



UNIVERZITET U NOVOM SADU  
FAKULTET TEHNIČKIH NAUKA U  
NOVOM SADU

---



Jelena Despotović

# **Arhitektonska produkcija i društvene mreže: model predikcije popularnosti objave**

DOKTORSKA DISERTACIJA

Novi Sad, 2020



**КЉУЧНА ДОКУМЕНТАЦИЈСКА ИНФОРМАЦИЈА**

Редни број, <b>РБР:</b>			
Идентификациони број, <b>ИБР:</b>			
Тип документације, <b>ТД:</b>	монографска публикација		
Тип записа, <b>ТЗ:</b>	текстуални штампани материјал		
Врста рада, <b>ВР:</b>	докторска дисертација		
Аутор, <b>АУ:</b>	Јелена Деспотовић		
Ментор, <b>МН:</b>	др Јелена Атанацковић Јеличић, редовни професор др Милан Рапаић, ванредни професор		
Наслов рада, <b>НР:</b>	Архитектонска продукција и друштвене мреже: модел предикције популарности објаве		
Језик публикације, <b>ЈП:</b>	српски		
Језик извода, <b>ЈИ:</b>	српски		
Земља публиковања, <b>ЗП:</b>	Република Србија		
Уже географско подручје, <b>УГП:</b>	Аутономна Покрајина Војводина		
Година, <b>ГО:</b>	2020.		
Издавач, <b>ИЗ:</b>	ауторски репринт		
Место и адреса, <b>МА:</b>	Факултет техничких наука, Трг Доситеја Обрадовића 6, 21000 Нови Сад		
Физички опис рада, <b>ФО:</b> (поглавља/страна/цитата/табела/слика/графика/прилога)	14/259/222/9/83/0/4		
Научна област, <b>НО:</b>	Архитектура		
Научна дисциплина, <b>НД:</b>			
Предметна одредница/Кључне речи, <b>ПО:</b>	архитектонска продукција; друштвене мреже; модел предикције; објава		
<b>УДК</b>			
Чува се, <b>ЧУ:</b>	Библиотека Факултета техничких наука, Универзитет у Новом Саду, Нови Сад		
Важна напомена, <b>ВН:</b>			
Извод, <b>ИЗ:</b>	Основна тема истраживања се заснива на проналажењу визуелних образаца, који доприносе популарности објаве на друштвеној мрежи. Централни део истраживања је усмерен на формирање модела предикције популарности објаве и разматрање импликација популарности по савремену архитектонску продукцију.		
Датум прихватања теме, <b>ДП:</b>	17.07.2020.		
Датум одбране, <b>ДО:</b>			
Чланови комисије, <b>КО:</b>	Председник:	др Радивоје Динуловић, редовни професор	Потпис ментора
	Члан:	др Игор Мараш, ванредни професор	
	Члан:	др Бојан Тепавчевић, ванредни професор	
	Члан:	др Ксенија Лаловић, ванредни професор	
	Члан, ментор:	др Јелена Атанацковић Јеличић, редовни професор	
	Члан, ментор:	др Милан Рапаић, ванредни професор	



## KEY WORDS DOCUMENTATION

Accession number, <b>ANO</b> :		
Identification number, <b>INO</b> :		
Document type, <b>DT</b> :	monographic publication	
Type of record, <b>TR</b> :	textual printed document	
Contents code, <b>CC</b> :	PhD Thesis	
Author, <b>AU</b> :	Jelena Despotović	
Mentor, <b>MN</b> :	PhD Jelena Atanacković Jeličić, Full Professor PhD Milan Rapačić, Associate Professor	
Title, <b>TI</b> :	Architectural production and social media: model of post popularity prediction	
Language of text, <b>LT</b> :	Serbian	
Language of abstract, <b>LA</b> :	Serbian/English	
Country of publication, <b>CP</b> :	Republic of Serbia	
Locality of publication, <b>LP</b> :	Autonomous province of Vojvodina	
Publication year, <b>PY</b> :	2020	
Publisher, <b>PB</b> :	Author's reprint	
Publication place, <b>PP</b> :	Faculty of Technical Sciences, Trg Dositeja Obradovića 6, 21000, Novi Sad	
Physical description, <b>PD</b> : <small>(chapters/pages/ref./tables/pictures/graphs/appendixes)</small>	14/259/222/9/83/0/4	
Scientific field, <b>SF</b> :	Architecture	
Scientific discipline, <b>SD</b> :		
Subject/Key words, <b>S/KW</b> :	architectural production; social media; predictive model; post	
<b>UC</b>		
Holding data, <b>HD</b> :	Library of the Faculty of Technical Sciences, University of Novi Sad, Novi Sad	
Note, <b>N</b> :		
Abstract, <b>AB</b> :	The main theme of the research is based on finding visual patterns, which contribute to the popularity of social media post. The central part of the research is focused on the model for predicting the popularity of a post, and the implications of popularity to contemporary architectural production.	
Accepted by the Scientific Board on, <b>ASB</b> :	17.07.2020.	
Defended on, <b>DE</b> :		
Defended Board, <b>DB</b> :		
President:	PhD Radivoje Dinulović, Full Professor	Menthor's sign
Member:	PhD Igor Maraš, Associate Professor	
Member:	PhD Bojan Tepavčević, Associate Professor	
Member:	PhD Ksenija Lalović, Associate Professor	
Member, Mentor:	PhD Jelena Atanacković Jeličić, Full Professor	
Member, Mentor:	PhD Milan Rapačić, Associate Professor	

## Sadržaj

<b>1 Uvod</b> .....	1
1.1 Predmet i problem istraživanja .....	4
1.2 Potreba za istraživanjem .....	5
1.3 Sastav radnih hipoteza .....	8
1.4 Ciljevi istraživanja .....	9
1.5 Sistematizacija dosadašnjih istraživanja .....	10
1.6 Program istraživanja .....	13
1.6.1 Faza 1.....	13
1.6.2 Faza 2.....	13
1.6.3 Faza 3.....	14
1.6.4 Faza 4.....	15
1.7 Primjenjene naučne metode .....	15
1.8 Struktura rada.....	17
<b>2 Pregled razvoja društvenih mreža</b> .....	19
2.1 Razvoj društvenih mreža.....	19
2.2 Pojava „lajka“ kao mere estetske vrednosti .....	21
2.3 Uloga vizuelnog sadržaja na društvenoj mreži .....	23
<b>3 Arhitektura i estetska ekonomija</b> .....	25
3.1 Estetska ekonomija savremene arhitektonske prakse .....	25
3.2 Trendovi – kompromitovanje autentičnosti ili promocija arhitekture?.....	26
3.3 Forma prati Instagram.....	28
<b>4 Vizuelni atributi Instagram objava</b> .....	33
4.1 Definisanje osobina koje utiču na popularnost objave.....	33
4.2 Prosečna vrednost crvene (R), zelene (G) i plave (B) boje na objavi .....	36
4.3 Ton, valer i zasićenost prosečne boje objave.....	36
4.4 Aspekti boje: toplota i hladnoća prosečne boje objave .....	37
4.5 Crno-bele objave.....	38
4.6 Perspektiva arhitektonskog objekta na objavi.....	39
4.7 Plan ili udaljenost kamere od objekta .....	41
4.8 Simetrija.....	42
4.9 Vizuelna kompleksnost objave .....	45
4.10 Ritam.....	48
4.11 Geometrijska pravilnost objekta .....	50

4.12	Tekstura prikazanih materijala.....	53
4.13	Elementi evociranja specifičnih aktivnosti .....	55
4.14	Prisustvo ljudi na objavi.....	57
4.15	Efemerni elementi.....	58
4.16	Prisustvo izvora veštačke svetlosti.....	59
4.17	Fotografija <i>versus</i> vizuelizacija .....	61
4.18	Prikazano doba dana .....	62
4.19	Prikazano godišnje doba .....	63
4.20	Prikazane vremenske prilike .....	63
4.21	Vidljivost okruženja objekta .....	63
4.22	Tip pejzaža .....	64
4.23	Javni prostori.....	66
4.24	Vodena površina .....	67
4.25	Vegetacija .....	67
4.26	Vizure.....	68
4.27	Prikaz procesa gradnje objekta .....	69
<b>5</b>	<b>Prikupljeni podaci i relativna popularnost objave .....</b>	<b>70</b>
5.1	Konstrukcija uzorka.....	70
5.2	Relativna popularnost objave.....	72
5.3	Postupak klasifikacije objava prema vizuelnim osobinama.....	74
<b>6</b>	<b>Istraživanje podataka – korelacija vizuelnih osobina i popularnosti.....</b>	<b>79</b>
6.1	Relativna popularnost objave u odnosu na vizuelne osobine.....	79
6.1.1	Relativna popularnost objave u odnosu na prosečnu vrednost crvene boje na slici....	80
6.1.2	Relativna popularnost objave u odnosu na prosečnu vrednost zelene boje na slici....	81
6.1.3	Relativna popularnost objave u odnosu na prosečnu vrednost plave boje na slici.....	82
6.1.4	Relativna popularnost objave u odnosu na ton prosečne boje objave .....	82
6.1.5	Relativna popularnost objave u odnosu na valer prosečne boje slike.....	83
6.1.6	Relativna popularnost objave u odnosu na zasićenost prosečne boje slike.....	84
6.1.7	Relativna popularnost objave u odnosu na toplotu/hladnoću prosečne boje objave.....	85
6.1.8	Relativna popularnost crno-belih i objava u boji .....	86
6.1.9	Relativna popularnost objave u odnosu na perspektivu arhitektonskog objekta ...	86

6.1.10	Relativna popularnost objave u odnosu na plan/udaljenost kamere od objekta ... ..	87
6.1.11	Relativna popularnost objave u odnosu na simetriju objave .....	88
6.1.12	Relativna popularnost u odnosu na vizuelnu kompleksnost objave .....	89
6.1.13	Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo ritma na objavi.....	90
6.1.14	Relativna popularnost objave u odnosu na geometrijsku pravilnost objekta ... ..	91
6.1.15	Relativna popularnost objave u odnosu na teksturu prikazanih materijala.. ..	92
6.1.16	Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo elemenata evociranja specifičnih aktivnosti.....	93
6.1.17	Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo ljudi na objavi.....	94
6.1.18	Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo efemernih elemenata na objavi .....	95
6.1.19	Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo izvora veštačke svetlosti.. ..	96
6.1.20	Relativna popularnost fotografije <i>versus</i> vizuelizacije .....	97
6.1.21	Relativna popularnost objave u odnosu na prikazano doba dana .....	98
6.1.22	Relativna popularnost objave u odnosu na prikazano godišnje doba .....	99
6.1.23	Relativna popularnost u odnosu na prikazane vremenske prilike.....	100
6.1.24	Relativna popularnost objave u odnosu na vidljivost okruženja objekta	101
6.1.25	Relativna popularnost objave u odnosu na tip pejzaža .....	102
6.1.26	Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo javnih prostora na objavi .....	103
6.1.27	Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo vodene površine..	104
6.1.28	Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo vegetacije.....	105
6.1.29	Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo istaknute vizure ..	106
6.1.30	Relativna popularnost objave u odnosu na prikaz procesa gradnje objekta .....	107
6.2	Eksperimentalna provera uticaja vizuelnih osobina na relativnu popularnost	107
6.3	Korelacija i asocijacija između osobina i relativne popularnosti.....	112
6.3.1	Spirmanov koeficijent korelacije .....	112
6.3.2	Kramerova V mera asocijacije.....	113
6.3.3	Eta kvadratni koeficijent (korelacioni razmer) .....	115
6.4	Grafički prikaz kombinovanih koeficijenata korelacije i asocijacije .....	116
<b>7</b>	<b>Formiranje modela predikcije popularnosti objave</b> .....	<b>118</b>
7.1	Selekcija prediktivnog modela.....	119
7.1.1	Algoritam <i>k</i> -najbližih suseda .....	119

7.1.2 Logistička regresija.....	120
7.1.3 Ekstremno gradijentno pojačavanje.....	122
7.1.4 Stablo pretrage.....	124
7.1.5 Slučajna šuma.....	125
7.2 Komparacija modela i matrica konfuzije.....	127
7.3 Optimizacija finalnog modela.....	130
7.4 Interpretacija modela.....	132
7.5 Empirijska validacija – anketno ispitivanje korisnika Instagrama.....	133
<b>8 Zaključna razmatranja.....</b>	<b>138</b>
8.1 Mogućnosti daljih istraživanja.....	141
<b>Popis literature.....</b>	<b>143</b>
<b>Popis ilustracija.....</b>	<b>158</b>
<b>Popis tabela.....</b>	<b>164</b>
<b>Indeks imena i pojmova.....</b>	<b>165</b>
<b>Dodaci.....</b>	<b>167</b>
Dodatak A.....	167
Dodatak B.....	178
Dodatak C.....	182
Dodatak D.....	195
<b>Biografija autora.....</b>	<b>258</b>

## 1 Uvod

Razmatranje savremenog društvenog konteksta neodvojivo je od teme globalno prisutnih medija, koji prožimaju i oblikuju sferu arhitektonske produkcije. Jedan od najznačajnijih aspekata tehnološke evolucije u 21. veku predstavljaju upravo novi mediji, čija sveprisutnost i izuzetan potencijal povezivanja, konstantno stvaraju klimu za nove oblike proizvodnje. Mogućnost povezivanja kroz napredak tehnologije, kao jedna od osnovnih karakteristika procesa globalizacije, učinila je savremenu realnost umreženom i povezanom i omogućila laku pristupačnost interesnim sferama u celom svetu. U eri globalizacije, posebno se ističu društveni mediji, odnosno društvene mreže, kao fenomen koji sve više intenzivira efekte međupovezanosti korisnika, prevazilazeći svaki oblik geografskih ograničenja.<sup>1</sup>

Prema Harisu<sup>2</sup>, danas je moguće identifikovati na stotine različitih platformi koje funkcionišu na bazi društvenog povezivanja – društvene mreže, slanje poruka, deljenje fotografija, video snimaka, blogovi, kupovina preko interneta, grupe za diskusiju itd. Prema podacima sajta *Alexa.com*, petnaest najpopularnijih sajtova u toku 2020. godine su: *Google, Youtube, Baidu, Qq, Sohu, Facebook, Taobao, 360, Jd, Yahoo, Amazon, Wikipedia, Sina, Weibo* i *Reddit*.<sup>3</sup> Najveći deo navedenih stranica spada upravo u pomenute oblike društvenog povezivanja, što potvrđuje značaj i aktuelnost ovog vida komunikacija. Istraživanje u okviru doktorske disertacije dominantno se bazira na društvenu mrežu *Instagram*, sa ciljem prikupljanja, analize i komparacije podataka sa sistemom valorizacije koji postoji na njoj. Kako Instagram

---

<sup>1</sup> Dziubuk, M. (2013). Social Media, Public Sphere and Globalization. Making Sense of Social Media. Preuzeto sa: <https://wpmu.mah.se/nmict132group9/2013/10/06/social-media-public-sphere-and-globalization/> (31.08.2020.)

<sup>2</sup> Harris, R. (2013). Social media ecosystem mapped as a wiring diagram. Harris Social Media. Preuzeto sa: <http://harrissocialmedia.com/2009/social-media-ecosystem-mapped-as-a-wiring-diagram/> (31.08.2020.)

<sup>3</sup> Alexa. The top 500 sites on the web. Preuzeto sa: <https://www.alexa.com/topsites> (30.08.2020.)



predstavlja društveno-tehnički sistem u okviru kog se generišu društvene interakcije među raznolikim korisnicima, na bazi ove platforme moguće je proučavati karakteristike ljudskog ponašanja u stvarnom svetu: relacije pratilaca i praćenih osoba, komunikacija između korisnika kroz objave i komentare i slično.<sup>4</sup>

Na društvenoj mreži Instagram, koja danas broji više od milijardu mesečnih korisnika, dnevno se podeli preko 100 miliona objava. Do sada je ukupno objavljeno preko 50 milijardi fotografija i video zapisa.<sup>5</sup> Korisnici ove društvene mreže mogu da objavljuju različite vrste vizuelnog sadržaja, mogu da „lajkuju“ i komentarišu tuđe objave i da označavaju druge korisnike na svojim objavama. Hiperprodukcija vizuelnog sadržaja jeste posledica činjenice da korisnici interneta više nisu pasivni primaoci informacija, već svakodnevno aktivno učestvuju njihovom kreiranju. Analizirajući sve veći angažman brendova u procesu samoreklamiranja na Instagramu, primetno je da ovaj trend uzima maha u polju arhitekture, odnosno promocije vizuelnog sadržaja poput crteža, 3D vizuelizacija, fotografija izvedenih objekata i enterijera, kao i promocije samih članova arhitektonskih studija, učestvovanja na predavanjima, konferencijama i slično. O značaju koji Instagram danas ima za arhitekte, piše Fajfer i poredi Instagram sa medijumom kroz koji otvara prozore ka procesu dizajna: „Ne mislim da se Instagram tiče vesti. Instagram se tiče uticaja“, i navodi da površnost ove društvene mreže shvata kao kompliment: „To je ta lakoća koja dolazi sa čisto vizuelnom procenom svega.“<sup>6</sup>

Dinamika proizvodnje i konzumacije sadržaja na Instagramu uslovljava pojavu globalnih trendova u arhitekturi. Kako navode Ferrara i saradnici, trendovi na Instagramu predstavljaju popularne teme od interesa za veliki broj korisnika i indikatori su kolektivne pažnje usmerene na tu temu.<sup>7</sup> Ukoliko fokus postavimo na polje arhitekture u kontekstu ove društvene mreže, moguće je postaviti nekoliko pitanja od ključnog značaja za dalje istraživanje: da li generisanje globalnih trendova od strane Instagram zajednice ima efekta na produkciju u arhitekturi i kako bi se ti efekti okarakterisali? Ako posmatramo objave arhitektonske tematike, možemo

---

<sup>4</sup> Lazer, D., Pentland, A. S., Adamic, L., Aral, S., Barabasi, A. L., Brewer, D., Christakis, N., Contractor, N., Fowler, J., Gutmann, M. et al. (2009). Life in the network: the coming age of computational social science. *Science*, 323(5915). 721.; Aral, S. & Walker, D. (2012). Identifying influential and susceptible members of social networks. *Science*, 337(6092). 337–341.

<sup>5</sup> Instagram. Preuzeto sa: <https://about.instagram.com/about-us> (31.08.2020.)

<sup>6</sup> Phiffer, A. (2017). Why Instagram Should Be a Part of Every Architect's Design Process. ArchDaily. Preuzeto sa: <https://www.archdaily.com/871238/why-instagram-should-be-a-part-of-every-architects-design-process> (31.08.2020.)

<sup>7</sup> Ferrara, E., Interdonato, R. & Tagarelli, A. (2014). Online Popularity and Topical Interests through the Lens of Instagram. Proceedings of the 25th ACM conference on Hypertext and social media. 24-34.

ustanoviti da dominantni deo sadržaja čine fotografije izvedenih objekata ili vizuelizacije planiranih. Koji parametri treba da odlikuju određenu fotografiju da bi ona postala popularna na društvenim platformama? Da li popularnost *online* ima suštinsku moć informisanja ili pak u fragmentiranom mnoštvu objava nema mogućnosti za sticanje znanja? Na ovu temu osvrće se Čomski i navodi da je nasumično pretraživanje interneta proizvelo ceo jedan kult koji uopšte ne doprinosi znanju: „Pokupite činjenicu ovde, činjenicu tamo, neko drugi je potkrepi i odjednom imate jednu mahnitu sliku, koja u osnovi sadrži činjenice, ali nema nikakve veze sa svetom. Morate da znate kako vrednovati, interpretirati i shvatati.“<sup>8</sup> Omasovljenje vizuelne produkcije, kao i pojava da korisnik društvenih mreža sada istovremeno postaje i proizvođač informacija (engl. *prosumer*), kreira ono što se može nazvati opštim ukusom u određenoj oblasti kulture, pa tako i same arhitekture. Međutim, kako navodi Velimirović, činjenica da se popularnost određenog tipa estetike može detektovati, ne bi trebalo da bude opravdanje za bezuslovno prihvatanje specifičnih trendova u kulturi: „Apologete društvenog sistema i popularne kulture najčešće sebi u prilog navode da postoji objektivno raspoloženje masa, koje zahteva takvu vrstu kulture i iz kojeg onda proizlazi demokratizacija i popularizacija kulture, praćena njenim mešanjem sa razonodom i zabavom.“<sup>9</sup> Postojanje ove vrste kulturne industrije, prema Lefevru, omogućava „proždiruću konzumaciju gigantskih razmera“<sup>10</sup>, koja posledično, ove trendove čini privremenim, a njihovu direktnu implikaciju na savremenu društvenu praksu – u najmanju ruku ambivalentnom pojavom. Iz tog razloga, ovo istraživanje ima za cilj da da prilog kritičkom sagledavanju međuslovljenosti marketinških i medijskih praksi, prisutnih na društvenim mrežama i arhitektonske produkcije danas.

U okviru predmetnog istraživanja, izvodi se definicija pojma relativne popularnosti objave i predstavlja se način na koji je moguće doći do podataka koji predstavljaju korelaciju između odlika objave i njene popularnosti. Značaj proučavanja vizuelnih karakteristika objave, koje u oblasti arhitektonske fotografije i vizuelizacije obezbeđuju popularnost na društvenim mrežama, biće detaljnije objašnjen u poglavlju Potreba za istraživanjem. Sledeći važan deo istraživanja jeste formulacija principa odabira vizuelnih osobina, koje se dalje ispituju kao faktori popularnosti. Ovde je

---

<sup>8</sup> Chomsky, N. (2017). You can't educate yourself by looking things up online. Salon. Preuzeto sa: [https://www.salon.com/2017/01/03/noam-chomsky-you-cant-educate-yourself-by-looking-things-up-online\\_partner/](https://www.salon.com/2017/01/03/noam-chomsky-you-cant-educate-yourself-by-looking-things-up-online_partner/) (31.08.2020.)

<sup>9</sup> Velimirović, T. (2008). Kultura i/ili obmana. Filozofija i društvo. 12. Preuzeto sa: <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/0353-5738/2008/0353-57380801305V.pdf> (31.08.2020.)

<sup>10</sup> Lefevr, A. (1973). O literaturi i modernim umetnostima posmatranim kao proces razaranja i samorazaranja umetnosti. S onu stranu strukturalizma. Beograd: Komunist.

moguće istaći nekoliko grupa parametara kojima se bave savremena istraživanja – kompozicija i boje, sadržaj objave, ekspresivni sadržaj, odnosno naracija, oblikovanje i kontekst arhitektonskog objekta. Sa druge strane, moguće je osloniti se i na principe komponovanja koji su kroz istoriju umetnosti predstavljali vodilju: zlatni presek, pravilo trećine, proporcija, ritam itd. Na osnovu izvedenih parametara analize objava, dalje se prelazi u prikupljanje podataka, u okviru kojih se svaki od navedenih kriterijuma poredi sa stepenom popularnosti objave. Dovođenjem ovih grupa podataka u vezu i njihovom komparacijom, moguće je formulisati model za predikciju popularnosti arhitektonskih objava na Instagramu, što predstavlja osnovni ishod doktorske disertacije. Dalje se predviđa provera funkcionalnosti modela i, konačno, daju smernice za buduća istraživanja, kao i mogućnosti primene dobijenih rezultata.

### **1.1 Predmet i problem istraživanja**

Predmet istraživanja u okviru doktorske disertacije dominantno se fokusira na ustanovljavanje sistema pravila koja u prostoru društvene mreže uzrokuju popularnost određene objave. Uopšteno pitanje – šta je ono što čini da za određenu objavu pomislimo da je lepa, vraća nas na teorije o estetskom vrednovanju nekog dela, zasnovanom na našoj sposobnosti da uočavamo razlike na čulnom nivou. Tako, recimo, za Kanta, zadovoljstvo i uživanje u lepom proizilaze iz osećanja, ali da bi se nešto okarakterisalo kao lepo, potrebno je da isto mišljenje dele i ostali posmatrači, pa je u tom smislu lepota inherentna osobina stvari koja se karakteriše.<sup>11</sup> Sud o estetskoj vrednosti takođe podrazumeva više od čulne stimulacije: za Hjuma ukus nije prosta sposobnost da se identifikuju svi delovi kompozicije, nego i „osetljivost na bol, kao i na užitak, koja izmiče ostatku čovečanstva“.<sup>12</sup>

Pitanjem na koji način odrediti vrednost, odnosno kvalitet neke fotografije ili vizuelizacije, bavili su se brojni autori. U navedenim radovima, analizira se princip rangiranja fotografija na osnovu estetskih kvaliteta. Ključna tema ovde jeste na koji način odrediti šta predstavlja kvalitet u vizuelnom smislu. Neki od najvažnijih parametara kvaliteta, prema Mavridakiju i Mezarisu su jednostavnost, raznobojnost, oštrina, prisustvo obrasca i kompozicija.<sup>13</sup> Osvrćući se na relevantnost fotografija koje dobijamo u pretraživačima, Kao i saradnici ispituju ulogu estetskih osobina fotografije i definišu dve ključne grupe odlika fotografija. Prva grupa su objektivne osobine

---

<sup>11</sup> Kant, I. (2005). *Kritika moći suđenja*. Beograd: Dereta.

<sup>12</sup> Hume, D. (1987). *Essays Moral, Political, Literary*. Indianapolis: Liberty Fund.

<sup>13</sup> Mavridaki, E., & Mezaris, V. (2015.) A comprehensive aesthetic quality assessment method for natural images using basic rules of photography. *IEEE International Conference on Image Processing (ICIP)*. 887-891.

poput fokusa i ekspozicije, dok u drugu, subjektivnu grupu, spadaju jednostavnost, realističnost, harmonija boja i kompozicija.<sup>14</sup> Na sličan način osobine dele Jeh i saradnici, govoreći o elementima kompozicije, intenzitetu i distribuciji boje kao osnovnim parametrima za valorizaciju kvaliteta fotografije.<sup>15</sup>

Pregledom dostupnih istraživanja, moguće je utvrditi da značajan broj radova kroz analizu vizuelnih karakteristika fotografije upućuje na parametre koji se umnogome poklapaju. Nadovezujući se na postojeće radove, predmet istraživanja u okviru doktorske disertacije jeste upravo detekcija i deskripcija osobina skupa objava na društvenoj mreži Instagram. Nakon definisanja parametara popularnosti, naredna faza istraživanja podrazumeva statističku obradu podataka, sa ciljem uspostavljanja veze vizuelnih osobina objave sa njenom relativnom popularnošću. Na osnovu dobijenih korelacija, podaci se koriste za obučavanje nekoliko različitih modela mašinskog učenja, sa ciljem predikcije popularne objave, koji se potom porede prema performansama i usvaja se model koji daje najtačnije predviđanje.

Predmet istraživanja takođe podrazumeva i razmatranje implikacija trendova koji se formiraju na društvenim mrežama. Fokus istraživanja u ovoj fazi jeste izučavanje globalizacije ukusa u arhitekturi i principa estetske ekonomije u savremenoj arhitektonskoj praksi. Na koji način se na društvenim mrežama kreiraju valute za kulturološku valorizaciju i popularizaciju određenog sadržaja, kako se formiraju trendovi i koji su njihovi društveni i ekonomski efekti, kao i šta nam omogućava činjenica da se obrazac popularnosti objava može detektovati, predstavljaju nekoliko osnovnih pitanja na koja istraživanje ima za cilj da odgovori.

## **1.2 Potreba za istraživanjem**

Plazeći od aktuelnosti teme društvenih mreža, kako u kulturološkom, tako i u društvenom, ekonomskom i marketinškom kontekstu, potreba za istraživanjem se bazira na mogućnostima detekcije obrasca u oblasti arhitektonskih objava na društvenim mrežama, posebno Instagramu, koji dominantno utiče na popularnost vizuelnog sadržaja, ukoliko on sadrži neophodne parametre. Postojanje obrasca koji garantuje popularnost utiče na formiranje posebnog ukusa za lepo u polju arhitektonske fotografije i vizuelizacije, koje se dele na analiziranoj društvenoj mreži. Ukoliko ishod istraživanja pokaže prisutnost obrasca, odnosno tipičnih karakteristika

---

<sup>14</sup> Kao, S., Day, W., & Cheng, P. (2010). An Aesthetic-Based Approach to Re-ranking Web Images. 6458. 610-623.

<sup>15</sup> Yeh, C.H., Ng, W.S., Barsky, B., & Ouhyoung, M. (2009.) An Esthetics Rule-Based Ranking System for Amateur Photos. Proceeding ACM SIGGRAPH ASIA 2009 Sketches. Article No. 24.

objave, neophodnih da bi se ista dopala korisnicima društvenih mreža, time se potvrđuje teza da društvene mreže proizvode i unificiraju trendove u polju arhitekture. Pišući za *The Guardian*, dizajner Čajka objašnjava način na koji društvene mreže generišu „hipstersku estetiku“ u celom svetu<sup>16</sup>. U članku u kome analizira pojavu sličnih enterijera po celom svetu, Čajka se pita zašto uopšte ići bilo gde ako će to izgledati isto kao u bilo kom drugom gradu.<sup>17</sup> Komentarišući stav pomenutog autora, Mačar konstatuje da danas možete putovati od Los Anđelesa do Hong Konga i naići na kafeterije, hostele i kancelarije sa identičnim „instagram-friendly“ drvenim površinama, osvetljenjem u industrijskom stilu, belim zidovima i mestimičnim akcentima u boji.<sup>18</sup>

Prema skorašnjim iskustvima arhitekata, klijenti sve više zahtevaju da prostor bude „instagramičan“, da u okviru zgrade postoji kutak zanimljiv korisnicima ove društvene mreže, ili da ceo enterijer dobro „leži“ u kvadratnom formatu objava popularnom na Instagramu.<sup>19</sup> Istraživanja dizajna privlačnog na ovoj društvenoj mreži, kao posledicu ima upravljanje smerom investicija u objekat, kako bi se on svideo ciljnoj grupi na društvenim medijima, koji su osnovni alat savremenog marketinga. Ukoliko znamo da će bazen biti mnogostruko više fotografisan i objavljivan nego spavaća soba, jasno je u kom pravcu je neophodno usmeriti novac, a na čemu uštedeti.<sup>20 21</sup>

Međutim, da li nas Instagram odvlači od sposobnosti da uživamo u stvarima u datom trenutku i u sadašnjosti? Tome u prilog svedoči i skoro objavljena studija o veoma lošem pamćenju slika u muzejima, ukoliko se posetilac dominantno fokusirao na

---

<sup>16</sup> Henke definiše hipstere kao subkulturnu grupu, koja usvaja životni stil i estetiku anti-establišmenta, kao i „liberalna gledišta stvarnih nekonformista, koja su više motivisana željom da stvore modno-buntovnički imidž, nego istinski radikalnim stavovima“.

Henke, K. (2013). Postmodern Authenticity and the Hipster Identity. *Forbes & Fifth: Office for undergraduate research*. Preuzeto sa: <http://archive.forbes5.pitt.edu/ojs/index.php/forbes5/article/viewFile/12/16> (22.08.2020.)

<sup>17</sup> Chyka, K. (2016). Same old, same old. How the hipster aesthetic is taking over the world. *The Guardian*. Preuzeto sa: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/aug/06/hipster-aesthetic-taking-over-world> (22.08.2020.)

<sup>18</sup> Matchar, E. (2017). How Instagram Is Changing the Way We Design Cultural Spaces. *Smithsonianmag.com*. Preuzeto sa: <https://www.smithsonianmag.com/innovation/how-instagram-changing-way-we-design-cultural-spaces-180967071/> (22.08.2020.)

<sup>19</sup> Fairs, M. (2018). Creating instagrammable moments "now part of architectural briefs" says Farshid Moussavi. *Dezeen*. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2018/06/05/instagram-moments-farshid-moussavi-instagram-architecture/> (21.08.2020.)

<sup>20</sup> Fairs, M. (2018). Instagram design guide shows architects how to create „a visual sense of amazement“. *Dezeen*. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2018/06/12/instagram-design-guide-architects-design-hotel/> (22.08.2020.)

<sup>21</sup> Arnold, A. (2018). Instagram Worthy: How Social Media Has Reshaped Our Ideas On Attractive Design. *Forbes*. Preuzeto sa: <https://www.forbes.com/sites/andrewarnold/2018/03/29/instagram-worthy-how-social-media-has-reshaped-our-ideas-on-attractive-design> (22.08.2020.)

pravljenje fotografije umesto posmatranje.<sup>22</sup> Zahtevi klijenata da novoprojektovani javni objekti sadrže prostor koji će biti masovno fotografisan jasno govore o primatu puke prezentacije prostora nad namerom da se on istinski doživi. Pojavu da reprezentacija određene stvari postaje dominantna u odnosu na njen suštinski sadržaj komentariše Gi Debor: „Ceo život društava u kojima prevladavaju savremeni uslovi proizvodnje moguće je predstaviti kao ogromnu akumulaciju spektakla. Sve što je nekada direktno proživljavano, postala je puka reprezentacija.“<sup>23</sup> Poseban kutak u objektu, namenski projektovan da većini posetilaca bude atraktivan za fotografisanje – „Instagram momenat“ u objektu – ima manje veze sa stvarnim mestom, a više sa kliše doživljajem tog mesta od strane gosta koji objavljuje fotografiju.<sup>20</sup> Ono što se može označiti kao problematično u ovoj pojavi jeste unificiranje, odnosno globalizacija ukusa, onog što se doživljava kao lepo.

Analizirajući upečatljivu homogenizaciju dizajniranih enterijera objekata širom sveta, Čajka navodi primer veb-stranica za iznajmljivanje stanova ili poslovnih prostora, poput *AirBnb* i *WeWork*, kao i barova, kafeterija, *start-up* kancelarija kojima dominira identična estetika: „Minimalističan nameštaj. Kraft-pivo i tost sa avokadom. Reciklirano drvo. Osvetljenje u industrijskom stilu. Espresso sa mlekom. Brz internet.“<sup>24</sup> Na osnovu ovoga, možemo se zapitati da li prostor uređen tako da bude dopadljiv na društvenim mrežama, ubrzano homogenizuje prostorne identitete na globalnom nivou? Trendovi nametnuti onim što je najviše „lajkovano“ na društvenim mrežama u potpunosti određuju kako neki prostor mora da izgleda da bi bio posećen sa ciljem da se njegova fotografija plasira na *online*. Neodvojivo od procesa homogenizacije identiteta prostora jeste i pitanje nestajanja lokalnog – kao što je već napomenuto, postojanjem masovnog trenda u okviru arhitektonske produkcije, minimizuje se mogućnost da autentični prostori i projekti dobiju adekvatnu pažnju. Govoreći o efektima stvaranja trenda, Mačar navodi da nas društvene mreže zatvaraju u balon u kom vidimo ljude poput nas, gde idu, šta jedu, šta im se dopada, te zatim i mi radimo isto.<sup>18</sup>

Određene karakteristike ponašanja korisnika Instagrama uočene su kao ustaljen način da se stekne veći broj pratilaca na mreži, da određena objava dobije više „lajkova“,

---

<sup>22</sup> APS | Association for Psychological Science (2013). No Pictures, Please: Taking Photos May Impede Memory of Museum Tour. Preuzeto sa: <https://www.psychologicalscience.org/news/releases/no-pictures-please-taking-photos-may-impede-memory-of-museum-tour.html> (22.08.2020.)

<sup>23</sup> Debord, Guy. (1994). *The society of the spectacle*. New York: Zone Books.

<sup>24</sup> Chayka, K. (2016). How Silicon Valley helps spread the same sterile aesthetic across the world. *The Verge*. Preuzeto sa: <https://www.theverge.com/2016/8/3/12325104/airbnb-aesthetic-global-minimalism-startup-gentrification> (22.08.2020.)

kao i sa ciljem da profil korisnika bude što prometniji. O ovoj pojavi piše Melotti i navodi da korisnici Instagrama teže da idu na ista mesta i pokušavaju da uhvate što sličniju verziju fotografije tog mesta, jer će na taj način objava garantovano dobiti više svidanja. „Prijatelj mi je rekao: „Trendovi na Instagramu se nikada ne završavaju“, i to je istina. Znam brojne naloge koji objavljuju iste stvari, na istim mestima, u istom stilu“.<sup>25</sup> Ova autorka navodi da je Instagram skoro uveo algoritam koji „odlučuje“ da li će i kolikom auditorijumu vaša objava biti vidljiva, na bazi verovatnoće da će se drugima svideti i učestalosti vašeg kontakta sa ostalim korisnicima.<sup>26</sup> Drugim rečima, najviše puta će biti pregledan tip objave koji je i do tada dobijao „lajkove“, čime se marginalizuje originalan sadržaj, a favorizuje već viđeni manir fotografisanja.

Sa druge strane, fotografisanjem i objavljivanjem, korisnik društvene mreže poručuje da je određeni prostor posetio, video, da je taj prostor postao njegov – „gosti hotela žele da žive taj Instagram život“.<sup>20</sup> Na taj način korisnici društvene mreže kupuju deliće fantazije o životnom stilu promovisanom kroz medije. Poznati su Instagram blogovi koji se bave „*lifestyle*“ fotografijama, odnosno detaljnim dočaravanjem fragmenata životnog stila određene društvene grupacije. Potreba da se pripada pomenutom stilu podrazumeva da se prikaže podudarnost sa njim, čime se podstiče potvrđivanje trenda, opšteg ukusa, a nikako autentičnost.

### 1.3 Sastav radnih hipoteza

Rastući značaj novih medija u savremenom društvenom kontekstu ima za posledicu sve veći uticaj na sfere komunikacija, kulture i proizvodnje. U okviru problema istraživanja, definisan je kontekst koji pokazuje aktuelnost ispitivanja uloge društvenih mreža u polju arhitektonske fotografije i arhitekture uopšte. Preslikavanje uspešnosti, odnosno popularnosti fotografije iz *online* ravni na sferu arhitektonske produkcije, kako je pokazano u poglavlju Potreba za istraživanjem, nameće neophodnost proučavanja logike koja stoji iza popularnosti objave na društvenim mrežama. Nekoliko osnovnih istraživačkih pitanja na kojima se bazira rad jesu: da li postoji pravilo koje određuje popularnost objave na Instagramu? Ukoliko postoji, kako glasi pravilo popularnosti? Koje vizuelne osobine objava mora da ima, kako bi postigla što veću popularnost?

Na osnovu navedenih pitanja koja definišu pravac istraživanja, moguće je formulisati dve hipoteze:

---

<sup>25</sup> Melotti, S. (2017). Instagram created a monster. Behind The Quest. Preuzeto sa: <http://behindthequest.com/instagram-created-a-monster/> (22.08.2020.)

<sup>26</sup> Ibid.

**H1** – Postoje merljive, kvalitativne odlike objave koje utiču na relativnu popularnost. To su osobine boje i kompozicije, konteksta, ekspresivnog sadržaja i oblikovanja arhitekture.

**H2a** – Odnos vizuelnih osobina objave i relativne popularnosti formira obrazac kojim je određeno kakav arhitektonski sadržaj će biti popularan na Instagramu.

**H2b** - Na osnovu detekcije ovog obrasca, moguće je formirati prediktivni model primenom algoritma slučajne šume.

#### **1.4 Ciljevi istraživanja**

Istraživanje koje će biti prikazano u okviru doktorske disertacije kao osnovni cilj ima utvrđivanje postojanja obrasca koji utiče na popularnost objave na društvenoj mreži. Kao polje istraživanja odabrane su arhitektonske fotografije i vizuelizacije na društvenoj mreži Instagram, sa koje su prikupljeni podaci od odabranih naloga arhitektonskih biroa. Upotrebljeni podaci prolaze kroz proces pročišćavanja, kodiranja i statističke obrade, kako bi se dobile korelacije između vizuelnih osobina objave i broja osvojenih lajkova, a na osnovu čega se dalje kreira model predikcije popularnosti objave. U svrhu jasnijeg definisanja toka daljeg istraživanja, moguće je identifikovati nekoliko specifičnih ciljeva:

- postavka problema i potrebe za istraživanjem;
- selekcija i prikupljanje potrebnih podataka;
- identifikovanje parametara koji utiču na popularnost;
- analiza podataka sa uspostavljanjem zavisnosti između vizuelnih osobina i relativne popularnosti objave;
- formulisanje modela predikcije popularnosti arhitektonske objave na Instagramu;
- priprema i sprovođenje provere modela sa ciljem eksperimentalne potvrde njegove funkcionalnosti.

Dodatni cilj istraživanja predstavlja kontekstualizacija problema koji se analizira, odnosno položaja i uloge društvenih mreža u procesu globalizacije, unificiranja trendova i produkcije u arhitekturi, kao i značaj socijalnih obrazaca, vidljivih kroz analizu velikog broja podataka proizvedenih na društvenim mrežama. Definicija društvenih mreža, njihov uticaj na savremeni društveni kontekst, kao i projekcija na arhitektonsku praksu, predstavljena u uvodnom delu istraživanja, iscrtavaju značaj rada na ovoj tematici. Konačno, istraživanje za cilj ima i razmatranje mogućnosti dalje



primene razvijenog modela predikcije popularnosti objave u sferi arhitektonske produkcije.

### **1.5 Sistematizacija dosadašnjih istraživanja**

Rad u okviru disertacije otpočinje pregledom dosadašnjih istraživanja i literature koja se bavi razvojem društvenih platformi i njihovom evolucijom, od najranijih oblika polovinom 20. veka, pa do savremenih vidova društvenih mreža. Tok i transformaciju ovih platformi proučavali su brojni autori, sa ciljem da se hronološki dokumentuje i kritički sagleda progres društvenih medija, od čega su za temu istraživanja najznačajnije platforme koje su se pojavljuju u prvoj deceniji 21. veka.<sup>27</sup> Uloga korisnika interneta se sve više bazira na produkciji sadržaja, te je participacija na društvenim mrežama zasnovana na dvojakoj ulozi – kako konzumaciji, tako i proizvodnji sadržaja, koji se u toku poslednje decenije dominantno zasniva na vizuelnom materijalu. Paralelno sa novim društvenim medijima, razvijaju se i metrike uspešnosti korisničkih naloga ili plasiranog sadržaja, koje omogućavaju generisanje savremenih marketinških strategija, kao i podlogu za istraživanja na osnovu velike količine podataka, kojom se stiče uvid u specifične obrasce ponašanja korisnika društvenih mreža.

