書かれており、マウスを近づけると英語訳が出るようになっていきます。

このページのデザインは現在、ハイビジョンサイズの動画がそれぞれの言語の音声で流れるもの（日本語、スペイン語等）と動画部分がイラストのみになっているもの（英語、中国語等）の二種類があるようです。動画の場合は「私たちをつなぐもの みんなをつないでくれる、毎日使っているものに感謝。そして、互いに心を開き、つながり合っている世界中の人々に感謝。シェアする」、イラストの場合は「Facebook helps you connect and share with the people in your life.（日本語版の訳は「日常生活で人とつながり、シェアしましょう」となっていますが、筆者としては、「フェイスブックはあなたを知り合いと繋ぎ、共に生きる手助けをします」という風に訳すべきではないかと思うのですが）」というメッセージが表示されています。

しかし、一度登録して、いつも使っているPCでログインしたままにすると、このページはスキップしてしまうので、あくまでも登録用のデザインであり、その意味から、既に普及が進んでいる英語圏の国ではあっさりイラストで済ませているような気がします。

「アカウント登録 情報の公開範囲は設定で管理できて安心です」と書かれた文字の下に姓（ローマ字）、名（ローマ字）、メールアドレス、メールを再入力、パスワードを記入するボックスがあり、その下に性別と誕生日を選ぶようになっています。この全てに入力して、「[アカウント登録] ボタンをクリックすると利用規約に同意するとともに、データの使用に関するポリシー及びCookieの使用を読んだものと見なされます」という恐ろしいメッセージの下にある「アカウント登録」というボタンをクリックすると登録は終了です。一方、青字で示されている利用規約をクリックすると、

「本規約は英語（米国）で書かれたものです。本規約の翻訳版と英語版に相違がある場合は、英語版が優先されるものとします。セクション17には、米国外の利用者に適用される一般的な規定の変更が記載されていますので、ご注意ください。最終更新日:2012年6月8日」から始まる全19項目12,000字以上の文章が現れます。

小見出しだけ挙げると、1：プライバシー、2：コンテンツと情報の共有、3：安全、4：登録とアカウントのセキュリティ、5：他者の権利の保護、6：携帯およびその他の機器 7：支払い、8：ソーシャルプラグインに適用される特別規定、9：アプリケーションおよびウェブサイトの開発者および運営者に適用される特別規定、10：Facebookが掲載または増進する広告およびその他の商用コンテンツについて、11：広告主に適用される特別規定、12：Facebookページに適用される特別規定、13：ソフトウェアに適用される特別規定、14：改定、15：サービスの停止、16：争議、17：米国外の利用者に適用される特別規定、18：定義、19：その他、となり、更に「Facebookの利用に関する追加情報として、以下の文書もご参考にしてください」と続いて、小見出しとして、データの使用に関するポリシー、支払い規約、Facebook Platformのページ、Facebookプラットフォームポリシー、広告ガイドライン、プロモーションガイドライン、ブランドリソースセンター、知的所有権侵害の申し立て提出方法、Facebookページ利用規約、コミュニ

ティ規定、があり、その下に「利用規約を他の言語でご覧いただくには、画面左下の言語リンクを使ってFacebookサイトの言語を変更してください。利用規約が選択された言語に翻訳されていない場合、英語版が表示されます」となっています。

但し、多くのFB入門書（アマゾンで購入可能な27冊の大半）が、この詳細な規約を読むことを促していません。オブスキュアインク著、ソシム株式会社発行、2012年4月13日初版の「フェイスブック完全活用マニュアル改訂版」を例にとると、①でFBサイトにアクセスさせ、その次の②では、いきなり

「入力欄に情報を入力する 「アカウント登録」の各項目に必要な情報を入力します。姓名をローマ字で入力し、メールアドレス、新しいパスワード、生年月日を入力します。入力が済んだら、「アカウント登録」をクリックします。なお生年月日は、プロフィールで公開するかどうかを選べます」(P028)となっていて、そのまま基本的なプロフィールの入力へ進んでしまうのです。確かに、合計すれば2万字以上の規約を読めと促せば、多くの読者がうんざりしてしまうのは、生命保険の契約書の文章と同じでしょう。しかし、規約に同意することが使用の条件ですから、そこをスキップするのは問題でしょう。

