ГБОУ города Москвы Гимназия №1505 «Московская городская педагогическая гимназия-лаборатория»

 Структурное подразделение «Пугачевская, 6а»

**Реферат**

**«Чат-боты в социальных сетях»**

|  |  |
| --- | --- |
| Автор: | ученик 9 класса «Б» Потоцкий Никита  |
| Руководитель: |  Павлова А. А. |

Москва

2018

Введение

Современный Интернет — это универсальная среда для общения, развлечений и обучения. Общение через сеть стало частью жизни многих людей. В настоящее время в мире существует довольно много средств, форм и способов общения, и немалая часть из них так или иначе связана с современными техническими возможностями, которые, в частности, представлены использованием глобальной компьютерной сети. Интернет, кроме полноценного источника разнообразной полезной для всех информации, также является основной формой виртуального общения. Связь с родными и близкими людьми, контакты с рабочими партнерами, новые знакомства — все это является важным компонентом повседневной жизни современного человека, причем выбор наиболее удобных способов онлайн-общения у современного пользователя достаточно большой.

 Актуальность выбранной темы объясняется тем, что виртуальное общение приобретает все большую значимость и становится одним из основных видов коммуникации людей в современном мире.

Исходя из поставленной цели, были определены следующие задачи исследования:

• провести анализ популярности современных мессенджеров, выявить наиболее перспективные отрасли применения чат-ботов;

• определить программную платформу (фреймворк) и интерфейс прикладных решений и библиотек API с множеством предоставляемых инструментов (классов, процедур, функций, структур и констант), наиболее приемлемых для реализации современных чат-ботов;

• создать свой чат-бот для использования в социальной сети ВК.

Предмет исследования – различные варианты чат-ботов, используемые в различных мессенджерах и социальных сетях.

Гипотеза исследования – в недалёком будущем чат-боты заменят большую половину сотрудников компаний, оказывающих консультативную помощь и сотрудников маркетинговых и рекламных агентств.

Практическая значимость – мои исследования могут быть применены всеми людьми, заинтересованными в значительном сокращении своего времени, проведённого в социальных сетях и мессенджерах.

В данной работе автором использованы эмпирические методы исследования, такие как: наблюдение, сравнение, анализ и синтез. А также теоретические методы, такие как: метод научного анализа, анализ статей в специализированных журналах и учебниках, описательный метод, отбор необходимой информации в электронных источниках.