Kada se radi o proučavanju vizuelnog sadržaja, odnosno osobina koje utiču na to da se određena objava posmatraču sviđa više od druge, neophodno je osvrnuti se na različite stavove prema lepoti, koje su umetnici prikazivali kroz istoriju. Među najznačajnijim

---

<sup>27</sup> McIntyre, K. (2014). The Evolution of Social Media from 1969 to 2013: A Change in Competition and a Trend Toward Complementary, Niche Sites. *Social media and society*, 3.; Boyd, D. & Ellison, N. (2010). Social network sites: definition, history, and scholarship. *IEEE Engineering Management Review*, 38, 16-31.; Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, 8, 125 - 147.; Fuchs, C. & Sandoval, M. (2014). Critique, Social Media and the Information Society. New York: Routledge.; Kucuk, S.. (2016). Consumerism in the Digital Age. *Journal of Consumer Affairs.*; Gilbert, E., Bakhshi, S., Chang, S. & Terveen, L. (2013). „I need to try this!“: A statistical overview of Pinterest. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*. 2427-2436.; Caverlee, J. & Webb, S. (2008). A large-scale study of myspace: Observations and implications for online social networks. In *Proc. ICWSM.*; Hunt, T. (2009). The power of social networking. New York: Three Rivers Press.; Olsson, T. & Anders S. (2012). Producing prod-users: Conditional participation in a web 2.0 consumer community. *Javnost—The Public* 19 (3):41–58.; Fuchs, C. (2008). *Internet and society: Social theory in the information age*. New York: Routledge; Highfield, T. & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*. 2:1, 47-62.; Abidin, C. (2014). #In\$tagLam: Instagram as a repository of taste, a burgeoning marketplace, a war of eyeballs. In M. Berry & M. Schleser (eds): *Mobile media making in an age of smartphones*. New York: Palgrave Macmillan.; David, G. (2010). Camera phone images, videos and live streaming: A contemporary visual trend. *Visual Studies*, 25(1), 89–98.; Hochman, N., & Manovich, L. (2013). Zooming into an instagram city: Reading the local through social media. *First Monday*, 18, 7.; Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160.

delima, koja se obraćaju ideji lepote u umetničkim ostvarenjima, jeste Istorija lepote Umberta Eka, u kojoj analizira estetske ideale kroz različite epohe i razmatra aspekte lepote poput proporcije, harmonije, svetlosti i boje.<sup>28</sup> Još jedno značajno delo u ovoj oblasti je Istorija ružnoće istog autora, koja podvlači ne samo činjenicu da je percepcija lepote kulturološki oblikovana, već i da je „ukus običnih ljudi na neki način korespondirao sa ukusom umetnika tog doba“, kao i da se atributi lepote i ružnoće pre mogu pripisati društveno-političkim kriterijumima, nego estetskim.<sup>29</sup> U kontekstu analize estetike plasirane kroz trendove na društvenim mrežama, Ekova tvrdnja implicira da društvene platforme imaju moć da oblikuju istovremeno i ukus njihovih korisnika i produkciju umetničkih dela, što daje uvid u aktuelnost uticaja novih medija na savremenu arhitektonsku praksu.

Daljim osvrtom na dosadašnja istraživanja, može se ustanoviti da su brojni autori dali doprinos u istraživanju odlika vizuelnog sadržaja, poput fotografija, koje čine da se ona nekome dopadne više od druge. Veliki broj ovih istraživanja bavi se identifikacijom karakteristika fotografije koje doprinose njenoj dopadljivosti. Neke od karakteristika koje su istraživane su: estetika, originalnost, osvetljenost, raznobojnost, zasićenje boje, nijansa, pravilo trećine, prepoznatljivost, tekstura, veličina i proporcija, zakrivljenost oblika, dubina polja, jednostavnost, realističnost, zamućenost, osnovna tehnika, raspored boja, geometrija kompozicije, harmonija boja itd.<sup>30</sup> Izučavanjem

---

<sup>28</sup> Eco, U. (2004). *On Beauty*. London: Seeker & Warburg.

<sup>29</sup> Eco, U. (2007). *On Ugliness*. London: Harvill Secker.

<sup>30</sup> Luo, Y. & Tang, X. (2008). Photo and Video Quality Evaluation: Focusing on the Subject. 5304. 386-399.; Datta, R., Joshi, D., Li, J. & Wang, J. (2006). Studying Aesthetics in Photographic Images Using a Computational Approach. In: Leonardis, A., Bischof, H., Pinz, A. (eds) *ECCV 2006*. LNCS. 3951. Heidelberg: Springer.; Freeman, M. (2007). *The Photographer's Eye: Composition and Design for Better Digital Photos*. Ilex Press.; Lovato, P., Bicego, M., Segalin, C., Perina, A., Sebe, N. & Cristani, M. (2014). Faved! Biometrics: Tell Me Which Image You Like and I'll Tell You Who You Are. In *IEEE Transactions on Information Forensics and Security*, vol. 9, no. 3. 364-374.; Martindale, C., Moore, K. & Borkum, J. (1990). Aesthetic preference: Anomalous findings for Berlyne's psychobiological theory. *Amer. J. Psychol.*, vol. 103, no. 1. 53-80.; Bronstad, P. & Russell, R. (2007). Beauty is in the 'we' of the beholder: Greater agreement on facial attractiveness among close relations. *Perception*, vol. 36, no. 11. 1674-1681.; Bhattacharya, S., Sukthankar, R. & Shah, M. (2010). A framework for photo-quality assessment and enhancement based on visual aesthetics. *Proc. Int. Conf. Multimedia*. 271-280.; Ke, Y., Tang, X. & Jing, F. (2006). The design of high-level features for photo quality assessment, *Proc. IEEE Conf. Comput. Vis. Pattern Recog.* 419-426.; Luo, Y. & Tang, X. (2008). Photo and video quality evaluation: Focusing on the subject. *Proc. Eur. Conf. Computer Vis.* 386-399.; Lovato, P. (2012). Tell me what you like and I'll tell you what you are: Discriminating visual preferences on Flickr data. *Proc. Asian Conf. Comput. Vis.* 45-56.; Machajdik, J. & Hanbury, A. (2010). Affective image classification using features inspired by psychology and art theory. *Proc. Int. Conf. Multimedia*. 83-92.; Tamura, H., Mori, S. & Yamawaki, T. (1978). Texture features corresponding to visual perception. *IEEE Trans. Syst. Man Cybern.*, vol. 8. 460-473.; Datta, R., Li, J. & Wang, J. Z. (2007). Learning the Consensus on Visual Quality for Next-Generation Image Management. *Proceedings of the ACM Multimedia Conference*. 533-536.; Mansoor, A., Haider, M., Mian, A. & Khan, S. (2009). A Hybrid Image Quality Measure for Automatic Image Quality Assessment. In:

dodatnih faktora popularnosti vizuelnog sadržaja na internetu, pojedini autori su razmatrali odlike ponašanja korisnika društvenih mreža, kroz analizu objava na određenoj platformi<sup>31</sup>, kao i analizu uticaja poznanstva i lične povezanosti korisnika društvenih mreža na materijal koji se najviše „lajkuje“ u toj društvenoj grupi.<sup>32</sup> Razmatrajući veze među korisnicima Instagrama, Ferrara i saradnici analiziraju strukturalne karakteristike interakcija među korisnicima, dinamiku proizvodnje sadržaja na ovoj društvenoj mreži i ponašanje korisnika vezano za raznolikosti njihovog interesa<sup>33</sup>, dok Sabo i Haberman razvijaju model popularnosti sadržaja na društvenim medijima<sup>34</sup>. Pregledom literature za ovaj deo istraživanja, može se zaključiti da je u naučnim radovima ispitivan veliki broj osobina koje utiču na atraktivnost, dopadljivost ili popularnost vizuelnog sadržaja, te da je analizirane osobine neophodno ciljano odabrati, ne samo prema hipotezama koje se ispituju, već i prema oblasti primene zaključaka, koji se iz datih analiza mogu izvući.

Primena modela mašinskog učenja u procesu estetske procene vizuelnog sadržaja predstavlja predmet istraživanja većeg broja savremenih naučnih radova. Malu i saradnici izvajaju osam vizuelnih atributa fotografije, te koriste konvolucionu neuronsku mrežu za istovremeno modelovanje klase fotografije, u smislu estetske procene, ali i treniranje modela za prepoznavanje datih vizuelnih osobina, kako bi se predviđena klasa fotografije mogla lakše interpretirati.<sup>35</sup> Generalno, modeli mašinskog učenja u oblasti fotografije se primenjuju u problemima regresije<sup>36</sup>, kada se traži

---

Salberg AB., Hardeberg J.Y., Jenssen R. (eds) Image Analysis. SCIA 2009. Lecture Notes in Computer Science, vol 5575. 91-98.

<sup>31</sup> Wu, L., Hua, X., Yu, N., Ma, W. & Li, S. (2008). Flickr distance. MM '08: Proceedings of the 16th ACM international conference on Multimedia. 31-40. Hochman, N. (2012). Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms. Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.

<sup>32</sup> Hönekopp, J. (2006). Once more: Is beauty in the eye of the beholder? Relative contributions of private and shared taste to judgments of facial attractiveness. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*. 32 199–209.; Peskin, M., Newell, F. N. (2004). Familiarity breeds attraction: Effects of exposure on the attractiveness of typical and distinctive faces. *Perception*. 33. 147–157.

<sup>33</sup> Ferrara, E., Interdonato, R. & Tagarelli, A. (2014). Online Popularity and Topical Interests through the Lens of Instagram. *Proceedings of the 25th ACM conference on Hypertext and social media*. 24-34.

<sup>34</sup> Gábor, S. & Huberman, B. A. (2010). Predicting the popularity of online content. *Commun. ACM* 53. 80-88.

<sup>35</sup> Malu, G., Surampudi, B. & Indurkha, B. (2017). Learning Photography Aesthetics with Deep CNNs. Preuzeto sa: <https://arxiv.org/abs/1707.03981> (27.08.2020.)

<sup>36</sup> Kao, Y., Huang, K. & Maybank, S. (2016). Hierarchical aesthetic quality assessment using deep convolutional neural networks. *Signal Processing: Image Communication* 47 (2016), 500–510.; Kao, Y., Wang, C. & Huang, K. (2015). Visual aesthetic quality assessment with a regression model. In *Image Processing (ICIP), 2015 IEEE International Conference on*. IEEE, 1583–1587.; Wu, O., Hu, W. & Gao, J. (2011). Learning to predict the perceived visual quality of photos. In *Computer Vision (ICCV), 2011 IEEE International Conference on*. IEEE, 225–232.

numerička procena uspešnosti, ili klasifikacije, kada se model kreira sa ciljem svrstavanja fotografije u određenu klasu (dobra/loša, popularna/nepopularna, itd.).<sup>37</sup> Sumirajući dostupnu literaturu, moguće je zaključiti da je pored kreiranja modela klasifikacije sa visokom tačnošću predikcije, neophodno izvesti korelacije vizuelnih osobina sa relativnom popularnošću objave, kako bi se predikcija popularnosti mogla argumentovano interpretirati.

## **1.6 Program istraživanja**

U odnosu na navedene ciljeve istraživanja, program istraživanja je podeljen na tri faze:

### **1.6.1 Faza 1**

U ovoj fazi se otpočinje istraživanje razvoja društvenih mreža sa posebnim akcentom na Instagram; potom, razvoj „lajka“ kao osnovne metrike, na osnovu koje je moguće formirati relativnu popularnost objave, kao i korelacija sve dominantnije uloge Instagrama sa pojavom trendova u arhitektonskom projektovanju i prezentaciji. Rezultat ovog dela istraživanja je pozicioniranje transformacija arhitektonske prakse u okvire konteksta koji je određen estetskom ekonomijom i ekonomijom iskustva, kao i elementima savremenog marketinga.

### **1.6.2 Faza 2**

Prvi korak ove faze podrazumeva definisanje uzorka, odnosno precizno identifikovanje tipa Instagram naloga arhitektonskih biroa koji su relevantni u odnosu na problem istraživanja. Potom sledi prikupljanje i pročišćavanje, odnosno odstranjivanje svih Instagram objava koje po sadržaju ne pripadaju temi istraživanja. Nakon toga sledi sistematizacija podataka u okviru koje se objave grupišu prema matičnom nalogu i povezuju sa pripadajućom metrikom.

Sledeći deo ove faze jeste definisanje pojma relativne popularnosti objave i načina njenog računanja. Za svaku pojedinačnu Instagram objavu se računa relativna popularnost na osnovu podataka o broju „lajkova“ koje ta objava ima, kao i na osnovu broja pratilaca tog naloga. Dalje se formulišu osobine objava – vizuelne karakteristike prikupljenih fotografija/vizuelizacija – koje figuriraju kao činioci relativne

---

<sup>37</sup> Lu, X., Lin, Z., Jin, H., Yang, J. & Wang, J. (2014). Rapid: Rating pictorial aesthetics using deep learning. In Proceedings of the 22nd ACM international conference on Multimedia. ACM, 457–466.; Lu, X., Lin, Z., Shen, X., Mech, R. & Wang, J. (2015). Deep multi-patch aggregation network for image style, aesthetics, and quality estimation. In Proceedings of the IEEE International Conference on Computer Vision. 990–998.

popularnosti. Svaka osobina se precizno definiše, te se formira sistem za ocenjivanje sadržaja, odnosno svrstavanje vizuelnog materijala u kategorije. Za svaku osobinu daje se set mogućih vrednosti, te se prelazi na proces klasifikacije sadržaja prema ustanovljenim kategorijama. Nakon što je ovaj proces završen, daju se grafikoni zavisnosti relativne popularnosti od svake pojedinačne osobine objava, čime se stiče uvid u odnose među podacima.

Precizna korelacija između osobina Instagram objava i relativne popularnosti dobija se statističkom obradom podataka, na osnovu čega se jasno razvrstavaju osobine objava sa malom, srednjom i velikom korelacijom sa relativnom popularnošću. Dobijene međuzavisnosti se eksperimentalno proveravaju ciljanim formiranjem različitih objava za Instagram nalog *kabinet505*<sup>38</sup>, i to tako što na objavama varira broj osobina sa pozitivnom i negativnom korelacijom sa relativnom popularnošću. Kroz ovu proveru je ustanovljeno da broj dobijenih „lajkova“ na objavama odgovara korelacijama dobijenim u prethodnom procesu analize vizuelnih osobina.

### 1.6.3 Faza 3

Osnovni cilj treće faze istraživanja jeste formiranje modela predikcije popularnih Instagram objava. U tu svrhu se koriste dobijeni tabelarni podaci koji sadrže klasifikaciju svake objave iz uzorka prema odabranim vizuelnim kategorijama. 85% dobijenih podataka se upotrebljava za obučavanje prediktivnog modela, dok preostalih 15% služi za validaciju modela. Sa ciljem postizanja što veće tačnosti predikcije, ispituju se sledeći modeli: algoritam  $k$ -najbližih suseda, logistička regresija, ekstremno gradijentno pojačavanje, stablo pretrage i slučajna šuma. Prema dosadašnjim rezultatima, najtačniji je model slučajne šume, te se on usvaja kao konačni.

Kako bi se utvrdio procenat greške u svakom od ispitanih modela, izračunavaju se sledeće veličine: tačnost (engl. *accuracy*) – odnos tačno predviđenih instanci i ukupnog broja instanci<sup>39</sup>, preciznost (engl. *precision*) – odnos stvarno pozitivnih instanci i zbira stvarno i lažno pozitivnih instanci<sup>40</sup>, kao i odziv (engl. *recall*) – odnos stvarno pozitivnih instanci i zbira stvarno pozitivnih i lažno negativnih instanci<sup>40</sup>. Pored toga, za usvojeni model se razvija grafički prikaz grananja algoritma, uz objašnjenje svih koraka. U procesu validacije modela, generiše se i matrica konfuzije,

---

<sup>38</sup> <https://www.instagram.com/kabinet505/> (27.08.2020.)

<sup>39</sup> Witten, I. & Frank, E. (2005). *Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques*. San Francisco: Elsevier.

<sup>40</sup> Saito, T., & Rehmsmeier, M. (2015). The precision-recall plot is more informative than the ROC plot when evaluating binary classifiers on imbalanced datasets. *PloS one*, 10(3), e0118432.

kako bi se stekao uvid u broj i kategoriju tačnih i promašenih predikcija. Matrica konfuzije je definisana kao dvodimenzionalna matrica u kojoj redovi i kolone korespondiraju sa različitim klasama i prikazuju broj testiranih instanci, i u kojoj su stvarne klase predstavljene u redovima, a predviđene u kolonama.<sup>40</sup> Nakon toga, formira se grafički prikaz zavisnosti tačnosti modela od broja vizuelnih osobina objava, sa ciljem utvrđivanja broja osobina na kom dolazi do saturacije modela. Osnovna ideja ovog koraka jeste ispitivanje koliko je osobina objava neophodno da bi se postigla maksimalna tačnost modela, posle čega se tačnost više neće značajno povećavati. Ujedno, to je i odgovor na pitanje koliko je osobina objava potrebno ispitati da bi se formirao precizan model predikcije.

Završni postupak u okviru faze 3, jeste empirijska validacija, odnosno, anketno ispitivanje korisnika Instagrama, sa ciljem provere mogućnosti predikcije popularnosti objave na bazi percepcije korisnika. Potom se ovi podaci upoređuju sa realnim brojem „lajkova“ koje su analizirane objave osvojile, te se dobija uvid u procenat tačnosti empirijske predikcije, što je podatak od značaja za komparaciju sa tačnošću predikcije računarskog modela.

#### **1.6.4 Faza 4**

Četvrta faza podrazumeva ispitivanje mogućnosti upotrebe modela predikcije relativne popularnosti objave u kontekstu savremene arhitektonske prakse. Sticanje uvida u trendove i njihove sociološke, ekonomske i marketinške implikacije, predstavlja alat za dalje ispitivanje ambivalentnog uticaja društvenih medija na produkciju u arhitekturi. Takođe, razmatra se mogućnost funkcionisanja modela predikcije u kontekstu drugačijeg seta podataka, a poslednji korak u okviru istraživanja predstavlja sumiranje rezultata i definisanje smernica za njihovu dalju primenu.

### **1.7 Primenjene naučne metode**

Istraživanje u okviru disertacije uključuje primenu sledećih naučnih metoda:

#### *Analiza*

Metod analize se upotrebljava pri pregledu literature, pri formiranju kriterijuma odabira naloga koji formiraju uzorak. Ova metoda se primenjuje i pri proceni vizuelnih osobina koje figuriraju kao faktori popularnosti objave, potom, prilikom analize korelacije grupa podataka, kao i pri formiranju zaključaka istraživanja.

#### *Sinteza*

Metod sinteze će biti primenjen pri grupisanju različitih osobina vizuelnog sadržaja u jedinstvene kategorije, pri razmatranju rezultata modela predikcije, kao i pri formulaciji smernica za buduću primenu rezultata istraživanja.

#### *Istorijski metod*

Istorijski metod se koristi pri pregledu razvoja društvenih mreža i različitih metrika, koje figuriraju kao mogući parametri popularnosti sadržaja.

#### *Klasifikacija*

Metod klasifikacije se upotrebljava u procesu sistematizacije osobina vizuelnog sadržaja u četiri osnovne grupe kategorija koje mogu uticati na popularnost objave. Ovaj metod se takođe primenjuje i pri kodiranju pojedinačnih objava u okviru trideset klasa vizuelnih osobina.

#### *Kompoziciona interpretacija*

Metod kompozicione interpretacije će biti upotrebljen prilikom raščlanjivanja elemenata kompozicije fotografija ili vizuelizacija, u cilju formulisanja kategorija po kojima će sadržaj kasnije biti ocenjen, odnosno, razvrstan.

#### *Kvantitativna analiza sadržaja*

Metod kvantitativne analize sadržaja biće upotrebljen pri razvrstavanju i ocenjivanju seta podataka iz uzorka u ustanovljene kategorije, odnosno, osobine objava.

#### *Prediktivni metod modelovanja*

Prediktivni metod modelovanja biće upotrebljen prilikom formiranja modela koji predviđa da li će konkretan vizuelni sadržaj biti popularan na društvenoj mreži Instagram.

#### *Komparativni metod*

Komparativni metod se upotrebljava pri poređenju rezultata različitih prediktivnih modela, u cilju usvajanja najpreciznijeg modela. Ovaj metod će takođe biti korišćen pri poređenju različitih vrednosti korelacije pojedinačnih osobina vizuelnog sadržaja sa relativnom popularnošću. Konačno, komparativni metod se primenjuje i kod poređenja rezultata empirijske validacije modela sa rezultatima računarske predikcije.

#### *Eksperiment*

Metod eksperimenta je primenjen pri proveru korelacije odabranih vizuelnih osobina sa relativnom popularnošću objave. Eksperiment je obavljen u virtuelnom prostoru.

### *Anketa*

Metod ankete se upotrebljava u finalnoj fazi istraživanja, prilikom empirijske validacije modela predikcije, odnosno, u svrhu ispitivanja u kojoj meri se popularnost objave može predvideti od strane korisnika društvene mreže, samo na bazi percepcije objava. Dobijeni rezultati se koriste za komparaciju sa performansama računarskog modela predikcije.

## **1.8 Struktura rada**

Istraživanje u okviru disertacije je struktuirano kroz 12 poglavlja koja se tematski mogu grupisati u dve celine, od kojih je prva posvećena proučavanju teorijskog konteksta savremenih društvenih medija i njihove korelacije sa arhitektonskom produkcijom. Druga celina se bazira na pripremi i izradi modela predikcije popularnosti objave iz sfere arhitekture na društvenim mrežama.

- Prvo poglavlje, (*Uvod*), opisuje predmet i problem istraživanja, potrebu za istraživanjem, sastav radnih hipoteza, ciljeve istraživanja, programske faze kroz koje će se odvijati istraživanje, pregled najbitnije literature iz specifičnih delova istraživanja i primenjene naučne metode.
- Drugo poglavlje, (*Pregled razvoja društvenih mreža*), otpočinje istorijskim pregledom razvoja različitih oblika društvenih platformi, od sredine 20. veka, pa do savremenih društvenih mreža. Naredna važna tema koju ovo poglavlje obrađuje jeste metrika društvenih mreža, odnosno, pojava merenja uspešnosti objave ili korisničkog naloga. Poseban osvrt je napravljen na formiranje dugmeta „lajk“, odnosno, mogućnosti da korisnik obeležava sadržaj koji mu se dopada, te na implikacije kasnije rastuće važnosti ovog tipa metrike. Treća tema kojom se ovo poglavlje bavi jeste intenziviranje značaja vizuelnog sadržaja na društvenim mrežama.
- Treće poglavlje, (*Arhitektura i estetska ekonomija*), bavi se komodifikacijom određenih estetskih osobina arhitekture, zatim, pojavom estetskih trendova na društvenim mrežama, te njihovim implikacijama na savremenu arhitektonsku produkciju. Ovo poglavlje ima za cilj da razmotri dileme oko globalizacije ukusa u arhitekturi i umanjenja autentičnosti izraza, naspram marketinške moći društvenih mreža da arhitekturu popularizuju i dovedu do intenziviranja proizvodnje.



- Četvrto poglavlje, (*Vizuelni atributi Instagram objava*), utvrđuje princip odabira vizuelnih osobina koje mogu uticati na relativnu popularnost objave, te definiše četiri grupe atributa koje će biti analizirane za sve objave iz uzorka. Nadalje se svaka od trideset vizuelnih osobina detaljno opisuje, te se razrađuje princip klasifikacije objava prema svakoj od ovih osobina.

- Peto poglavlje (*Prikupljeni podaci i relativna popularnost objave*), definiše način na koji je konstruisan uzorak objava za dalju obradu i analizu. Potom se objašnjava pojam i način računanja relativne popularnosti objave, koja se kasnije upotrebljava u procesu obučavanja modela za proces klasifikacije. Ovo poglavlje još definiše postupak klasifikacije objava metodom analize sadržaja, te konverzijom tekstualnih u numeričke vrednosti, sa ciljem dalje statističke obrade podataka.

- Šesto poglavlje (*Istraživanje podataka – korelacija vizuelnih osobina i relativne popularnosti*), prikazuje korelacije između relativne popularnosti objave i svake od trideset analiziranih vizuelnih osobina. Ovo poglavlje obuhvata i eksperimentalnu proveru uticaja vizuelnih osobina na relativnu popularnost, kao i statističku obradu podataka, kojom se stiče detaljniji uvid u korelacije i asocijacije između vizuelnih osobina i relativne popularnosti objave.

- Sedmo poglavlje (*Formiranje modela predikcije popularnosti objave*), posvećeno je pripremi podataka za obradu, uvozu biblioteka neophodnih za rad sa modelima, kao i razvoju pet različitih modela predikcije popularnosti objave. Ovi modeli su potom upoređeni prema performansama, te je odabran model sa najtačnijom predikcijom. Nakon toga, pristupa se optimizaciji finalnog modela, sa ciljem da se odredi minimalni broj osobina objave, neophodnih za maksimalnu tačnost predikcije. U krajnjoj fazi ovog poglavlja, data je interpretacija modela, odnosno, objašnjenje uzroka popularnosti objave na bazi najrelevantnijih osobina.

- Osmo poglavlje je posvećeno zaključnim razmatranjima, diskusiji o rezultatima istraživanja, te mogućnostima proširenja primene prediktivnih modela i predlozima daljih istraživanja.

- Deveto, deseto, jedanaesto i dvanaesto poglavlje sadrže popis literature, popis ilustracija, tabela i indeks pojmova.

U završnom delu rada su dodaci, u kojima su dati tabelarni podaci sa klasifikacijom objava prema odabranim vizuelnim osobinama.

## 2 Pregled razvoja društvenih mreža

### 2.1 Razvoj društvenih mreža

Prema *Merriam Webster* rečniku, društvene mreže predstavljaju „oblik elektronske komunikacije putem koje korisnici stvaraju zajednice na internetu za razmenu informacija, ideja, ličnih poruka i drugog sadržaja.“<sup>41</sup> Razmatrajući početke društvenih mreža, Idosomwan se osvrće na kraj 19. veka i izume radija i telefona, koji su predstavljali značajan novi oblik komuniciranja.<sup>42</sup> Naredna važna prekretnica tokom 1960-tih je bio razvoj prvog *e-maila*, koji je podrazumevao da oba računara budu povezana na internet.<sup>42</sup> Isti autor navodi da su tokom 1978. godine razvijene platforme BBS (*Bulletin Board System*), koji je služio razmeni informacija, vesti i softvera, i MUD (*Multi-User-Domain*), sa dominantnom ulogom interaktivne igre i dopisivanja.<sup>42</sup> Prema Ritholcu, 1979. godine se razvija *Usenet* sistem, koji korisnicima omogućava da dele članke i vesti u okviru posebnih grupa, a tokom naredne decenije pojavljuju se još tri značajne platforme: *The Well*, *Genie*, *Listserv* i IRC (*Internet Relay Chat*).<sup>43</sup> Sam pojam „internet“ formulisan je 1995. godine i podrazumevao je niz različitih funkcija od deljenja datoteka, udaljen pristup resursima i elektronsku poštu, odnosno, ono što danas karakteriše tzv. *World Wide Web*.<sup>44</sup> Tokom 1990-tih, uz intenziviranje dostupnosti interneta, otpočinje i brži razvoj socijalnog umrežavanja. Prema Bojdu i Elisonu, prva prepoznatljiva društvena mreža je kreirana 1997. godine i zvala se *SixDegrees*, a uprkos milionima korisnika, uspela je da se održi samo do 2000. godine.<sup>45</sup> U periodu između 1997. i 2001. godine, pojavljuju se još nekoliko platformi koje podržavaju različite mogućnosti otvaranja personalizovanih i profesionalnih profila: *LiveJournal*, *AsianAvenue*, *BlackPlanet*, *LunarStorm*, *MiGente*.<sup>46</sup> U naredne dve godine, do 2003., formira se niz društvenih platformi posvećenih poslovnom umrežavanju i komunikaciji - *Ryze*, *Tribe.net*, *LinkedIn* i

---

<sup>41</sup> Social media (2020.) Preuzeto sa: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media?src=search-dict-box> (05.08.2020)

<sup>42</sup> Edosomwan, S., Prakasan, S.K., Kouame, D., Watson, J. & Seymour, T. (2011). The history of social media and its impact on business. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*. 16. 79-91.

<sup>43</sup> Ritholtz, B. (2010). History of social media. Preuzeto sa: <https://ritholtz.com/2010/12/history-of-social-media/> (05.08.2020.)

<sup>44</sup> Leiner, B., Cerf, V., Clark, D., Kahn, R., Kleinrock, L., Lynch, D., Postel, J., Roberts, L. & Wolff, S. (2009). A Brief History of the Internet. *Computer Communication Review*. 39. 22-31.

<sup>45</sup> Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *J. Computer-Mediated Communication*. 13. 210-230.

<sup>46</sup> Ibid.

*Friendster*.<sup>47</sup> Iste godine formiran je i *MySpace*, jedna od prvih društvenih platformi koja je doživela masovnu popularnost i do 2006. godine postala najznačajnija društvena mreža na svetu. Ono što je odlikovalo korisničke profile na ovom sajtu, jeste izuzetno visoka mogućnost personalizacije izgleda i funkcija svakog naloga.<sup>43</sup> U toku 2003. godine se pojavljuje i *Couchsurfing*, sajt koji povezuje turiste i lokalne vlasnike smeštaja, te omogućava pronalazak opcija za prenoćišta i različitih iskustava u specifičnim lokalnim sredinama. Naredne, 2004. godine, formirana je jedna od najpopularnijih društvenih mreža svih vremena – *Facebook*, koji je u tom momentu funkcionisao samo u okvirima Univerziteta Harvard i imao ulogu povezivanja studenata i ocene atraktivnosti određenih profila. Pored *Facebook*-a, značajan događaj iste godine predstavlja i pojava platforme *Flickr*, koja se dominantno zasniva na deljenju fotografija i video zapisa, kao i stvaranju umrežene zajednice.<sup>45</sup> Naredna, 2005. godina, donosi razvoj nekoliko novih društvenih platformi, od kojih su najznačajnije *Yahoo!* i *YouTube*. Rastuća popularnost *YouTube* platforme zasniva se na mogućnosti deljenja originalnih video-zapisa, formiranje zajednice i prostora za personalizovano reklamiranje. O rapidnom rastu popularnosti svedoče podaci ove kompanije iz jula 2006., koji beleže 65 000 dnevno otpremljenih novih video zapisa i 100 miliona pregleda u toku dana.<sup>42</sup> Tokom 2020. godine, ova platforma broji 2 milijarde ulogovanih korisnika mesečno i 500 sati otpremljenih video zapisa u toku minuta.<sup>48</sup> Prekretnicu u omasovljenju upotrebe društvenih mreža predstavlja 2006. godina, kada je *Facebook* plasiran na globalnom nivou i u okviru godine pridobio 12 miliona korisnika, dok danas ova platforma ima preko 2.4 milijarde aktivnih profila.<sup>49</sup> U toku 2006. godine pojavila se još jedna originalna društvena mreža – *Twitter*. Ova platforma se od ostalih razlikovala po autentičnom pristupu mikroblogovanju, zbog čega je za kratko vreme privukla veliki broj korisnika.<sup>50</sup> Naredni značajan događaj u procesu razvoja društvenih mreža, dogodio se 2010. godine, kada je razvijen *Instagram*. Ova platforma se dominantno fokusirala na vizuelni sadržaj i fotografije napravljene mobilnim telefonima. Interesantne opcije ponuđene korisnicima, poput filtera za fotografije, omogućavale su velikom broju ljudi da dorade kvalitet

---

<sup>47</sup> Festa, P. (2004). Investors snub Friendster in patent grab. CNet News. Preuzeto sa: <https://www.cnet.com/news/investors-snub-friendster-in-patent-grab/> (06.08.2020.)

<sup>48</sup> Cooper, P. (2019). 23 YouTube Statistics that Matter to Marketers in 2020. Hootsuite. Preuzeto sa: <https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/> (06.08.2020.)

<sup>49</sup> Newberry, C. (2019). 33 Facebook Stats That Matter to Marketers in 2020. Hootsuite. Preuzeto sa: <https://blog.hootsuite.com/facebook-statistics/> (06.08.2020.)

<sup>50</sup> Jasra, M. (2010). The History of Social Media. Web Analytics World. Preuzeto sa: <https://www.webanalyticsworld.net/2010/11/history-of-social-media-infographic.html> (06.08.2020.)

fotografija i da se priključe trendu objavljivanja vizuelnog materijala.<sup>51</sup> U toku 2018. godine, Instagram je premašio milijardu mesečnih korisnika, dok se istovremeno sve više profiliše ka prostoru za promovisanje brendova. Prema zvaničnim podacima, preko 90% korisnika Instagrama prati profil minimum jednog brenda.<sup>52</sup> Ovakva praksa je omogućila Instagramu da uspostavi tzv. „influencerski“ marketing, odnosno, promovisanje određenih proizvoda ili trendova od strane korisnika sa širokim uticajem, koji se meri brojem pratilaca, „lajkova“, komentara, poseta profilu i slično. Iste godine, plasiran je i *Pinterest*, društvena platforma koja se takođe dominantno zasniva na deljenju fotografija, uz mogućnost „pinovanja“, odnosno kreiranja sopstvenih kolekcija vizuelnog sadržaja iz različitih oblasti interesovanja. U toku naredne, 2011. godine, razvijen je *Google+*, a paralelno sa njim i *Snapchat*, koji je uveo inovativnu opciju nestajanja fotografija i video-zapisa nakon određenog vremena, što je korisnicima omogućilo prostor za komunikaciju i brzo deljenje sadržaja, bez previše brige oko savršenih kadrova.<sup>53</sup> Naredne dve godine, odnosno, period od 2012. do 2013. godine, obeležava pojava društvenih mreža *Tinder*, čija se osnovna uloga bazira na olakšavanju upoznavanja ljudi<sup>54</sup>, kao i *Vine*, platforme koja je omogućavala deljenje video-zapisa u trajanju od 6s. *Discord*, koji se pojavljuje 2015. godine, predstavlja jednu od novijih platformi koja omogućava posebnu vrstu kanala za komunikaciju o specifičnim temama, a takođe pruža mogućnost glasovne i video konverzacije među učesnicima.<sup>55</sup> Među poslednjim popularnim društvenim mrežama, 2017. se pojavljuje *TikTok*, koji je specifičan po tome što nudi veliku bazu pesama, filtera i inserata iz filmova, uz koje korisnici mogu da sinhronizuju pevanje i koreografiju, te podele snimke sa ostalima.<sup>56</sup>

## 2.2 Pojava „lajka“ kao mere estetske vrednosti

Kako iznose Venmeter i saradnici: „Društvene mreže su postale važan novi kulturološki i društveni fenomen, menjajući način na koji se milioni ljudi i kompanija

---

<sup>51</sup> Mottola, I. (2016). The history of Instagram. Medium. Preuzeto sa: <https://medium.com/@ignaziomottola/the-history-of-instagram-ff266eb75427> (07.08.2020.)

<sup>52</sup> Chen, J. (2020). Important Instagram stats you need to know for 2020. SproutSocial. Preuzeto sa: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/> (07.08.2020.)

<sup>53</sup> O'Connell, B. (2020). History of Snapchat: Timeline and Facts. TheStreet | Technology. Preuzeto sa: <https://www.thestreet.com/technology/history-of-snapchat> (07.08.2020.)

<sup>54</sup> Jaggi, N. (2019). The Story of Tinder: A Dating App that grew enormously throughout the world. Coinnounce. Preuzeto sa: <https://coinnounce.com/the-story-of-tinder-a-dating-app-that-grew-enormously-throughout-the-world/> (07.08.2020.)

<sup>55</sup> Discord. <https://discord.com/why-discord-is-different> (07.08.2020.)

<sup>56</sup> Tidy, J. & Smith Galer, S. (2020). TikTok: The story of a social media giant. BBC News. Preuzeto sa: <https://www.bbc.com/news/technology-53640724> (07.08.2020.)

povezuju i komuniciraju.“<sup>57</sup> Interesantno je, stoga, istražiti princip valorizacije sadržaja na društvenim mrežama, koji doprinosi intenziviranju marketinške moći pojedinaca i brendova, kao i primetnom generisanju globalno prihvaćenih trendova u svim oblastima potrošnje. Dugme „lajk“ se prvi put pojavilo u okviru Facebook platforme, i to u februaru 2009. godine.<sup>58</sup> „Društvene mreže nude „lajkove“, numerički prikaz društvenog prihvatanja i jedan vid „online društvene valute““, navode Rosenthal-von der Putten i saradnici, te podvlače da lajk predstavlja najvažniji oblik povratne informacije na društvenim mrežama.<sup>59</sup> U studiji koju spovode Šerman i saradnici, nalazi se da su ljudi skloniji da „lajkuju“ objave koje već imaju veliki broj lajkova, u poređenju sa onima koje su manje popularne.<sup>60</sup> Drugim rečima, efekat koji izazivaju objave sa velikim brojem lajkova, jeste upravo perpetuiranje njihove popularnosti, odnosno generisanje trenda u okviru posmatrane niše. Upravo iz ovog razloga, proučavanje objava sa stanovišta popularnosti može biti koristan alat za sticanje uvida u trenutne preferencije, ukuse i transformacije trendova. Tomes i Hubner među prvima ističu tezu da broj lajkova korespondira sa estetikom, odnosno izgledom objave, iako postoji mnogo slučajeva u kojima se ovaj proces odvija intuitivno, bez previše razmišljanja.<sup>61</sup> Polazeći od ovog alata za procenu estetske vrednosti vizuelnog sadržaja, kao i od činjenice da Instagram predstavlja izuzetno veliku bazu podataka na osnovu kojih se mogu ispitati obrasci ponašanja na društvenoj mreži, evidentna je prednost odabira ove platforme za istraživanje u oblasti arhitektonske fotografije i vizuelizacije. Potrebno je, ipak, navesti, da pored lajka, postoji još nekoliko načina merenja marketinške moći pojedinaca ili brendova na društvenoj mreži. Neke od relevantnih metrika su stopa angažovanosti pratilaca na posmatranom profilu, broj komentara, broj sačuvanih objava, broj klikova na profil, broj odgovora na tzv. „priče“ (*Instagram story*), stopa rasta broja pratilaca, broj korisnika koji je pregledao posmatranu objavu i slično.<sup>62</sup> Kako pišu Brabaker i Vilson, klik na lajk dugme predstavlja najjednostavniji način interakcije korisnika društvene

---

<sup>57</sup> Vanmeter, R., Grisaffe, D. & Chonko, L. (2015). Of “Likes” and “Pins”: The Effects of Consumers' Attachment to Social Media. *Journal of Interactive Marketing*, 32. 70-88.

<sup>58</sup> Eranti, V., & Lonkila, M. (2015). The social significance of the Facebook Like button. *First Monday*, 20 (6).

<sup>59</sup> Rosenthal-von der Pütten, A. M., Hastall, M., Köcher, S., Meske, C., Heinrich, T., Labrenz, F. & Ocklenburg, S. (2018). “Likes” as social rewards: Their role in online social comparison and decisions to like other People's selfies. *Computers in Human Behavior*, 92.

<sup>60</sup> Sherman, L., Payton, A., Hernandez, L., Greenfield, P. & Dapretto, M. (2016). The Power of the Like in Adolescence: Effects of Peer Influence on Neural and Behavioral Responses to Social Media. *Psychological Science*, 27.

<sup>61</sup> Thömmes, K. & Hübner, R. (2018). Instagram Likes for Architectural Photos Can Be Predicted by Quantitative Balance Measures and Curvature. *Frontiers in Psychology*, 9. 1050.

<sup>62</sup> West, C. (2020). 7 essential Instagram metrics to measure performance. *SproutSocial*. Preuzeto sa: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-metrics/> (09.08.2020.)

mreže sa posmatranim sadržajem, s obzirom da zahteva minimum truda, a kao fenomen je posebno značajan jer ima pojačavajući efekat: ukoliko korisnici društvene mreže primete određeni popularan sadržaj, smatraju da bi u istom i oni mogli uživati, što dalje inicira dodatne interakcije.<sup>63</sup> Kroz evoluciju ovih platformi tokom godina, dolazilo je i do smena u važnosti pojedinih metrika, pa je tako u novembru 2019. Instagram primenio novu politiku, koja je podrazumevala da broj lajkova vidi samo vlasnik naloga, ostavljajući time prostor da se formira novi vid valorizacije sadržaja i marketinških strategija. Iz tog razloga je važno napomenuti da lajk, kao merna jedinica koja je korišćena u ovom istraživanju, može u narednim fazama biti zamenjena novom metrikom, u zavisnosti od datog okruženja i ciljeva istraživanja.

### 2.3 Uloga vizuelnog sadržaja na društvenoj mreži

Prema Hajfeldu i Liveru, vizuelni sadržaj je ključna komponenta svakodnevne upotrebe društvenih mreža, kako na platformama koje su specijalizovane za vizuelne prikaze, poput Instagrama, tako i na mrežama koje prikazuju mešoviti sadržaj, kao što su *Facebook* ili *Twitter*.<sup>64</sup> Ovi autori podvlače važnost proučavanja vizuelnog sadržaja i pronalazjenja novih i kombinovanih metodologija za istraživanje istog, s obzirom da je vizuelni materijal u današnjoj praksi društvenih medija od kritičnog značaja za formiranje narativa u okviru brojnih tema.<sup>65</sup> U poređenju sa tekstualnim sadržajem, vizuelni materijal na društvenoj mreži *Facebook* više zadržava pažnju posmatrača, jer je lakši za obradu nego tekst.<sup>63</sup> Upravo iz ovog razloga, društvene mreže u poslednjih nekoliko godina transformišu i način prikazivanja teksta, tako da pisane objave dobiju interesantne vizuelne pozadine.

---

<sup>63</sup> Brubaker, P. & Wilson, C. (2018). Let's give them something to talk about: Global brands' use of visual content to drive engagement and build relationships. *Public Relations Review*, 44.

<sup>64</sup> Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1).

<sup>65</sup> Ibid.



Slika 1: Tekstualna poruka sa vizuelnom pozadinom (preuzeto sa:<https://www.foap.com/blog/importance-of-visual-content-in-social-media>).

Prema Spenseru, kultura u kojoj trenutno živimo je okulocentrična i vizuelno zasićena.<sup>66</sup> Vizuelni diskurs, sa različitim modelima vizuelizacija, pruža ogroman potencijal kroz „svoju karakterističnu performativnost, kao ključni element reflektovanja i konstruisanja stvarnosti“<sup>67</sup> i na posmatrača ostvaruje neposredni efekat. Kako navodi Jang, vizuelni sadržaj je, zbog svojih retoričkih moći u javnim medijima, jedna od najvažnijih platformi za istraživanja u oblasti marketinga: „Slika nije prenosilac informacija (...); ona je elementarni modalitet koji potpomaže proces konstruisanja, održavanja i transformacije značenja.“<sup>67</sup> Vizuelni sadržaj na društvenim mrežama predstavlja deo komunikacionih strategija koje brendovi razvijaju. Opredeljenje brendova, uključujući i arhitektonske biroe, za marketing baziran na vizuelnom sadržaju (engl. *visual content marketing*) podrazumeva ciljano rukovođenje kreiranjem vizuelnog materijala za objavljivanje na društvenim mrežama. Upravo u ovom domenu, odnosno u poboljšanju komunikacionih strategija arhitekata prema korisnicima, se nalazi jedan od osnovnih dugoročnih ciljeva istraživanja u okviru ove teze.