そこで、米国の弁護士が細心の注意を払って書き上げたと思われる規約の重要な部分を検証しておきます。

まず、FBの基本姿勢は、「場」の提供である、としています。

「Facebookでの利用者の行為、コンテンツ、または情報に関して、誰かが弊社に対して申し立てを行った場合、利用者は、かかる申し立てに関して、弊社をあらゆる被害、損失、および費用（妥当な弁護士費用を含む）から免責するものとします。弊社は利用者の行動について規定を設けていますが、Facebook上での利用者の活動を管理または指揮するものではなく、利用者がFacebook上で発信または共有するコンテンツや情報について責任を負いません。弊社は、利用者がFacebookで目にする可能性のある不快、不適切、わいせつ、不法、その他の好ましくないコンテンツや情報について責任を負いません。弊社は、オンラインまたはオフラインでの行動や、Facebookの利用者について責任を負いません。（前記16：争議第2項）」つまり、アカウント登録者が入力する全ての情報に関して、その内容についてFBは一切の責任を負わない、ことを明記しているわけです。その一方で、その情報を利用する権利はしっかり主張しています。

「写真や動画など、知的所有権で保護されるコンテンツ（以下「IPコンテンツ」）について、利用者は弊社に次の許可を与えるものとします（プライバシー設定およびアプリケーション設定が適用されます）。Facebookで、またはFacebookに関連して投稿したIPコンテンツを使用する、非限定的、譲渡可能、サブライセンス可能、使用料なしの、全世界を対象としたライセンス（以下「IPライセンス」）を弊社に付与します。このIPライセンスは、コンテンツが他の人と共有され、その人がそのコンテンツを削除していない場合を除き、利用者がIPコンテンツまたはアカウントを削除したときに失効します。（上記2：コンテンツ情報の共有第一項）」

つまり、もし、誰かが小説を書いて、それをFBにアップすると、その途端にその人は著作権をFBに無償譲渡したことになるわけです。失効条件も書かれていますが、再譲渡が可能になっていますから、アップしている間に出版社等に売却することも理論的にはで

きるわけです。もっと単純に、自分の可愛く撮れた写真をアップして、それを、FBが許可して、どこかの会社が宣伝に使っても、すぐには文句が言えないのです。

「5：他者の権利の保護」の条項がありますが、よく読むとこれは、第三者が投稿者の権利を侵害することを戒めているだけで、FB自体は免責されていると見るべきでしょう。

勿論、FBがこの権利を積極的に使用すれば世界的な大問題になることは明らかですから、それほど恐れる必要はないと思いますが、注意すべき点ではあるでしょう。更に場を提供しているにすぎないFBは、投稿内容の第三者による流用や、トラブルに関して一切の責任を負わないと宣言しています。

誤解の無いように明記しますが、筆者は以上の点に関してFBを攻めているわけではありません。SNSというサービスそのものが、このように条件を設定しない限り実行不可能なものであることを認め、利用者自身が登録やアップロードに伴うリスクを正しく認識することの重要性を訴えようとしたにすぎません。

2 プロフィールの作成

自分のプロフィールを公開することの目的は友人を探すことです。FBは基本的に友人同士の閉じられたネットワーク、有名人でない限り、大勢の人間が自分をフォローしてくれるわけではありません。居住地や勤務先、出身校、趣味などから、共通項を持つ友人を探す縁とするのです。

プロフィールの入力は二段階に分かれています。これは、一種の本人確認を兼ねているのですが、アカウント登録を行うと現れるのは「すでにFBを利用している友達を探しましょう」という画面です。多くの入門書ではこの画面をスキップするよう指示しています。スキップすると、「このステップを実行することにより、平均で20人の友達が見つかります。FBは友達がたくさんいるほど楽しく利用できます」というメッセージが出ます。入門書はこのメッセージも無視してスキップしろと言いますが、実行すると登録してあるメールアドレスにログインするよう指示が出ます。そのままパスワードを入れてログインすると、過去の通信相手の中からFBに登録している人物をピックアップして「友達候補」に挙げてくるようです。同時にメールアドレスによる本人確認が実行され、いきなり登録が終了、自分のページが起動してしまうので、入門書はここをスキップするよう指示しているようです。

