Dějiny lidstva jsou současně dějinami ovládání lidí. I když v různých dobách to vypadalo různě, podstata byla vždy stejná. Jeden z nejefektivnějších nástrojů při tom byla a je práce se strachem lidí. Vyděšený dav lze snadno ovládat a navíc lidé potom mnohdy sami žádají o pomoc od systému. Je to věky ověřený princip: vyděsit – nabídnout řešení, které pak ve svém konečném výsledku vyvolá ještě větší útisk. Platí to jak v přímém fyzickém kontaktu, tak i v nepřímém působení prostřednictvím sociálních sítí. V této souvislosti je zajímavý článek na portálu NPI na adrese http://spomocnik.rvp.cz. Vysvětluje vývoj a podstatu postupů, které jsou používány v rámci současných, na sociální sítě orientovaných aplikací, snažících se s pomocí strojového učení ovlivňovat uživatele. Průkopníkem byl v tomto směru BJ Fogg. Věnoval se aplikaci behaviorální vědy při vývoji současných digitálních technologií. Stal se v tomto oboru nakonec jeho průkopníkem. V roce 1998 obhájil disertační práci na téma Charismatic computers. Definoval nový vědecký obor captology (Computers As Persuasive Technologies). Pak na Stanfordu založil svou laboratoř, která je dodnes zjevně velmi úspěšná. Měl velmi blízko k potřebným informacím, a tak není divu, že právě jeho studenti dostali jako jedni z prvních příležitost ověřit, že v sociálních sítích lze během okamžiku ovlivnit miliony lidí na celém světě. Dnes mají jeho studenti otevřené dveře do všech firem, které svůj byznys zakládají hlavně na ovlivňování uživatelů (zákazníků, občanů). Captologie stojí pevně na základech behaviorismu. Jejím cílem je prostřednictvím technologií ovládat to, co lidé dělají. Fogg za tímto účelem rozpracoval svou specializovanou teorii, tzv. Foggův behaviorální model. Lze ho vyjádřit tak, že k vyvolání určitého chování je třeba nastavit podmínky. Jsou tu tři základní složky – motivace, obtížnost a impuls. Nutnou podmínkou je, aby v okamžiku, kdy přijde impuls (spouštěč), byla motivace k provedení (jednání, chování) dostatečně vysoká. Je zřejmé, že u těch obtížnějších úkolů bude třeba mít větší motivaci než u snadných. Obtížnost je přitom závislá nejen na schopnosti každého jedince danou činnost vykonat, ale též na možnostech prostředí (dostupných nástrojích apod.). Má-li být impuls úspěšný (např. kýžená aktivita uživatele aplikace), musí se zkoumaná osoba nacházet v oblasti nad křivkou grafu. Je-li pod ní, nezbývá než se pokusit jeho polohu změnit. Fogg ve svém modelu detailně zkoumá všechny 3 komponenty ovlivňující možnou změnu. Hlavní podstatou jeho snažení je vyvinout postupy, které vyvolávají změnu chování. Vypracoval přehled různých typů změn (např. nové chování, zdokonalení, potlačení apod.). V zásadě jsou dvě cesty vedoucí k cíli – zvýšení motivace (pomocí motivátorů) nebo snížení obtížnosti (usnadňovače). I impulsy mohou být různé. Hlavním cílem Foggových webů je upoutat pozornost zájemců o problematiku, ale nesdělovat každému na potkání žádné detaily. Jedná se o know-how, které korporace (či vlády) uplatňují v rámci systémů, na nichž pracují jejich platformy. Konkrétní definice všech použitých algoritmů je dosud vždy tajná. Jedině neschopnost většiny ovlivňování prostřednictvím technologií rozpoznat činí tyto metody úspěšnými. Obtížnost pochopit souvislosti spolu s nedostatkem motivace jasně naznačují, že se lidé nechají klidně ovládat. Přitom tyto technologie mohou být přínosem v mnoha oblastech, například i ve školství.