<sup>66</sup>Spencer, S. (2010). Visual research methods in the social sciences: Awakening visions. New York, NY: Routledge.

<sup>67</sup> Yang, S. (2019). Aesthetics of Food: The Role of Visual Framing Strategies for Influence Building on Instagram. Thesis. Rochester Institute of Technology. Preuzeto sa: <https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=11344&context=theses> (09.08.2020.)

### 3 Arhitektura i estetska ekonomija

#### 3.1 Estetska ekonomija savremene arhitektonske prakse

Interesantan aspekt proučavanja arhitektonske produkcije u kontekstu društvenih mreža jeste specifična estetika koja se može uočiti u različitim sferama u kojima posluju arhitektonski biro. Od velikog je značaja pitanje u kojoj meri hiperprodukcija slika na društvenim mrežama i izrazita estetizacija prostora, objekata ili njihovih elemenata, utiče na dalju arhitektonsku praksu, odnosno njenu ekonomiju. Polazeći od hipoteza ovog istraživanja, odnosno, pretpostavke da je popularnost objava moguće predvideti, ovo posledično znači da se na društvenim mrežama nesumnjivo generišu određeni estetski trendovi. Ono što je inherentno trendu jeste njegova privremenost – drugim rečima, vrednost koja je u određenom momentu aktuelna, može u narednom periodu značajno da fluktuiraju. Govoreći o specifičnostima estetike koja određuje trend, Entwistle navodi da se popularan izgled proizvodi kroz proces kulturološke valorizacije, koji se u ovom slučaju očitava u „lajkovanju“, kao osnovnoj meri *online* vrednosti objave, te da taj izgled vremenom poprima i ekonomsku vrednost.<sup>68</sup> Ovaj princip proizvodnje vrednosti spada u domen estetske ekonomije, koju ista autorka definiše kao: „onu ekonomiju u kojoj je estetika ključna komponenta proizvodnje određene robe i usluga u nekoj industriji, organizaciji ili firmi i onu u kojoj je estetika centralna za ekonomsku računicu u okviru posmatrane aktivnosti.“<sup>69</sup> Prema Bomeu, estetska ekonomija se zasniva na sveprisutnom fenomenu estetizacije stvarnih pojava i predstavlja vrlo važan faktor u ekonomiji naprednih kapitalističkih društava.<sup>70</sup> Pitanje kojim se ovo istraživanje nadalje bavi jeste – šta to čini estetiku koja ima moć da generiše vrednost u društvu. Bome navodi da postoji niz aktivnosti koje imaju za cilj da stvarima, ljudima, gradovima i pejzažima dodele auru ili u okviru njih stvore posebnu atmosferu: „Ovi estetski kvaliteti se tada razvijaju u autonomnu vrednost, jer za kupca igraju ulogu ne samo u kontekstu razmene, već i upotrebe. Ovi kvaliteti nemaju klasičnu upotrebnu vrednost, jer nisu povezani sa korisnošću i svrhom, ali formiraju novi tip vrednosti, koji proizilazi iz atraktivnosti, aure, atmosfere. Estetski kvaliteti služe inscenaciji, kostimiranju i intenziviranju života.“<sup>71</sup> Postavlja se pitanje efekata koje ovakvo intenziviranje vizuelnih aspekata kulturoloških i komunikacijskih praksi ima na transformaciju arhitekture danas. U savremenoj arhitektonskoj praksi je

---

<sup>68</sup> Entwistle, J. (2002). The Aesthetic Economy. The production of value in the field of fashion modelling. *Journal of Consumer Culture*. 2. 317-339.

<sup>69</sup> Ibid.

<sup>70</sup> Bohme, G. (2003). Contribution to the Critique of the Aesthetic Economy. Thesis Eleven. 73. 71-82.

<sup>71</sup> Ibid.



primetna komodifikacija određenih estetskih osobina koje su već prepoznate kao popularne na određenoj društvenoj mreži. Drugim rečima, u okviru novih projekata se ciljano predviđa uređenje pojedinih delova, ili pak, celih enterijera zgrada, tako da budu „instagramični“. U prilog tome govori i tvrdnja arhitekta Musavija o novim vidovima marketinških strategija pojedinih hotela, koji sada kao jednu od glavnih prednosti ističu posedovanje specifičnih kutaka uređenih prema standardima popularne Instagram fotografije.<sup>19</sup> Na ovom mestu se potrebno zapitati o implikacijama pojave da arhitektura postaje pozadina za fotografisanje određenih momenata, koji su opet deo aktuelne teme o ekonomiji iskustva. Prema Bomeu, estetska ekonomija intenzivira želje – da se bude viđen, lepo obučen i da se poseduje određeni imidž, odnosno, životni stil, što je vrsta želja koja predstavlja podlogu za beskonačnu eksploataciju, jer nikada u potpunosti ne mogu biti zadovoljene.<sup>70</sup> Sagledavanjem ovog procesa, primetna je ambivalentnost u kritičkom odnosu prema komodifikaciji poželjnih estetskih komponenti arhitekture – upitno je da li ovde dolazi do otuđenja od suštinskih funkcija arhitekture, ili pak, ceo proces doprinosi njenoj popularizaciji i intenziviranju arhitektonske produkcije – što je jedno od ključnih pitanja na koja ovo istraživanje ima za cilj da odgovori.

### **3.2 Trendovi – kompromitovanje autentičnosti ili promocija arhitekture?**

Kada se radi o sve vidljivijoj pojavi generisanja trendova na Instagramu, važno je osvrnuti se na mehanizme nastanka trendova, kao i na dodatne efekte poput globalizacije ukusa u arhitekturi, kompromitovanja autentičnosti i, uopšte, implikacija ove pojave na savremenu arhitektonsku praksu. Jedan od interesantnijih fenomena, kada se radi o društvenim mrežama, jeste pojava takozvanih „influensera“, odnosno osoba sa izuzetnim uticajem na ostale korisnike ovih platformi, koji se zasniva na uspešnoj metrici – velikom broju pratilaca, poseta profilu, pregleda video zapisa i slično. Prema definiciji Din Hand, influenseri su ljudi koji zarađuju kao nezavisni radnici i koji pružaju „autentičan“ sadržaj pažljivo odabranoj internet zajednici, a koji su nakon 2010. godine postali jedan od najvidljivijih simbola društvenih medija i trgovine.<sup>72</sup> Ista autorka ovaj poseban ekosistem samo-brendiranja i njegove direktne veze sa profitom naziva „influencerskom ekonomijom“.<sup>73</sup> Iako je imperativ za autentičnošću jedan od osnovnih postulata uticaja na internet publiku, bližim izučavanjem lančanih efekata ovakvog uticaja, primetna je pojava generisanja trendova u skoro svim oblastima podložnim reklamiranju i komercijalizaciji. Internet

---

<sup>72</sup> Dean Hund, E. (2019). The Influencer Industry: Constructing And Commodifying Authenticity On Social Media. Publicly Accessible Penn Dissertations. 3636. Preuzeto sa: <https://repository.upenn.edu/edissertations/3636> (21.08.2020.)

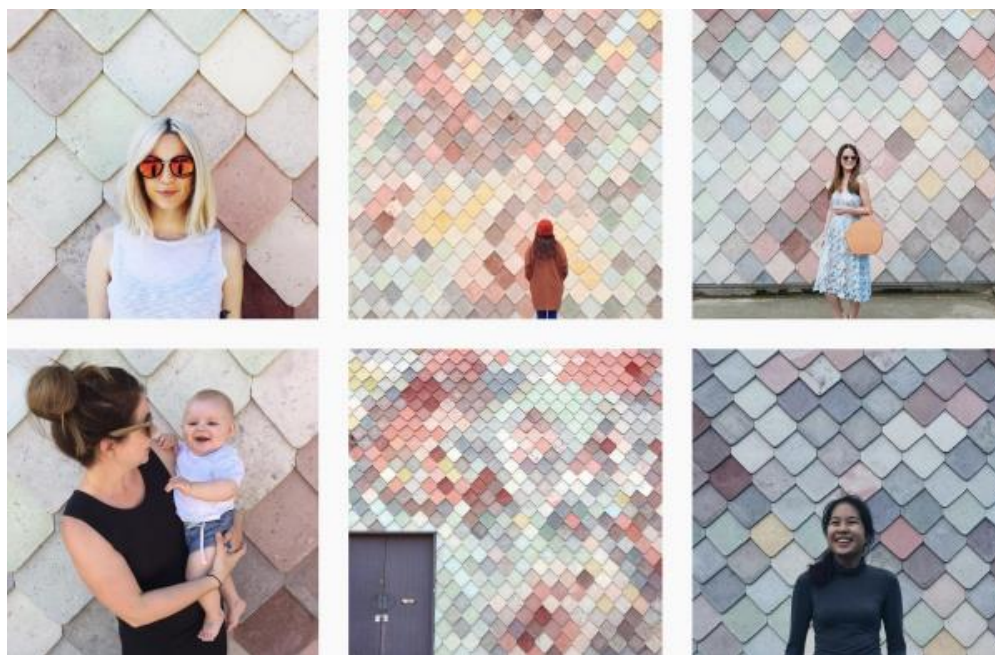
<sup>73</sup> Ibid.

zajednice na društvenim mrežama intenziviraju proces globalizacije, te se kulturne inovacije i inspiracija za nove trendove sve više traže na istim mestima.<sup>68</sup> Slučaj koji izvanredno oslikava ovu pojavu jeste izgradnja radionice Yardhouse u kvartu Stradford, u Londonu 2014. godine, od strane arhitektonskog studija Assemble. U cilju kreiranja pozadine za javno dvorište na koje izlazi, fasada ovog objekta je izrađena od pločica pastelnih boja, od lokalnih materijala i sa idejom što jeftinijeg i bržeg završetka.<sup>74</sup> Raznobojsnost i interesantan šablon ponavljanja pločica su u veoma kratkom periodu privukli stotine posetilaca, a potom i turista, koji su ciljano dolazili da se fotografišu ispred ovog zida, deleći fotografije na Instagramu uz tag #sugarhousestudios, što je dodatno intenziviralo i omasovilo posetu ovoj lokaciji. „Ovi fotografi nisu bili zainteresovani za povoljan radni prostor za umetnike, ili za činjenicu da su Assemble arhitekti uspeali da sagrade nešto jeftino i funkcionalno; bili su zainteresovani isključivo za lepu fasadu. Grupe profesionalnih fotografa su počele da zovu Assemble studio u pokušaju da „rezervišu zid“, a ljudi su dolazili iz svih krajeva sveta. Ispred zida su se fotografisali parovi, bebe koje puze, deca u stoju na rukama. Arhitekti nisu pokušavali da privuku ljude u zaleđe Istočnog Londona, ali su slučajno dizajnirali savršenu Instagram zamku – zid koji ispunjava sve kriterijume onoga što se ističe na ovoj aplikaciji. Sviđalo nam se to, ili ne, Instagram stvara nova pravila o tome kakav dizajn izgleda dobro i šta zaslužuje našu pažnju.“<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Yardhouse (2014). Assemble. Preuzeto sa: <https://assemblestudio.co.uk/projects/yardhouse> (21.08.2020.)

<sup>75</sup> Fitzgerald, E. (2020). Instant Gramification. 99% Invisible. Preuzeto sa: <https://99percentinvisible.org/episode/instant-gramification/> (21.08.2020.)



Slika 2: Fasada Yardhouse objekta, Assemble arhitekata (preuzeto sa: <https://99percentinvisible.org/episode/instant-gramification/>).

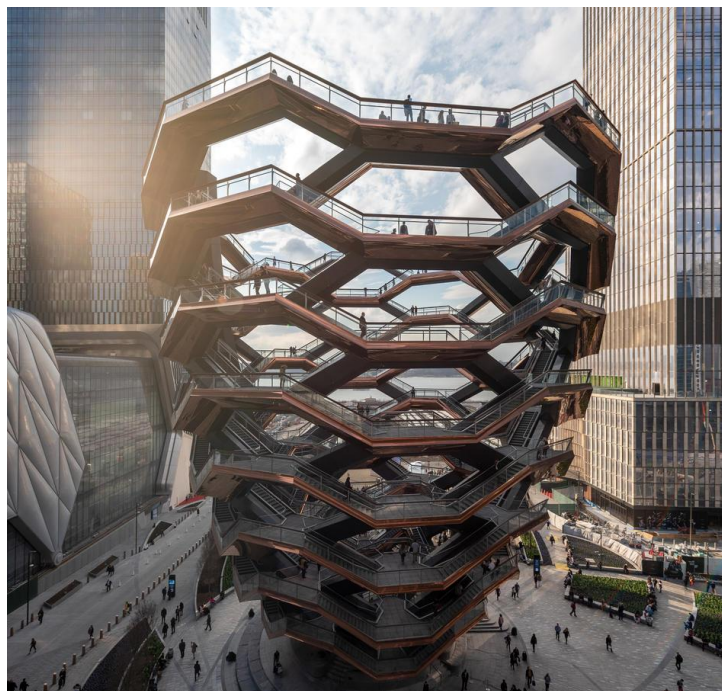
Ova pojava govori u prilog tome da društvene mreže imaju moć da kod korisnika formiraju stečeni ukus, te da time dalje utiču na sklonosti kulturološke valorizacije sadržaja, a posledično i na samu produkciju u arhitekturi. Još jedno važno pitanje koje se nameće kao posledica sve uočljivijeg postojanja trendova, jeste kompromitovanje autentičnosti. „Uticao“ korisnici društvenih mreža zasnivaju pokretanje određenog trenda na činjenici da su među prvima doživeli, posetili ili fotografisali određeni ambijent. Razmatrajući neke od osnovnih principa savremene ekonomije iskustva, Gilmore i Pajk primećuju rastuću težnju da iskustva kojima potrošači teže moraju da budu što više autentična.<sup>76</sup> Uprkos tome, masovnim posetama istim mestima i deljenjem sličnih fotografija, ohrabruje se dalja globalizacija ukusa u arhitekturi, te se proces projektovanja otpočinje po ugledu na postojeće „instagramične“ prostore, što rezultira ne samo virtuelnim trendovima i smanjenjem autentičnosti, već i onim fizičkim i doslovnim, koji se odnose na građenu sredinu i rasprostranjenost istovetnih pristupa projektovanju objekata i enterijera širom sveta. Ipak, ovi autori naglašavaju da je iskustvo nekog prostora naša lična unutrašnja reakcija, koja, samim tim, ne može biti neautentična.<sup>76</sup>

### 3.3 Forma prati Instagram

Jedna od najpoznatijih ideja, koje su predstavljale vodilju za arhitektonsko projektovanje tokom 20. veka, jeste formulacija „forma prati funkciju“, skovana 1896.

<sup>76</sup> Gilmore, J. & Pine, J. (2007). *Authenticity: What consumers really want*. Boston: Harvard Business School Press.

godine od strane arhitekta Luisa Salivena, u eseju *The tall office building artistically considered*.<sup>77</sup> Ovaj princip podrazumeva da oblikovanje objekta reflektuje primarnu svrhu arhitekture, odnosno njenu utilitarnu funkciju. Tokom poslednjih nekoliko godina 21. veka, u kontekstu trendova na društvenim mrežama, primećuje se primena sasvim drugačije logike prilikom arhitektonskog projektovanja i oblikovanja. Uz komentar da sada „forma prati Instagram“, veb-stranica Dezeen je objavila tekstualni prilog o novoizgrađenom objektu *Vessel* u kvartu Hudson Yards, u Njujorku.<sup>78</sup> Ova zgrada sa odlikama skulpture je karakteristična po kompleksnom sklopu šestouglova, unutar kojih su stepeništa, postavljena tako da omogućavaju susrete u javnom prostoru, ali suštinski ne vode nikuda.



Slika 3: *Vessel*, Njujork. (Preuzeto sa: <https://www.hudsonyardsnewyork.com/discover/vessel>).

Vejnrajt o ovom objektu piše da je stepenište, vredno 200 miliona dolara, arhetipski primer dizajna namenjenog deljenju na društvenim mrežama, te da se oblik i proporcije zgrade odlično uklapaju u kvadratni format fotografija na Instagramu, dok će „njegova brojna odmorišta i polirane bakarne nadstrešnice ponuditi bezbroj mesta za fotografisanje.“<sup>79</sup> Kroz ovaj tip masovne fotografije, arhitektonski objekti su

<sup>77</sup> Sullivan, L. (1896). *The tall office building artistically considered*. Lippincott's Magazine. Preuzeto sa: [https://ocw.mit.edu/courses/architecture/4-205-analysis-of-contemporary-architecture-fall-2009/readings/MIT4\\_205F09\\_Sullivan.pdf](https://ocw.mit.edu/courses/architecture/4-205-analysis-of-contemporary-architecture-fall-2009/readings/MIT4_205F09_Sullivan.pdf) (01.09.2020.)

<sup>78</sup> Crook, L. (2019). Thomas Heatherwick designed the Vessel to „bring people together“. Dezeen. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2019/03/22/thomas-heatherwick-studio-vessel-hudson-yards-movies/> (01.09.2020.)

<sup>79</sup> Wainwright, O. (2018). Snapping point: how the world's leading architects fell under the Instagram spell. *The Guardian*.

„pretvoreni u robu, fragmentirani i izolovani od konteksta, lišeni ljudske upotrebe, sterilisani i transformisani u pribežište za kapitalne investicije,“ piše Wilkinson, i akcentuje nedostatak kritike jednolične prakse objavljivanja na društvenim mrežama, gde je pojam „društvenog“ sveden na pritiskanje dugmeta „lajk“ ili pisanje nekog generičkog komentara.<sup>80</sup> Naglašavanje grafičkih aspekata oblikovanja objekta ili enterijera, doprinosi fotogeničnosti, te arhitekti sa ciljem stvaranja „instagramičnog“ prostora, pribegavaju upotrebi elemenata poput upadljivog popločanja, intenzivnog osvetljenja, murala ili grafita na zidovima, čime ovakvi objekti predstavljaju planiranu podlogu za promociju na društvenim mrežama. Želeći da objedini elemente koji mogu biti korisni u dizajnu ovakvog prostora, australijski arhitekta Skot Valentin je čak formulisao vodič za dizajn po merama društvene mreže: *Instagram Design Guide*.<sup>81</sup> Kreiranje objekata tako da postanu atraktivna mesta za fotografisanje, može donekle da promoviše turizam, ili ubrza popularizaciju novosagrađenih objekata, međutim, postavlja se pitanje dugotrajnosti ovih efekata, nakon što prvobitno interesovanje splasne. U članku o načinu na koji Instagram menja dizajn prostora, Sajed poredi savremenu globalnu estetiku naglašene grafike sa „arhitektonskim patkama“, o kojima pišu Deniz Skot Braun i Robert Venturi u Poukama Las Vegasa, kritikujući kič i prenaplašeni simbolizam *drive-in* objekata u Americi polovinom 20. veka.<sup>82</sup> Govoreći o dizajnu enterijera restorana, Njutn navodi da su starije generacije restorana uglavnom oblikovane sa vizuelnim iskustvom na umu, što je kasnije percipirano kao kič: „pomislite na štandove sa viršlama sredinom veka i prodavnice krofni u obliku hrane koju su servirali. Oni su napravljeni i za dobre fotografije, ali njihov primarni cilj je bio da privole vozače da skrenu sa autoputa i tamo jedu.“<sup>83</sup>

---

Preuzeto sa: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/nov/23/snapping-point-how-the-worlds-leading-architects-fell-under-the-instagram-spell> (01.09.2020.)

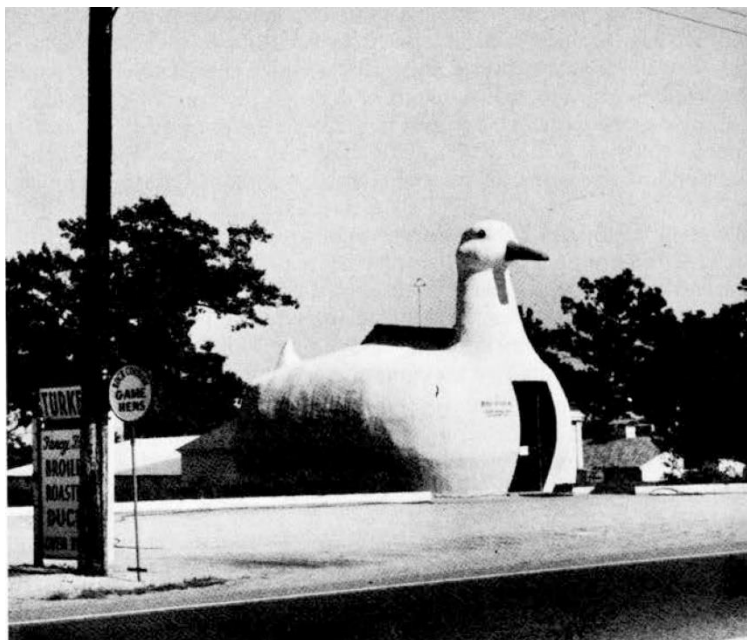
<sup>80</sup> Wilkinson, T. (2015). The polemical snapshot: architectural photography in the age of social media. *The Architectural Review*. Preuzeto sa: <https://www.architectural-review.com/essays/photography/the-polemical-snapshot-architectural-photography-in-the-age-of-social-media> (01.09.2020.)

<sup>81</sup> Valentine, S. (2018). *Instagram Design Guide*. Preuzeto sa:

[http://www.jakegroth.com/blog/images/2018/instagram\\_design.pdf](http://www.jakegroth.com/blog/images/2018/instagram_design.pdf) (01.09.2020.)

<sup>82</sup> Syed, S. (2019). Instagram Is Changing How We Design Spaces (And Creating Incredibly Lucrative Businesses). *ArchDaily*. Preuzeto sa: <https://www.archdaily.com/876903/instagram-is-changing-how-we-design-spaces-and-creating-incredibly-lucrative-businesses> (01.09.2020.)

<sup>83</sup> Newton, C. (2017). Instagram is pushing restaurants to be kitschy, colorful and irresistible to photographers. *The Verge*. Preuzeto sa: <https://www.theverge.com/2017/7/20/16000552/instagram-restaurant-interior-design-photo-friendly-media-noche> (01.09.2020.)



Slika 4: Big Duck, prodavnica prerađevina od patke, Las Vegas, sredina 20. veka (Preuzeto iz: Venturi, R., Scott Brown, D. & Izenour, S. (1988). *Learning from Las Vegas*. Massachusetts: The MIT Press).

Hiperprodukcija vizuelnog sadržaja, koja je inherentna savremenim društvenim mrežama, predstavlja trend kome se podređuju brojne sfere kulture i umetnosti, pa tako i sama arhitektura, koja, osim svoje nerazdvojne veze sa vizuelnim doživljajem, svakako poseduje i mnogo važnije, esencijalne funkcije, značenja i odnose. Davanje apsolutnog primata slikovnom impulsu naspram sadržaja u arhitekturi, remeti hijerarhije prioriteta i motiva u ovoj disciplini. Bodrijarovski rečeno, ovim se omogućava nezavisna egzistencija poretka znakova, a vizuelne stimulacije kojima se posmatrač „bombarduje“, više ne moraju imati nikakvog uporišta u realnosti. Ovaj trend predstavlja opasnost da čulni stimulansi u prostoru društvenih medija počnu da egzistiraju bez reference na koju su se prvobitno odnosili, što Bodrijar objašnjava kao fenomen slike bez sadržaja, pišući da slika prvo predstavlja odraz duboke stvarnosti, a potom prelazi u sledeću fazu i u svojstvu znaka maskira i izvitoperava realnost. U poslednjem stadijumu, slika prikriva odsustvo stvarnosti i, konačno, nastavlja egzistenciju bez bilo kakve konekcije sa realnim.<sup>84</sup>

Adornovo shvatanje umetničkog dela bazira se na ideji da je, za razliku od ostale robe, vrednost inherentna umetnosti, odnosno da je ona samosvrhovita.<sup>85</sup> Analizirajući shvatanje relacije između robe i umetnosti, Miladinov navodi: „Roba na tržištu postaje kvantitativno uporediva, sa drugim robama, dok vrednost umetničkog dela ostaje

<sup>84</sup> Bodrijar, Ž. (1991). *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad: Svetovi.

<sup>85</sup> Adorno, T. (1979). *Estetička teorija*. Beograd: Nolit.

položena u samom delu.<sup>86</sup> Ovaj postulat o umetničkim delima jeste upravo suprotan procesu vrednovanja vizuelnog sadržaja na društvenim mrežama, gde su ustanovljene jasne valute, kojima se implicira tržišna vrednost, odnosno, meri uspešnost i potražnja za predstavljenim arhitektonskim delom, a istovremeno perpetuiraju potreba za konzumacijom sličnog sadržaja. Analizirajući umetnost u Adornovoj i Horkhajmerovoj Dijalektici prosvetiteljstva, isti autor podvlači da kulturna industrija „kreira potrebe, ukus i javno mnjenje društva“, te da su pojedinci „u određenom smislu primorani na konzumiranje ovih produkata – sama kulturna industrija otupljuje pojedinca, odvikava ga od mišljenja.“<sup>87</sup>

Nasuprot tome, poznat je Benjaminov afirmativan stav prema masovnoj tehničkoj reprodukciji umetničkih dela, koja umetnost približava posmatračima, ali u njenom izmenjenom karakteru.<sup>88</sup> Ovaj autor uvodi pojam aure umetničkog dela, koja može da bude predmet propadanja, odnosno kompromitovanja autentičnosti, posredstvom promene medijuma percepcije tog dela. Međutim, arhitektura kao umetnost, je oduvek bila „predmet simultanog kolektivnog opažanja“, ali njena percepcija je uvek dvojaka – taktilna i optička, uz napomenu da taktilna percepcija nema pandan i da se arhitektura opaža „postepenim savlađivanjem po uputstvu taktilnog primanja, putem navike.“<sup>89</sup> Drugim rečima, moguće je zaključiti da kroz plasiranje putem masovnih medija, autentične vrednosti arhitektonskog dela umnogome prolaze neopažene.

U savremenoj arhitektonskoj praksi se javlja primetna pojava ciljane gradnje sa naglašenim grafičkim elementima, koji imaju svrhu privlačenja korisnika društvenih mreža – postoje brojni primeri koji ilustruju ovu pojavu, poput enterijera *Milk Train* prodavnice sladoleda u Londonu, čiji je enterijer dizajnirao studio FormRoom, „kako bi prvenstveno udovoljio raznovrsnim kategorijama Instagram pratilaca ovog brenda.“<sup>90</sup> Elementi upotrebljeni u kompoziciji ovog enterijera su naglašeno grafičke prirode, poput plafona prekrivenog drvenim oblacima, ili upadljivih neonskih reklama. Sa druge strane, usled prezasićenosti ovim trendom, primetan je i kritički otklon koji pojedini autori ispoljavaju prema ovoj pojavi u poslednjih nekoliko godina. Tipičan primer anti-Instagram dizajna predstavlja rešenje kome su pribegli arhitekti *Lucky Cat* restorana u Londonu, kreiranog od strane studija AfroditiKrassa,

---

<sup>86</sup> Miladinov, M. (2016). Umetnost i kulturna industrija u Adornovoj filozofiji. *Arhe* XIII. 26.

<sup>87</sup> Ibid.

<sup>88</sup> Benjamin, W. (2006). *The Work of Art in the Age of its Technological Reproducibility. Selected Writings* 3. Harvard University Press. 103.

<sup>89</sup> Ibid.

<sup>90</sup> Levy, N. (2019). FormRoom fashions Instagrammable interiors for Milk Train ice cream shop. Dezeen. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2019/02/22/milk-train-london-ice-cream-instagrammable-interiors-shops-formroom-uk/> (02.09.2020.)

čiji osnovni koncept podrazumeva enterijer u tamnim tonovima i prigušeno svetlo, kako bi se svesno umanjila fokusiranost posetilaca na fotografisanje okruženja, a naglasila ležerna atmosfera i mogućnost za doživljaj i probanje nove hrane.<sup>91</sup>

Pitanje za ili protiv „instagramizacije“ arhitekture predstavlja aktuelnu i otvorenu dilemu: nasuprot evidentnim kritikama, postoje autori, poput arhitekta Faršid Musavija, koji ističu da dizajn kreiran prema zahtevima društvenih mreža ima pozitivnih strana: “Instagram ističe činjenicu da je prostor važan, što može biti samo dobra vest za dizajnere i arhitekta.”<sup>79</sup> Na istu temu nadovezuje se i Vejnrajt, i pita se da li „opsesija fotografisanjem i deljenjem objava možda predstavlja priliku za inovaciju“, kao i da li bi „arhitekti trebalo da prihvate platformu koja podstiče ljude da pažljivije sagledaju svoju okolinu?“<sup>79</sup> Navedeno pitanje predstavlja jednu od najvažnijih dilema, koje ovo istraživanje ima za cilj da sagleda i da prilog kritičkom osvrtu na ambivalentne pristupe u savremenoj arhitektonskoj produkciji.

## **4 Vizuelni atributi Instagram objava**

### **4.1 Definisane osobine koje utiču na popularnost objave**

Među brojnim osobinama fotografija i vizuelizacija, koje predstavljaju dominantni sadržaj na Instagram nalozima arhitektonskih biroa, potrebno je izvršiti odabir ograničenog broja vizuelnih karakteristika koje će biti analizirane. Polazeći od datih hipoteza, cilj je proveriti koje vizuelne osobine utiču na povećanje popularnosti objave. Istovremeno, važno je analizirati one osobine na osnovu kojih se mogu doneti zaključci primenjivi na oblast arhitekture, a ne samo na fotografiju ili komunikacione prakse društvene mreže. Prema preporukama Džilijen Rouz, među najmerodavnijim metodologijama za istraživanje vizuelnog sadržaja navode se kompoziciona interpretacija i analiza sadržaja.<sup>92</sup> Ova autorka raščlanjuje metodologiju kompozicione interpretacije na komponente koje je potrebno analizirati. Prva komponenta je sadržaj vizuelnog prikaza, odnosno, detaljna identifikacija svih elemenata slike, koji mogu biti od značaja za izvođenje zaključaka. Druga komponenta je boja, koja dalje može biti raščlanjena na ton, valer i zasićenost. Treća komponenta koju je potrebno analizirati jeste prostorna organizacija u okviru slike, koja uključuje aspekte poput geometrijske perspektive prikazanih objekata ili ritma sastavnih elemenata. Pored

---

<sup>91</sup> Levy, N. (2019). London's Lucky Cat restaurant is designed to be better in person than in pictures. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2019/07/11/lucky-cat-restaurant-london-dark-interiors-afroditi-krassa/> (02.09.2020.)

<sup>92</sup> Rose, G. (2001). Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials. London: Sage



datih osobina, Rouz ističe i ekspresivni sadržaj slike, koji karakteriše kao donekle neuhvatljiv aspekt, te navodi da je „potrebno zasebno razmatranje ekspresivnog sadržaja, jer raščlanjivanje slike na sastavne delove – prostornu organizaciju, boju, sadržaj, svetlo – ne mora nužno „uhvatiti“ izgled slike. Umesto toga, ono što je možda neophodno, jeste određeni maštovit opis, kojim se evociraju afektivne karakteristike slike.“<sup>92</sup> Pored kompozicione interpretacije, za istraživanje je veoma korisna metodologija analize sadržaja vizuelnih prikaza. Ova metodologija podrazumeva detekciju elemenata od značaja, te njihovo kvantifikovanje na ukupnom uzorku. Kako pišu Data i saradnici, polazeći od subjektivnosti procesa prosuđivanja lepote i drugih estetskih kvaliteta, ne postoji jedinstven standard za merenje estetske vrednosti fotografije ili vizuelizacije. Međutim, „uprkos nedostatku čvrstih pravila, određene osobine fotografskih prikaza se, prema verovanju mnogih, ljudima dopadaju više nego druge.“<sup>93</sup> Osvrtom na dosadašnja istraživanja, može se ustanoviti da su brojni autori dali doprinos u istraživanju odlika fotografija ili vizuelizacija, koje čine da se takav vizuelni materijal nekome dopadne više od drugog. Tomas i Hubner među prvima grupišu faktore koji potencijalno dovode do popularnosti objave na Instagramu u tri kategorije: kompozicija, kontekst i sadržaj.<sup>61</sup> Među ostalim karakteristikama koje su istraživane su: estetika, originalnost, osvetljenost, raznobojnost, saturacija, nijansa, poznatost, tekstura, veličina i proporcija, zakrivljenost oblika, dubina polja, jednostavnost<sup>94</sup>, realističnost, kompleksnost, pravilo trećine<sup>95</sup>, sadržaj<sup>96</sup>, zamućenost, osnovna tehnika, raspored boja<sup>97</sup>, geometrija kompozicije, harmonija i ton boja<sup>98</sup>, balans prikazanih formi i njihova zakrivljenosti<sup>61</sup>, itd.

Prema navedenim metodološkim uputstvima, kao i zaključcima prethodnih istraživanja, izdvojeno je nekoliko grupa vizuelnih osobina Instagram objava, koje

---

<sup>93</sup> Datta R., Joshi D., Li J., Wang J.Z. (2006) Studying Aesthetics in Photographic Images Using a Computational Approach. In: Leonardis A., Bischof H., Pinz A. (eds) Computer Vision – ECCV 2006. ECCV 2006. Lecture Notes in Computer Science, vol 3953. (pp. 288-301). Heidelberg: Springer.

<sup>94</sup> Luo, Y., and Tang, X. (2008.) Photo and Video Quality Evaluation: Focusing on the Subject. Computer Vision – ECCV 2008: 10th European Conference on Computer Vision, Marseille, France, October 12-18, 2008, Proceedings, Part III (pp. 386-399). Heidelberg: Springer.

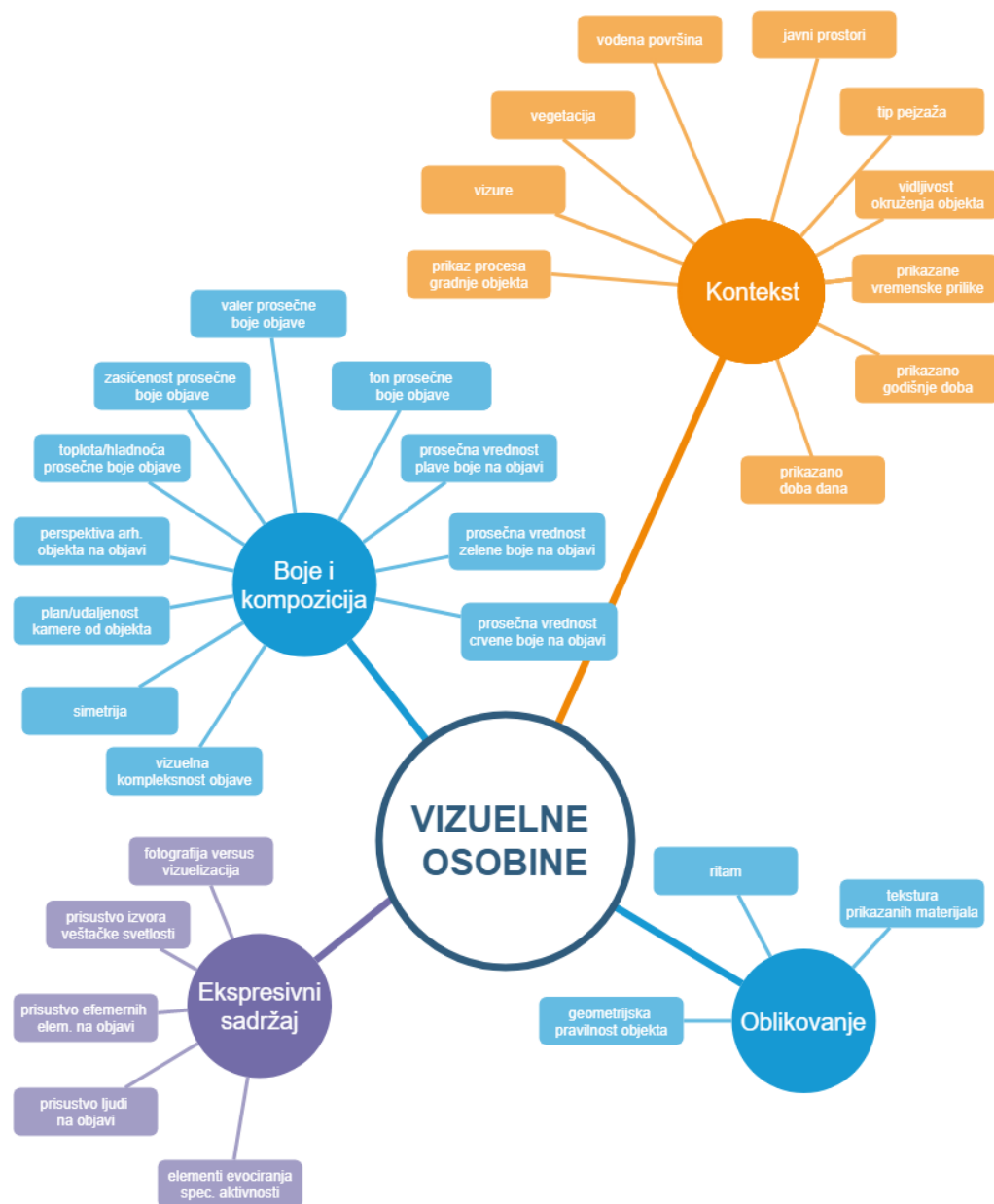
<sup>95</sup> Lovato P. et al. (2013.) Tell Me What You Like and I'll Tell You What You Are: Discriminating Visual Preferences on Flickr Data. In: Lee K.M., Matsushita Y., Rehg J.M., Hu Z. (eds) Computer Vision – ACCV 2012. Lecture Notes in Computer Science, vol 7724. (pp. 45-56). Heidelberg: Springer.

<sup>96</sup> Quanzeng, Y., Bhatia, S., and Luo, J. (2016.) A Picture Tells a Thousand Words - About You! User Interest Profiling from User Generated Visual Content. Signal Processing 124. (pp. 45-53).

<sup>97</sup> Lovato P. et al. (2013.) We like it! Mapping image preferences on the counting grid. IEEE International Conference on Image Processing. (pp. 2892-2896).

<sup>98</sup> Yan, K., Tang, X., & Jing, F. (2006.) The Design of High-Level Features for Photo Quality Assessment. IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR'06) 1 (pp. 419-426).

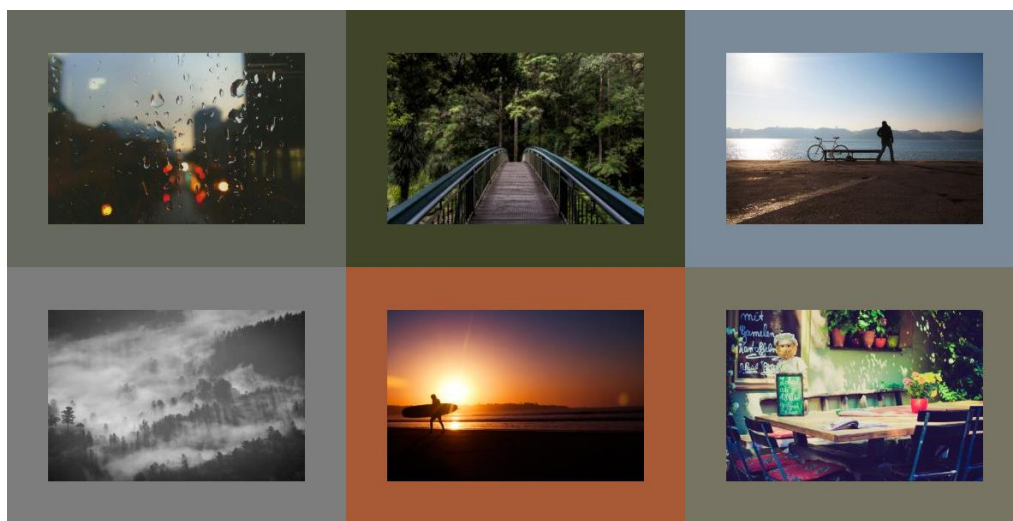
moгу imati uticaja na popularnost, i one se mogu svrstati u četiri kategorije: boje i kompozicija, oblikovanje, ekspresivni sadržaj i kontekst.



Slika 5: Kategorije analiziranih vizuelnih osobina Instagram objava (ilustracija autora, 2020.).

#### 4.2 Prosečna vrednost crvene (R), zelene (G) i plave (B) boje na objavi

U skladu sa preporukama metodologije kompozicione interpretacije, proučavanje boje vizuelnog materijala koji se analizira, predstavlja prvu komponentu koju je potrebno izučiti. Pomoću aplikacije *Get Average Color*<sup>99</sup>, koja omogućava učitavanje objava i vraća informacije o prosečnoj boji slike, dobijeni su podaci o vrednostima crvene, zelene i plave boje za svaku od analiziranih objava. Prosečna boja dobija se na osnovu RGB vrednosti za svaki piksel u okviru slike. Na primeru ispod se vidi koja boja će biti prosečna za svaku od šest analiziranih fotografija.



Slika 6: Primeri prosečne boje fotografije (preuzeto sa: <https://github.com/bashkos/get-average-color>).

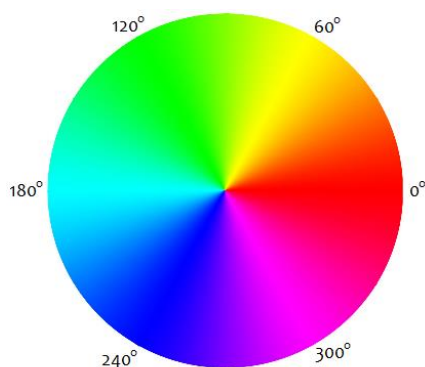
Upotrebom navedene aplikacije, za jedinstvenu prosečnu boju fotografije dobijaju se informacije o RGB i HSL indeksima. Vrednosti crvene, zelene i plave boje kreću se u intervalu između 0 i 255.

#### 4.3 Ton, valer i zasićenost prosečne boje objave

Prema knjizi „Teorija forme“, ton „je svojstvo po kom boja dobija naziv, oznaku (plava, žuta, zelena).“<sup>100</sup> Talasna dužina svetla je osnovna odlika koja definiše ton boje. Podatak o tonu svake objave dobijen je sa prethodno pomenute aplikacije *Get Average Color*, tako što je za svaku učitavanu objavu prvenstveno pronađena prosečna boja, pa zatim za nju dat HSL indeks, gde je ton označen sa H (engl. *hue*). Ton boje može imati vrednost između 0° i 360° i označava stepen u krugu boja, gde je 0° čista crvena boja, 120° je zelena boja, 240° je plava boja itd.

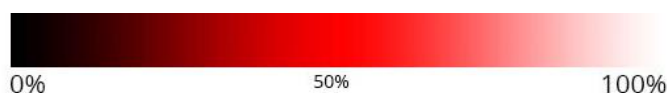
<sup>99</sup> <https://matkl.github.io/average-color/> (05.03.2020.)