ここは入門書に従ってスキップした方が良さそうです。「興味や趣味を選んでください」という画面になり、FBJAPANとFBナビMusic on FBの3項目が既に選ばれており、その下に多くの企業のページのアイコンが並んでいます。ここで、興味のある企業を選べば、自分のページに情報がフィードされることになりますから、FBの収入が増えることになるのでしょう。あまり影響のない初期設定の3つだけにするか、全てのチェックをはずして、先に進んでも問題はありません。フィードがうるさいようなら後から削ることも可能です。

「プロフィール情報を入力」の画面になり、名前の漢字表記とヨミガナ、ローマ字表記（入力済）、出身校、最終学歴、勤務先のボックスが現れます。ここで何も入力せずに先に進むことも可能ですが、漢字表記は後から何度も聞かれることになるので、入れておい

ても良いでしょう。出身校や最終学歴、勤務先は探す友達との共通項であれば、後で結局入力することになるので、必要なものはこの時点で入れて問題ありません。

保存して、実行すると、「プロフィール写真を設定しましょう」の画面になります。写真は知人が本人確認をする上で重要なアイテムとなりますが、女子学生が不用意に自分の写真を使用することは、防犯上好ましくないとされます。アイコン的にどんな画像でも登録できるのですが、中には既存のキャラクターや他人の写真を使用している人も数多くいます。厳密に言えば、これは著作権、肖像権を侵害していることになり、法律違反です。何も登録せずに、次に進むと既存のイラストがプロフィール写真となります。

ここまでで仮登録が終了します。「Facebookによるこそ〇〇さん」というメッセージが現れ、左上に登録したメールアドレスをチェックして登録を完了するように指示が出ます。そのまま1週間何もせずにいると、自動的に登録が抹消されてしまいます。FB側からすれば、これは本人確認のプロセスです。

届いたメールの指示に従えば登録完了です。登録完了のアイコンをクリックすると、FBの画面が呼び出されます。左上FBのロゴの下に写真と名前が表示され、右側に1：プライバシー設定について、2：知り合いを検索という項目(プロフィール写真を登録していない場合は2：プロフィール写真をアップロードが出てきます)が挙がってきます。入門書はこの部分をスキップするものが多いのですが、プライバシー設定についてをチェックしてみましょう。

小窓が開き「シェアしたコンテンツの共有範囲」「タグ付けのしくみ」「友達とのつながり」「アプリ、ゲーム、外部サイトでの共有」という4頁が順に現れます。「タグ付けて何だ？」という疑問には、更に別の頁が開いて「よくある質問」形式で説明が行われています。

例えば「タグ付けとは何ですか。どんな仕組みになっていますか」という質問をクリックすると、

「タグとは、特別な種類のリンクです。誰かをタグ付けすると、その人のタイムラインへのリンクが作成されます。人物をタグ付けした投稿は、タグ付けされた人のタイムラインにも追加されます。たとえば、写真にタグ付けして誰が写っているかを示したり、近況アップデートと一緒にいる人のタグを含めることができます。近況アップデートに友達をタグ付けした場合、そのアップデートを見ることができる人であれば誰でも、友達の名前をクリックして友達のタイムラインに移動することができます。その友達のタイムライン上にも、あなたの状況アップデートが表示される場合があります。誰かをタグ付けすると、その人にお知らせが送信されます。また、友達またはそれ以上と共有されているあなたの投稿にあなたまたは友達が誰かをタグ付けした場合、投稿は共有範囲とタグ付けされている人の友達にも表示される場合があります。詳細はこちら。友達以外のユーザーからの写真や投稿のタグが、タイムライン掲載の確認に表示される場合があります。この場合、タイムラインでそうした写真や投稿を許可するかどうか決めることができます。また、友達を含む全員のユーザーによるタグを確認することもできます」