<sup>100</sup> Bogdanović, K., & Burić, B. (2013). Teorija forme. Beograd: Zavod za udžbenike.



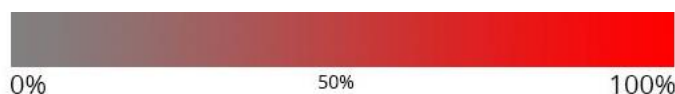
Slika 7: Tonovi boje izraženi u stepenima (preuzeto sa: <https://www.newsshooter.com/2018/07/30/filex-matrix-ii-rgbw-hands-review/hue-color-wheel-by-degree/>).

Valer je u istom udžbeniku definisan kao „količina svetlosti u tonu jedne boje. Ta količina može biti svetlina, a može i tamnost, pa je valer raspon između najsvetlijih i najtamnijih tonova.“<sup>100</sup> Valer se kreće u vrednostima od 0-100%, gde 0% predstavlja potpuno belu, a 100% potpuno crnu boju. U HSL indeksu boja, valer se obeležava sa L (engl. *light*).



Slika 8: Valer – količina svetlosti u boji (preuzeto sa: <https://medium.com/@MateMarschalko/dynamic-colour-palettes-with-sass-and-hsl-805b8bbef758>)

Pojam zasićenosti označava čistoću, odnosno intenzitet boje.<sup>101</sup> Čista boja ima maksimalnu vrednost zasićenosti, tj. 100%, dok manji procenti zasićenosti označavaju da u toj boji ima primesa sive. Minimalna vrednost zasićenosti označava potpuno sivu boju. Prema HSL indeksu, slovo S obeležava procenat zasićenosti (engl. *saturation*).



Slika 9: Zasićenost – procenat čistoće boje (preuzeto sa: <https://medium.com/@MateMarschalko/dynamic-colour-palettes-with-sass-and-hsl-805b8bbef758>).

#### 4.4 Aspekti boje: toplota i hladnoća prosečne boje objave

„Aspekti ili kvaliteti boja odnose se na boje ili kombinacije boja koje izazivaju određeni emocionalni odgovor.“<sup>102</sup> Aspekti boje poput toplote ili hladnoće prosečne boje objave analizirani su sa ciljem da se ispita koliko ovo svojstvo boje utiče na popularnost objava. Polazeći od činjenice da ljudi različito sagledavaju i doživljavaju

<sup>101</sup> <https://artterms.artopium.com/s/Saturation.htm> (05.03.2020.)

<sup>102</sup> Sutton, T., & Whelan, B. (2004). *The complete color harmony*. Gloucester: Rockport Publishers.

boje, tačno preciziranje da li je objava topla ili hladna zahteva dodatne odrednice. Na ovu pojavu osvrću se autori Sutton i Velan i navode da boja „znači različite stvari različitim ljudima u različitim kulturama. Ni jedna boja nije percipirana na isti način od strane bilo koja dva čoveka.“<sup>102</sup> U istoj knjizi ovi autori tople boje definišu kao sve boje koje u sebi sadrže crvenu boju, odnosno mešavinu crvene i žute. Takve boje se kreću od crveno-narandžaste, čisto narandžaste do žuto-narandžaste. Hladne boje su, sa druge strane, bazirane na plavim tonovima. Uz plavu boju, spektar hladnih boja uključuje i tonove sa elementima žuto-zelene, zelene i plavo-zelene.<sup>102</sup> Na temu subjektivnog doživljaja toplih i hladnih boja osvrće se Itten i ističe koliko je neobična činjenica da ljudi mogu identifikovati osećaj temperature u okviru vizuelnih prikaza. Dalje, on navodi da je na osnovu eksperimenata potvrđen subjektivni osećaj razlike od 5-7° između enterijera obojenih u plavo-zelenu i crveno-narandžasto.<sup>103</sup> Govoreći o različitim impresijama koje boje izazivaju u ljudima, Mervajni i saradnici pišu da one pokazuju „mnogostranost ekspresivnih i psiholoških efekata prostora“<sup>104</sup> Analogno tome, ljudi hladne boje najčešće povezuju sa prirodom, prolećem, te sa osećanjem obnove i oporavka. Tople boje se vezuju za osećanja poput sreće, zabave, uzbuđenja ili uživanja.<sup>105</sup> U cilju ispitivanja koliko ovi aspekti boje utiču na popularnost objave na Instagramu, izvršena je kategorizacija objava prema tome da li je prethodno dobijena prosečna boja objave topla ili hladna. Zbog različitog sagledavanja boja među ljudima, identifikovanje toplote ili hladnoće boje podrazumeva određeni stepen subjektivnosti. U cilju izbegavanja ove pristrasnosti i preciznog utvrđivanja da li je prosečna boja topla ili hladna, uvedena je sledeća aproksimacija:

uzmimo da je vrednost prosečne boje objave (R, G, B), gde slova respektivno prikazuju vrednost crvene, zelene i plave boje. Ako je  $B > R$ , prosečna boja je hladna. U protivnom, ako je  $B < R$ , možemo smatrati boju objave toplom. Treća mogućnost je da prosečna boja nije ni topla ni hladna, odnosno da je  $B = R$ , što je slučaj sa malim brojem objava koje ne spadaju u crno-bele fotografije ili vizuelizacije. Ovakve objave su, zajedno sa crno-belim objavama, klasifikovane u treću, „neutralnu“ kategoriju.

#### 4.5 Crno-bele objave

U okviru ispitivanja prosečne boje, ustanovljeno je da postoji posebna kategorija objava koje podrazumevaju crno-bele fotografije ili vizuelizacije. Ova odlika je posmatrana kao jedna od osobina koje bi, analogno uticaju boja, mogla da ima efekat

---

<sup>103</sup> Itten, J. (1970). *The elements of color*. New York: Van Nostrand Reinhold Company.

<sup>104</sup> Meerwein, G., Rodeck, B., & Mahnke, F. H. (2007). *Color – Communication in Architectural Space*. Berlin: Birkhäuser.

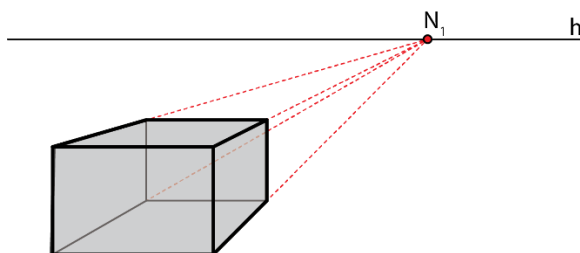
<sup>105</sup> Cool and Warm Colors. <http://renketkisi.com/en/cool-and-warm-colors.html> (12.03.2020.)

na popularnost objava na Instagramu. Precizna diferencijacija crno-belih od objava u boji izvršena je uz pomoć podataka dobijenih sa pomenute aplikacije *Get Average Color*. Na osnovu RGB indeksa, koji ovaj servis nudi za svaku objavu, kao crno-bele objave izdvojene su sve one kod kojih je za prosečnu boju ispunjen uslov  $R=G=B$ .

#### 4.6 Perspektiva arhitektonskog objekta na objavi

U sklopu proučavanja kompozicije arhitektonskih fotografija ili vizuelizacija prikupljenih sa Instagrama, perspektiva prikazanog objekta se izdvaja kao jedan od najbitnijih elemenata, uzevši u obzir direktan uticaj odabira različitih perspektivnih rešenja na kompoziciju objave. Kada se radi o primeni perspektive u oblasti umetnosti, Fil Mecger navodi da je perspektiva „umetnost uverljivog prikazivanja trodimenzionalnih prizora na dvodimenzionalnoj površini.“<sup>106</sup> Među različitim vrstama mogućih perspektiva, potrebno je naglasiti da se sve objave analizirane u ovom istraživanju zasnivaju isključivo na linearnoj perspektivi, u okviru koje je moguće identifikovati podelu prema broju nedogleđa. Tačka nedogleđa, pored paralela i linije horizonta, predstavlja jednu od tri komponente linearne perspektive i definisana je kao tačka ka kojoj konvergira bilo koji set paralelnih linija koje nisu paralelne ravni slike.<sup>107</sup> Analizirane objave su klasifikovane prema broju nedogleđa u grupe fotografija i vizuelizacija koje odlikuju jedna, dve ili tri tačke nedogleđa. Prema Džonu Montagu, uslovi klasifikacije u ove tri kategorije su sledeći:

- perspektivu sa jednim nedogledom karakteriše jedan set ravni paralelnih ravni slike i drugi set ravni upravni na ravan slike;

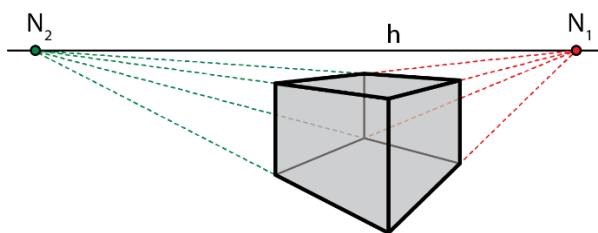


Slika 10: Perspektiva sa jednim nedogledom (preuzeto sa: <http://www.grad.hr/sgorjanc/udzbenik/2/2-5-3.html>).

- perspektivu sa dva nedogleđa karakterišu osobine: ni jedna linija niti osa nije paralelna ravni slike osim vertikalna, kao i uslov da su svi objekti paralelni horizontalnoj ravni;

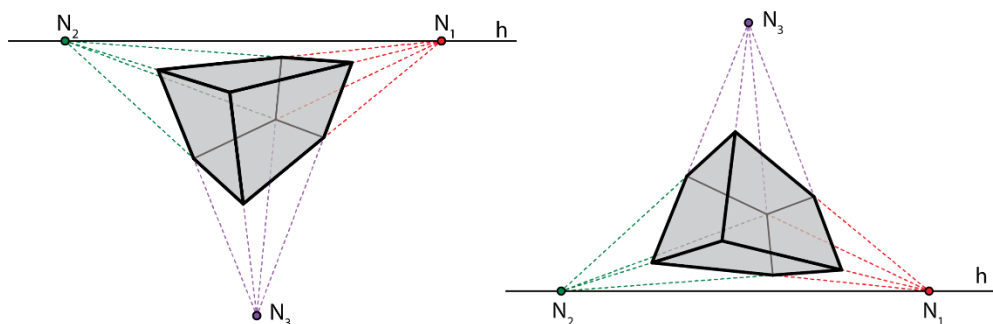
<sup>106</sup> Metzger, P. (2007). *The Art of Perspective: The Ultimate Guide for Artists in Every Medium*. Cincinnati: North Light Books.

<sup>107</sup> Magee, M., J., & Aggarwal, J. K. (1984). Determining Vanishing Points from Perspective Images. *Computer Vision, Graphics, And Image Processing* 26. 256-267.



Slika 11: Perspektiva sa dva nedogleda (preuzeto sa: <http://www.grad.hr/sgorjanc/udzbenik/2/2-5-3.html>).

- perspektiva sa tri nedogleda određena je uslovima da ni jedna ravan prikazanog objekta nije paralelna ravni slike, kao ni horizontalnoj ravni.<sup>108</sup> U okviru perspektive sa tri nedogleda razlikuju se tzv. ptičija i žablja perspektiva. Ptičija perspektiva karakteristična je po tome što sve vertikale prikazanog objekta polaze iz treće tačke nedogleda, koja se nalazi ispod linije horizonta, dok u slučaju žablje perspektive vertikale polaze iz tačke nedogleda iznad linije horizonta.<sup>109</sup>



Slika 12: Perspektiva sa tri nedogleda - s leva na desno: ptičija i žablja perspektiva (preuzeto sa: <http://www.grad.hr/sgorjanc/udzbenik/2/2-5-3.html>).

Objave u okviru analiziranog uzorka svrstane su u tri kategorije prema vrsti perspektive u kojoj su prikazani arhitektonski objekti. Kategorije se baziraju na prethodnoj podeli, odnosno, broju tačaka nedogleda koje se mogu identifikovati na fotografiji ili vizuelizaciji. Potrebno je napomenuti da na fotografijama može doći do perspektivne distorzije, posebno zbog upotrebe širokougaonih objektivna, koja rezultira oštrijim konvergiranjem linija ka tačkama nedogleda i disproporcijom delova objekta, što je slučaj sa malim brojem analiziranih objava na kojima su objekti prikazani iz neposredne blizine, te efekti ove pojave na popularnost nisu bliže razmatrani.

<sup>108</sup> Montague, J. (2013). Basic perspective drawing: a visual approach. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

<sup>109</sup> Haley, S. (2018). Perspective drawing. Tempe: Tempe Digital.

#### 4.7 Plan ili udaljenost kamere od objekta

Fotografski plan, kao jedan od osnovnih aspekata kadra i kompozicije, proučavan je pojedinačno za svaku objavu, u cilju identifikovanja potencijalnog efekta na popularnost objave, koji ova osobina može da ima. Pojmom plana, koji potiče iz oblasti filmske umetnosti, „označava se udaljenost kamere od snimanog objekta ili grupe objekata.“<sup>110</sup> Prema Hajderihu, način na koji kamera uspostavlja vezu sa scenom diktira način na koji posmatrači osećaju interakciju sa scenom. Da li želimo da se osećaju dezorijentisano, odvojeno, spokojno, neuravnoteženo, nepokretno i sl.? Odgovori na ova pitanja vezani su upravo za odabir adekvatnog plana u okviru kadra, koji, prema istom autoru, može preneti različite tonove u okviru scene.<sup>111</sup> Postoje brojne podele planova, odnosno imena za različite udaljenosti kamere od objekta, a s obzirom da ove podele potiču iz sfere filma, ono što im je svima zajedničko jeste da se kao kriterijum za determinisanje udaljenosti kamere od objekta uzima čovek.<sup>110</sup> Planovi se, prema Tompsonu, dele na: veoma dugačak kadar, total, polutotal, srednje dug plan, srednji plan, bliži plan, krupni plan, detalj.<sup>112</sup> Polazeći od činjenice da je predmet ovog istraživanja arhitektonska fotografija ili vizuelizacija, odnosno eksterijerni prikaz objekta, kao osnovna mera udaljenosti usvojen je snimani arhitektonski objekat. Uzimajući u obzir pretpostavku da detaljno diferenciranje planova u objavama iz uzorka neće doneti uvid u značajnije razlike u popularnosti, osnovna ideja je bila da se objave prema planu razvrstaju u tri kategorije i to:

- opšti plan (total) koji prema Peterliću predstavlja „plan u kom je obuhvaćen čitav neki prostor (trg, grad, dvorana). U tom planu čovek prestaje da bude kriterijum.“<sup>110</sup> U kategoriju opšteg plana svrstane su objave koje prikazuju potpun kontekst arhitektonskog objekta, odnosno sve elemente prirodne i građene sredine koji okružuju fotografisanu zgradu. Fotografija objekta u opštem planu prikazuje najširi prostorni okvir arhitekture, te time ovaj plan ima najvišu informativnu vrednost.
- srednji plan je plan koji „približno dočarava kako mi, kao ljudi, vidimo okruženje u svojoj neposrednoj okolini.“<sup>113</sup> Peterlić navodi da se, među svim planovima, srednji najviše doima kao čovekovo viđenje sveta, onakvo kakvo je zapravo i da je veličina prostora obuhvaćena ovim planom onolika koliko u

---

<sup>110</sup> Peterlić, A. (1977). Osnove teorije filma. Zagreb: Filmoteka 16.

<sup>111</sup> Heiderich, T. Cinematography Techniques: The Different Types of Shots in Film. 6–7.

Preuzeto sa: <https://www.oma.on.ca/en/contestpages/resources/free-report-cinematography.pdf> (01.04.2020.)

<sup>112</sup> Thompson, R., & Bowen, C. J. (2009). Grammar of the Shot. Burlington: Elsevier.

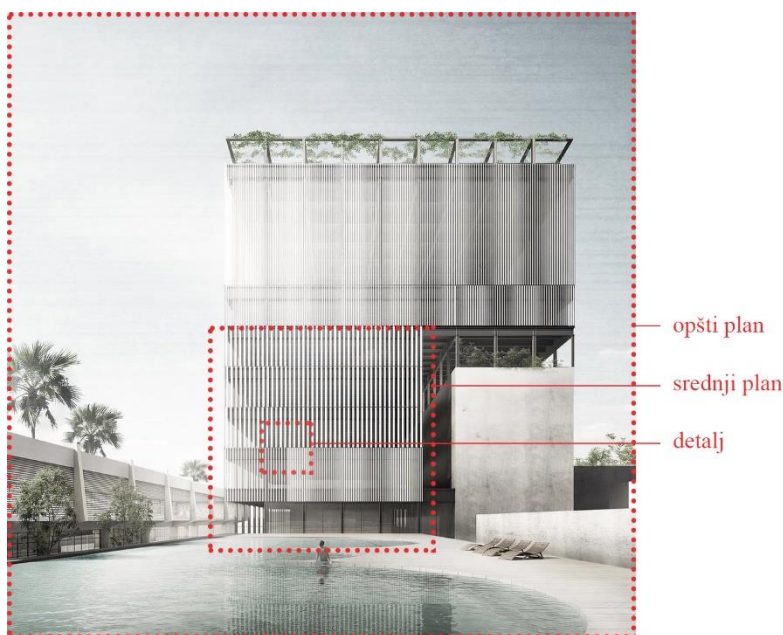
<sup>113</sup> Ibid.



realnosti obuhvatamo pogledom.<sup>110</sup> Kada se radi o klasifikaciji objava prema planu, u kategoriju srednjeg plana potpadaju sve objave na kojima je arhitektonski objekat prikazan onako kako bi ga sagledala osoba koja posmatra objekte duž ulice, u svojoj neposrednoj blizini. Najčešće se u ovoj kategoriji pojavljuju fotografije i vizuelizacije na kojima je objekat prikazan samo delimično, zbog visine sa koje čovek sagledava objekat ukoliko se nalazi u njegovoj blizini.

- detalj je plan koji podrazumeva prikaz lišen svake reference ka okruženju, pojavljuje se kao „otrgnut isečak spoljašnjeg sveta.“<sup>110</sup> Detalj u arhitektonskoj fotografiji predstavlja segment objekta koji popunjava ceo prostor kadra. S obzirom da na fotografijama ili vizuelizacijama detalja nema informacija o kontekstu, vrlo često se može primetiti da isečak objekta fotografisan u detalju sadrži drugačiju vrstu informacije: specifične elemente koji naglašavaju ritam, teksturu, dinamiku, kontrast i sl.

Na slici je prikazan dijagram kojim je definisan metod klasifikacije objava prema planu.



Slika 13: Dijagram fotografiskih planova (preuzeto sa: <https://www.instagram.com/p/Bgbs3q8A0LU/>).

#### 4.8 Simetrija

Kao jedan od mogućih činilaca popularnosti objava na Instagramu, analizirana je simetrija – kako prikazanih arhitektonskih objekata, tako i samih objava, u smislu kompozicije fotografije i vizuelizacije. Ispitivanje međuzavisnosti simetrije i popularnosti objava bazira se na dvostrukoj ulozi simetrije u okviru vizuelnih prikaza.

Potreba za proučavanjem simetrije zasnovana je prvo na njenoj očitj ulozi u kompoziciji fotografija i vizuelizacija. Bilateralna ili vertikalna simetrija se vrlo često povezuje sa povećanim estetskim vrednovanjem vizuelnog sadržaja. Bauerli i Liu, u studiji o efektima simetrije na doživljaj dizajna interfejsa, pokazuju da apstraktni vizuelni materijal, koji se odlikuje simetrijom, dominantan broj ljudi nalazi privlačnijim.<sup>114</sup> Kada se radi o percepciji atraktivnosti ljudskog lica, Daton piše da je simetrija jedna od najistaknutijih odlika koja određuje privlačnost.<sup>115</sup> Kako navodi Hajer: „Ljudski vizuelni sistem je veoma dobro opremljen da opaža simetriju na slici; ljudi mogu da otkriju da li je slika simetrična unutar 100ms, što sugerise da je percepcija simetrije „ukorenjena” u vizuelnom perceptivnom sistemu.“<sup>116</sup> Sa druge strane, potpuna simetrija u umetnosti se smatra bezizražajnom i inertnom: „Simetrična kompozicija paralise maštu, uništava svaku mogućnost iznenađenja i ne nudi nikakvo avanturističko istraživanje oku.“<sup>117</sup> Na ovu temu pišu Loher i Nodin i navode da su simetrične kompozicije često manje uzbudljive i interesantne za perceptivno istraživanje, nego što su to asimetrične kompozicije. Simetrija se u umetničkim delima može postizati uvođenjem balansa, odnosno, kako to isti autori nazivaju, dinamičke simetrije.<sup>118</sup> Prema udžbeniku Teorija forme, balans, odnosno ravnoteža, u savremenoj umetnosti se postiže uspostavljanjem ekvivalentnih odnosa u masama na slici, iako te mase ne moraju biti simetrične po obliku: „Pojam ravnoteže u bliskoj je vezi sa pojmom simetrije, kao i s pojmom harmonije.“<sup>100</sup> Povezanost ravnoteže i simetrije u umetnosti objašnjava i Hajer i piše da se „slika nalazi u vizuelnoj ravnoteži ukoliko posmatrač vidi dva dela, razdvojena osom (koja ne mora nužno biti na sredini slike), gde oba dela imaju istu „masu“.“<sup>116</sup> Osim sa aspekta kompozicije, simetrija se, takođe, može proučavati i iz ugla kompleksnosti vizuelnih prikaza. U nauci postoji dosta pokušaja da se pojam vizuelne kompleksnosti raščlani na objektivne činioce, međutim, simetrija se može identifikovati kao jedan od najčešće ispitivanih faktora kompleksnosti. Autori poput Gartusa i Ledera ispituju simetriju kao strukturalnu dimenziju koja predstavlja red u vizuelnom prikazu i koja je obrnuto proporcionalna

---

<sup>114</sup> Bauerly, M. & Liu, Y. (2008). Effects of Symmetry and Number of Compositional Elements on Interface and Design Aesthetics. *International Journal of Human- Computer Interaction* 24(3), 275-287.

<sup>115</sup> Dutton, D.(2009). *The Art Instinct*. New York: Oxford University Press.

<sup>116</sup> den Heijer, E. (2012). Evolving art using measures for symmetry, compositional balance and liveliness. *IJCCI 2012 - Proceedings of the 4th International Joint Conference on Computational Intelligence*. 52-61.

<sup>117</sup> Taubes, F. (1949). *Pictorial composition and the art of drawing*. New York: Dodd, Mead & Co.

<sup>118</sup> Locher, P., & Nodine, C. (1989). The Perceptual Value of Symmetry. *Computers & Mathematics with Applications*. Vol. 17. 475-484.

kompleksnosti slike.<sup>119</sup> Drugim rečima, može se smatrati da je slika manje kompleksna ukoliko je postignut veći stepen reda, čija mera je i sama simetrija. Reber i saradnici na ovu temu navode da je „estetsko iskustvo funkcija posmatračeve dinamike obrade“, odnosno, što lakše posmatrač može da obradi vizuelnu informaciju, to je njegova reakcija pozitivnija.<sup>120</sup> U istom radu autori razmatraju moguće uticaje na dinamiku obrade vizuelnog sadržaja, među kojima je simetrija jedan od ključnih činilaca. Pored simetrije, kao faktor kompleksnosti moguće je identifikovati broj i varijetet elemenata na slici<sup>121</sup>, što će u narednom poglavlju biti detaljnije razmatrano.

Simetrija kao činilac popularnosti objava na Instagramu analizirana je tako što su sve objave klasifikovane u tri uspostavljene kategorije, koje su potom upoređene sa relevantnim pokazateljem popularnosti. Prema stepenu bilateralne simetričnosti, a u odnosu na vertikalnu osu na sredini slike, objave mogu biti:

- simetrične – u ovu kategoriju spadaju objave na kojima je prikazan simetričan arhitektonski objekat, uz dodatni uslov da su svi elementi okruženja objekta takođe simetrični;
- minorno asimetrične su one objave na kojima je prikazan arhitektonski objekat koji je simetričan po svom oblikovanju i kompoziciji u okviru fotografije/vizuelizacije, a asimetrija je u ovom slučaju posledica minornih elemenata konteksta, poput ljudskih figura, efemernih elemenata ili nejednake vegetacije sa obe strane vertikalne ose simetrije. Ideja da se istražuje uticaj minorne asimetrije na estetsku procenu vizuelnog sadržaja potiče od Gartusa i Ledera, koji tvrde da „uprkos tome što se lepota uglavnom povezuje sa simetrijom, postoje indikacije da manja asimetrija takođe može biti lepa.“<sup>122</sup>
- asimetrične objave, koje se odlikuju potpunim odsustvom simetrije na nivou kompozicije fotografije/vizuelizacije, forme arhitektonskog objekta i svih elemenata konteksta. Prema rezultatima Gartusa i Ledera, asimetrija utiče na

---

<sup>119</sup> Gartus, A., & Leder, H. (2017). Predicting perceived visual complexity of abstract patterns using computational measures: The influence of mirror symmetry on complexity perception. *PLOS One*. 12.

<sup>120</sup> Reber, R., Schwarz, N. & Winkielman, P. (2004). Processing Fluency and Aesthetic Pleasure: Is Beauty in the Perceiver's Processing Experience?. *Personality and social psychology review: an official journal of the Society for Personality and Social Psychology*, Inc. 8. 364-82.

<sup>121</sup> Madan, R. C., Bayer, J., Gamer, M., Lonsdorf, T. B., & Sommer, T. (2018). Visual Complexity and Affect: Ratings Reflect More Than Meets the Eye. *Frontiers in Psychology*. Vol. 8. 2368.

<sup>122</sup> Gartus, A. & Leder, H. (2013). The Small Step toward Asymmetry: Aesthetic Judgment of Broken Symmetries. *i-Perception*. 4. 361-364.

povećanje kompleksnosti vizuelnog sadržaja<sup>122</sup>, te posledično smanjuje popularnost objava.

#### **4.9 Vizuelna kompleksnost objave**

O kompleksnosti vizuelnih prikaza među prvima piše Berlajn i pokazuje da je kompleksnost stimulansa u okviru vizuelnog sadržaja veoma važan činilac estetske ugodnosti slike.<sup>123</sup> Ovaj autor 1971. godine nalazi da se odnos vizuelne kompleksnosti i ugodnosti sadržaja može opisati obrnutom U-krivom, odnosno da kod posmatrača najviši nivo ugodnosti izaziva sadržaj srednje kompleksnosti.<sup>124</sup> Sa druge strane, ispitujući uticaj koji vizuelna kompleksnost ima na pažnju koju gledaoci posvećuju reklamama, Pieters i saradnici su utvrdili da složenost vizuelnih karakteristika oglasa ima negativno dejstvo na brend i reklamu u celini.<sup>125</sup> Istraživanje iz 2010. godine, koje sprovode Nadal i saradnici, adresira upravo ove različitosti u proceni lepote vizuelnog sadržaja, te navode da one dominantno potiču od „razlika u koncepciji, rukovanju i merenju vizuelne kompleksnosti.“<sup>126</sup>

U okviru ove teme, konstantni napor su ulagani u utvrđivanje postupka objektivne i subjektivne procene kompleksnosti slike. Objašnjavajući čestu divergenciju u istraživanjima uticaja kompleksnosti na ugodnost sadržaja, Nadal i saradnici polaze od pitanja da li je pojam vizuelne kompleksnosti moguće predstaviti jedinstvenom merom, ili je, pak, kompleksnost po svojoj prirodi višedimenzionalna.<sup>126</sup> Prema istim autorima, moguće je definisati sedam karakteristika vizuelnog prikaza, koje utiču na povećanje kompleksnosti slike: „nerazumljivost elemenata (poteškoće u prepoznavanju elemenata na slici), dezorganizacija (poteškoće u organizovanju elemenata u koherentan prizor), broj elemenata, raznovrsnost elemenata, asimetrija, raznovrsnost boja i trodimenzionalni izgled.“<sup>126</sup> Među pomenutim karakteristikama, ovi autori ističu da je broj elemenata na slici najbolji prediktor kompleksnosti, dok su ostali parametri od manjeg značaja. Navedene osobine umnogome se poklapaju sa Berlajnovim sistemom, prema kome na kompleksnost utiču: nepravilna organizacija elemenata, više materijala – odnosno, više informacija koje treba apsorbovati,

---

<sup>123</sup> Berlyne., D. E. (1963). Complexity and incongruity variables as determinants of exploratory choice and evaluative ratings. *Can.J.Psychol.* 17, 274–290.

<sup>124</sup> Berlyne, D. E. (1971). *Aesthetics and Psychobiology*. New York, NY: Appleton-Century-Crofts.

<sup>125</sup> Pieters, R., Wedel, M., & Batra, R. (2010). The Stopping Power of Advertising: Measures and Effects of Visual Complexity. *Journal of Stroke & Cerebrovascular Diseases*. 74. 48-60.

<sup>126</sup> Nadal, M., Munar, E., Marty, G., & Cela-Conde, C. (2010). Visual Complexity and Beauty Appreciation: Explaining the Divergence of Results. *Empirical Studies of the Arts*. 28. 173-191.

heterogenost elemenata, nepravilnost oblika, nepodudarnost elemenata.<sup>127</sup> Pitera i saradnici se na ovu listu kriterijuma nadovezuju i dodaju još jedan – detaljnost prikazanih objekata. Drugim rečima, kompleksnost prikaza je veća, ukoliko slika ima više detalja poput tekstura, ivica i boja.<sup>125</sup>

Kada se radi o pretpostavci sklonosti ljudi ka više ili manje kompleksnim vizuelnim prikazima, moguće je osvrnuti se na istraživanje koje 2016. sprovede Guçluturk i saradnici, i u kome evidentiraju da grupa učesnika koja pokazuje sklonost ka jednostavnijim prikazima, istovremeno vrše evaluaciju prikaza brže nego učesnici sa sklonostima ka kompleksnom sadržaju.<sup>128</sup> Ovde je moguće vratiti se na Reberovu teoriju fluentnosti, odnosno dinamike obrade vizuelnih informacija: što lakše posmatrač može da obradi vizuelnu informaciju, to je njegova reakcija pozitivnija.<sup>120</sup> Shodno tome, može se očekivati da će kompleksniji prikazi biti manje popularni, posebno uzevši u obzir način pregleda objava na Instagramu, koji podrazumeva „skrolovanje“ (engl. *scrolling*) i relativno kratko zadržavanje na pojedinačnim objavama.

Naredno važno pitanje jeste utvrđivanje načina merenja vizuelne kompleksnosti. Madan i saradnici navode nekoliko računarskih metoda, među kojima su ekvivalencija kompleksnosti sa veličinom JPG fajla, detekcija ivica, kongestija vizuelnih osobina i merenje vizuelnog „nereda“.<sup>121</sup> Ipak, isti autori potvrđuju da se kompleksnost vrlo često meri metodom procene od strane učesnika u istraživanju, a prema utvrđenom sistemu za kodiranje slika, koji uključuje detaljne parametre kompleksnosti – primeri takvog sistema dati su u radovima Pitera<sup>125</sup>, Nadala i saradnika<sup>126</sup>, Berlajna,<sup>127</sup> i Guçluturka.<sup>128</sup>

Uključujući pregled prethodnih studija, kao i detaljan uvid u karakteristike prikupljenih Instagram objava, koje su predmet analize u ovom istraživanju, ustanovljen je sistem za kodiranje objava prema utvrđenim parametrima kompleksnosti. Uz referiranje na Piterovu studiju<sup>125</sup>, identifikovane su tri najvažnije osobine vizuelnog sadržaja, koji utiču na povećanje ukupne kompleksnosti objave:

1. broj elemenata vidljivih na fotografiji/vizuelizaciji; broj elemenata može biti mali ili veliki – veliki broj daje veću kompleksnost objave;






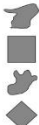






---

<sup>127</sup> Berlyne, D. E. (1958). The influence of complexity and novelty in visual figures on orienting responses. *Journal of Experimental Psychology*, 55(3), 289–296.

<sup>128</sup> Güçlütürk, Y., Jacobs, R., & Lier, R. (2016). Liking versus Complexity: Decomposing the Inverted U-curve. *Frontiers in Human Neuroscience*. 10.

2. raznovrsnost elemenata, koja podrazumeva različitosti u obliku, boji, orijentaciji elemenata na objavi; veći varijetet elemenata daje povećanu kompleksnost objave;
3. nepravilna prostorna organizacija elemenata; sa većim nepravilnostima, raste kompleksnost prikaza.

Pod elementima u okviru objave smatraju se svi samostalni elementi prirodne i građene sredine, poput: arhitektonskih objekata i njihovih pojedinačnih elemenata, ukoliko se u kadru ne vidi ceo objekat, saobraćajni elementi i urbani mobilijar, elementi okruženja poput slobodnih, zelenih i vodenih površina i vegetacije, kao i svi efemerni elementi, uključujući ljudske figure, životinje i automobile.

Principi	Dijagramski prikaz		Primer Instagram objave	
	Mali/a	Veliki/a	Mali/a	Veliki/a
Broj elemenata				
Raznovrsnost elemenata				
Nepravilnost prostorne organizacije elemenata				

Slika 14: Činioci kompleksnosti objave (Dijagramski prikaz preuzet iz: Pieters, R., Wedel, M., & Batra, R. (2010). *The Stopping Power of Advertising: Measures and Effects of Visual Complexity*. *Journal of Stroke & Cerebrovascular Diseases*. 74. 48-60. Instagram objave pripadaju naložima: mohammadkhavarian, farshad\_mehdzadeh, maciasperedo, mecanoo\_, cinozucchiarchitetti).

Na osnovu datih činilaca kompleksnosti, formirane su tri kategorije u koje su razvrstane sve analizirane objave: a. mala kompleksnost, b. umerena kompleksnost i c. izrazita kompleksnost. Klasifikacija objava je vršena prema broju činilaca kompleksnosti koje objava poseduje: od navedene tri grupe činilaca, ukoliko objava poseduje samo jednu grupu, svrstana je u kategoriju sa malom kompleksnošću. Ukoliko poseduje dve, ili sve tri grupe kompleksnosti, svrstana je respektivno u kategorije umerene ili izrazite kompleksnosti. Ako je na objavi moguće identifikovati veliki broj elemenata, ali je njihova raznovrsnost mala, a organizacija pravilna, to

znači da objava pripada kategoriji male kompleksnosti, jer se u ovakvom kadru najčešće ponavlja jedan isti arhitektonski element, na primer, stub, koji u konačnici ne proizvodi efekat kompleksnosti prizora.

#### 4.10 Ritam

„Ritam je definisan u raznim oblastima umetnosti, deleći osnovno značenje uzorka pojavljivanja, ponavljanja ili pokreta u radnjama ili predmetima. U dizajnu, ritam je pravilno, harmonično ponavljanje određenog elementa, često jednog specifičnog entiteta iz kategorija linije, oblika, forme, boje, svetlosti, senke i zvuka.“<sup>129</sup> Ritam ili vizuelni obrazac (engl. *pattern*), Du Čemin definiše kao ponovljeni element, koji stvara vizuelni eho i time privlači pažnju posmatrača. Dalje, ovaj autor navodi da su vizuelni obrasci važan element u fotografiji, zbog svoje moći da privuku i zainteresuju oko.<sup>130</sup> Prema udžbeniku Teorija forme<sup>100</sup>, repeticijom elemenata se postiže izražajnost, a „princip ponavljanja u stvara utisak gustine materije, koja zrači određenim izrazom (...). U arhitekturi to mogu biti oblici ili detalji koji ponavljanjem na istom objektu daju utisak pronađenog stilskog jedinstva ili nekog principa koji je ključ konstrukcije tog objekta.“<sup>100</sup> Prema Čanu, ritam predstavlja repeticiju koja stvara red i doslednost u celokupnom prikazu, a ove osobine utiču na lakoću razumevanja vizuelnog sadržaja: „Ovakvi obrasci mogu zaokupiti pažnju posmatrača i intenzivirati kognitivni proces za istraživanje semantičkog sadržaja obrasca.“<sup>129</sup>

Ritam se u vizuelnoj umetnosti može pojaviti u pet vidova: pravilni ritam, nasumični ritam, naizmenični ritam, tekući ritam i progresivni ritam.<sup>131</sup> Kada se radi o identifikovanju ritma na arhitektonskim objektima, Čan nadgrađuje prethodnu podelu i adaptira je prema arhitektonskim elementima koji mogu formirati neki obrazac ponavljanja. Ovaj autor klasifikuje moguće oblike ritma u arhitekturi na sledeći način:

- pravilni ritam, koji se zasniva na ponavljanju elemenata forme, koji su najčešće sličnih dimenzija. Ovi elementi mogu biti prozori, balkoni, zidovi i druge komponente forme objekta;

---

<sup>129</sup> Chan, C. (2012). Phenomenology of rhythm in design. *Frontiers of Architectural Research*. 1. 253–258.

<sup>130</sup> DuChemin, D. (2015). *The Visual Toolbox: 60 Lessons for Stronger Photographs*. San Francisco: New Riders.

<sup>131</sup> Interaction Design Foundation. Repetition, Pattern, and Rhythm. Preuzeto sa: [https://www.interaction-design.org/literature/article/repetition-pattern-and-rhythm?fbclid=IwAR2\\_g3T4fVTO51kid\\_-4CJNhMkh88kPiUjpdTuGe\\_WnPDyFIW88BiAD7dlo](https://www.interaction-design.org/literature/article/repetition-pattern-and-rhythm?fbclid=IwAR2_g3T4fVTO51kid_-4CJNhMkh88kPiUjpdTuGe_WnPDyFIW88BiAD7dlo) (11.04.2020.)

- strukturalni ritam, koji se bazira na kombinovanju greda i stubova, u cilju formiranja repetitivnih strukturnih sklopova. Kao i u prethodnom tipu ritma, elementi kojima se formira struktura, sličnih su veličina;
- reflektivni ritam, odnosno repeticija upotrebom svetla i senki u okviru objekta;
- prostorni ritam, ili ponavljanje funkcija u objektu – kao primer za ovaj tip ritma, Čen navodi nizanje učionica ili hotelskih soba u objektu;
- tekući ritam, odnosno repeticija pokreta, za šta se kao čest primer navode dine peska u pustinjama;
- iterativni ritam, ili ponavljanje procesa, za koje Čen nalazi paralele u baletu i muzici;
- progresivni ritam, koji se otpočinje određenim oblikom ili formom, te potom kontinuirano raste u određenom pravcu, ili prati neku putanju.<sup>129</sup>

Da bi se objave iz uzorka adekvatno klasifikovale, pored navedene podele, bilo je neophodno ustanoviti i još jedan parametar ritma na fotografiji/vizuelizaciji – odnosno, stepen izrazitosti ritma. Iako, prema Čenu, stepen ritma zahteva dodatna izučavanja, u literaturi je moguće pronaći osnovu za podelu objava prema izrazitosti ritma. U studiji o kvalitetu vizuelnih uzoraka, Garner i Klement navode da uzorak, između ostalog, ima osobinu da pre bude percipiran kao dvodimenzionalna figura, nego kao trodimenzionalna.<sup>132</sup> Na istu temu osvrću se Tomes i Hubner u istraživanju o Instagram popularnosti fotografija – ovi autori uvode jednostavne arhitektonske fotografije kao osnovni stimulans za merenje vizuelne valorizacije. Fotografije se klasifikuju u grupe sa „2D“ i „3D“ pojavom, gde se pod „2D“ podrazumevaju fotografije sa rotacionom nepromenljivošću, odnosno, fotografije koje nemaju „vrh“ i „dno“, te se mogu rotirati bez gubljenja semantičke vrednosti.<sup>61</sup> U procesu klasifikacije objava iz uzorka, upravo je ova osobina, odnosno rotaciona nepromenljivost, uvedena kao mera izrazitosti ritma na fotografiji. Razlog za ovo jeste činjenica da je za rotacionu nepromenljivost fotografije potrebno da prikazani obrazac nema nikakve relacije prema kontekstu koji ga okružuje, što posledično znači da popunjava ceo prostor kadra, i da će na upravo na ovakvoj fotografiji ritam, odnosno neki vizuelni obrazac, biti najuočljiviji. Na osnovu ovoga, dalje su formirane tri kategorije u koje su razvrstane Instagram objave: a. slabo izražen obrazac, b. umereno izražen i c. veoma izražen. U prvu grupu spadaju objave na kojima je skoro nemoguće detektovati bilo koji tip ritma, kako na samom objektu, tako i na elementima

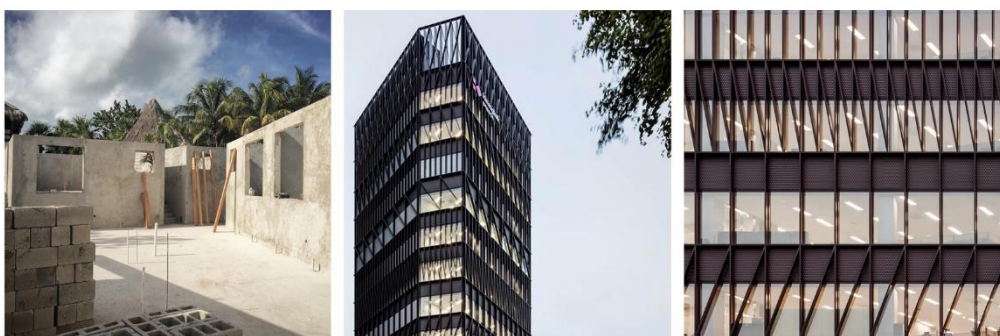
---

<sup>132</sup> Garner, W. R. & Clement, D. E. (1963). Goodness of Pattern and Pattern Uncertainty. *Journal Of Verbal Learning And Verbal Behavior* 2. 446-452.



okruženja. U grupu umereno izraženog obrasca spadaju fotografije/vizuelizacije koje prikazuju arhitektonski objekat u okviru kog postoji jedan ili nekoliko navedenih tipova ritma, međutim, ove fotografije se ne mogu rotirati bez gubljenja semantičkih informacija, što najčešće znači da je kontekst objekta u potpunosti prepoznatljiv, a zone sa ritmično formiranim elementima predstavljaju samo jedan deo fotografije. U treću grupu spadaju objave sa veoma izraženim ritmičnim obrascem – kako je prethodno navedeno, uslov da ritam bude veoma izražen jeste da ima „2D“ pojavu, odnosno, semantičku nepromenljivost pri rotaciji.

Na slici su prikazani primeri objava sa slabo, umereno i veoma izraženim ritmičnim obrascem.



Slika 15: Primeri objava sa slabo, umereno i veoma izraženim ritmičnim obrascem (Instagram objave pripadaju naložima: prva s leva: maciasperedo, druga i treća: mecanoo\_).

#### 4.11 Geometrijska pravilnost objekta

U knjizi *Ka pravoj arhitekturi*, arhitekta Le Korbizje ističe prednosti upotrebe osnovnih geometrijskih figura u arhitekturi: „Kocke, kupe, sfere, cilindri ili piramide su sjajni osnovni oblici, čija prednost se otkriva na svetlosti; njihova slika je u nama izrazita i opipljiva i bez dvosmislenosti. Iz tog razloga su ovo lepi oblici, najlepši oblici.“<sup>133</sup> Pojam geometrijske pravilnosti arhitektonskih objekata prikazanih na Instagram objavi može se smatrati još jednim parametrom u nizu činilaca jednostavnosti i čitljivosti vizuelnih prikaza i fotografija. Geometrijska pravilnost je, prema Frajdenbergu, jedan od faktora koji paralelno sa simetrijom, kompaktnošću i kompleksnošću formi, utiče na ukupni doživljaj jednostavnosti vizuelnog sadržaja.<sup>134</sup> Ovaj autor polazi od zapažanja da je jednostavnost „važna varijabla koja utiče na percipiranu lepotu u umetnosti i dizajnu.“<sup>135</sup> U prilog tome govori i prethodno opisana Reberova teorija fluentnosti obrade slike<sup>120</sup>, prema kojoj se može očekivati da

<sup>133</sup> Le Courbusier. (1986). *Towards A New Architecture*. New York: Dover Publicaions, Inc.

<sup>134</sup> Friedenber, J. (2017). *Geometric Regularity, Symmetry and the Perceived Beauty of Simple Shapes*. *Empirical Studies of the Arts*. 36.

<sup>135</sup> *Ibid.*

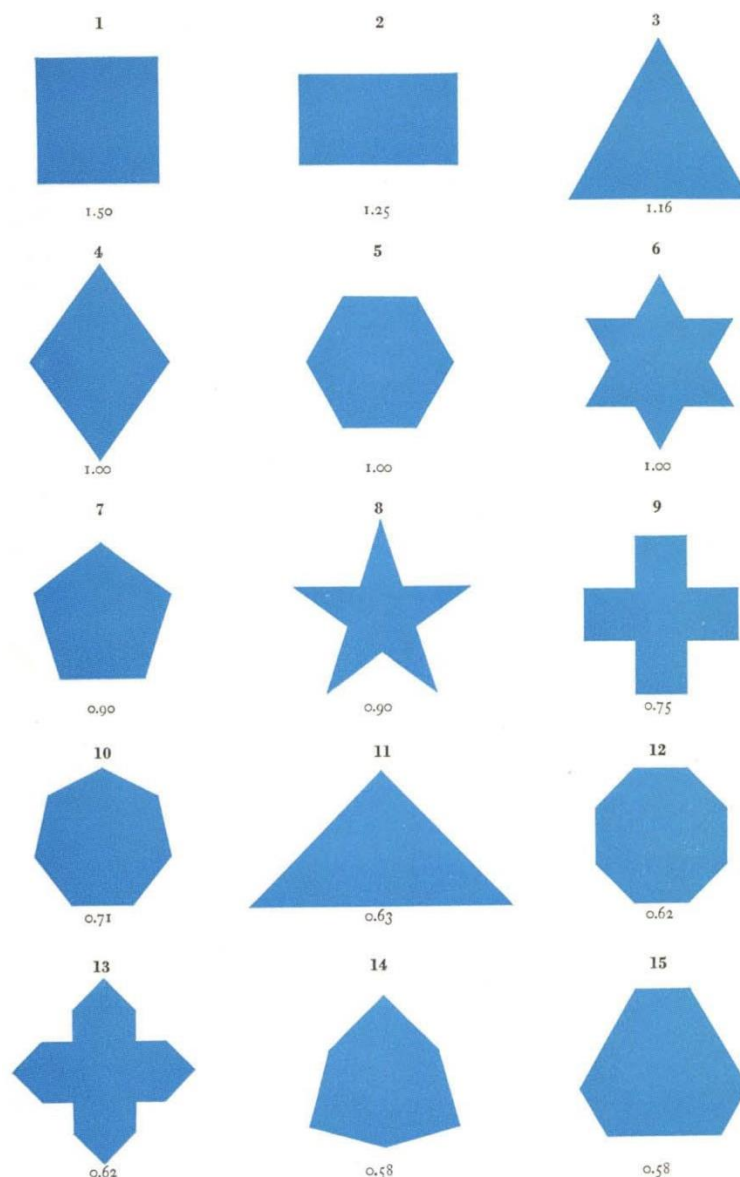
jednostavan vizuelni sadržaj bude bolje ocenjen od složenog. Prema Frajdenbergu, neki mnogougao je pravilan ukoliko su mu svi uglovi i stranice jednaki, a kao primere navodi jednakostranični trougao, kvadrat, pravilni petougao ili šestougao.<sup>136</sup> Polazeći od ove definicije, objekti na objavama se mogu okarakterisati kao manje ili više pravilni – nepravilniji su oni objekti sačinjeni od mnogo stranica različitih dužina ili mnogo raznovrsnih uglova, dok su pravilniji oni koji se odlikuju manjim odstupanjima u dužini stranica ili stepenu uglova. Na istu temu, još krajem 18. veka, piše i Elison, navodeći da je „jednakostranični trougao lepši od nejednakostraničnog ili jednakokrakog, kvadrat je lepši nego romb, šestougao od kvadrata, elipsa od parabole, krug od elipse; jer je broj njihovih istovetnih delova veći i njihov izraz dizajna je potpuniji.“<sup>137</sup> U pokušaju da odgovori na pitanje kako izmeriti lepotu geometrijskih oblika, Birkhof formuliše estetsku meru (M), koju predstavlja kao odnos reda (R) i kompleksnosti (K) posmatranog sadržaja, pa je  $M = \frac{R}{K}$ <sup>138</sup> Ovaj autor prema datoj formuli izračunava estetsku meru za niz geometrijskih oblika i sortira ih u dijagram dat na slici 16. Na osnovu dijagrama, vidi se da kvadrat, pravougaonik i trougao imaju najveću estetsku meru, što se poklapa sa Frajdenbergovom teorijom geometrijske pravilnosti, prema kojoj će ovi oblici, zbog svoje izrazite pravilnosti, biti bolje ocenjeni od strane posmatrača.

---

<sup>136</sup> Ibid.

<sup>137</sup> Alison, A. (1790). *Essays on the nature and principles of taste*. London: J. J. G. and G. Robinson.

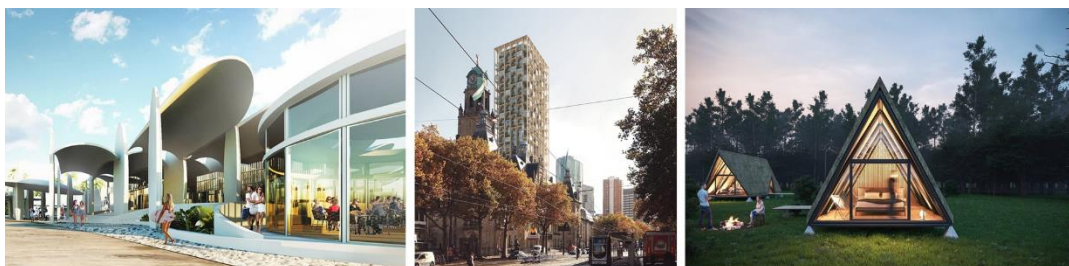
<sup>138</sup> Birkhoff, D. G. (1933). *Aesthetic Measure*. Cambridge: Harvard University Press.



Slika 16: Estetska mera mnogouglova prema Birkhoffu (Preuzeto iz: Birkhoff, D. G. (1933). *Aesthetic Measure*. Cambridge: Harvard University Press.).

Geometrijska pravilnost oblika prikazanih na analiziranim fotografijama i vizuelizacijama razmatrana je kao još jedan činilac popularnosti objava na Instagramu. Kao i u prethodnom slučaju, sve objave su podeljene u tri kategorije, te su dalje poredene sa relevantnim parametrom popularnosti. Osnovna ideja je bila ustanoviti u kolikoj meri različiti nivoi geometrijske pravilnosti arhitektonskih objekata mogu uticati na popularnost objave. U tu svrhu, formirane su tri kategorije geometrijske pravilnosti arhitektonskih objekata na objavama, a osnov za klasifikaciju jeste provera u kojoj meri je na objavi moguće identifikovati objekte čiji su vertikalni preseki bazirani na pravilnim geometrijskim oblicima – kvadrat, pravougaonik i trougao:

1. mala geometrijska pravilnost; objave u ovoj kategoriji odlikuju se prikazom različitih arhitektonskih objekata čiji preseci i osnove najčešće nemaju kvadrat, pravougaonik ili trougao kao osnovni motiv;
2. umerena geometrijska pravilnost – na objavi istovremeno postoje objekti sa pravilnom geometrijom, kao i oni čije forme nisu zasnovane na navedenim geometrijskim oblicima;
3. izrazita geometrijska pravilnost – pod ovu kategoriju potpadaju objave na kojima su prikazani isključivo objekti čiji preseci volumena kao osnovni motiv imaju kvadrat, pravougaonik ili trougao.



Slika 17: Primeri Instagram objava sa malom, umerenom i izrazitom geometrijskom pravilnošću (Instagram objave pripadaju nalozima: iddq.studio, odanewyork i maparaq).

#### 4.12 Tekstura prikazanih materijala

U studiji o vezi između percipirane estetske vrednosti neke teksture i njenih vizuelnih osobina, Džejkobs i saradnici definišu teksturu kao „bilo koji obrazac (engl. *pattern*) u kome nije moguće razaznati jedinstven obris objekta. Koristimo reč „jedinstven“, jer bi se obris jednog kamena računao kao objekat, ali kamena površina bi se računala kao tekstura.“<sup>139</sup> Tekstura nalazi široku primenu u oblastima poput arhitekture ili dizajna različitih proizvoda, kako bi se putem nje prenele specifične estetske informacije.<sup>140</sup> Liu i saradnici pišu da nam tekstura pruža informacije koje su pokretač određenih emocionalnih odgovora: „Arhitekta, dizajneri pakovanja ili interfejsa softvera profitiraju od sposobnosti da upotrebe teksturu na predvidljiv način, da bi evocirali ciljane emocije i postigli unapred definisane ciljeve.“<sup>141</sup> O tome kako na osnovu vidljivih osobina mogu da se formiraju klase materijala, govore Fleming i saradnici u istraživanju kojim pokazuju da posmatrači vrlo precizno prema slici teksture mogu da okarakterišu istu atributima iz sfere svojstava materijala, kao i da na

<sup>139</sup> Jacobs, R., Haak, K.V., Thumfart, S., Renken, R., Henson, B. & Cornelissen, F. (2016). Aesthetics by Numbers: Links between Perceived Texture Qualities and Computed Visual Texture Properties. *Frontiers in Human Neuroscience*. 10.

<sup>140</sup> Thumfart, S., Jacobs, R., Lughofer, E., Eitzinger, C., Cornelissen, F., Groissboeck, W., & Richter, R. (2011). Modeling human aesthetic perception of visual textures. *TAP*. 8. 27.

<sup>141</sup> Liu, J., Lughofer, E., Zeng, X., Li, & Z. (2018). The Power of Visual Texture in Aesthetic Perception: An Exploration of the Predictability of Perceived Aesthetic Emotions. *Computational Intelligence and Neuroscience*. 1-8.

osnovu date slike, izvrše semantičku procenu materijala.<sup>142</sup> Različiti statistički i matematički modeli se mogu upotrebljavati u svrhu opisivanja tekstura, a od izbora modela zavise i karakteristike teksture koje se biraju kao početni podaci.<sup>143</sup> Ipak, neke od najčešćih osobina teksture koje se ljudsko oko opaža su pravilnost, usmerenost, glatkoća i hrapavost.<sup>144</sup> Prema Hauartu i Rugeru, tekstura ima i dodatne kvalitete, poput periodičnosti i promera.<sup>145</sup> Upravo prema navedenim karakteristikama je moguće formirati skalu izrazitosti određene teksture na fotografiji ili vizuelizaciji. U eksperimentu vezanom za prepoznavanje teksture, Ke i saradnici formiraju matricu koja prikazuje gradaciju tekstura prema hrapavosti i čvrstoći teksture koja čini površinu analiziranih materijala.<sup>146</sup> Pravilnost i hrapavost teksture ističu Tamura i saradnici, u istraživanju o osobinama teksture koje korespondiraju sa vizuelnom percepcijom.<sup>147</sup> U softverima za vizuelizaciju 3D modela, poznat je još parametar pod nazivom gustina elemenata teksture, odnosno teksela (engl. *texel*).<sup>148</sup> Prema Glasneru, teksel je osnovna jedinica u mapi teksture.<sup>149</sup> U okviru ovog istraživanja, osnovne dve osobine teksture upotrebljene kao parametri klasifikacije Instagram objava jesu upravo gustina teksela i hrapavost. Formirane su tri kategorije, koje čine objave sa slabo, umereno i veoma izraženom teksturom. Ova podela se bazira na usvojenom stavu da izrazitost teksture raste sa povećanjem hrapavosti i smanjenjem gustine sastavnih elemenata površine. Iako je početni pristup podrazumevao da se analizira isključivo tekstura prikazanog arhitektonskog objekta, detaljnijim uvidom se došlo do zaključka da postoji veliki broj objava na kojima okruženje objekta ima dominantniju teksturu nego sam objekat. Drugim rečima, kada se radi o privlačenju pažnje posmatrača, jednak efekat može da ima i izražena tekstura neke kamene površine u neposrednom okruženju objekta, kao i tekstura samog objekta. Iz tog razloga se klasifikacija objava prema izrazitosti teksture vršila uzimajući u obzir sve teksture primetne na objavi. Materijali vidljivi na objavama mogu biti glatki ili hrapavi, a

---

<sup>142</sup> Fleming, R. W., Wiebel, C. & Gegenfurtner K. (2013). Perceptual qualities and material classes. *Journal of Vision* 13(8):9. 1–20.

<sup>143</sup> Fujii, K., Sugi, S. & Ando, Y. (2003). Textural properties corresponding to visual perception based on the correlation mechanism in the visual system. *Psychological research*. 67. 197-208.

<sup>144</sup> Jindal, S. & Pooja, H. (2016). A review on multiscale texture features using steerable pyramids. *International Journal of Computers & Technology*. Vol 15. 7374-7378.

<sup>145</sup> Howarth, P. & Rüger, S. (2004). Evaluation of Texture Features for Content-Based Image Retrieval. 3115. 326-334.

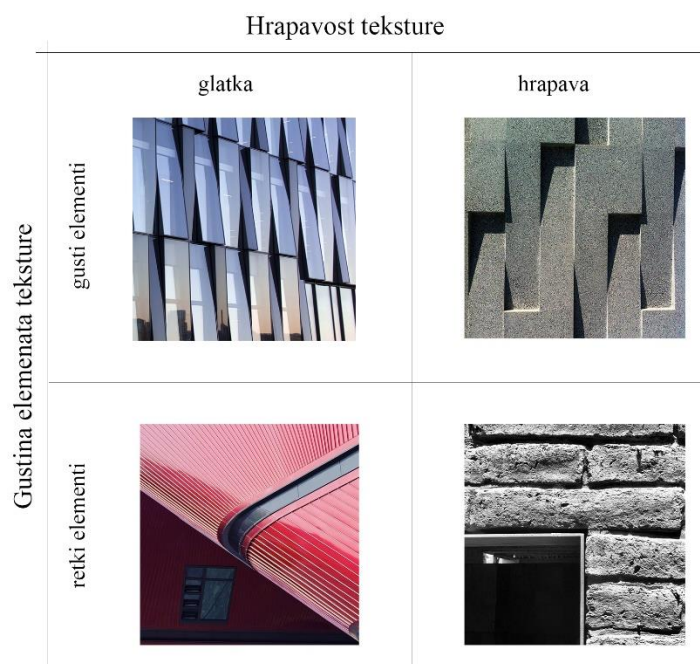
<sup>146</sup> Ke, A., Huang, J., Chen, L., Gao, Z., Han, J., Wang, C., Zhou, J. & He, J. (2019). Fingertip Tactile Sensor with Single Sensing Element Based on FSR and PVDF. *IEEE Sensors Journal*. 1-1.

<sup>147</sup> Tamura, H., Mori, S. & Yamawaki, T. (1978). Textural Features Corresponding to Visual Perception. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics*, vol. 8. 6. 460-473.

<sup>148</sup> Autodesk 3ds Max, Blender i sl.

<sup>149</sup> Glassner, A. (1991). *An Introduction to Ray Tracing*. London: Academic Press Limited.

gustina elemenata teksture, odnosno pojedinačnih teksela gusta ili retka. Osnovna teza jeste da sa povećanjem hrapavosti i smanjenjem gustine teksela, raste izrazitost teksture na objavi, što je predstavljeno na slici 13.



Slika 18: Primer grupisanja tekstura na Instagram objavama prema parametrima hrapavosti i gustine elemenata teksture (Instagram objave pripadaju naložima: *henninglarsenarchitects*, *josepferrando\_architecture*, *mecanoo\_* i *maciasperedo*).

Objava će spadati u kategoriju veoma izražene teksture, ukoliko su fotografisani materijali istovremeno hrapavi i retko raspoređenih elemenata teksture. U kategoriju umereno izražene teksture spadaju sve objave koje reprezentuju kombinaciju glatke i retke teksture ili hrapave i guste teksture. Konačno, u kategoriju slabo izražene teksture spadaju objave na kojima su prikazani objekti i okruženja sa glatkim teksturama, male gustine elemenata.

#### 4.13 Elementi evociranja specifičnih aktivnosti

Degen i saradnici među prvima identifikuju vezu između vizuelnih prikaza i intencije da se preko njih „evocira i manipuliše specifičnim atmosferama, u cilju naglašavanja iskustvenih kvaliteta planirane zgrade i urbane sredine.“<sup>150</sup> Ove autorke tvrde da vizuelizacije predstavljaju mnogo više od sjajnih prezentacija objekta, te da je ovom vidu grafike inherentno da „prikazuje i prodaje određene otelotvorene senzacije.“<sup>151</sup> Palasma navodi da je arhitektura u poslednjih 30 godina sve više usmerena na

<sup>150</sup> Degen, M., Melhuish, C., & Rose, G. (2017). Producing place atmospheres digitally: Architecture, digital visualisation practices and the experience economy. *Journal of Consumer Culture*, 17(1), 3–24.

<sup>151</sup> Ibid.

upečatljive vizuelne prikaze: „Umesto egzistencijalno utemeljenog plastičnog i prostornog iskustva, arhitektura je usvojila psihološku strategiju reklamiranja i instant-ubeđivanja; zgrade su se pretvorile u slike, nezavisne od egzistencijalne dubine i iskrenosti.“<sup>152</sup> Takođe, jedna od osnovnih teza Cumtorovih radova jeste da je pojam atmosfere vrlo važan fokus današnje arhitektonske prakse.<sup>153</sup> Degen i saradnici tvrde da je atmosfera, kroz proces sve intenzivnije estetizacije robe, postala neodvojivi deo transformacije kapitalističkih ekonomija u ekonomiju iskustva.<sup>150</sup> U svakodnevnom govoru i estetskom diskursu, Anderson predstavlja atmosferu kao sinonim za niz pojmova poput raspoloženja, osećanja, ambijenta, tona itd.<sup>154</sup> O višekarakternoj prirodi atmosfere piše Bome i navodi da atmosfera „nije nešto objektivno, poput osobina stvari, a ipak je nešto slično, jer pripada stvarima, odnosno, kroz kvalitet stvari artikuliše svoje prisustvo (...). Atmosfera nije ni nešto subjektivno, poput određenog spiritualnog stanja. Pa ipak, ona je i takva, pripada subjektima time što stvara osećanje u telesnom prisustvu ljudi i to osećanje je istovremeno i telesno stanje bivanja subjektom u prostoru.“<sup>155</sup> Iz tog razloga će, u okviru ovog istraživanja, naredna poglavlja biti posvećena identifikovanju činilaca atmosfere na objavama, a jedan od njih je upravo prisustvo čulno-afektivnih elemenata, kojima se posmatrač navodi na evociranje određenih aktivnosti, a time i identifikuje sa posmatranom slikom. Ispitujući saradnju arhitekata i umetnika zaduženih za vizuelizaciju objekata, Degen i saradnici navode da je cilj arhitekata da predstave objekat tačno, dok kasnija faza obrade vizuelizacija „ima za cilj da evocira „život“ ili „raspoloženje“ budućeg mesta.“<sup>150</sup> U razgovoru sa projektantima urbanističkog plana dela Dohe, ove autorke nalaze da se preko osnovnih prikaza objekta dodaje još jedan „sloj za reklamu“, koji se ogleda u modifikacijama poput toga koliko je nebo plavo, ko sedi na klupi u dvorištu objekta, ili pak, da li iznad vidimo pticu kako leti.<sup>150</sup> Ovi elementi imaju ulogu kreiranja specifične afektivne atmosfere na slikama, kojima se posmatrač angažuje i kojima se klijentima dočarava kako bi se oni osećali da su na tom mestu. Bome piše o „insceniranoj vrednosti“ koja se kreira kroz čulne elemente prisutne u okviru nekog proizvoda, odnosno o atmosferi koju oni proizvode.<sup>155</sup> U razgovoru sa autorima vizuelizacija, Degen i saradnici saznaju da postoji skoro univerzalan metod kojim se postiže željena atmosfera na prikazima objekata. Neki od elemenata koje su

---

<sup>152</sup> Pallasmaa, J. (1996). *The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses*. London: Academy Editions.

<sup>153</sup> Zumthor, P. (2006). *Atmospheres: Architectural Environments Surrounding Objects*. Basel: Birkhauser.

<sup>154</sup> Anderson B (2009) *Affective atmospheres*. *Emotion, Space and Society* 2. 77–81.

<sup>155</sup> Böhme G (1993) *Atmosphere as the fundamental concept of a new aesthetics*. Thesis Eleven 36: 113–126.

ispitanici koristili su: prikazi ljudi, koji su često u grupama i hodaju, trče, voze bicikl ili prisustvuju nekom događaju, deca koja se igraju i smeju se u kameru, evociranje momenata proslave, vatrometi, efemerni elementi (baloni, zmajevi, bicikla itd.), dosta veštačkog svetla itd.<sup>150</sup> Vizuelizacije na taj način evociraju život ili atmosferu na određenom mestu. Upravo na osnovu ovih činjenica, izvedeno je nekoliko osobina Instagram-objava koje su analizirane, a osnovna ideja jeste proveriti koliko svaka od ovih osobina ima uticaja na popularnost objava. U cilju sveobuhvatne detekcije pomenute afektivne atmosfere, ispitane su sledeće osobine objava: pored elemenata evociranja specifičnih aktivnosti, analizirano je i da li objave prikazuju ljude, efemerne elemente, veštačko osvetljenje, kao i da li pripadaju kategorijama vizuelizacije ili fotografije. Ove osobine će biti detaljno razrađene u narednim poglavljima. Kada se radi o istraživanju elemenata evociranja specifičnih aktivnosti, prvo su ustanovljeni elementi koji predstavljaju specifične aktivnosti, a time, potencijalno, kroz evociranje, stvaraju doživljaj afektivne atmosfere. Elementi evociranja specifičnih ljudskih aktivnosti u prostoru su: ljudi koji trče, sede na klupi, čitaju ili piju kafu, proslavljaju srećne momente, meditiraju, plivaju u bazenu, deca koja se igraju itd. Iz ove grupe elemenata su izuzete ljudske figure koje su prikazane u jednostavnom hodu. Dalje su formirane dve kategorije objava – a. objave koje imaju ili b. objave koje nemaju elemente evociranja specifičnih aktivnosti, te su prema ovom kriterijumu sve objave iz uzorka klasifikovane sa ciljem poređenja sa ustanovljenom merom popularnosti, a u svrhu identifikovanja u kojoj meri ova vizuelna osobina može da doprinese popularnosti Instagram objava.



Slika 19: Primeri objava sa i bez elemenata evociranja specifičnih aktivnosti (Instagram objave pripadaju naložima: mecanoo\_ i mohammadkhavarian).

#### 4.14 Prisustvo ljudi na objavi

Prema prethodno navedenoj ideji ispitivanja ekspresivnog sadržaja na vizuelizacijama i fotografijama iz uzorka, jedna od osobina koja će biti analizirana jeste prisustvo ljudskih figura na Instagram objavama. Cilj ovog dela analize jeste utvrđivanje u kojoj



meri prisustvo ili odsustvo ljudi na objavi može uticati na popularnost takvog vizuelnog prikaza. Osnovna razlika u odnosu na prethodnu kategoriju, odnosno ljude kao elemente evociranja specifičnih aktivnosti, jeste u tome što se u okviru ove osobine detektuju isključivo ljudske figure prikazane van upečatljivih momenata, odnosno samo one koje na fotografiji stoje ili jednostavno hodaju. Prema ovom kriterijumu sve prikupljene Instagram objave su klasifikovane u dve kategorije: a. objave na kojima su prikazani ljudi i b. objave na kojima nema ljudi.



Slika 20: Primeri objava sa i bez prisustva ljudi u kontekstu arhitektonskog objekta (Instagram objave pripadaju naložima: josepferrando\_architecture i iddq.d.studio).

#### 4.15 Efemerni elementi

Prema Oksfordskom rečniku engleskog jezika, pojam efemernog označava nešto što „traje veoma kratko vreme“.<sup>156</sup> U oblasti arhitekture, efemerni objekti „su oni koji treba da postoje kratak period, a zatim nestaju, formirajući prolazno iskustvo i ostavljajući za sobom sećanje.“<sup>157</sup> Efemerno u oblasti fotografije se sve češće vezuje za kratkotrajnost aktuelnosti informacije, koja je inherentna novim digitalnim medijima i društvenim mrežama – suprotno tradicionalnoj fotografiji, koja je uvek predstavljala alat kojim se momenti „hvataju“ i pretvaraju u štampano sećanje.<sup>158</sup> U okviru istraživanja arhitektonskih vizuelizacija, Degen i saradnici sumiraju priručnik za pravilno kreiranje vizuelizacije, pod nazivom „7 Golden Rules for CGI Views“ i navode da on jasno definiše „uspešno gradsko mesto kao prostor konstituisan zgradama, mestima, ljudima i efemerom.“<sup>150</sup> Ove autorke dalje navode da se pod

<sup>156</sup> Oxford Dictionary Online, ‘ephemeral’, dostupno na: <http://oxforddictionaries.com/definition/english/ephemeral>. (24.04.2020.)

<sup>157</sup> Armada, J. (2012). Sustainable Ephemeral: Temporary Spaces with Lasting Impact. Syracuse University Honors Program Capstone Projects. 111.

<sup>158</sup> Preview.com. Ephemeral Photography. Preuzeto sa: <https://previiew.com/home/journal/ephemeral-photography.html> (24.04.2020.)

efemerom podrazumevaju elementi poput balona, zmajeva, bicikla i slično. Kako je prethodno navedeno u poglavlju o elementima evociranja specifičnih ljudskih aktivnosti na vizuelizacijama, efemerni elementi, zajedno sa ostalim vizuelnim atributima objava, istražuju se kao činilac ekspresivnog sadržaja, koji je neodvojivi deo velikog broja savremenih arhitektonskih vizuelizacija. Nastavljajući se na definiciju efemernih elemenata, koju daju Degen i saradnici, u ovom istraživanju se navedeni niz upotpunjen, te se može smatrati da Instagram objava ima efemerne elemente ukoliko se na njoj vide: privremene umetničke instalacije na javnim prostorima; privremeno prisutna prevozna sredstva poput automobila, aviona, padobrana, vozova, čamaca, bicikala, trotineta; elementi privremenih postavki ispred objekata poput dečijih igračaka, zmajeva, balona; privremeni i/ili sklopivi mobilijar na javnim površinama; različite životinje poput ptica, pasa, mačaka i sl. Drugim rečima, pod efemerno u kontekstu analize arhitektonskih eksterijera potpadaju svi elementi koji se u kadru objekta nalaze kratkotrajno i ne predstavljaju stalni kontekst arhitekture. Na osnovu definisanih elemenata, formirane su dve kategorije u koje su razvrstane sve prikupljene Instagram objave. Prva kategorija su a. sve objave na kojima su prikazani efemerni elementi, a u drugu spadaju b. sve objave na kojima nema efemernih elemenata.



Slika 21: Primeri objava sa i bez efemernih elemenata (Instagram objave pripadaju naložima: shlarchitects i perkinswill).

#### 4.16 Prisustvo izvora veštačke svetlosti

U kontekstu proučavanja specifičnih atmosfera primetnih na fotografijama i vizuelizacijama, neophodno je analizirati i aspekt osvetljenja prikazanih arhitektonskih objekata, s obzirom da raznoliki efekti svetlosti mogu značajno doprineti doživljaju određenog vizuelnog sadržaja, te time, posledično, i uticati na popularnost. Edensor navodi da je svetlost „suštinski sastojak u odnosima sila koje

čine dinamični amalgam atmosfere.<sup>159</sup> Pažljiv dizajn osvetljenja u okviru eksterijera može da transformiše neki prostor iz puko funkcionalnog i suzdržanog u „carstvo razigrane izražajnosti“.<sup>160</sup> Vizuelni efekti veštačkog osvetljenja su veoma prisutni u prikazima objekata u urbanoj sredini: „Ulične lampe se reflektuju preko prozora, u pokretu automobila koji prolaze, u lokvama i kanalima, i stvaraju rasprsnut, izlomljen grad, sastavljen od konstantno promenljivih ambijentalnih tekstura, prolaznih svetlucavih oblika, blistavih boja i odsjaja sijalica.“<sup>161</sup> Na temu uticaja osvetljenja na atmosferu u kontekstu arhitektonskih objekata piše i Cumtor – i definiše osvetljenje kao jedan od devet najvažnijih činilaca atmosfere u određenom prostoru.<sup>153</sup> Upotreba veštačkog osvetljenja posebno je primetna na noćnim vizuelnim prikazima objekata i vrlo često se mogu videti primeri intenzivno osvetljenih ulica, enterijera ili dodatnih svetlosnih elemenata poput vatrometa.<sup>150</sup> U toku detaljnog pregleda prikupljenih objava, ustanovljeno je da fotografije i vizuelizacije, koje se odlikuju naglašenim veštačkim osvetljenjem, po pravilu bivaju među popularnijim objavama na posmatranom nalogu. Iz tog razloga je ova osobina objava uvrštena u niz atributa koji figuriraju kao potencijalni faktori popularnosti. Sve objave su podeljene u dve kategorije – u prvoj se nalaze one na kojima postoje izvori veštačkog osvetljenja, dok su u drugoj objave na kojima se veštačko osvetljenje ne može detektovati ni u najmanjoj meri. Pod izvorom veštačkog svetlosti smatra se svetlost koja dopire iz enterijera objekta, sa fasade objekta, iz parternog uređenja kao i ulično osvetljenje i svi dodatni svetlosni efekti koji mogu biti uključeni u kadar.

---

<sup>159</sup> Edensor, T. (2015). Light design and atmosphere. *Visual Communication*, 14. 331-350.

<sup>160</sup> *Ibid.*

<sup>161</sup> Edensor, T. (2012). Illuminated Atmospheres: Anticipating and Reproducing the Flow of Affective Experience in Blackpool. *Environment and Planning D: Society and Space*, 30(6), 1103–1122.



Slika 22: Primeri objava sa i bez prisustva izvora veštačke svetlosti (Instagram objave pripadaju nalogu *metrocubicodigital*).

#### 4.17 Fotografija versus vizuelizacija

Polazeći od činjenice da se uzorak za ovo istraživanje sastoji od kombinacije fotografija i arhitektonskih vizuelizacija, jedan od interesantnih uticajnih faktora popularnosti bi mogla da bude i razlika između ova dva tipa objava. Kako je detaljnije objašnjeno u poglavlju o formiranju uzorka, fotografije i vizuelizacije se kroz analizu tretiraju istovetno, zbog činjenice da su savremene tehnike vizuelizacije veoma uznapredovale u pogledu realističnosti prikaza, i suštinski predstavljaju jednake baze za analizu, pa bi iz tog razloga bilo izlišno izostaviti grupu objava koje spadaju u vizuelizacije. Razlika između fotografija i vizuelizacija, a koja figurira kao potencijalni činilac popularnosti, jeste osobina vizuelizacija da „radikalno teatralizuju prostor, gde slike uvlače posmatrača u insceniranje iskričavog intenziteta“<sup>150</sup>, kao i sve češća prenaplašena definicija i jasnoća objekata, koje se postižu kroz „svetlućanje i isijavanje slike na ekranu računara.“<sup>162</sup> Mur i Veber navode da je kod arhitektonskih vizuelizacija česta pojava da autor manipuliše slikom, tako da određene informacije izostavlja, kako bi neke druge došle do izražaja, te zbog toga smatraju da vizuelizacije predstavljaju jedan vid redigovanja stvarnosti.<sup>163</sup> Razlika između fotografija i vizuelizacija takođe može biti značajna sa aspekta intenziviranja afektivnih atmosfera, koje se neretko mogu detektovati na 3D prikazima. Keskis navodi da su arhitekti i njihovi klijenti već navikli na izuzetan stepen fotorealističnosti vizuelizacija, te da ova

<sup>162</sup> Dorrian, M. (2008). The Way the World Sees London: Thoughts on a Millennial Urban Spectacle. In A. Vidler (Ed.), *Architecture Between Spectacle and Use* (1 ed., pp. 41-57). Clark, Sterling & Francine Art Institute.

<sup>163</sup> Moore, S. & Webber, R. (2008). Architectural Renderings as the Editing of Reality. In Vermaas, P. E., Kroes, P., Light, A. & Moore, S. (Eds.), *Philosophy and Design: From Engineering to Architecture*. Preuzeto sa: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-1-4020-6591-0> (26.04.2020.)

preciznost prikaza sada više nije dovoljna da dotakne ljude: „Posledično, sada se veći značaj pridaje kvalitetima koji nadilaze čist realizam; kompozicija, pripovedanje i atmosfera su ključni za isticanje vaše slike u okeanu vizuelizacija koji se uvećava širom profesije.“<sup>164</sup> Prema ovom autoru, neke od osobina koje se na vizuelizacijama mogu uočiti znatno češće nego na fotografijama su naglašeno osvetljenje, vremenske prilike poput kiše ili magle, pokretni elementi u kadru, isticanje karaktera materijala i prirodne okoline objekta, unošenje elemenata misterije i slično.<sup>165</sup> Navedene osobine vizuelnih prikaza govore u prilog mogućnosti da ovaj tip objava na Instagramu intenzivnije zaokuplja pažnju korisnika, te u konačnici, može biti popularniji od arhitektonskih fotografija. Iz tog razloga je izvršena podela svih prikupljenih objava u pomenute dve kategorije, koje su potom upoređene sa usvojenom merom popularnosti.



Slika 23: Primeri fotografije i vizuelizacije istog arhitektonskog objekta (Instagram objave pripadaju nalogu mecano\_).

#### 4.18 Prikazano doba dana

Usko povezano sa pitanjem atmosfere na fotografijama i vizuelizacijama jeste i prikazano doba dana, u okviru kog je predstavljen arhitektonski objekat. Na objavama je moguće identifikovati pet različitih perioda u toku dana: jutro, dan, period zalaska Sunca, sumrak i noć. Na fotografijama su objekti najčešće prikazani preko dana, dok se u slučaju vizuelizacija neretko sreću period sumraka i noći, s obzirom da ovakav kontekst pruža mogućnosti naglašavanja osvetljenja. Na osnovu navedenih perioda,

<sup>164</sup> Keskeys, P. (2020). 12 Ways to Transform Your Renderings Into Atmospheric Masterworks. Preuzeto sa: <https://architizer.com/blog/practice/tools/render-me-speechless/> (26.04.2020.)

<sup>165</sup> Ibid.

formirano je pet kategorija u koje su svrstavane objave na osnovu karakteristika ovih faza dana. Određivanje doba dana izvršeno je u odnosu na prikazani položaj i intenzitet Sunca i senki, kao i uočavanjem dodatnih faktora poput prisustva magle, posebno kod diferenciranja dana i jutra.

#### **4.19 Prikazano godišnje doba**

Nastavljajući se na različite činioce afektivnih atmosfera na objavama, kao važan faktor analizirano je i prikazano godišnje doba. Ovaj atribut objava interesantan je sa aspekta mogućeg hipertrofiranja i romantizacije elemenata pojedinih perioda u godini – u tom smislu, moguće je identifikovati objave koje eksploatišu vizuelne karakteristike konteksta u određenom godišnjem dobu, te time dobijaju na naraciji ukupne predstave objekta. Kada se radi o klasifikaciji na osnovu godišnjeg doba na prikazanim fotografijama i vizuelizacijama, diferencirano je pet grupa: proleće, leto, jesen i zima, kao i dodatna kategorija „nepoznato“, za objave na kojima nije vidljiv ni jedan element prema kome je moguće identifikovati godišnje doba. Za određivanje perioda u godini na objavama korišćeni su elementi poput vidljivih padavina, boje niskog rastinja i drveća, kao i odeće prikazanih ljudi.

#### **4.20 Prikazane vremenske prilike**

Kada se radi o vremenskim prilikama prikazanim na objavama, moguće je identifikovati vedro, sunčano, oblačno, kišovito i snežno vreme, uz dodatnu, petu kategoriju u kojoj su objave nepoznatih vremenskih prilika. Kao i kod prethodne analize, objave u kategoriji „nepoznato“ nemaju dovoljno elemenata koji bi sugerisali o kakvim vremenskim prilikama se radi. Najčešće su u pitanju objave na kojima je prikazan samo arhitektonski detalj, odnosno nebo je nevidljivo, kao i širi kontekst objekta. U kategoriju vedrog vremena spadaju objave na kojima nema vidljivih Sunčevih zraka, ali ni oblaka, i to su objave koje prikazuju period dana neposredno nakon zalaska Sunca – najčešće je u pitanju kategorija vizuelizacija sa posebno kreiranom atmosferom prirodnog svetla. U određivanju vremenskih prilika upotrebljavani su elementi poput Sunčevih zraka i njihove refleksije, prisustva senki, oblaka i različitih padavina.

#### **4.21 Vidljivost okruženja objekta**

Okruženje arhitektonskih objekata na objavama je analizirano u svetlu važnosti koju svi oblici konteksta igraju u arhitekturi. Neposredno okruženje objekata na fotografiji ili vizuelizaciji nosi veliki broj informacija, poput prethodno pomenutih atributa o godišnjem dobu i vremenskim prilikama, ali i dodatne kvalitete, na osnovu kojih se

može doneti dosta zaključaka o objektu. Neki od zaključaka u koje okruženje pruža uvid jesu tip pejzaža, odnosno da li se objekat nalazi u urbanoj ili ruralnoj sredini, da li su u blizini drugi interesantni urbani elementi poput javnih prostora, vodenih površina, kao i da li se u neposrednom okruženju objekta nalazi vegetacija, kom tipu ona pripada, a potencijalno i o različitim društvenim i ekonomskim kategorijama stanovanja itd. Sve ove informacije mogu doprineti građenju generalne atmosfere na posmatranoj objavi, te je osnovna ideja bila uporediti popularnost objava na kojima se okruženje vidi, sa onima na kojima se uopšte ne vidi. Polazeći od činjenice da kontekst pruža puno podataka o objektu, izostanak ovih informacija bi značio da posmatrač brzim pregledom objave ne dobija značajniju sliku o okruženju, te je, posledično, manje zainteresovan za ovaj tip objave. Kako bi se ove dve grupe objava uporedile sa merom popularnosti, formirane su dve kategorije, od kojih u prvu spadaju sve objave iz uzorka na kojima su vidljivi elementi neposrednog okruženja, dok u drugu kategoriju spadaju one objave na kojima nije moguće identifikovati ni jedan element konteksta.



Slika 24: Primeri objava sa vidljivim i nevidljivim okruženjem (Instagram objave pripadaju nalogu *cinozucchiarchitetti*).

## 4.22 Tip pejzaža

Prema Gonzalesu, pejzaž je „više-čulna percepcija sistema ekoloških i kulturnih odnosa.“<sup>166</sup> Prema Lori, pokušaj da se izvrši estetska evaluacija određenog pejzaža može se definisati kao „uporedni odnos između dva ili više pejzaža u smislu procene vizuelnog kvaliteta.“<sup>167</sup> Nastavljajući se na prethodnu analizu, cilj izučavanja ovog

<sup>166</sup> González, F. (1981). *Ecología y Paisaje*. Ed. Blume, Madrid.

<sup>167</sup> Laurie, I.C. (1975). *Aesthetic factors in visual evaluation*. In: Zube, e., Brush, R., & Fabos, J. (Eds), *Landscape Assessment: Values, Perceptions and Resources*. Dowden Hutchinson and Ross, Stroudsburg, pp. 102-117.

atributa objava jeste ustanoviti da li i u kojoj meri vizuelne razlike između urbanog i ruralnog pejzaža na fotografiji ili vizuelizaciji utiču na popularnost objave. Pored urbanog i ruralnog pejzaža, u uzorku je identifikovana i grupa objava na kojima je nemoguće pronaći odlike koje bi ukazale na tip pejzaža, te se one podvode u grupu „nepoznato“. Ovo su najčešće objave koje u prethodnoj analizi vidljivosti okruženja spadaju u grupu onih na kojima nije moguće detektovati elemente konteksta – konkretno, ovo mogu biti objekti fotografisani u detalju, te posledično, na ovim objavama nedostaju karakteristike koje bi sa sigurnošću svedočile o tipu pejzaža. U nastojanju da se odrede objektivne odlike ruralnog pejzaža, Ariaca i saradnici navode da „u oceni vizuelnog kvaliteta pejzaža postoji pretpostavka da pejzaži imaju svojstvenu ili objektivnu lepotu koja se, iako predstavlja subjektivni odgovor posmatrača, može kvantifikovati prisustvom određenih dimenzija.“<sup>168</sup> Kao odlike ruralnih predela, ovi autori navode veliki procenat površine pokriven vegetacijom, prisustvo malog broja građenih elemenata poput ruralnih kuća i infrastrukture i visok stepen „divljine“ pejzaža.<sup>169</sup> Kada se radi o urbanom pejzažu, on prema Kalenu predstavlja „umetnost pružanja vizuelne koherencije i organizacije u mešavini zgrada, ulica i prostora koji čine urbano okruženje.“<sup>170</sup> Osnovne odlike koje su upotrebljene pri klasifikaciji objava u grupu urbanog pejzaža su: dominantna izgrađena površina, veliki broj objekata različite tipologije i namene, gusta mreža uličnog sistema, prisustvo javnih površina, urbanih parkova i slično.



Slika 25: Primeri objava na kojima je arhitektonski objekat prikazan u urbanom i u ruralnom pejzažu (Instagram objave pripadaju nalozima odanewyork i mapaarq).