というちょっと分かりにくい説明が現れるわけです。そもそも「誰かをタグ付けすると、その人のタイムライン…」という日本語が奇妙です。本来「あなたが誰かにタグ付け

するとその人（誰かを指す）のタイムライン…」でしょう。元の英語を変に省略して翻訳した結果だと思われそうですが、入門書がこの部分をスキップしたい理由もこの辺にあるような気がします。いきなり「特別なリンク」と言われても何が「特別」なのか、さっぱりわかりません。普通は「タグとは〇〇が××（具体的な説明）な、特別なリンク」とすべきでしょう。入門書の通りにここをスキップしてみましょう。

FBの頁右上に表示されている自分の名前をクリックして、タイムラインの頁を開きます。2012年2月まで、この頁はプロフィールと呼ばれていたようですが、登録した時点から現在までの自分の投稿全てを、時系列で見られることから名前を変えたようです。困みに、他のFBユーザーが、その人の名前をクリックすると現れるのがこの頁なのですが、自分がログインした時に見えるのは「ホーム」という頁になります。これから行おうとしているプロフィールの詳細設定で見ることのできる情報を決められるようになっていきます。

2：プロフィール設定

タイムラインの自分の写真の下に既に入力した勤務先、出身校、居住地などの自分の情報が表示されていることを確認し、太字で示された名前の右にある「基本データを編集」をクリックします。

「職歴と学歴：勤務先・出身大学・出身高校」「住んだことのある場所：居住地・出身地」「交友関係と家族：交友関係を追加」「この年にあったこと：既に入力した誕生日が表示されている」「自己紹介：自己紹介文を書く」「基本データ：生年月日・性別・言語を追加・宗教・信仰を追加・政治感を追加」「連絡先情報：メールアドレス（FBのアドレスが表示）・携帯番号を追加・スクリーン名を追加・住所を追加」「好きな言葉」という8つのボックスが開き、「この年にあったこと」を除く7つそれぞれに「編集」というアイコンが設定されています。基本データの中に更に「基本データ」があるのは不思議ですが、この時点で最低限の情報は入力されている筈ですから、残り全てを入力する必要はありません。ここで重要なのはそれぞれの情報の公開範囲を設定することです。

「職歴と学歴」の編集ボタンをクリックしてみましょう。既に入力した情報が表示されている筈です。その右上に丸いアイコン（地球だそうです）があり、その横に▼があります。この▼をクリックすると「公開」「友達」「自分のみ」「カスタム」「親しい友達」「家族」「すべてのリストを見る…」という文字が現れ、「公開」のところにチェックがついている筈です。最後の「すべての…」をクリックすると、「親しい友達」「家族」に加えて自分が入力した高校や大学の名前と「知り合い」という項目が現れます。「知り合いって何だ？」という疑問はひとまず置いておきましょう。「カスタム」をクリックすると「次の人に公開する」「次の人に非表示にする」という選択肢が現れ、公開する対象を「友達・友達の友達・特定の人またはリスト・自分のみ」を選ぶことができ、「非表示」の下には「対象者またはリスト」を入力するボックスが設けられています。リストというのは同窓生や勤務地などで分けた友人のリストということですが、この時点では友人はまだいませんから、リストもありません。「公開」を選べば、FBに登録した人なら誰でも見られる情報ということになります。今回は、同窓会の情報交換が目的ですから、殆どの情報を「公

開」としましたが、目的に応じて、しっかりと設定しておくことが重要です。注意すべきはここではあなたが行う写真や情報の投稿内容の設定ができないことです。その為には、別の設定頁を開く必要があります。基本データの編集と設定を終えたら右上の「ホーム」という文字の右にある▼をクリックして、プルダウンメニューにあるプライバシー設定を開きましょう。

3：プライバシー設定

「投稿時のプライバシー管理：共有範囲選択ツールで、近況アップデートや写真、情報をシェアする際またはシェアした後にプライバシーを管理できます。自分の情報をシェアしたユーザーは、いつでもあなたの情報をシェアすることができます。詳しくはこちら」というメッセージが表示されます。その下に「次の投稿のプライバシーは現在公開に設定されています」と書いてある筈です。その意味は「あなたが投稿する情報や写真は現在、全てのFBユーザーに公開されています」ということです。その下に「公開」「友達」「カスタム」のアイコンがあり、公開の下のボタンにチェックが入っていますから、これをひとまず「友達」に変更しておきましょう。「次の」というメッセージで変更が行われたことを確認します。