<sup>168</sup> Arriaza, Manuel & Cañas-Ortega, J.F. & Cañas-Madueño, J.A. & Avilés, Pedro. (2004). Assessing the visual quality of rural landscapes. *Landscape and Urban Planning*. 69. 115-125.

<sup>169</sup> Ibid.

<sup>170</sup> Cullen, G. (2003). *The Concise Townscape* (M. Tabibian, Trans.). Tehran Tehran University Press.



## 4.23 Javni prostori

Javni prostori, kao jedan od elemenata konteksta u koji su smešteni arhitektonski objekti, interesantni su za ovu analizu zbog različitih vrsta aktivnosti koje omogućavaju, te zbog toga predstavljaju podlogu na kojoj je u okviru fotografije i vizuelizacije moguće izgraditi prikaz raznovrsnih događaja. „Javni prostori čine jednu od glavnih komponenti grada i daju prostoru karakter mesta. Oni su tamo gde se ljudi okupljaju, razgovaraju, jedu i piju, trguju, raspravljaju ili jednostavno prolaze – oni su važni čvorovi društvene interakcije.“<sup>171</sup> U okviru ovog istraživanja, pod javnim prostorima se podrazumevaju „svi delovi izgrađene sredine kojima javnost ima slobodan pristup. Oni obuhvataju: sve ulice, trgove i druge prolaze, bilo da su pretežno u objektima stambene, poslovne ili društvene/građanske namene; otvoreni prostori i parkovi; i polujavni prostori u kojima javni pristup nije ograničen (barem tokom dnevnog vremena).“<sup>172</sup> Osim ulica, staza i trgova, u javne prostore takođe spadaju rive i šetališta, pijace, trgovačke zone grada, vrtovi, kanali, obale reka i javni sportski tereni.<sup>171</sup> Na osnovu date definicije javnih prostora, objave iz uzorka su klasifikovane u dve grupe; prvu grupu čine objave na kojima je prikazan jedan ili više oblika javnog prostora, dok su u drugoj grupi objave na kojima ovaj tip prostora nije moguće detektovati.



Slika 26: Primeri objava sa i bez prikaza javnog prostora (Instagram objave pripadaju nalogu mecano\_).

<sup>171</sup> London Assembly. (2011). Public life in private hands: Managing London's public space. Planning and Housing Committee. Preuzeto sa: [https://www.london.gov.uk/sites/default/files/gla\\_migrate\\_files\\_destination/Public%20space%20June%202011%20Webme.pdf](https://www.london.gov.uk/sites/default/files/gla_migrate_files_destination/Public%20space%20June%202011%20Webme.pdf) (30.04.2020.)

<sup>172</sup> ODPM (2004): Living Places: Caring for Quality. Preuzeto sa: <https://publications.parliament.uk/pa/cm200203/cmselect/cmodpm/673/673.pdf> (30.04.2020.)

#### 4.24 Vodena površina

Kao deo analize konteksta arhitektonskih objekata, istražen je i uticaj prikaza vodenih površina na popularnost objava. Prilikom detaljnog pregleda prikupljenih objava, ustanovljeno je da dosta fotografija ili vizuelizacija, koje prikazuju jedan od vidova vodene površine u okruženju objekta, ima natprosečnu popularnost za posmatrani Instagram nalog. O uticaju vodene površine u sklopu određenog pejzaža govori Vudvard: „Voda nije samo vitalni element u našem životu, ona se može iskusiti na čitav niz načina. Ona stvara različite vrste atmosfere i raspoloženja, koje pozitivno deluju na naša osećanja. To je vitalni element koji može da oživi bilo koji pejzaž (...).“<sup>173</sup> U istraživanju o uticaju različitih pejzaža na psihofizičko stanje posmatrača, Ulrich otkriva da fotografije prirodnog okruženja sa vodom, kao i prirode prekrivene vegetacijom, imaju značajno bolji uticaj na emocionalna stanja ljudi nego prikazi urbanih sredina bez vode i vegetacije.<sup>174</sup> Vodene površine koje su najčešće mogu pronaći u prikazu okruženja objekta su: bazeni, fontane, vodena ogledala, vodene površine u parkovima i vrtovima, reke, jezera, kanali, močvarni predeli na prikazima objekata u ruralnom okruženju, mora ili okeani. Sve objave su na osnovu prikaza nabrojanih elemenata podeljene u dve kategorije – ukoliko na objavi postoji jedan ili više vidova vodene površine, takva objava je svrstana u prvu grupu, dok su u drugoj objave na kojima nije moguće pronaći ni jedan oblik vodene površine.



Slika 27: Primeri objava sa i bez prikaza vodene površine (Instagram objave pripadaju nalozima *graph.bcn* i *shlarchitects*).

#### 4.25 Vegetacija

Jedan od najvažnijih i najočiglednijih elemenata konteksta na fotografijama i vizuelizacijama jeste vegetacija, odnosno različite vrste rastinja u urbanoj i ruralnoj

<sup>173</sup> Woodward, R. (2005). Water in landscape. In Dreiseitl, H., & Grau, D. (Eds.), *New Waterscapes. Planning, Building and Designing with Water*. Basel: Birkhäuser.

<sup>174</sup> Ulrich, R. S. (1981). Natural Versus Urban Scenes: Some Psychophysiological Effects. *Environment and Behavior*, 13(5), 523–556.

sredini. Prema studiji koju izvode Hernandez i Hidalgo, prisustvo vegetacije u gradovima ima okrepljujući efekat i potencijal da redukuje stres i umor, kao i da povрати sposobnost fokusiranja pažnje.<sup>175</sup> Takođe, prema Keskisu, u okviru vizuelizacija, elementi različitih tipova vegetacije se uvode u svrhe definisanja karaktera okruženja objekta i naglašavanja prirodnog konteksta.<sup>164</sup> Sklonost posmatrača ka prizorima koji obiluju vegetacijom potvrđuju Stat i saradnici, u istraživanju o uticaju prikaza urbane sredine i šumovitih predela na verovatnoću oporavka i otklanjanja umora. Ovi autori navode da su učesnici istraživanja imali duplo učestaliju sklonost ka odabiru prizora šumskog predela u proceni verovatnoće oporavka od umora.<sup>176</sup> Na osnovu datih istraživanja, prisustvo vegetacije na fotografijama i vizuelizacijama je uvršteno u listu vizuelnih atributa koji mogu doprineti popularnosti objava. U grupu objava na kojima je prikazana vegetacija spadaju sve fotografije ili vizuelizacije koje se odlikuju prisustvom niskog, srednjeg ili visokog rastinja, kao i njihovih kombinacija. U ovu kategoriju su svrstane objave na kojima se vidi čak i minimalna površina prekrivena rastinjem, kako bi se ostvarila jasna razlika u odnosu na drugu kategoriju, u kojoj su sve one objave na kojima nije moguće detektovati ni jedan tip vegetacije.



Slika 28: Primeri objava sa i bez prikaza vegetacije u okruženju objekta (Instagram objave pripadaju nalozima shlarchitects i frabona90).

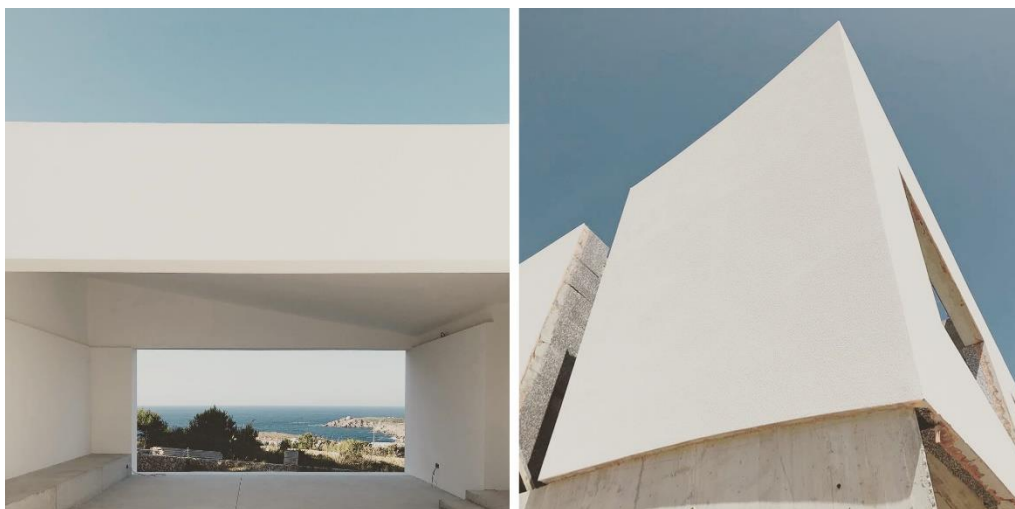
#### 4.26 Vizure

Pojam vizure (*lat.* videre – videti) u arhitekturi se koristi da opiše pogled koji se proteže duž zamišljene crte, polazeći od arhitektonskog objekta do posmatrane tačke u

<sup>175</sup> Hernández, B. & Hidalgo, M. (2005). Effect of urban vegetation on psychological restorativeness. *Psychological reports*, 96, 1025-8.

<sup>176</sup> Staats, H., Kieviet, A., & Hartig, T. (2003). Where to recover from attentional fatigue: An expectancy-value analysis of environmental preference. *Journal of Environmental Psychology*, 23(2), 147-157.

okruženju. Pod istaknutom vizurom smatran je prikaz arhitektonskog objekta, iz čijih okvira ili njegovog neposrednog okruženja se vidi upečatljiv prizor poput specifičnog okolnog pejzaža i različitih elemenata koji privlače pažnju posmatrača. U ovom slučaju arhitektura predstavlja okvir interesantnog, poetičnog ili dinamičnog sadržaja koji se može sagledati ukoliko posmatrač stoji u neposrednom okruženju objekta. Prikazi određenih vizura se koriste kako bi se naglasio kvalitet samog objekta i njegovog konteksta, odnosno mogućnosti za sagledavanje niza slojeva vizuelnog sadržaja u okolini. U slučaju ovog istraživanja, istaknuta vizura preciznije podrazumeva da se iz krupnijeg plana, u kom je arhitektonski objekat, sagledava širi plan, u kom je okruženje. Ispitivanje ove osobine ima za cilj da utvrdi u kojoj meri mogućnost sagledavanja šireg konteksta ima uticaja na popularnost objave. Ukoliko se objave odlikuju prikazom istaknute vizure, svrstavane su u prvu kategoriju, dok u drugu potpadaju sve one na kojima se ovaj vizuelni atribut ne može pronaći.



Slika 29: Primeri objava sa i bez vizura ka širem okruženju (Instagram objave pripadaju nalogu [nomostudio.eu](https://www.instagram.com/nomostudio.eu)).

#### 4.27 Prikaz procesa gradnje objekta

Poslednja u nizu osobina objava koje su analizirane jeste prikaz procesa gradnje objekta na fotografiji. Ovaj atribut je po pravilu moguće uočiti upravo na fotografijama, za razliku od vizuelizacija, koje vrlo retko prikazuju faze izgradnje. Među arhitektonskim biroima, čiji nalozi su uključeni u istraživanje, postoji manji broj onih koji dokumentuju tok konstrukcije objekta i objavljuju na svoje Instagram naloge. Pri detaljnoj analizi objava, ustanovljeno je da one koje prikazuju nedovršenu građevinu vrlo često imaju manju popularnost od prosečne za taj nalog, što predstavlja osnovni motiv za dalje istraživanje i uključenje ove osobine fotografija u listu parametara koji utiču na broj lajkova. Prikaz gradilišta neretko uključuje mnoštvo

sporednih elemenata u neposrednom okruženju objekta – građevinske mašine, materijal, alate i slično, što može uticati na povećanje kompleksnosti, a time i manju popularnost objave. Da bi se ispitao uticaj ove osobine, izvršena je klasifikacija tako da u prvu grupu spadaju sve objave koje prikazuju proces gradnje, odnosno aktivno gradilište, dok u drugu spadaju objave na kojima su završeni objekti.



*Slika 30: Primeri objava koji prikazuju proces gradnje i završen objekat (Instagram objave pripadaju nalogu estudio\_hidalgo).*

## **5 Prikupljeni podaci i relativna popularnost objave**

### **5.1 Konstrukcija uzorka**

Kod odabira uzorka za analizu Instagram objava, polazeći kriterijum bio je da se obrađuje isključivo arhitektonska fotografija. Uže definisano, pod arhitektonskom fotografijom u ovom slučaju smatraju se isključivo fotografije eksterijera arhitektonskih objekata, zbog kasnijeg definisanja parametara koji utiču na relativnu popularnost, a koji su za eksterijer i enterijer u velikoj meri nepodudarni. Postavlja se pitanje koji skup fotografija sa Instagrama je reprezentativan na ovu analizu? Posmatrajući Instagram naloge različitih arhitektonskih biroa, utvrđeno je da nalozi svetski poznatih arhitekata obiluju fotografijama upadljivo raznorodnog sadržaja, odnosno, na njihovim profilima je moguće videti fotografije ne samo izvedenih objekata, već i gradilišta, fotografije sa predavanja, konferencija, različitih promocija, publikacija i slično. S obzirom na veliku popularnost ovih arhitekata, jasno je da su njihovi projekti već poznati, te da Instagram ne koriste samo u svrhu promocije objekata, već i za isticanje ostalih aspekata rada. Iz tog razloga, ovakvi profili su predstavljali neadekvatan odabir, pošto bi većina njihovih objava morala biti odstranjena iz uzorka, s obzirom da ne prikazuje arhitektonske objekte. Polazeći od činjenice da se utvrđuje koliko određeni aspekti objava utiču na relativnu popularnost, dalje su razmatrani biro i koji teže što većoj vidljivosti i popularizaciji svojih projekata. Drugim rečima, reprezentativnu grupu naloga čine profili novih i malo

poznatih biroa, koji intenzivno promovišu novoprojektovane arhitektonske objekte i čiji nalozi dominantno sadrže fotografije eksterijera ovih objekata. Uzevši u obzir pretpostavku da ovakvi nalozi u cilju promocije rada teže što većem broju lajkova po slici, jasno je da su njihove objave ciljano izrađene, fotografisane, modifikovane ili prilagođene tako da budu što popularnije. Iz tog razloga ovakve objave predstavljaju adekvatnu podlogu za istraživanje aspekata koji utiču na broj lajkova.

Kada je utvrđeno koja grupa Instagram naloga može formirati bazu fotografija za analizu, dalje je bilo neophodno izvršiti nepristrasnu selekciju konkretnih naloga arhitektonskih biroa. Na Instagram blogu *The Best New Architects*<sup>177</sup> objavljuju se radovi novih i malo poznatih biroa mlađih arhitekata, tako što se sami arhitekti prijavljuju i dostavljaju fotografije objekata. Među 3467 objava<sup>178</sup> nalaze se radovi nekoliko stotina različitih biroa, od kojih je slučajnim odabirom izdvojeno 40. Dodatno je provereno da li svaki od ovih naloga ima minimum od 1000 pratilaca, što je imalo za cilj da minimizuje efekat lajkova pristiglih od strane privatnih društvenih kontakata povezanih sa arhitektima. Pomoću softverskog alata *Instaloader*<sup>179</sup>, sačuvane su sve objave sa odabranih naloga, te su daljom analizom odstranjene objave koje ne prikazuju eksterijer arhitektonskog objekta. Ukupni broj analiziranih objava je 3830, među kojima su podjednako zastupljene popularne i nepopularne objave. Pri detaljnom pregledu objava u uzorku, ustanovljeno je da osim fotografija, na naložima postoje i fotomontaže, kao i 3D vizuelizacije arhitektonskih objekata, među kojima postoji značajan broj izrazito hiperrealističnih prikaza, kod kojih nije moguće sa sigurnošću utvrditi da li se radi o fotografiji ili vizuelizaciji. Iz tog razloga se fotografije, fotomontaže i vizuelizacije eksterijera ravnopravno tretiraju u okviru istraživanja. Proces prikupljanja i dopunjavanja podataka sa Instagram naloga je trajao dve nedelje, u toku jula 2019. godine.

Selekcija arhitektonskih biroa data je u tabeli 1:

Tabela 1: Lista arhitektonskih biroa sa čijih Instagram naloga su prikupljene objave za istraživanje.

R.br.	Korisničko ime biroa	Br. analiziranih objava
1.	maciasperedo	758
2.	perez_palacios_aa	64
3.	nomostudio.eu	126
4.	playtime.barcelona	92
5.	mecanoo_	323
6.	mohammadkhavarian	96

<sup>177</sup> [https://www.instagram.com/the\\_best\\_new\\_architects/?hl=en](https://www.instagram.com/the_best_new_architects/?hl=en) (03.05.2020.)

<sup>178</sup> Na dan 03.05.2020.

<sup>179</sup> <https://instaloader.github.io/> (03.05.2020.)

7.	frabona90	120
8.	cinozucchiarchitetti	75
9.	wafai__	57
10.	talleradg	99
11.	estudio_hidalgo	95
12.	superhelix.pracownia	45
13.	odanewyork	228
14.	farshad_mehdizadeh	71
15.	studiopractica	43
16.	reims_502	41
17.	josepferrando_architecture	91
18.	mapaarq	239
19.	iddqd.studio	69
20.	henninglarsenarchitects	536
21.	shlarchitects	150
22.	alex_nerovnya	55
23.	almastudio_paris	11
24.	metrocubicodigital	18
25.	tejocollective	15
26.	graph.bcn	17
27.	k2budapest	19
28.	modernoffice_yc	75
29.	onirismstudio	25
30.	orangearchitectsnl	18
31.	big_builds	80
32.	hcma.ca	84
33.	mir.no	28
34.	utopiaarkitekter	146
35.	lanrender	19
36.	linkarkitektur	27
37.	perkinswill	87
38.	images_inui	167
39.	bs_arq	11
40.	diegoarraigada	10
	<b>UKUPNO:</b>	<b>3830</b>

## 5.2 Relativna popularnost objave

Prilikom definisanja relevantne mere popularnosti objava na Instagramu, potrebno je uzeti u obzir da u prostoru društvenih mreža postoji nekoliko različitih metrika, odnosno postupaka merenja posećenosti i „uticaja“ određenog naloga. Barger i Labreke navode da postoji najmanje osam različitih metrika koje se mogu analizirati u okviru svakog naloga na Instagramu, a koji slikovito opisuju marketinšku moć pojedinaca ili brendova na ovoj društvenoj mreži.<sup>180</sup> Istraživanje u okviru ove disertacije kao polaznu metriku usvaja broj sviđanja, odnosno „lajkova“ na svakoj

<sup>180</sup> Barger V., Labrecque L. (2013). An integrated marketing communications perspective on social media metrics. *International Journal of Integrated Marketing Communications*. 64-76.

analiziranoj objavi, te broj pratilaca analiziranih naloga. Istovremeno, neophodno je naglasiti da je karakter pomenutih metrika promenljiv, te da ovim istraživanjem stičemo uvid u transformacije trendova u objavama vizuelnog sadržaja, kao i efekte ovih trendova na realnu arhitektonsku praksu. U tom smislu, sama jedinica „lajk“ može u narednim istraživanjima biti zamenjena drugačijom valorizacijom sadržaja, a vezu uspostavljenu između Instagram objave i lajka je moguće transponovati i na druge vidove *online* sadržaja, kombinujući ih sa nekom od statistički i marketinški relevantnih metrika.

Svaka Instagram objava u skupu podataka sadrži o sebi sledeće podatke:

- > ime naloga koji je napravio objavu
- > broj objava na tom nalogu
- > ime objave
- > datum i vreme objavljivanja
- > broj lajkova objave.

Na osnovu ovih podataka dalje je moguće formulisati meru popularnosti svake Instagram objave. Osnovno pitanje u ovoj fazi rada jeste kako meriti popularnost objave u zavisnosti od parametara, odnosno osobina te objave. Na osnovu inicijalne analize, ispostavilo se da broj lajkova nije najbolja mera za to, jer će “popularniji” nalozi sa većim brojem pratilaca svakako imati više lajkova na objavama nego manje popularni nalozi. Prvobitno je posmatran je odnos broja lajkova na objavi i broja pratilaca na odgovarajućem nalogu. Međutim, pokazalo se da i ti brojevi značajno variraju za popularne i manje popularne naloge. Umesto toga, u analizi je korišćena mera relativne popularnosti objave. Polazeći od činjenice da za svaki nalog postoji bar deset objava, ideja je pronaći prosečni broj lajkova za svaki nalog, pa potom za svaku pojedinačnu objavu izračunati koliko je imala lajkova u odnosu na prosečan broj lajkova za taj nalog.

Relativna popularnost objave se računa na sledeći način:

$$r = \frac{x - \mu}{\mu} \cdot 100\%$$

gde je:

$r$  - relativna popularnost objave

$x$  - broj lajkova objave

$\mu$  - prosečan broj lajkova na objavama matičnog naloga



Dakle, relativna popularnost 0% znači da je objava prosečno popularna za taj nalog. Negativna vrednost označava da je popularnost objave ispod proseka za dati nalog, a pozitivna vrednost označava da je objava natprosečno popularna. Važno je naglasiti da analizirani nalozi variraju u broju pratilaca, a time i broj lajkova na njihovim objavama, te poređenje apsolutnih vrednosti ne bi dalo tačan uvid u faktore popularnosti. Iz tog razloga se za svaki nalog prvo računa srednja vrednost lajkova, a potom koliko procenata je posmatrana objava popularnija ili manje popularna od dobijene prosečne vrednosti na analiziranom nalogu. Nije moguće usvojiti jedinstvenu srednju vrednost za sve objave upravo zbog činjenice da se nalozi razlikuju po prosečnom broju lajkova, broju pratilaca, starosti naloga, a time i broju poseta profilu, što kumulativno vremenom uvećava popularnost objava. U slučaju jedinstvene srednje vrednosti za ceo uzorak, najpopularnije objave novijih naloga sa manje pratilaca bi bile mahom nepopularne, dakle – objave je jedino moguće porediti prema tome koliko procenata „odskaču“ po popularnosti od proseka na matičnom nalogu.

### 5.3 Postupak klasifikacije objava prema vizuelnim osobinama

Govoreći o prvim primenama analize sadržaja, Klaus Krippendorff navodi: “*Webster's Dictionary of the English Language* uključuje ovaj termin u izdanje iz 1961. godine, definišući ga kao „analizu očiglednog i skrivenog sadržaja tela komunikacijskog materijala (poput knjige ili filma) kroz klasifikaciju, tabeliranje i vrednovanje njegovih ključnih simbola i tema u cilju određivanja njihovog značenja i mogućeg efekta.“<sup>181</sup> Primena ove metodologije vezana je za detekciju određenih obrazaca koji se ponavljaju u uzorku koji se istražuje, a on može biti iz sfere teksta, govora ili vizuelnog materijala – slika, fotografija, objava na društvenim medijima itd. Postoje dva tipa analize sadržaja: kvantitativna, koja se zasniva na prebrojavanju, tj. kvantifikovanju određenih pojmova u okviru uzorka, i kvalitativna, čiji je osnovni cilj interpretacija sadržaja na posmatranim jedinicama analize<sup>182</sup>. Kada se radi o izboru jedinica analize sadržaja, najpre je potrebno osigurati da je uzorak tako odabran da „moguće veze među njima ne utiču na analizu“<sup>183</sup>, nakon čega se pristupa formiranju kategorija kroz koje će se odabrane jedinice ocenjivati, odnosno kodirati. Osnovna ideja jeste zapravo razvrstavanje jedinica analize prema pomenutim kategorijama, a ovaj proces mora biti objektivn i ponovljiv od strane nezavisnog istraživača. Iz ovog razloga je formiranje jasnih kategorija analize od velikog značaja za ceo metodološki

---

<sup>181</sup> Krippendorff, K. (2012). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc..

<sup>182</sup> Luo, A. (2019). What is content analysis and how can you use it in your research? Preuzeto sa: <https://www.scribbr.com/methodology/content-analysis/> (08.05.2020.)

<sup>183</sup> Manić, Ž. (2017). *Analiza sadržaja u sociologiji*. Beograd: Čigoja štampa.

postupak. Ove kategorije se formiraju na osnovu prethodno formulisanih hipoteza – cilj je razvrstati objave u kategorije koje su u direktnoj vezi sa proveravanjem hipoteza, što dalje znači da uvek postoji ograničen broj kategorija u koje se svrstavaju jedinice analize. Na ovu temu Manić piše: „Analiza sadržaja je uvek ograničena samo na neke aspekte sadržaja jer se svaki može analizirati na više različitih načina.“<sup>183</sup>. Drugim rečima, kategorije analize je potrebno formulisati tako da se dobiju odgovori na pitanja definisana u ciljevima istraživanja. Analiza sadržaja sprovedena u okviru ovog istraživanja za jedinicu uzima objavu sa odabranih Instagram naloga. Kako je prethodno navedeno u poglavlju o formiranju uzorka, skup ovih jedinica je pročišćen sa ciljem da se dobiju objave među kojima svaka sadrži elemente koji odgovaraju postavljenim kategorijama, odnosno da ne postoje slike koje je po sadržaju nemoguće svrstati u neke od navedenih kategorija.

Na osnovu prethodne detaljne elaboracije, vizuelni atributi objava se ispituju kao potencijalni uticajni faktor broja lajkova, odnosno relativne popularnosti objave. Za svaku od 3830 objava, ukupno je analizirano trideset vizuelnih parametara:

- > prosečna vrednost crvene boje na objavi
- > prosečna vrednost zelene boje na objavi
- > prosečna vrednost plave boje na objavi
- > ton prosečne boje objave
- > valer prosečne boje objave
- > zasićenost prosečne boje objave
- > toplota/hladnoća prosečne boje objave
- > crno-bele objave
- > perspektiva arhitektonskog objekta na objavi
- > plan/udaljenost kamere od objekta
- > simetrija
- > vizuelna kompleksnost objave
- > ritam
- > geometrijska pravilnost objekta
- > tekstura prikazanih materijala
- > elementi evociranja specifičnih aktivnosti
- > prisustvo ljudi na objavi
- > prisustvo efemernih elemenata na objavi
- > prisustvo izvora veštačke svetlosti
- > fotografija *versus* vizuelizacija
- > prikazano doba dana

- > prikazano godišnje doba
- > prikazane vremenske prilike
- > vidljivost okruženja objekta
- > tip pejzaža
- > javni prostori
- > vodena površina
- > vegetacija
- > vizure
- > prikaz procesa gradnje objekta.

Među navedenim osobinama, odnosno parametrima relativne popularnosti, prvih šest spada u grupu sa numeričkim vrednostima: prosečne vrednosti crvene, zelene i plave boje, kao i ton, valer i zasićenost prosečne boje, izraženi su kroz numeričke RGB i HSL indekse prosečnih boja objave. Preostale promenljive spadaju u grupu kategorijskih, odnosno, nominalnih vrednosti. Ova grupa promenljivih podrazumeva tekstualni sadržaj i broj mogućih vrednosti je ograničen na nekoliko kategorija. U ovaj tip promenljivih spadaju sledeće osobine:

- > osobina „toplota/hladnoća prosečne boje objave“ može imati vrednosti: „topla“, „hladna“ i „neutralna“;
- > osobina „crno-bele objave“ može imati vrednosti: „crno-bela“ i „u boji“;
- > osobina „perspektiva arhitektonskog objekta na objavi“ može imati vrednosti: „perspektiva sa jednim nedogledom“, „perspektiva sa dva nedogleda“, „perspektiva sa tri nedogleda – ptičija“ i „perspektiva sa tri nedogleda – žablja“;
- > osobina „plan/udaljenost kamere od objekta“ može imati vrednosti: „opšti plan“, „srednji plan“ i „detalj“;
- > osobina „simetrija“ može imati vrednosti: „simetrično“, „minorno asimetrično“ i „asimetrično“;
- > osobina „vizuelna kompleksnost objave“ može imati vrednosti: „mala kompleksnost“, „umerena kompleksnost“ i „izrazita kompleksnost“;
- > osobina „ritam“ može imati vrednosti: „slabo izražen obrazac“, „umereno izražen obrazac“ i „veoma izražen obrazac“;
- > osobina „geometrijska pravilnost objekta“ može imati vrednosti: „mala geometrijska pravilnost“, „umerena geometrijska pravilnost“ i „izrazita geometrijska pravilnost“;
- > osobina „tekstura prikazanih materijala“ može imati vrednosti: „slabo izražena tekstura“, „umereno izražena tekstura“ i „veoma izražena tekstura“;

- > osobina „elementi evociranja specifičnih aktivnosti“ može imati vrednosti: „postoje elementi evociranja specifičnih aktivnosti“ i „ne postoje elementi evociranja specifičnih aktivnosti“;
- > osobina „prisustvo ljudi na objavi“ može imati vrednosti: „postoje ljudi na objavi“ i „ne postoje ljudi na objavi“;
- > osobina „prisustvo efemernih elemenata na objavi“ može imati vrednosti: „postoje efemerni elementi“ i „ne postoje efemerni elementi“;
- > osobina „prisustvo izvora veštačke svetlosti“ može imati vrednosti: „postoji izvor veštačkog osvetljenja“ i „ne postoji izvor veštačkog osvetljenja“;
- > osobina „fotografija *versus* vizuelizacija“ može imati vrednosti: „fotografija“ i „vizuelizacija“;
- > osobina „prikazano doba dana“ može imati vrednosti: „jutro“, „dan“, „zalazak Sunca“, „sumrak“ i „noć“;
- > osobina „prikazano godišnje doba“ može imati vrednosti: „proleće“, „leto“, „jesen“, „zima“ i „nepoznato“;
- > osobina „prikazane vremenske prilike“ može imati vrednosti: „vedro“, „sunčano“, „oblačno“, „kišovito“, „snežno“ i „nepoznato“;
- > osobina „vidljivost okruženja objekta“ može imati vrednosti: „vidljivo“ i „nije vidljivo“;
- > osobina „tip pejzaža“ može imati vrednosti: „urban“ i „ruralan“;
- > osobina „javni prostori“ može imati vrednosti: „prikazan javni prostor“ i „nema javnog prostora“;
- > osobina „vodena površina“ može imati vrednosti: „prikazana vodena površina“ i „nema vodene površine“;
- > osobina „vegetacija“ može imati vrednosti: „prikazana vegetacija“ i „nema vegetacije“;
- > osobina „vizure“ može imati vrednosti: „postoji istaknuta vizura“ i „nema istaknute vizure“;
- > osobina „prikaz procesa gradnje objekta“ može imati vrednosti: „prikazan proces gradnje“ i „završen objekat“.

U cilju omogućavanja primene podataka u procesu formiranja modela, navedene osobine i njihove tekstualne vrednosti potrebno je transformisati u numeričke podatke. Ovo podrazumeva da se svaka tekstualna vrednost u okviru neke osobine zameni celim brojem (engl. *integer encoding*), pa bi na primer, osobina „toplota/hladnoća prosečne boje objave“ imala vrednost 0 za neutralnu, 1 za toplu, ili 2 za hladnu prosečnu boju. Prema istom principu uvedene su numeričke vrednosti za svaku

osobinu, sa tim da broj kategorija varira u zavisnosti od osobine. Razvrstavanje jedinica analize sadržaja u kategorije naziva se kodiranje. Svaka od formuliranih kategorija poseduje vrednosti, koje mogu biti binarne, npr. 0 ili 1 za slučaj kada se ispituje da li na određenoj slici neka pojava/predmet postoji ili ne. Kod drugih kategorija može postojati nekoliko mogućih vrednosti, kojima se obeležava pojava na slici, ili se pak, valorizuje, odnosno stepenuje vidljivost posmatrane pojave.

U tabeli 2 dat je prikaz kodiranja tekstualnih u numeričke vrednosti po svakoj osobini.

Tabela 2: Sistem kodiranja tekstualnih u numeričke vrednosti po svakoj osobini.

	Osobina	Numeričke vrednosti					
		0	1	2	3	4	5
1.	toplota/hladnoća prosečne boje objave	neutralna	topla	hladna	-	-	-
2.	crno-bele objave	u boji	crno-bela	-	-	-	-
3.	perspektiva arh. objekta na objavi	sa jednim nedogleda	sa dva nedogleda	sa tri nedogleda - ptičija	sa tri nedogleda - žablja	-	-
4.	plan/udaljenost kamere od objekta	detalj	opšti plan	srednji plan	-	-	-
5.	simetrija	simetrično	minorno asimetrično	asimetrično	-	-	-
6.	vizuelna kompleksnost objave	mala kompleksnost	umerena kompleksnost	izrazita kompleksnost	-	-	-
7.	ritam	slabo izražen obrazac	umereno izražen obrazac	veoma izražen obrazac	-	-	-
8.	geom. pravilnost objekta	mala geom. pravilnost	umerena geom. pravilnost	izrazita geom. pravilnost	-	-	-
9.	tekstura prikazanih materijala	slabo izražena tekstura	umereno izražena tekst.	veoma izražena tekstura	-	-	-
10.	elem. evociranja spec. aktivnosti	ne postoje	postoje	-	-	-	-
11.	prisustvo ljudi na objavi	ne postoje	postoje	-	-	-	-
12.	prisustvo efemernih elemenata na objavi	ne postoje	postoje	-	-	-	-
13.	prisustvo izvora veštačke svetlosti	ne postoji	postoji	-	-	-	-
14.	fotografija <i>versus</i> vizuelizacija	fotografija	vizuelizacija	-	-	-	-
15.	doba dana	dan	sumrak	noć	jutro	zalazak	-
16.	godišnje doba	proleće	leto	jesen	zima	nepoznato	-
17.	vremenske prilike	vedro	sunčano	oblačno	kiša	sneg	nepoznato
18.	vidljivost okruženja objekta	nije vidljivo	vidljivo	-	-	-	-
19.	tip pejzaža	ruralni	urbani	nepoznato	-	-	-
20.	javni prostori	nema javnog prostora	prikazan javni prostor	-	-	-	-
21.	vodena površina	nema vodene površine	prikazana vodena površina	-	-	-	-
22.	vegetacija	nema vegetacije	prikazana vegetacija	-	-	-	-
23.	vizure	nema istaknute	postoji istaknuta	-	-	-	-

		vizure	vizura				
24.	prikaz procesa gradnje objekta	završen objekat	prikazan proces gradnje	-	-	-	-

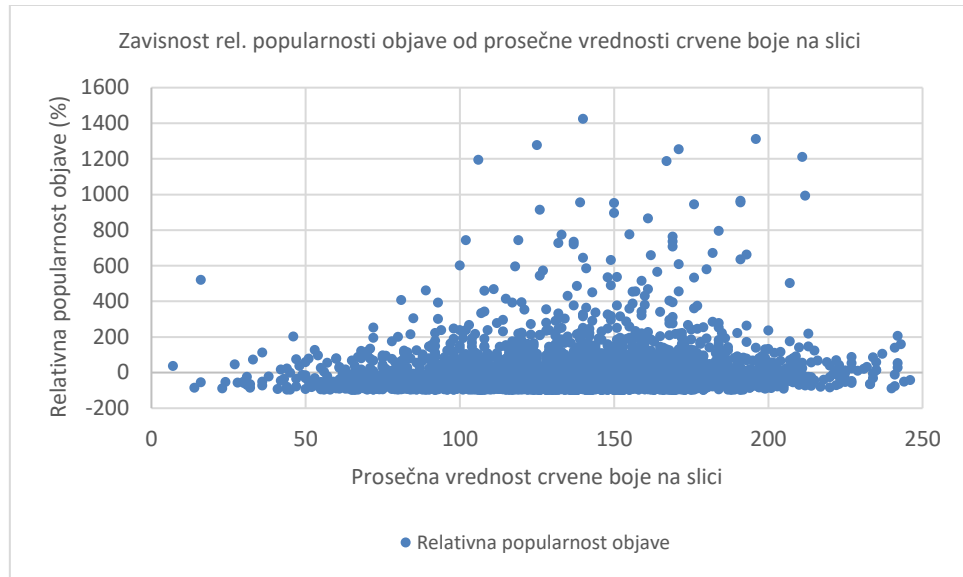
Postupak klasifikacije objave počinje unošenjem tačnog naziva.jpg datoteke objave, te povezivanjem naziva sa pripadajućom .txt datotekom koja sadrži broj lajkova te objave. Nakon unesenih svih objava sa istog naloga, u sledećem koraku se računa prosečan broj lajkova za taj nalog, a zatim i vrednost relativne popularnosti objave, odnosno koliko procenata je popularnost objave veća ili manja u odnosu na prosečnu popularnost za posmatrani nalog. Naredni korak podrazumeva detaljan pregled svih objava, te odstranjivanje onih koje prema sadržaju ne pripadaju uzorku. Kada je faza čišćenja podataka gotova, prelazi se na postupak kodiranja objava prema datim vizuelnim osobinama, odnosno na analizu sadržaja. Prvih šest vrednosti dobija se pomoću *Get Average Color* softvera<sup>99</sup> i to su RGB i HSL vrednosti prosečne boje objave. Na osnovu ovih podataka, moguće je izvršiti preciznu klasifikaciju objava prema tome da li su crno-bele ili u boji, i da li je prosečna boja topla, hladna ili neutralna. Preostale dvadeset i četiri osobine, nakon analize vizuelnog sadržaja, podrazumevaju beleženje numeričkih vrednosti za odgovarajuću tekstualnu vrednost, prema uputstvu datom u detaljnoj razradi uslova kategorizacije u okviru svake vizuelne osobine.

## 6 Istraživanje podataka – korelacija vizuelnih osobina i popularnosti

Proces istraživanja međuzavisnosti podataka vrši se u cilju utvrđivanja korelacija koje postoje između relativne popularnosti objave i svake od analiziranih vizuelnih osobina. Osnovna ideja ovog procesa jeste sticanje uvida u to koliko koja osobina može da utiče na povećanje ili smanjenje broja lajkova, te koje osobine je potencijalno moguće odstraniti prilikom kasnije optimizacije modela.

### 6.1 Relativna popularnost objave u odnosu na vizuelne osobine

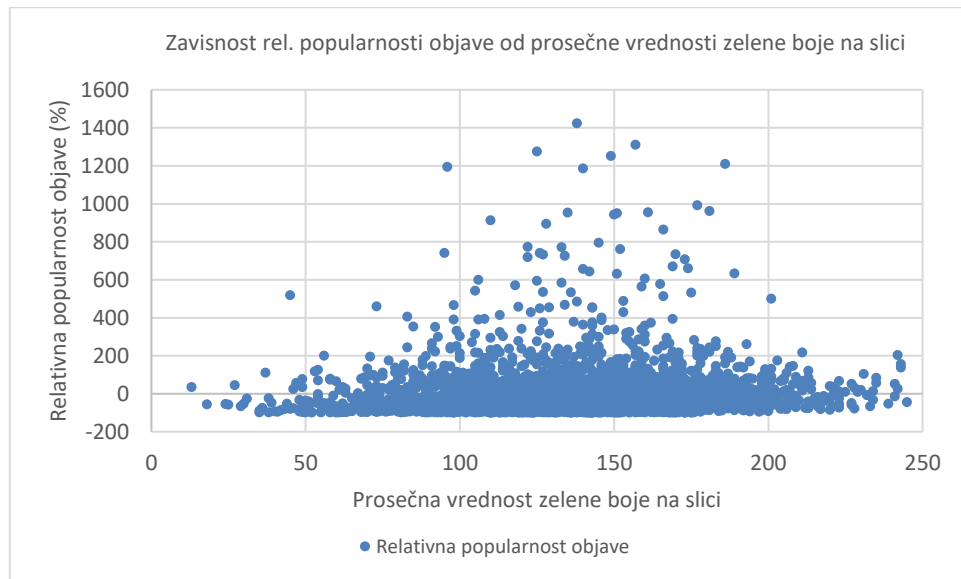
### 6.1.1 Relativna popularnost objave u odnosu na prosečnu vrednost crvene boje na slici



Slika 31: Zavisnost relativne popularnosti objave od prosečne vrednosti crvene boje na slici (ilustracija autora, 2019.).

Sa priloženog grafikona na slici 31, vidi se da se najveći broj objava nalazi u intervalu između 50 i 200, za prosečnu vrednost crvene boje, te da su najpopularnije objave u još užem intervalu, odnosno između 100 i 200. Na osnovu ovoga, može se zaključiti da su ekstremi, odnosno, primetno odsustvo ili veoma naglašeno prisustvo crvene boje na objavi, detektovani na malom broju objava, a takvi slučajevi ujedno i ne dostižu veće vrednosti relativne popularnosti. U okviru ove analize je potrebno dodatno naglasiti da i objave čija je prosečna boja siva mogu imati velike R vrednosti, uz uslov da je u ovakvim slučajevima  $R=G=B$ . Ovaj specifičan slučaj važi za crno-bele objave, kojih je u uzorku 4.47%, te se njihov uticaj u ovoj analizi može zanemariti.

### 6.1.2 Relativna popularnost objave u odnosu na prosečnu vrednost zelene boje na slici

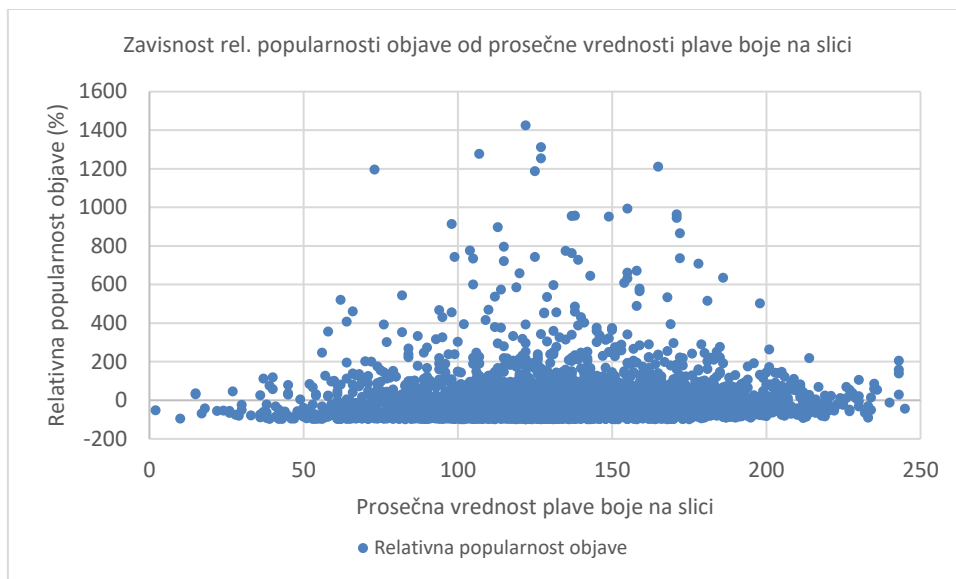


Slika 32: Zavisnost relativne popularnosti objave od prosečne vrednosti zelene boje na slici (ilustracija autora, 2019.).

Grafikon na slici 32 predstavlja zavisnost relativne popularnosti objave od prosečne vrednosti zelene boje na posmatranoj fotografiji ili vizuelizaciji. Sa rasporeda vrednosti može se uočiti da su, kao i u slučaju crvene boje, ekstremi manjinski zastupljeni u uzorku, kao i da visoke vrednosti relativne popularnosti objava nisu povezane sa ovim slučajevima.