更に下を見ると「つながりの設定」「タイムラインとタグ付け」「広告、アプリ、ウェブサイト」「過去の投稿の共有範囲」「ブロックしているユーザーとアプリ」という項目がありますが、ここはあまり変更する必要はないでしょう。

ホームに戻ります。この頁のトップは常に「近況アップデート・写真・動画を追加」という項目です。入力欄の下に公開範囲を示す「友達」という文字があります。この文字をクリックすると投稿ごとに公開範囲を設定できます。注意すべきはここで変更すると以後の投稿も全て同じ公開範囲になってしまうことです。これは一件便利なのですが、うっかり見過ごすこともあるでしょう。しかし、本来、発信する情報を自分自身が吟味して公開範囲をその都度設定すべきなのですから、投稿する前に常にチェックすることを習慣づけるべきでしょう。ここまでで、ユーザーとしての個人設定はほぼ終了

4：同窓会頁を作成する

ここまでで出来あがったのは個人の頁です。同窓会の専用頁ではありません。これには二つの方法があります。「グループ」と「FACEBOOKページ」の二つです。手軽なのは前者なのですが、よりオフィシャルなものを目指すなら後者となります。

ホームの頁の左メニューの下の方に「ページを発見しよう」という文字がありますからここをクリックします。右上に「Facebookページを作成」というアイコンが現れますから、ここをクリック。「地域ビジネスまたは場所」「会社名または団体名」「ブランドまたは製品」「著名人、芸能人など」「芸能・エンタメ」「慈善活動またはコミュニティ」という6つの窓が開きます。同窓会はコミュニティですから、そのアイコンをクリックすると「社会運動またはコミュニティの名前」を入力するボックスが開き、その下に「Facebook規約に同意します」という文字が現れます。「大分県立芸術文化短期大学情報コミュニケーション学科」と入れて、同意するにチェックを入れて、スタートをクリック

ク。個人ページと同じようにプロフィール写真の設定画面が現れます。PC内にある適当なJPEG画像を選んで、アップロードし次へ進みます。

「基本データ」を設定する画面になります。説明に「卒業生相互の連絡に使用することを目的としています。その他にも、学科や大学でのイベント情報も紹介します。急な求人や人を集めたいときにもご利用下さい」と入力、下のボックスに大学のURLを入れて「このページは実在の団体、活動、イベントに関するものですか?」という質問に「はい」と答えます。ここで、作成者が所属団体に属しているかどうか尋ねられる場合がありますが、その場合は指示に従って、身分証明書のコピー等を送信して確認を得る必要がありますが、それほど煩雑な手続きではありませんし、レスポンスも早いようです。これでページが一応立ち上がります。プロフィール写真だけが目立つスカスカの頁が立ち上がっている筈です。ひとまずページの顔とも言えるカバー写真を追加します。右上のカバーを追加をクリックすると「カバー写真を選択」という窓が開き「OK」をクリックすると「写真アルバムから選択」「写真をアップロード」というプルダウンメニューが出ます。普通の写真ではもったいないので、あらかじめ851pixel×315pixelで作成した以下の画像をアップロードしました。



同じ写真を投稿しておけば、拡大表示してしっかり見ることができます。

5：情報の入力

今回作成しているのは同窓会サイトなので、その関係のイベントを入力しました。「近況」「写真・動画」「イベント、大事な出来事など」と並んでいる文字のイベントをクリックすると、「名前」「詳細」「場所」「日時」入力用の窓が開きます。必要な情報を入力します。入力ボックスの下に「ゲスト一覧を表示」「イベントのウォールへの投稿を管理人だけに限定する」という二つのチェックボックスがありますが、交流サイトなので、どちらにもチェックは入れない方がよいでしょう。これで、サイトを訪れたFBユーザーがこの頁に自由にイベント情報を公開できることとなります。1年の予定が立っている場合は、できるだけ多くのイベントを入力しておくほうがよいでしょう。