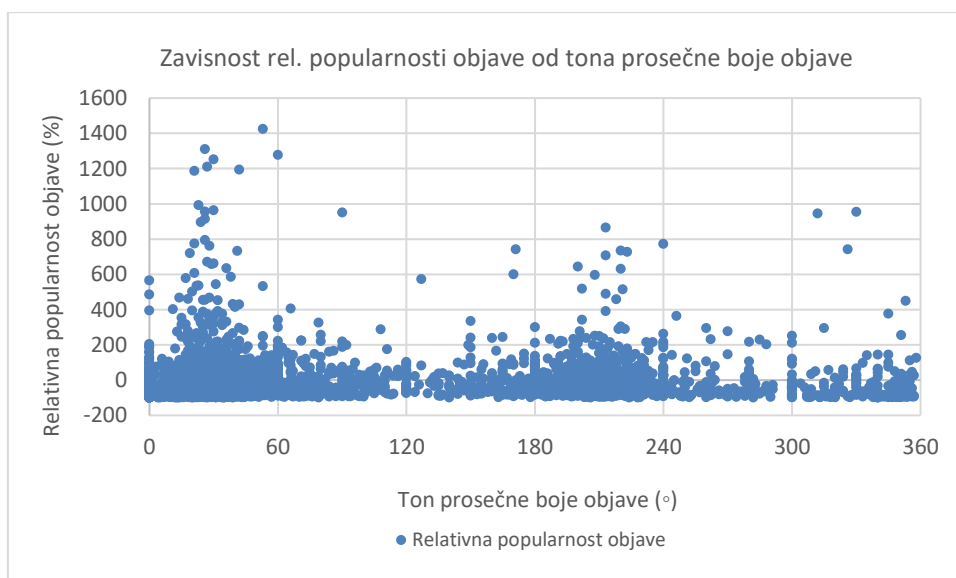
### 6.1.3 Relativna popularnost objave u odnosu na prosečnu vrednost plave boje na slici



Slika 33: Zavisnost relativne popularnosti objave od prosečne vrednosti plave boje na slici (ilustracija autora, 2019.).

Prema grafikonu na slici 33, najpopularnije objave u uzorku nalaze se u intervalu između 100 i 200 na skali prosečne vrednosti plave boje na slici. Ekstremno niske ili visoke vrednosti plave boje ima mali broj objava i njihova relativna popularnost je najvećim delom ispod 200%, dok popularnije objave imaju i do 1400% veću popularnost od prosečne za taj nalog.

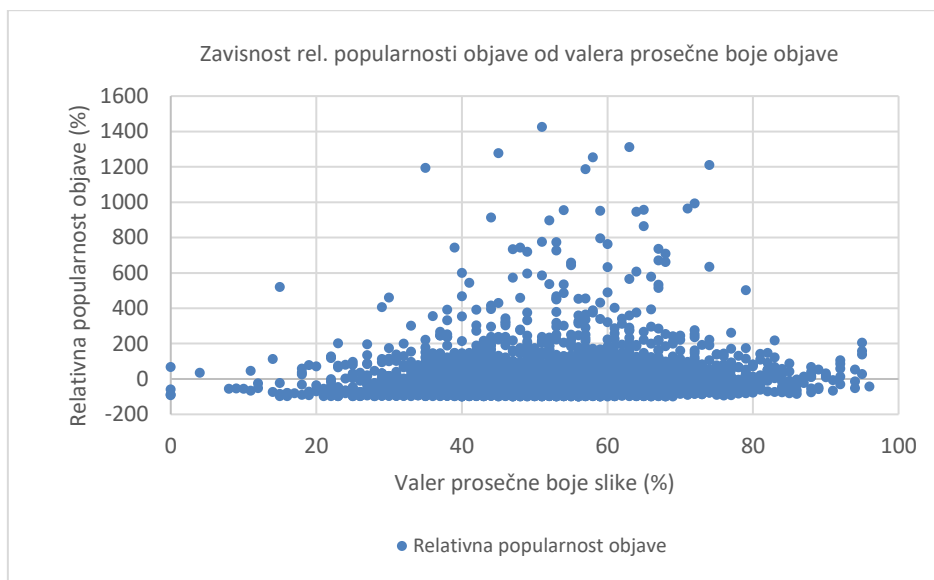
### 6.1.4 Relativna popularnost objave u odnosu na ton prosečne boje objave



Slika 34: Zavisnost relativne popularnosti objave od tona prosečne boje objave (ilustracija autora, 2019.).

Kako je prethodno navedeno, ton boje može imati vrednost između  $0^\circ$  i  $360^\circ$  i označava stepen u krugu boja, gde je  $0^\circ$  čista crvena boja,  $120^\circ$  je zelena boja,  $240^\circ$  je plava boja itd. Prema grafikonu na slici 34, vidi se da najveću relativnu popularnost imaju objave sa tonom u intervalima  $0-60^\circ$  i  $180-240^\circ$ , kao i da su najbrojnije, dok se pojedini maksimumi relativne popularnosti takođe pojavljuju između  $300-360^\circ$ . Interval  $0-60^\circ$  podrazumeva tonove od čiste crvene ka žutoj boji,  $180-240^\circ$  podrazumeva tonove od tirkizno do čisto plave, dok interval  $300-360^\circ$  uključuje ljubičasto-crvene tonove. Ovakva raspodela objava može ukazivati na učestalost prikaza plavog i vedrog neba, koje dominira fotografijama, ili prikaza zalaska Sunca, kao i manipulacije bojom, kako bi se dobili crveniji i topliji tonovi.

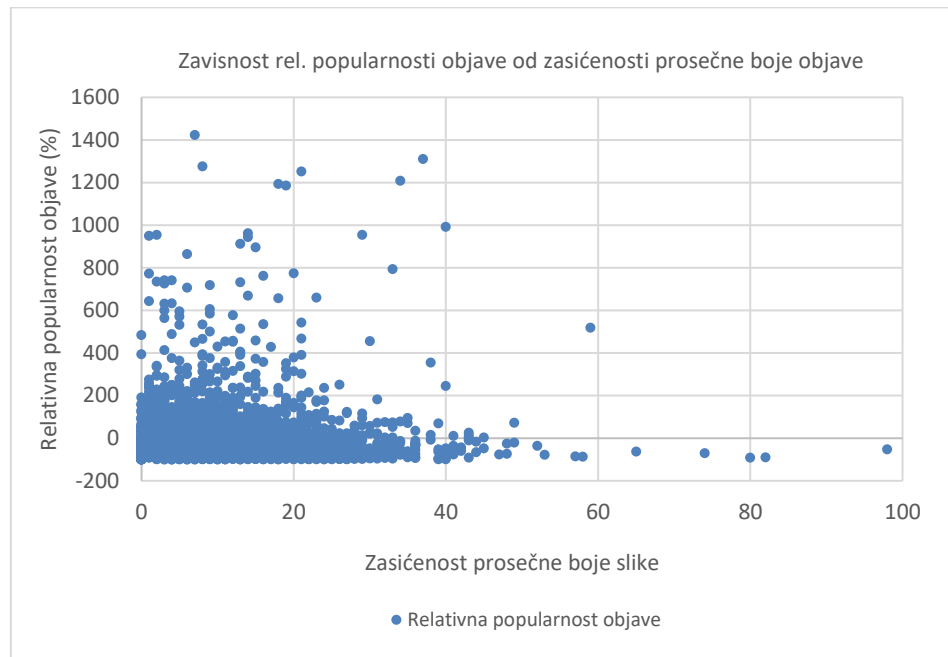
### 6.1.5 Relativna popularnost objave u odnosu na valer prosečne boje slike



Slika 35: Zavisnost relativne popularnosti objave od valera prosečne boje objave (ilustracija autora, 2019.).

Valer se kreće u vrednostima od 0-100%, gde 0% predstavlja potpuno belu, a 100% potpuno crnu boju. Prema grafikonu se vidi da je većina objava raspoređena u intervalu između 20-80%, odnosno, nisu popularne objave u okviru kojih postoji previše ili premalo svetla. Maksimumi relativne popularnosti nalaze se u okviru srednje količine svetlosti u boji, odnosno između 40% i 70%.

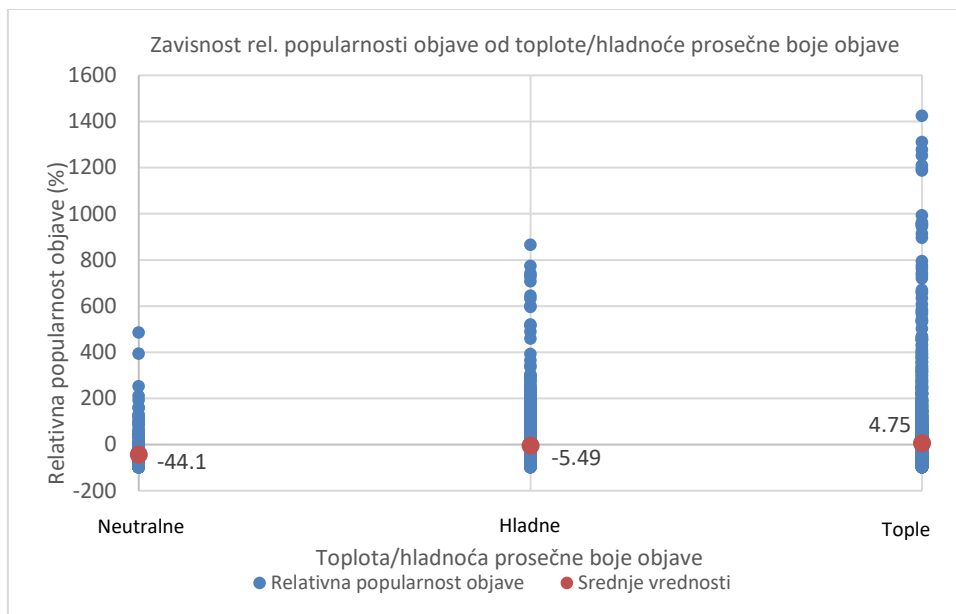
### 6.1.6 Relativna popularnost objave u odnosu na zasićenost prosečne boje slike



Slika 36: Zavisnost relativne popularnosti objave od zasićenosti prosečne boje objave (ilustracija autora, 2019.).

Čista boja ima maksimalnu vrednost zasićenosti, tj. 100%, dok manji procenti zasićenosti označavaju da u toj boji ima primesa sive. Minimalna vrednost zasićenosti označava potpuno sivu boju. Sa grafikona zavisnosti relativne popularnosti od zasićenosti prosečne boje, vidi se da najveći deo objava ima prosečnu boju koja na skali zasićenosti stiže do blizu 40%, dok su prekoračenja retka i popularna manje od proseka. Maksimumi relativne popularnosti nalaze se u intervalu između 0% i 20% zasićenosti boje, što implicira da se najpopularnije objave u uzorku odlikuju slabo zasićenom prosečnom bojom.

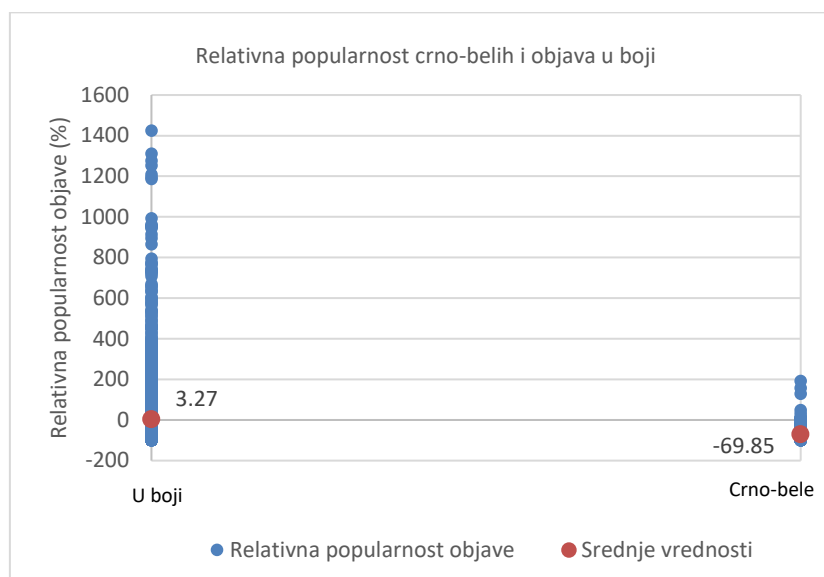
### 6.1.7 Relativna popularnost objave u odnosu na toplotu/hladnoću prosečne boje objave



Slika 37: Zavisnost relativne popularnosti objave od toplote/hladnoće prosečne boje objave (ilustracija autora, 2019.).

Prema prikazanom grafikonu, srednja vrednost relativne popularnosti neutralnih objava je -44.1, što znači da je popularnost ovakvih objava oko 44% manja od prosečne popularnosti objava. Hladne objave imaju srednju vrednost relativne popularnosti -5.49, te je popularnost ovakvih objava 5.49% manja od prosečne popularnosti objava. U slučaju objava čija je prosečna boja topla, srednja vrednost relativne popularnosti je 4.75, odnosno, popularnost toplih slika je 4.57% veća od prosečne popularnosti objava.

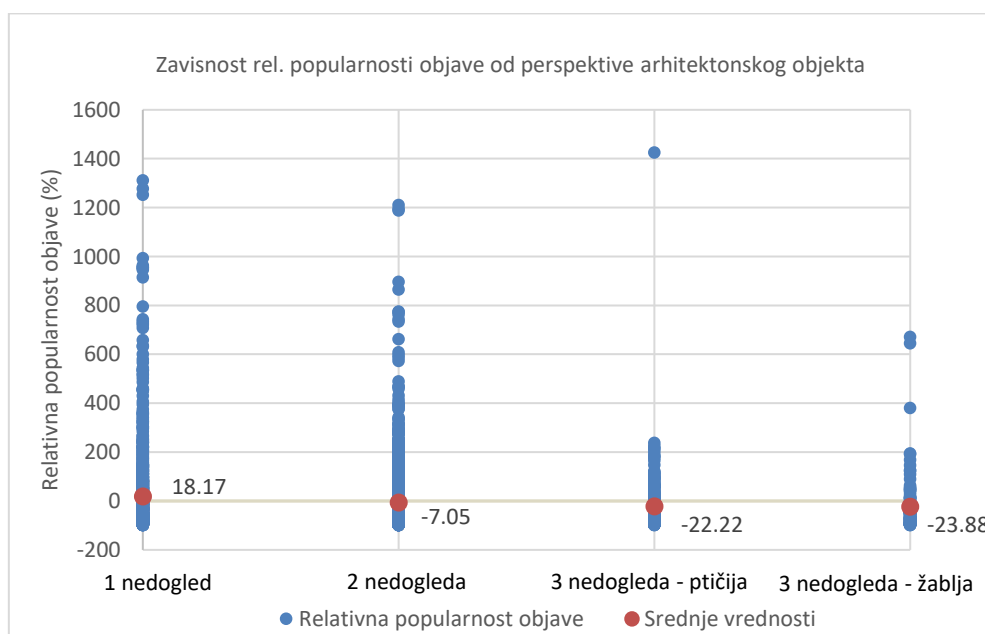
### 6.1.8 Relativna popularnost crno-belih i objava u boji



Slika 38: Relativna popularnost crno-belih i objava u boji (ilustracija autora, 2019.).

Prema grafikonu relativne popularnosti crno-belih i objava u boji, srednja vrednost relativne popularnosti za crno-bele fotografije i vizuelizacije je 69.85%, što znači da je ovaj tip objava značajno manje popularan od prosečno popularnih objava. Popularnost objava u boji je u proseku 3.37% veća od prosečne popularnosti objava.

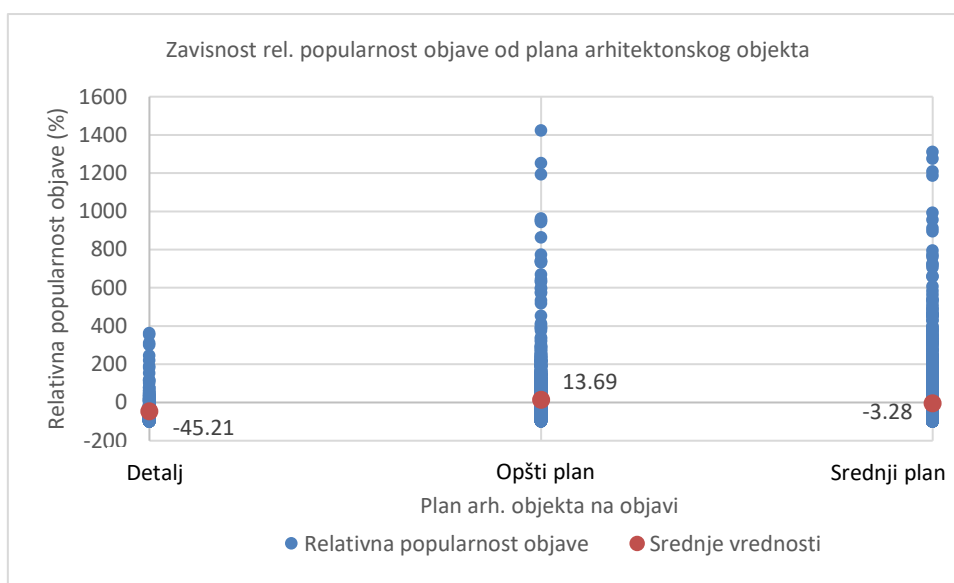
### 6.1.9 Relativna popularnost objave u odnosu na perspektivu arhitektonskog objekta



Slika 39: Zavisnost relativne popularnosti objave od perspektive arhitektonskog objekta (ilustracija autora, 2019.).

Na objavama u okviru uzorka posmatrana je perspektiva prikazanih objekata. Izdvajaju se četiri slučaja perspektive na objavama: a. perspektiva sa jednim nedogledom (centralna), b. perspektiva sa dva nedogleda (ugaona), c. perspektiva sa tri nedogleda – ptičija i d. perspektiva sa tri nedogleda – žablja. Prema rezultatima se vidi da su najpopularnije objave na kojima je arhitektonski objekat prikazan u centralnoj perspektivi, odnosno ako na objavi postoji samo jedan nedogled. Ove objave su 18.17% popularnije od prosečno lajkovanih objava. Sledeće po popularnosti su objave na kojima je objekat prikazan u ugaonoj perspektivi, odnosno, sa dva nedogleda i one su 7.05% manje lajkovane od prosečno popularnih objava, dok je perspektiva sa tri nedogleda (ptičija i žablja) najmanje popularna, odnosno ove objave imaju relativnu popularnost 22.22% i 23.88% manju od prosečno lajkovanih objava, respektivno.

#### 6.1.10 Relativna popularnost objave u odnosu na plan/udaljenost kamere od objekta

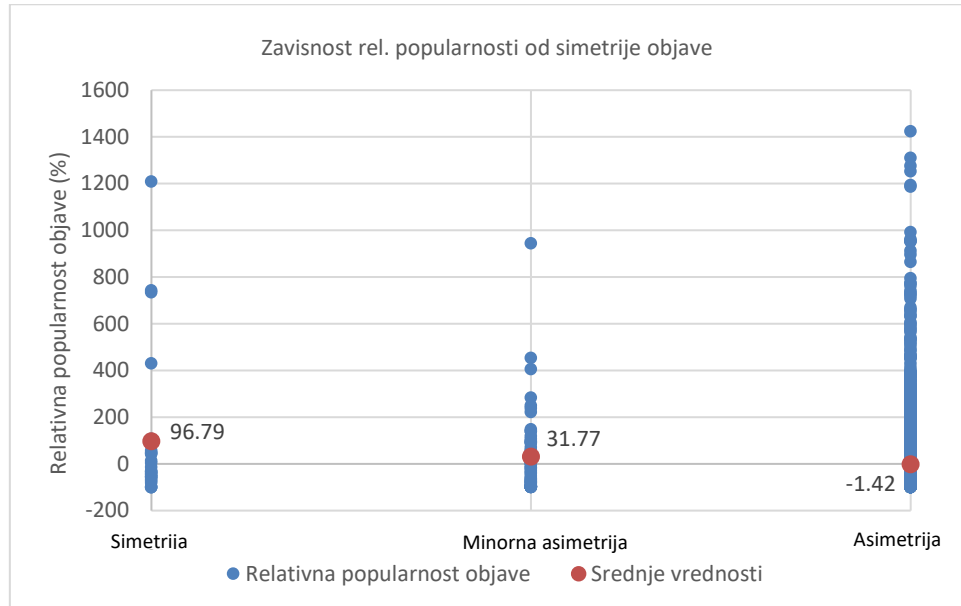


Slika 40: Zavisnost relativne popularnosti objave od plana arhitektonskog objekta (ilustracija autora, 2019.).

U okviru ove analize, posmatrano je koliko plan, odnosno udaljenost kamere od arhitektonskog objekta utiče na relativnu popularnost objave. Izdvajaju se tri osnovne kategorije: objave na kojima je prikazan samo detalj objekta, one na kojima je u kadru srednji plan objekta i treća grupa na kojima je objekat prikazan sa širim okruženjem, odnosno opšti plan. Relativna popularnost je najmanja za objave na kojima su prikazani detalji i to 45.21% u odnosu na prosečnu popularnost objava. Slede objave na kojima je prikazan srednji plan objekta i one su oko 3.2% manje lajkovane od

prosečnih. Najpopularnije su objave na kojima je objekat prikazan u opštem planu i to 13.69% više od prosečno popularnih.

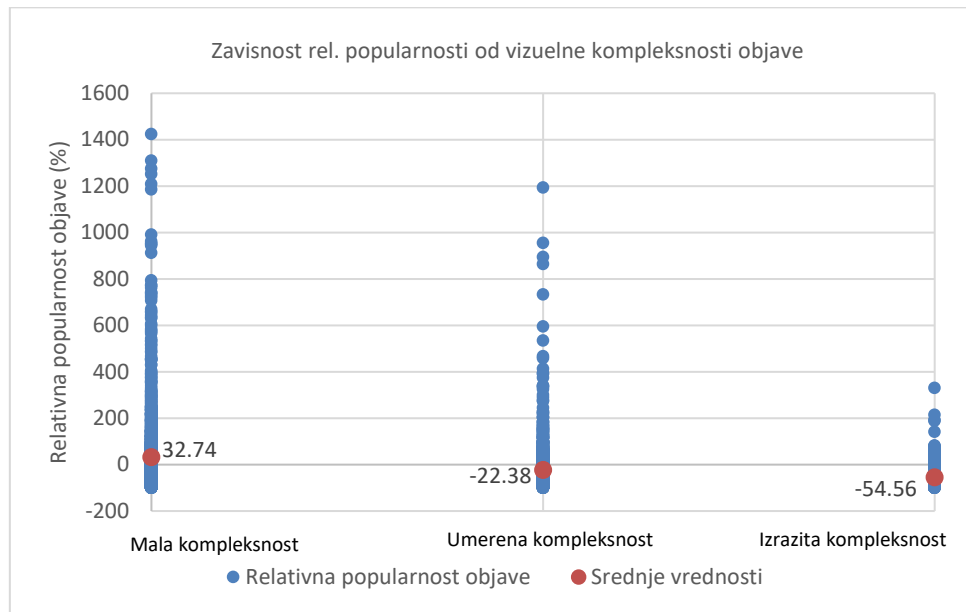
### 6.1.11 Relativna popularnost objava u odnosu na simetriju objave



Slika 41: Zavisnost relativne popularnosti objave od simetrije objave (ilustracija autora, 2019.).

Kao jedan od elemenata kompozicije objava razmatrana je i simetrija, odnosno asimetrije na fotografijama i vizuelizacijama. Asimetrične objave su, u proseku, 1.42% manje popularne od prosečno lajkovanih objava, međutim, ovako malo odstupanje od proseka, može se objasniti činjenicom da asimetričnih objava ima preko 90% u uzorku. Nadalje, objave koje se odlikuju minornom asimetrijom imaju srednju vrednost relativne popularnosti 31.77, što pokazuje da su skoro za trećinu popularnije od prosečno popularnih objava. Najpopularniju grupu čine objave na kojima su arhitektonski objekti fotografisani ili vizualizovani simetrično. Ova grupa objava ima srednju vrednost relativne popularnosti 96.79% veću od prosečne relativne popularnosti objava.

### 6.1.12 Relativna popularnost u odnosu na vizuelnu kompleksnost objave

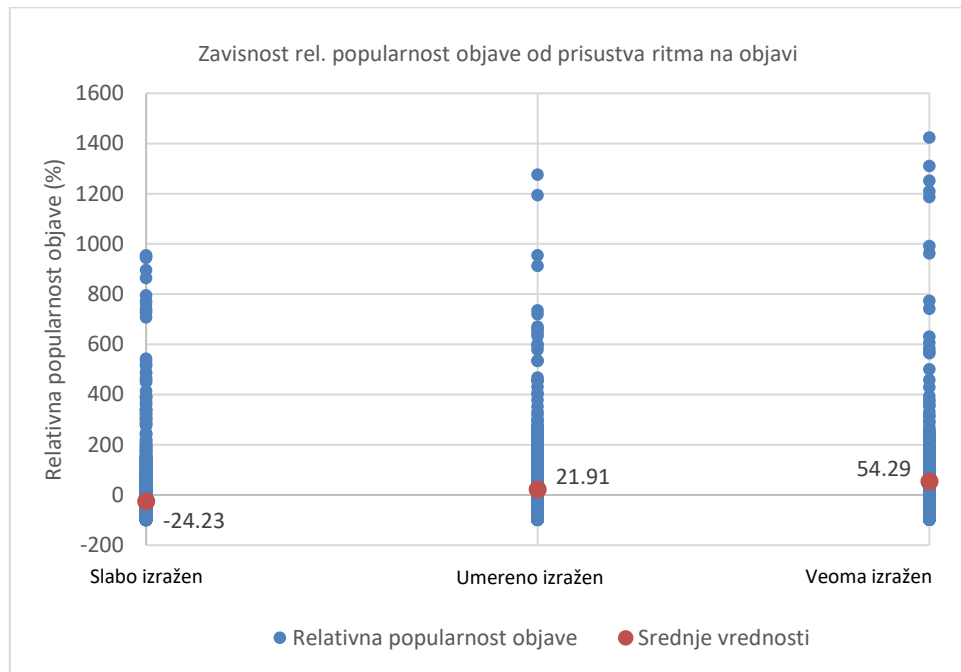


Slika 42: Zavisnost relativne popularnosti od vizuelne kompleksnosti objave (ilustracija autora, 2019.).

U okviru analize vizuelne kompleksnosti objave diferencirane su tri kategorije i to mala, umerena i izrazita kompleksnost fotografija i vizuelizacija. Grupa objava male kompleksnosti beleži najveću relativnu popularnost i to 32.74% više od prosečno popularnih objava. Sledeća je kategorija umereno kompleksnih objava, a one su 22.38% manje popularne od proseka. Najmanje popularne su objave iz grupe izrazito vizuelno kompleksnog sadržaja, odnosno 54.56% slabije od prosečno popularnih.



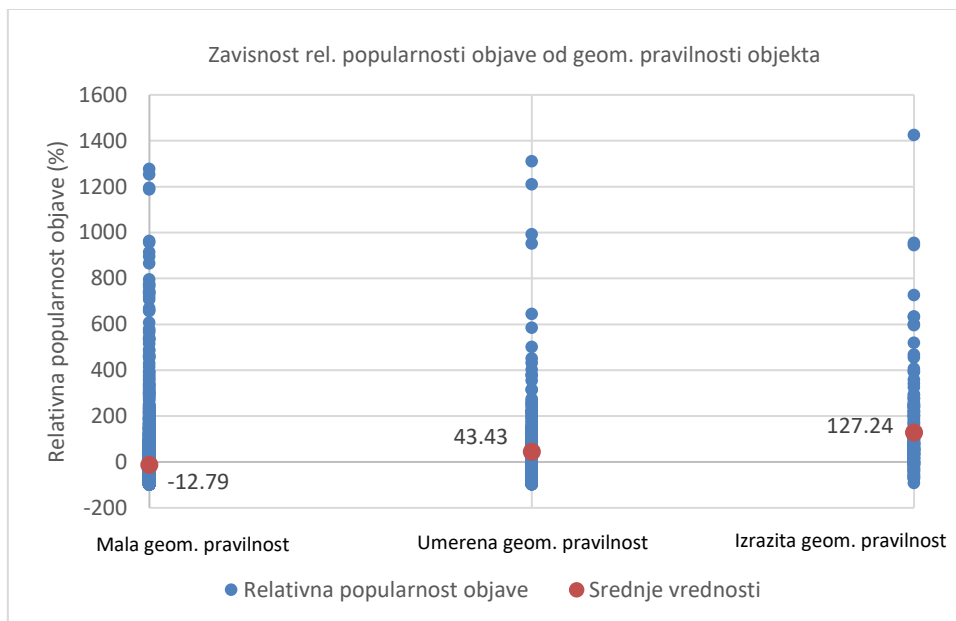
### 6.1.13 Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo ritma na objavi



Slika 43: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva ritma (ilustracija autora, 2019.).

Kao jedan od faktora popularnosti razmatrano je prisustvo ritma na objavama. Na osnovu izrazitosti ponavljajućih obrazaca na fotografiji ili vizuelizaciji, formirane su tri kategorije. Objave sa slabo izraženim obrascem, tj. ritmom, imaju srednju vrednost relativne popularnosti 24.23% manju od prosečno popularnih objava. Objave sa umereno izraženim obrascem su u proseku 21.91% popularnije od prosečnih. Konačno, objave sa veoma izraženim ritmom su u proseku 54.29% popularnije od prosečno lajkovanih objava.

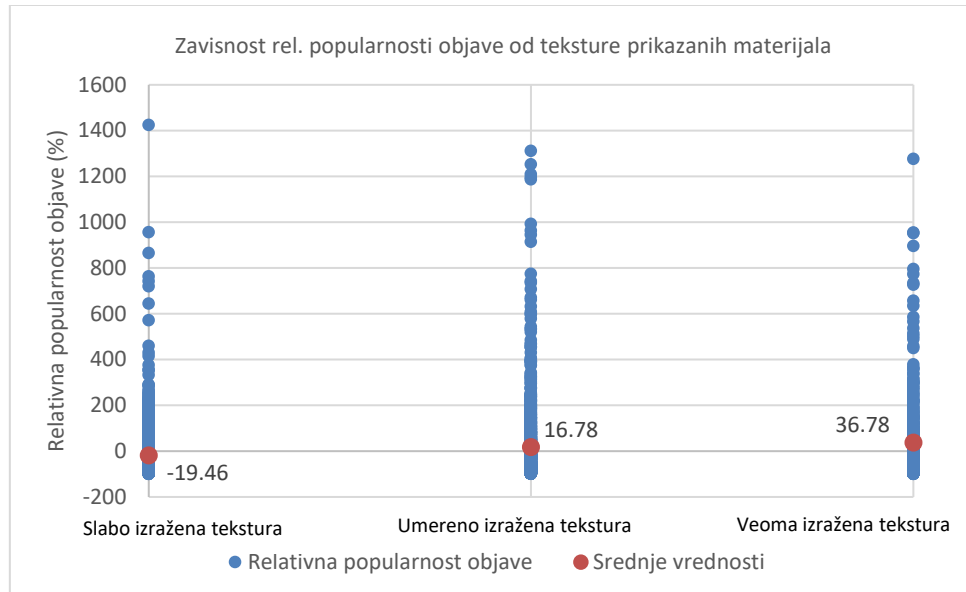
### 6.1.14 Relativna popularnost objave u odnosu na geometrijsku pravilnost objekta



Slika 44: Zavisnost relativne popularnosti objave od geometrijske pravilnosti objekta (ilustracija autora, 2019.).

Kroz proces kodiranja objava u uzorku, primećeno je znatno razlikovanje u popularnosti kod objava sa izrazitom geometrijskom pravilnošću prikazanih arhitektonskih objekata, u odnosu na objave na kojima postoji umerena ili mala geometrijska pravilnost. Prva grupa, odnosno, objave na kojima su arhitektonski objekti čije se forme i preseki zasnivaju na osnovnim geometrijskim oblicima, po rezultatima su značajno popularniji od ostatka objava. Ova grupa objava ima srednju vrednost relativne popularnosti 127.24% veću od prosečne popularnosti objava. Objave koje se odlikuju umerenom geometrijskom pravilnošću u proseku su 43.43% popularnije od prosečno popularnih objava, dok je u slučaju objava sa malom geometrijskom pravilnošću primetan pad, odnosno 12.79% manja popularnost.

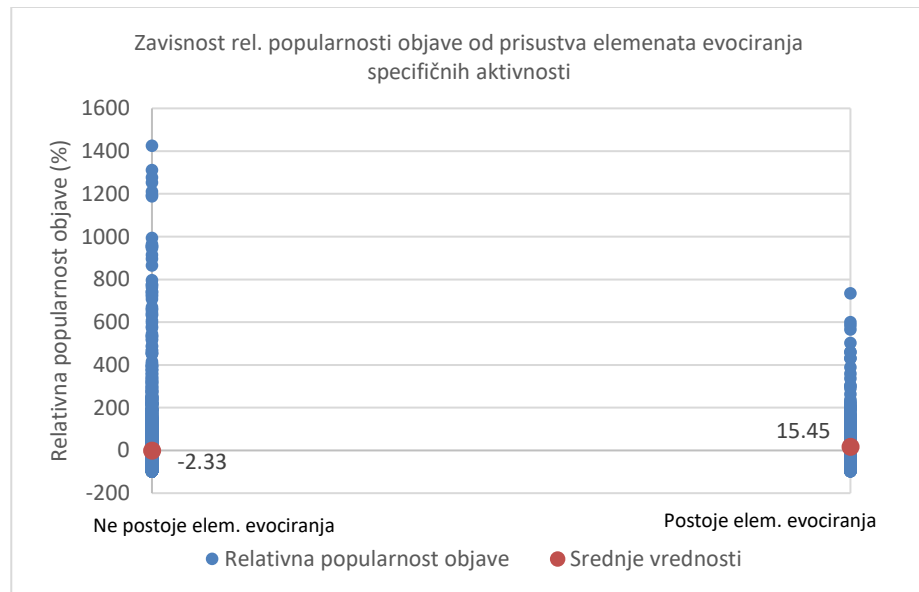
### 6.1.15 Relativna popularnost objave u odnosu na teksturu prikazanih materijala



Slika 45: Zavisnost relativne popularnosti od teksture prikazanih materijala (ilustracija autora, 2019.).

Tekstura arhitektonskog objekta, odnosno dominantnih površina prikazanih na fotografiji ili vizuelizaciji, usvojena je kao još jedan kriterijum analize popularnosti objava. U okviru ove osobine, uvedene su tri kategorije: slabo, umereno i veoma izražena tekstura. Na grafikonu vidimo da je srednja vrednost relativne popularnosti objava sa slabo izraženom teksturom 19.46% manja od prosečne popularnosti. Objave sa umereno izraženom teksturom imaju srednju vrednost relativne popularnosti 16.78% veću od prosečne, dok objave sa veoma izraženom teksturom predstavljaju najpopularnije u ovoj grupi i njihova prosečna relativna popularnost je čak 36.78% veća od prosečne popularnosti objava.

### 6.1.16 Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo elemenata evociranja specifičnih aktivnosti



Slika 46: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva elemenata evociranja specifičnih aktivnosti (ilustracija autora, 2019.).

Kao činilac afektivnih atmosfera na fotografijama i vizuelizacijama, istražuje se prisustvo elemenata evociranja specifičnih ljudskih aktivnosti na objavama. Objave na kojima ne postoje naznake bilo kakvih ljudskih aktivnosti, odnosno nema elemenata evociranja aktivnosti, svrstane su u prvu grupu, koja ima srednju vrednost relativne popularnosti 2.33% manju od proseka. Objave na kojima je moguće detektovati ljude koji trče, sede na klupi, čitaju ili piju kafu, proslavljaju srećne momente, meditiraju, plivaju u bazenu, decu koja se igraju itd., pripadaju drugoj i popularnijoj grupi – srednja vrednost relativne popularnosti ovih objava je 15.45% veća od prosečne popularnosti objava.

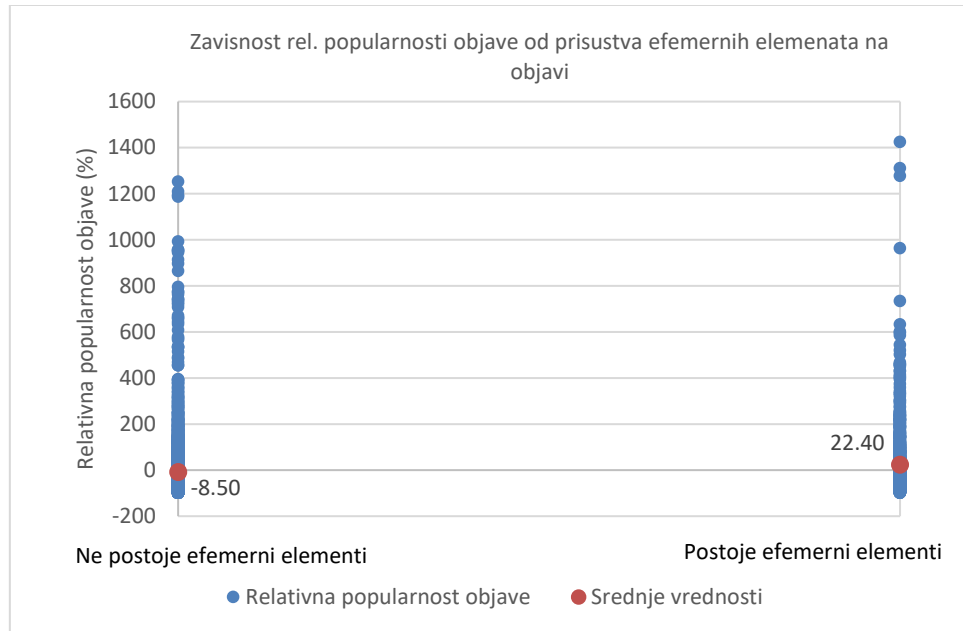
### 6.1.17 Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo ljudi na objavi



Slika 47: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva ljudi na objavi (ilustracija autora, 2019.).

Analiza posvećena ispitivanju uticaja prisustva ljudi na fotografijama i vizuelizacijama pokazuje da među ove dve kategorije objava postoje značajne razlike u popularnosti. Na priloženom grafikonu vidimo da su objave na kojima su prikazani ljudi u proseku 13.73% popularnije od prosečno lajkovanih objava. Kategorija objava na kojima se ne mogu detektovati ljudske figure ima relativnu popularnost 8.94% nižu od proseka.

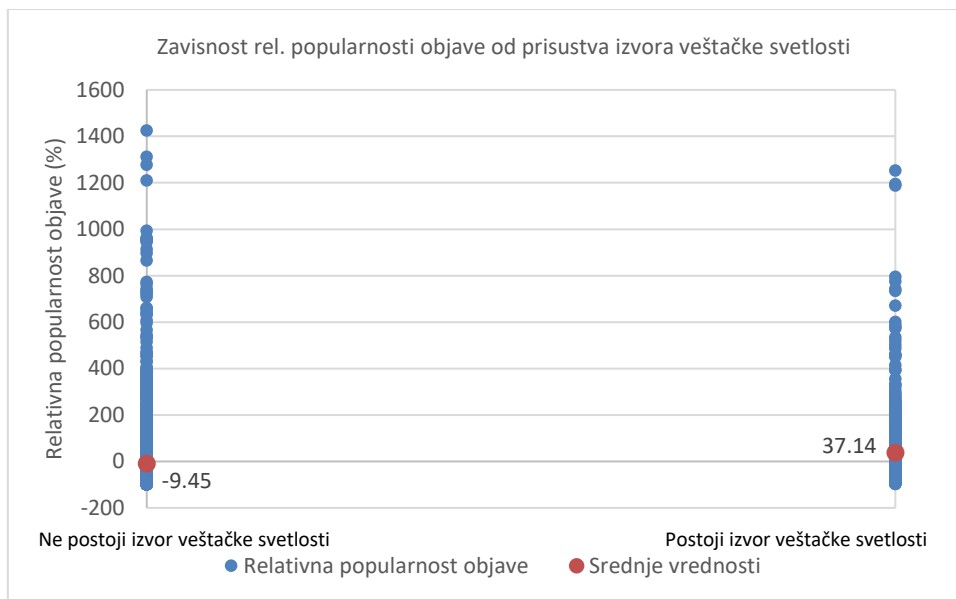
### 6.1.18 Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo efemernih elemenata na objavi



Slika 48: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva efemernih elemenata na objavi (ilustracija autora, 2019.).

Kako je prethodno navedeno u poglavlju o efemernim elementima, ovaj vizuelni atribut, zajedno sa ostalim parametrima popularnosti objava, istražuju se kao činilac afektivnih atmosfera koje su neodvojivi deo velikog broja savremenih arhitektonskih vizuelizacija. U okviru ove osobine postoje dve kategorije objava: u prvu spadaju objave na kojima ne postoji ni jedan efemerni element, i takve objave imaju srednju vrednost relativne popularnosti 8.50% manju od prosečne popularnosti. Drugu grupu čine objave na kojima postoje efemerni elementi, a njihova popularnost je čak 22.40% veća od prosečne popularnosti objava.

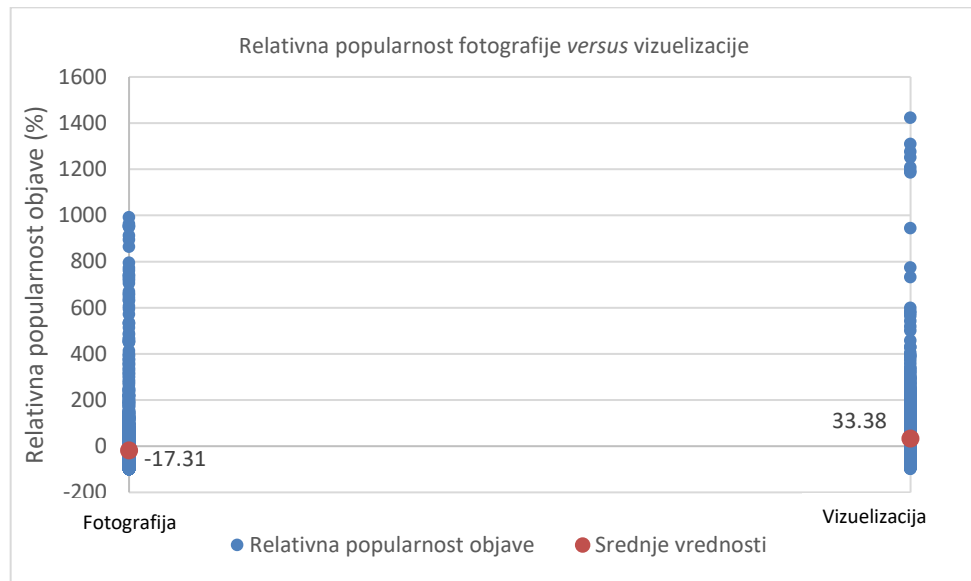
### 6.1.19 Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo izvora veštačke svetlosti



Slika 49: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva izvora veštačke svetlosti (ilustracija autora, 2019.).