但し、ここで入力しても、ユーザーがイベントをクリックしない限りページ上には現れないので、関連したチラシや写真を投稿しておく必要があります。今度は「写真・動画」

の文字をクリックして、予め用意していた写真を投稿します。表示される写真の大きさは通常で403×403pixel、ハイライト表示にした時が、843×403pixelですから、これを目安に写真を加工しておけば、ページ上で無駄なく表示（ユーザーが写真そのものをクリックすると元の大きさに全面表示されます）できます。投稿した写真は自動的にカバーページのすぐしたの「写真」というアイコンに登録されます。同じ種類の写真を複数投稿する場合は、アルバムを作成することができますが、その場合は、複数の写真が一つの窓に表示されることになるので、ポスター効果は半減すると考えたほうが良いでしょう。投稿した写真をクリックすると全面表示画面になり、右上に「説明を追加」という青い文字が現れます。ここをクリックすると写真の説明を入力することが可能です。説明を加えても表示される写真の面積は変化しませんから、利用したほうが良いでしょう。

投稿は、最新のものがトップに表示されますが、ページ全体を現す第二のカバーページのようなものがあれば、常にトップに表示させることもできます。表示させたい投稿の右上にある鉛筆のアイコンをクリックして「トップに固定」を選びます。これで以後7日間は、その投稿が常にトップに表示されることとなります。ずっと表示したい場合は同じ操作を1週間ごとに繰り返すこととなります。

更にページをドレスアップすることのできるFB専用アプリケーションが数多くありますが、紙数の関係で全てを紹介することができません。深谷歩著、翔泳社刊「小さな会社のFacebookページ制作・運用ガイド」(2012/7/10 ISBN-10:4798126292 ISBN-13:978-4798126296) が分かりやすい指南書となっているのでご紹介しておきます。

ページの体裁が整ったら、次はアクセス可能な「友達」を増やしていきます。

6：友達を作って、ファン数を拡大する

Facebookページから直接友達になることはできません。最初に作った個人のホームで、関係が成立した上で、ファンとして同窓会ページに招待することになります。まず、どのページにもある上の欄外の自分の名前の右横の「友達を検索」をクリックします。

「連絡先をインポートして友達を検索」という頁が開きます。登録したメールアドレスをインポートして、知らせる方法が表示され、その下に「Yahoo」「au」「Skype」等の名前が並びそれぞれのリンクから友達を探せることが示されます。下にスクロールすると打ち込んだ情報から「知り合いかも？」という人物の名前と写真出身大学などが表示されます。ここから「大分県立芸術文化短期大学」と明示されている人たちと繋がることもできます。それぞれの人の右側にある「友達になる」という文字をクリックすれば、相手の頁にリクエストが送信されます。

もう一つの方法は、左側のメニューから「友達を検索」という文字をクリックするものです。「さまざまな条件で友達を検索」という頁が開きます。左側に「共通の友達」「出身県」「居住地」「高校」「大学」「勤務先」「大学院」というそれぞれに入力ボックスのついたメニューが示されます。この時、基本情報で入力したものは、それぞれの項目の下にチェックボックス付で表示されています。

今回は同窓会頁に招待したい友達を探すわけですから、大学のボックスに「大分県立芸術文化短期大学」と入力（途中まで打ち込むと候補として挙がってきます）します。その

時点でかなり大勢のFB加入者が候補として右側に表示されます。学科まで指定してもいいのですが、そこまで入力していない場合が多いので、ここに上がってきた人たちの中から、卒業名簿などとクロスチェックしながら友達リクエストを送信していきます。このリクエストが本人から承認されると、ホームの左側メニュー「友達」の文字の傍にマウスを持っていくと現れる「もっと見る」をクリックして次のページで「すべての友達を見る」をクリックした頁に写真と名前が表示されることになるのです。

ここで改めて同窓会の頁を開き、「ファン数を拡大」の文字をクリックして、「友達を招待」を選ぶと、個人頁で友達となった人のリストがチェックボックスと一緒に現れます。チェックを入れて、送信ボタンを押せば招待の終了です。

動画も投稿できるFBがどの程度のサーバーを有し、運営費を稼ぎ出せる限り、サービスは継続すると思いますが、上場した際の株価がよそより低かったことが不安材料であることは明記しておきたいと思います。

*参考文献は本文中に記載したとおりです。