U odnosu na prisustvo izvora veštačke svetlosti na fotografijama i vizuelizacijama, sve objave su podeljene u dve kategorije. Obradom podataka, ustanovljeno je da postoji značajna razlika u relativnoj popularnosti objava sa i bez prisustva izvora veštačkog osvetljenja, odnosno, objave na kojima postoji izvor veštačke svetlosti u proseku su 37.14% popularnije od prosečno popularnih objava. Objave na kojima nije moguće detektovati veštačko osvetljenje su 9.45% manje popularne od proseka.

### 6.1.20 Relativna popularnost fotografije versus vizuelizacije

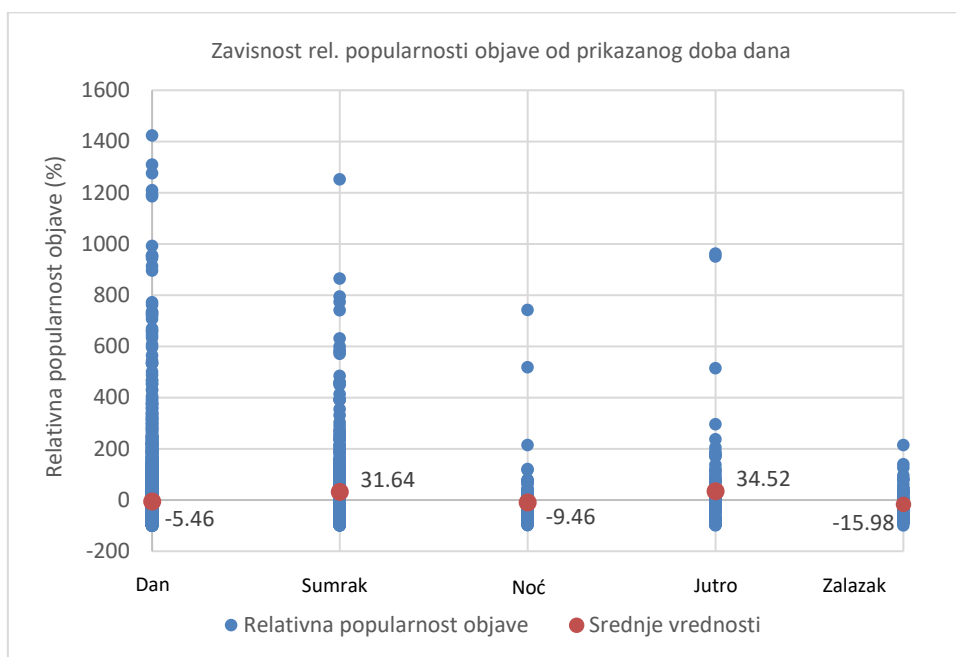


Slika 50: Relativna popularnost fotografije versus vizuelizacije (ilustracija autora, 2019.).

Razlika u popularnosti fotografija i vizuelizacija je ispitivana kroz kategorizaciju ova dva tipa objava i komparaciju srednjih vrednosti njihove relativne popularnosti. Prema datom grafikonu, vidi se tačnost inicijalne pretpostavke da bi vizuelizacije mogle biti popularnije – ova grupa objava je 33.38% popularnija od ostalih, prosečno popularnih objava. Sa druge strane, fotografije su slabije rangirane od proseka, odnosno srednja vrednost njihove relativne popularnosti je 17.31% manja od prosečno popularnih objava.



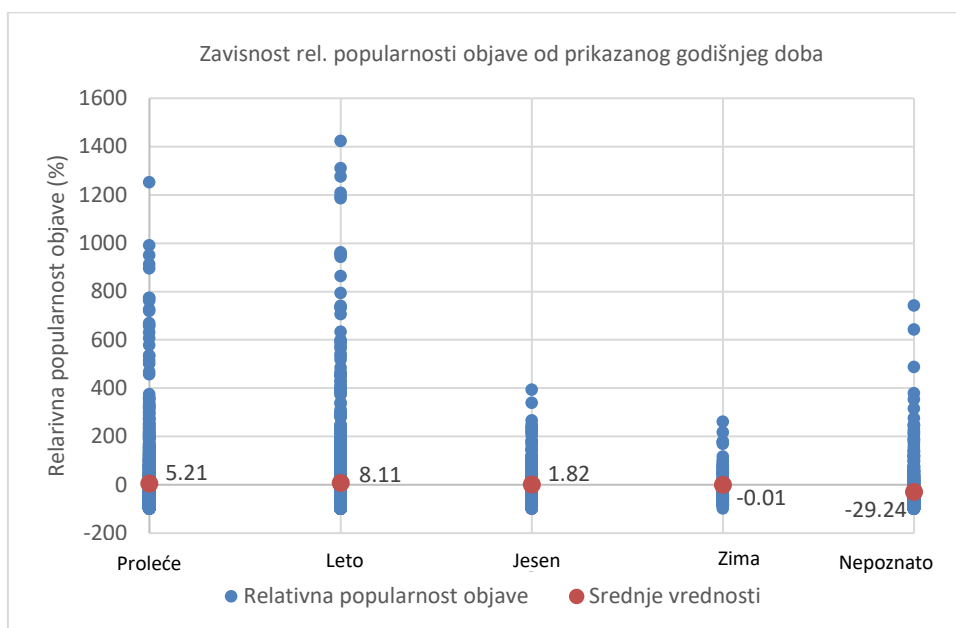
### 6.1.21 Relativna popularnost objave u odnosu na prikazano doba dana



Slika 51: Zavisnost relativne popularnosti objave od prikazanog doba dana (ilustracija autora, 2019.).

U uzorku je moguće identifikovati objave koje prikazuju pet različitih perioda u toku dana: dan, sumrak, noć, jutro i vreme zalaska Sunca. Popularnost objava na kojima je dan je 5.46% manja od proseka, što se može objasniti činjenicom da je ova grupa objava najzastupljenija u uzorku, pa samim tim, najveći deo, kako popularnih, tako i nepopularnih objava, prikazuje dan. Objave na kojima je noć imaju srednju vrednost relativne popularnosti 9.46% manja od prosečne popularnosti objava. Sledeće po popularnosti su objave na kojima je arhitektonski objekat prikazan u sumrak i one su u proseku 31.64% popularnije od proseka. Najpopularnije, odnosno 34.52% više od prosečno popularnih objava, su one objave na kojima je arhitektonski objekat prikazan u juturnjim časovima. Konačno, objave na kojima je vidljiv zalazak Sunca su 15.98% manje lajkovane od prosečno popularnih.

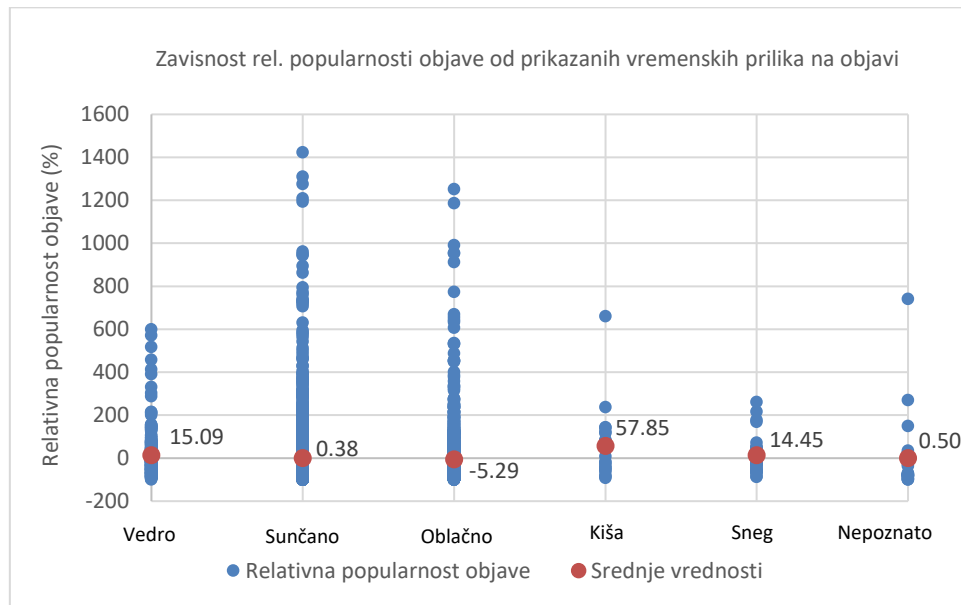
### 6.1.22 Relativna popularnost objave u odnosu na prikazano godišnje doba



Slika 52: Zavisnost relativne popularnosti objave od prikazanog godišnjeg doba (ilustracija autora, 2019.).

Kada se radi o godišnjim dobima prikazanim na fotografijama i vizuelizacijama u okviru uzorka, diferencirana su četiri osnovna: proleće, leto, jesen i zima, kao i dodatna kategorija „nepoznato“, za objave na kojima nije vidljiv ni jedan element prema kome je moguće identifikovati godišnje doba. Fotografije i vizuelizacije na kojima je moguće identifikovati proleće su 5.21% popularnije od prosečno lajkovanih objava. Grupa objava na kojima je prikazano leto je 8.11% popularnija od proseka. Objave koje prikazuju jesen su nešto manje popularne, odnosno samo 1.82% iznad proseka. Za objekte prikazane u zimskom okruženju može se reći da su prosečno lajkovani, odnosno srednja vrednost relativne popularnosti za ove objave je samo 0.01% manja od proseka. Na kraju ostaju objave u okviru kojih nije moguće identifikovati godišnje doba zbog odsustva elemenata koji bi nedvosmisleno određivali o kom se godišnjem dobu radi i ovakve objave imaju srednju vrednost relativne popularnosti dosta manju od prosečne relativne popularnosti, odnosno čak 29.24%.

### 6.1.23 Relativna popularnost u odnosu na prikazane vremenske prilike



Slika 53: Zavisnost relativne popularnosti objave od prikazanih vremenskih prilika na objavi (ilustracija autora, 2019.).

Kada se radi o vremenskim prilikama prikazanim na objavama, moguće je identifikovati vedro, sunčano, oblačno, kišovito i snežno vreme, uz dodatnu, petu kategoriju u kojoj su objave nepoznatih vremenskih prilika. Kao i kod prethodnih analiza, objave u kategoriji „nepoznato“ nemaju dovoljno elemenata koji bi sugerisali o kakvim vremenskim prilikama se radi. Najčešće su u pitanju objave gde je prikazan samo arhitektonski detalj, odnosno nebo je nevidljivo, kao i širi građevinski kontekst objekta. Prema prikazanom grafikonu, vidi se da su srednje vrednosti relativne popularnosti objava značajno iznad proseka za vedro vreme i sneg, odnosno 15.09% i 14.45%, respektivno, a najviše od proseka odskaču objave na kojima je arhitektonski objekat prikazan tokom kiše. Ovakve objave su u proseku čak 57.85% više lajkovane od prosečno popularnih objava. Približno prosečno su lajkovane objave koje prikazuju sunčano vreme, tj. 0.38% iznad proseka. Slična situacija je sa objavama iz kategorije „nepoznato“ koje su samo 0.5% popularnije od proseka. Najmanje popularne su objave na kojima je prikazano oblačno vreme, odnosno srednja vrednost relativne popularnosti objava je 5.29% manja od prosečne relativne popularnosti.

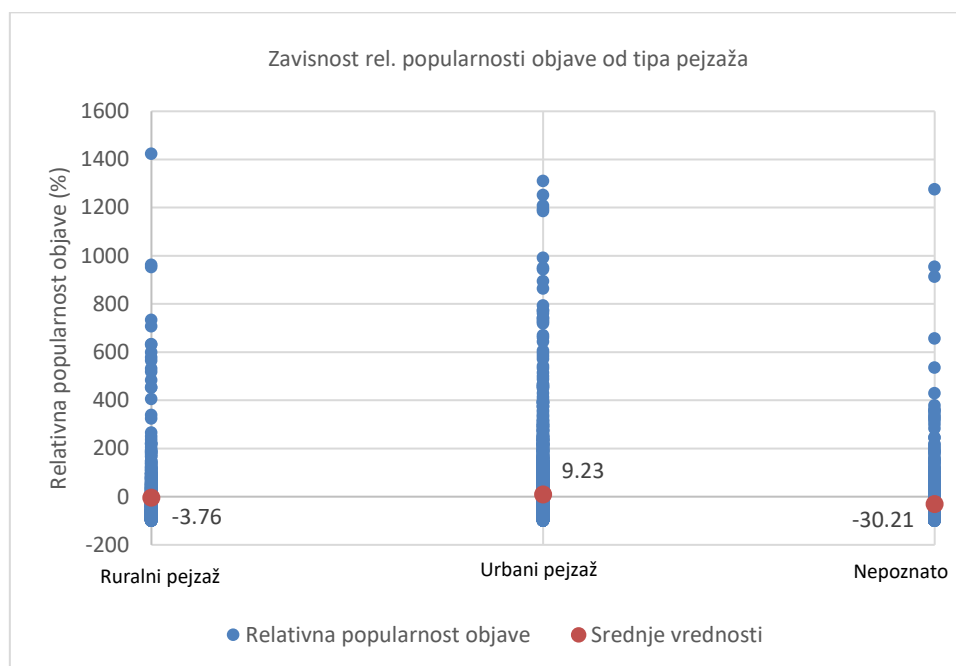
### 6.1.24 Relativna popularnost objave u odnosu na vidljivost okruženja objekta



Slika 54: Zavisnost relativne popularnosti objave od vidljivosti okruženja objekta (ilustracija autora, 2019.).

Na priloženom grafikonu vide se rezultati ispitivanja relativne popularnosti objava u zavisnosti od toga da li je na njima vidljivo okruženje objekta. Objave ne kojima nije vidljivo okruženje objekta su slabije rangirane, odnosno 2.99% manje popularne nego prosečno popularne objave. Nešto popularnije su objave na kojima je kontekst objekta moguće detektovati – ova grupa objava ima 1.82% veću relativnu popularnost od prosečno popularnih fotografija i vizuelizacija.

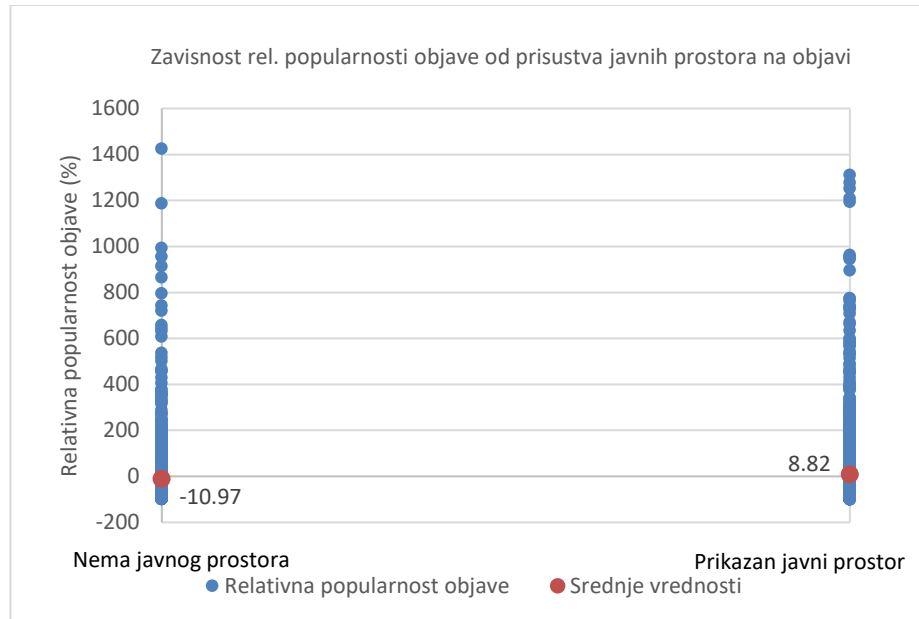
### 6.1.25 Relativna popularnost objave u odnosu na tip pejzaža



Slika 55: Zavisnost relativne popularnosti objave od tipa pejzaža (ilustracija autora, 2019.).

Objave u okviru odabranog uzorka analizirane su po kriterijumu tipa pejzaža u koji je smešten prikazani arhitektonski objekat. Pored urbanog pejzaža, identifikovan je i ruralni, kao i grupa objava na kojima je nemoguće pronaći odlike koje bi ukazale na tip pejzaža, te se one psvrstavaju u grupu „nepoznato“. Kada se radi o relativnoj popularnosti, rezultati pokazuju da su objave koje prikazuju ruralni pejzaž u proseku 3.76% manje lajkovane od prosečno popularnih, dok je urbani pejzaž 9.23% više popularan od proseka. Najslabije lajkovane su objave iz grupe „nepoznato“, čija je srednja vrednost relativne popularnosti objava čak 30.21% manja od prosečne popularnosti. Iz navedenog se vidi da objave na kojima je nemoguće identifikovati kontekst, odnosno pejzaž, imaju značajno manju popularnost. Ovo su najčešće objave na kojima su prikazani detalji objekta, te zbog toga nije moguće sagledati okruženje. Pomenuti podatak se podudara sa prethodno prikazanom analizom zavisnosti relativne popularnosti objava u odnosu na plan/udaljenost kamere od objekta, gde je grupa objava koja prikazuje detalj objekta 45.21% manje popularna od prosečno lajkovanih objava.

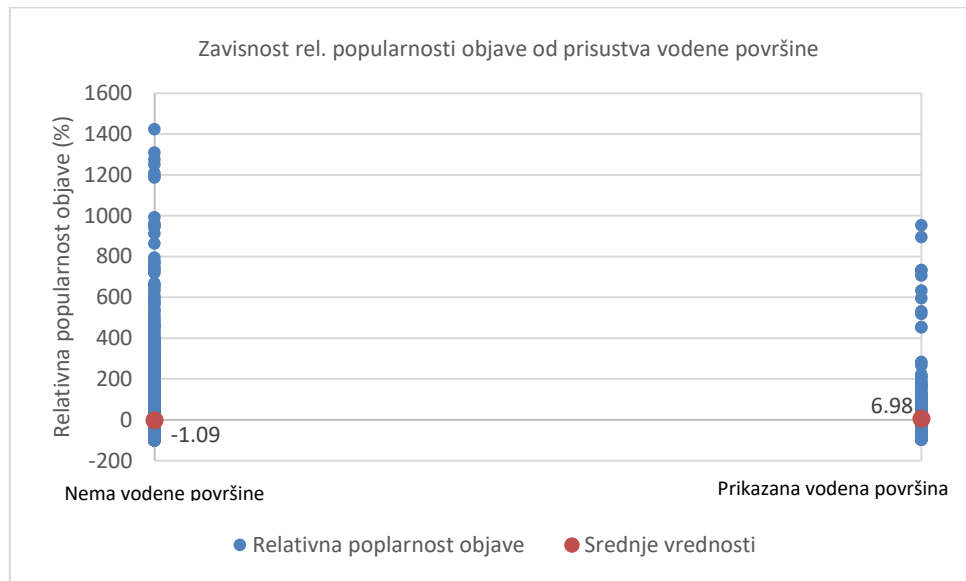
### 6.1.26 Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo javnih prostora na objavi



Slika 56: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva javnih prostora na objavi (ilustracija autora, 2019.).

Jedan od kriterijuma koji definiše kontekst arhitektonskog objekta prikazanog na analiziranoj objavi jeste prisustvo javnog prostora u neposrednom okruženju tog objekta. U nameri da se ispita da li i koliko ovaj kriterijum doprinosi popularnosti objava, izvršena je analiza, odnosno podela objava na one koje imaju i nemaju prikazan javni prostor. Objave koje ne prikazuju javni prostor su slabije lajkovane od proseka, odnosno, srednja vrednost relativne popularnosti je 10.97% manja od prosečne popularnosti objava. Grupa objava na kojima je prikazan javni prostor ima natprosečnu popularnost, odnosno 8.82% veću od prosečno popularnih objava.

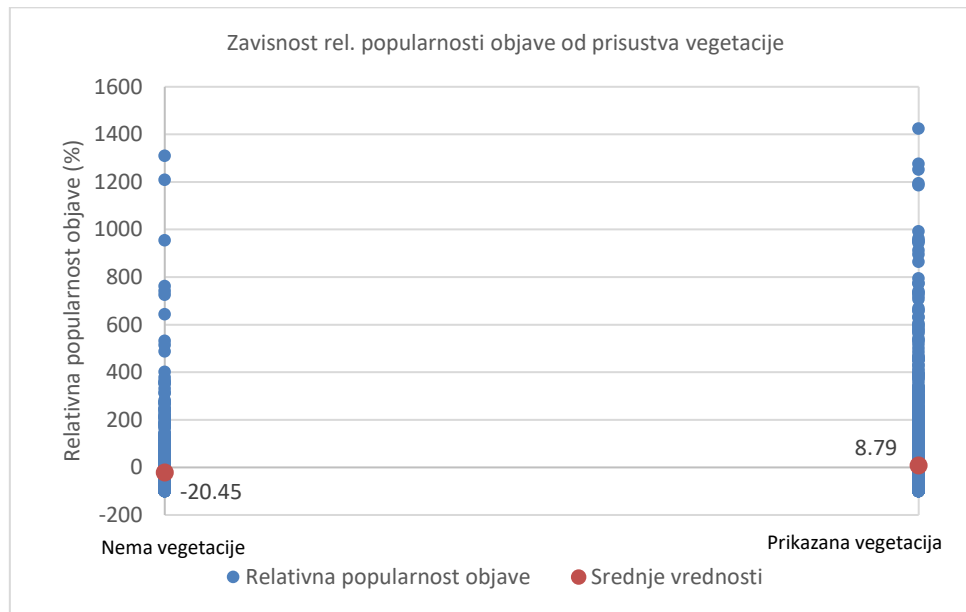
### 6.1.27 Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo vodene površine



Slika 57: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva vodene površine (ilustracija autora, 2019.).

Tokom analize i klasifikacije objava, primećeno je da je broj lajkova na objavama koje prikazuju vodenu površinu često veći od prosečnog za taj nalog, te je ova vizuelna osobina uzeta u razmatranje kao jedan od faktora koji mogu uticati na popularnost objave. Na grafikonu se uočava da su objave koje imaju vidljivu vodenu površinu u proseku 6.98% više lajkovane od prosečno popularnih objava. Objave koje ne prikazuju vodenu površinu su nešto manje popularne od proseka, odnosno srednja vrednost relativne popularnosti je 1.09% manja od prosečne popularnosti.

### 6.1.28 Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo vegetacije

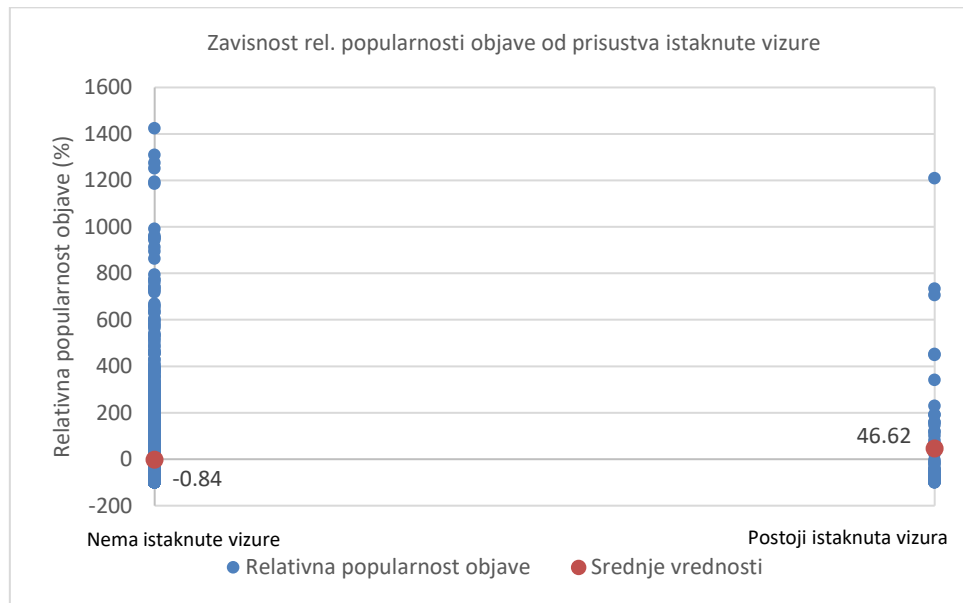


Slika 58: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva vegetacije (ilustracija autora, 2019.).

Još jedan od kontekstualnih kriterijuma analize objava jeste prisustvo različitih tipova vegetacije na fotografijama i vizuelizacijama. Prema grafikonu vidi se da su objave bez vidljive vegetacije značajno manje popularne od proseka. Srednja vrednost relativne popularnosti ovakvih objava je 20.45% manja od prosečno lajkovanih objava. Nasuprot tome, sve objave na kojima je prikazana vegetacija su u proseku 8.79% popularnije od prosečno lajkovanih objava.



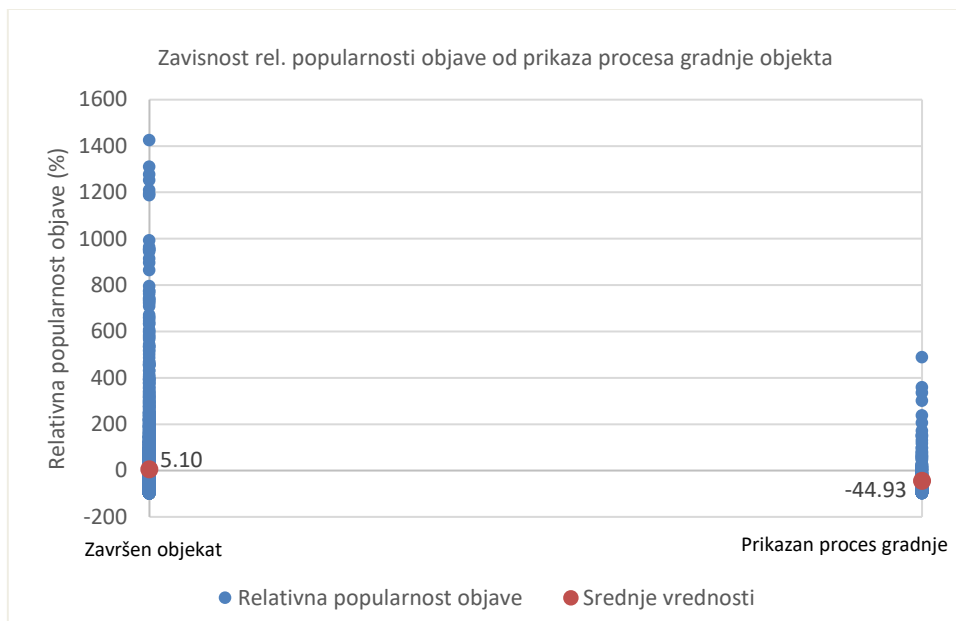
### 6.1.29 Relativna popularnost objave u odnosu na prisustvo istaknute vizure



Slika 59: Zavisnost relativne popularnosti objave u odnosu na prisustvo istaknute vizure (ilustracija autora, 2019.).

U okviru ove analize razmatrano je da li prisustvo istaknute vizure iz neposrednog okruženja prikazanog objekta ima uticaja na povećanje broja lajkova. Na osnovu datog grafikona, vidi se da ova odlika objava značajno utiče na popularnost. Srednja vrednost relativne popularnosti objava koje imaju istaknutu vizuru je 46.62% veća od prosečne popularnosti objava. Ostatak uzorka čine objave bez posebne vizure i njihova relativna popularnost se kreće oko proseka; preciznije, srednja vrednost je 0.84% manja od prosečno popularnih objava.

### 6.1.30 Relativna popularnost objave u odnosu na prikaz procesa gradnje objekta



Slika 60: Zavisnost relativne popularnosti objave od prikaza procesa gradnje objekta (ilustracija autora, 2019.).

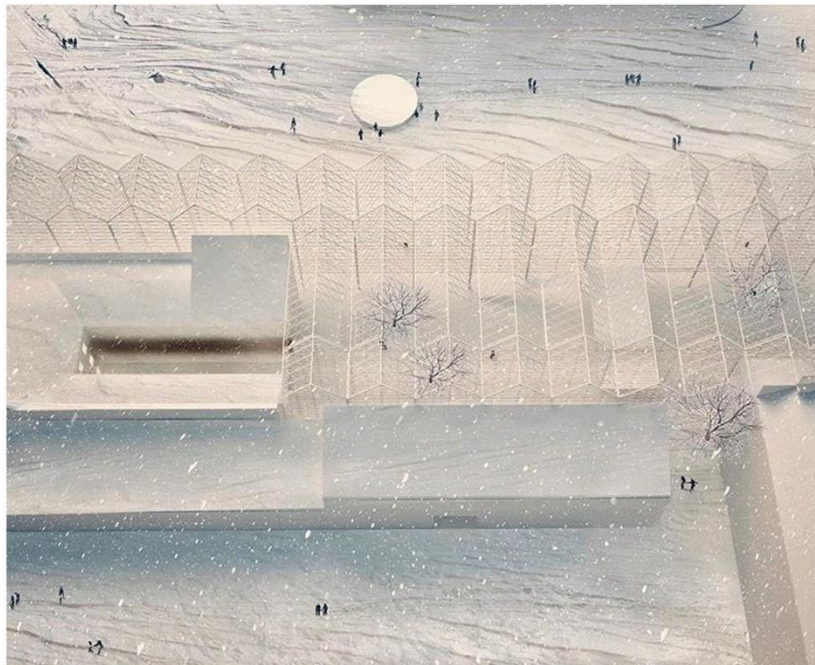
Tokom analize objava u uzorku, primećena je kontinuirana pojava da objave koje prikazuju građevinske radove na objektu, odnosno konstrukciju objekta koja se aktivno odvija u momentu fotografisanja, imaju značajno manji broj lajkova od proseka za svaki analizirani profil. Na prikazanom grafikonu uočava se velika razlika između relativne popularnosti objava na kojima je konstrukcija objekta u toku i onih koje prikazuju završene objekte. Srednja vrednost relativne popularnosti za objave sa završenim objektima je 5.10% veća od prosečne popularnosti objava. Srednja vrednost relativne popularnosti objava na kojima je prikazan proces gradnje objekta je čak 44.93% manja od prosečne popularnosti objava.

## 6.2 Eksperimentalna provera uticaja vizuelnih osobina na relativnu popularnost

Nakon utvrđene zavisnosti relativne popularnosti od pojedinačnih osobina objave, naredna faza istraživanja podrazumeva eksperimentalnu proveru dobijenih rezultata. Eksperiment se sastoji od kreiranja novih objava prema datim parametrima, tako da se prva dominantno odlikuje osobinama koje imaju pozitivnu korelaciju sa relativnom popularnošću, druga da ima ujednačen broj osobina sa pozitivnom i negativnom korelacijom sa relativnom popularnošću, dok su na trećoj većinski zastupljene one osobine koje su u prethodnom istraživanju imale negativnu korelaciju sa relativnom

popularnošću. Navedena tri vizuelna prikaza objavljena su na Instagram nalogu *kabinet505*<sup>184</sup>. Osnovna ideja jeste da se teme ovih prikaza nastavljaju na već objavljene vizuelizacije prethodnog projekta, kako bi bile uporedive sa dosadašnjim objavama iz iste grupe, ali da nisu do sada publikovane i da uključuju navedeni odnos pozitivnih i negativnih činilaca popularnosti. Broj objava koje su uključene u eksperiment korespondira sa tri moguća scenarija kada se radi o popularnosti, dakle ove objave su kreirane sa ciljem provere da li će prva postići natprosečnu relativnu popularnost, druga prosečnu, a treća ispodprosečnu.

Prva objava, koja većinski uključuje pozitivne činioce, zadobila je relativnu popularnost  $r=52.67\%$ , odnosno, bila je za navedeni procenat popularnija od prosečno popularne objave na Instagram nalogu *kabinet505*.



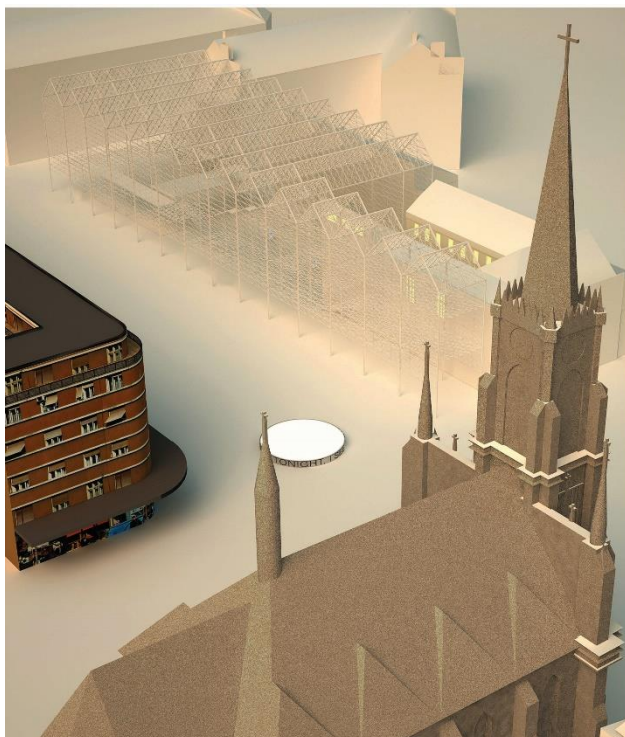
Slika 61: Eksperimentalna objava br. 1, objavljena na Instagram nalogu *kabinet505* (ilustracija autora,; tema vizuelizacije se nadovezuje na projekat idejnog rešenja uređenja površina javne namene dela gradskog jezgra Novog Sada, iz: Atanacković Jeličić, J., Despotović, J., Ecet, D., Grgić, S., Janjušević, T., Kojić, R., Maroš, I., Medić, S., Miškeljin, B., Miškeljin, I., Pilipović, D., Radović, M., Tkačenko, S., Todorov, M. i Topić, A. (2018). *And Tonight I See Tomorrow*. Međunarodna izložba sa katalogom i recenzijama *Međuprostor 505*, 14-25.)

<sup>184</sup> Kabinet 505. <https://www.instagram.com/kabinet505/> (21.05.2020.)

Tabela 3: Vizuelne osobine eksperimentalne objave br. 1. Osobina "godišnje doba" nije uzeta u razmatranje, jer je na objavi prikazana zima, koja nema korelaciju sa relativnom popularnošću, odnosno, ovakve objave su prosečno popularne.

R. br.	Vizuelne osobine objave br. 1	
	Pozitivna korelacija sa rel. popularnošću	Negativna korelacija sa rel. popularnošću
1.	Prosečna RGB vrednost u optimalnom intervalu	Hladna prosečna boja objave
2.	Prosečna HSL vrednost u optimalnom intervalu	Ptičija perspektiva
3.	Objava u boji	Asimetrična objava
4.	Opšti plan	Umerena kompleksnost
5.	Umereno izražen ritam	Noć
6.	Umerena geometrijska pravilnost	Nema istaknute vizure
7.	Umereno izražena tekstura	
8.	Postoje elementi evociranja spec. aktivnosti	
9.	Prisutni ljudi na objavi	
10.	Postoje efemerni elementi	
11.	Postoji izvor veštačke svetlosti	
12.	Vizuelizacija	
13.	Sneg	
14.	Vidljivo okruženje objekta	
15.	Urbani pejzaž	
16.	Prikazan javni prostor	
17.	Prikazana vodena površina	
18.	Prikazana vegetacija	
19.	Završen objekat	

Druga eksperimentalna objava uključuje približno ujednačen broj osobina sa pozitivnom i negativnom korelacijom sa relativnom popularnošću. Početna pretpostavka je bila da će ovakva objava biti manje popularna od prethodne, odnosno eksperimentalne objave br. 1, zbog povećanja osobina koje su negativni činioci popularnosti. Nakon objavljivanja na navedenom Instagram nalogu, ova objava je zadobila relativnu popularnost  $r=25.73\%$ , odnosno, za četvrtinu više lajkova od prosečno popularne objave na istom nalogu, ali i  $26.94\%$  manje od prethodne ispitane objave.



Slika 62: Eksperimentalna objava br. 2, objavljena na Instagram nalogu kabinet505 (ilustracija autora,; tema vizuelizacije se nadovezuje na projekat idejnog rešenja uređenja površina javne namene dela gradskog jezgra Novog Sada, iz: Atanacković Jeličić, J., Despotović, J., Ecet, D., Grgić, S., Janjušević, T., Kojić, R., Maraš, I., Medić, S., Miškeljin, B., Miškeljin, I., Pilipović, D., Radović, M., Tkačenko, S., Todorov, M. i Topić, A. (2018). *And Tonight I See Tomorrow*. Međunarodna izložba sa katalogom i recenzijama Međuprostor 505, 14-25.)

Tabela 4: Vizuelne osobine eksperimentalne objave br. 2.

R. br.	Vizuelne osobine objave br. 2	
	Pozitivna korelacija sa rel. popularnošću	Negativna korelacija sa rel. popularnošću
1.	Prosečna RGB vrednost u optimalnom intervalu	Ptičija perspektiva
2.	Prosečna HSL vrednost u optimalnom intervalu	Asimetrična objava
3.	Topla prosečna boja objave	Umerena kompleksnost
4.	Objava u boji	Noć
5.	Opšti plan	Nema istaknute vizure
6.	Umereno izražen ritam	Ne postoje elementi evociranja spec. aktivnosti
7.	Umerena geometrijska pravilnost	Nisu prisutni ljudi na objavi
8.	Umereno izražena tekstura	Ne postoje efemerni elementi
9.	Postoji izvor veštačke svetlosti	Nepoznate vremenske prilike
10.	Vizuelizacija	Nepoznato godišnje doba
11.	Vidljivo okruženje objekta	Nije prikazana vegetacija
12.	Urbani pejzaž	
13.	Prikazan javni prostor	
14.	Prikazana vodena površina	
15.	Završen objekat	

Treća eksperimentalna objava kreirana je u cilju ispitivanja relativne popularnosti kada su na vizuelizaciji dominantno zastupljene osobine koje imaju negativnu korelaciju sa popularnošću. Ova vizuelizacija je nakon objavljivanja zadobila relativnu popularnost  $r = -44.62\%$ , odnosno, objava je za navedeni procenat manje popularna od prosečno popularne objave na istom nalogu.



Slika 63: Eksperimentalna objava br. 3, objavljena na Instagram nalogu kabinet505 (ilustracija autora,; tema vizuelizacije se nadovezuje na projekat idejnog rešenja uređenja površina javne namene dela gradskog jezgra Novog Sada, iz: Atanacković, J., Despotović, J., Ecet, D., Grgić, S., Janjušević, T., Kojić, R., Maraš, I., Medić, S., Miškeljin, B., Miškeljin, I., Pilipović, D., Radović, M., Tkačenko, S., Todorov, M. i Topić, A. (2018). *And Tonight I See Tomorrow*. Međunarodna izložba sa katalogom i recenzijama Međuprostor 505, 14-25.)

Tabela 5: Vizuelne osobine eksperimentalne objave br. 3.

R. br.	Vizuelne osobine objave br. 3	
	Pozitivna korelacija sa rel. popularnošću	Negativna korelacija sa rel. popularnošću
1.	Prosečna HSL vrednost u optimalnom intervalu	Prosečna RGB vrednost prekoračuje optimalni interval
2.	Umereno izražen ritam	Neutralna prosečna boja
3.	Umerena geometrijska pravilnost	Crno-bela objava
4.	Postoji izvor veštačke svetlosti	Perspektiva sa dva nedogleda
5.	Vizuelizacija	Srednji plan
6.	Vidljivo okruženje objekta	Asimetrična objava
7.	Urbani pejzaž	Umerena kompleksnost
8.	Prikazan javni prostor	Noć
9.	Završen objekat	Nema istaknute vizure
10.		Ne postoje elementi evociranja spec. aktivnosti
11.		Nisu prisutni ljudi na objavi
12.		Ne postoje efemerni elementi
13.		Nepoznate vremenske prilike
14.		Nepoznato godišnje doba

15.		Nije prikazana vegetacija
16.		Nije prikazana vodena površina
17.		Slabo izražena tekstura

### 6.3 Korelacija i asocijacija između osobina i relativne popularnosti

#### 6.3.1 Spirmanov koeficijent korelacije

Za merenje jačine veze među promenljivima u okviru prve kategorije podataka koristi se Spirmanov koeficijent korelacije ( $r_s$ ). Ovaj koeficijent je izračunat za promenljive koje imaju numeričke vrednosti: prosečne vrednosti crvene, zelene i plave boje, kao i ton, valer i zasićenost prosečne boje, koji su izraženi su kroz RGB i HSL indekse prosečnih boja objave. Navedene promenljive su numeričkog tipa i kreću se u intervalima: R, G i B u rasponu od 0-255, S i L od 0-100 i H od 0-360. Prethodno je proverena mogućnost primene Pirsonovog koeficijenta korelacije, koji podrazumeva normalnu raspodelu podataka, te su za navedene promenljive u dodatku A date QQ krive raspodele. Ovi grafici predstavljaju odnos između kvantila očekivane i stvarne raspodele promenljivih, gde se kvantili definišu kao „tačke u statističkoj raspodeli koje odgovaraju rangu sortiranih vrednosti te raspodele, a kod kontinualnih slučajnih promenljivih, kvantili su u stvari inverzija funkcije raspodele.“<sup>185</sup> Na osnovu dobijenih QQ krivih, uočava se da promenljive R, G, B i L imaju normalnu raspodelu, ali H i L nemaju – u ova dva slučaja, raspodela ima monotonu rastuću, ali ne i linearnu funkciju. Prema Hoku i Kosovskom, Spirmanov koeficijent korelacije „procenjuje koliko dobro proizvoljna monotona funkcija može opisati odnos između dve promenljive bez ikakvih pretpostavki o raspodeli promenljivih.“<sup>186</sup> Takođe, promenljive na koji se primenjuje Spirmanov koeficijent korelacije moraju biti intervali, rangovi ili skale<sup>187</sup>, što je uslov koji posmatrani podaci u potpunosti ispunjavaju. Vrednosti Spirmanovog koeficijenta korelacije mogu da variraju između -1 i 1, gde pozitivna korelacija znači da se prva promenljiva povećava ili smanjuje zajedno sa drugom. Negativna korelacija pokazuje da je povećanje vrednosti jedne promenljive povezano sa smanjenjem vrednosti druge, ili obrnuto. Korelacija sa

<sup>185</sup> Vujnović, S. (2017). Detekcija stanja rotacionih aktuatora zasnovana na analizi akustičkih signala. Doktorska disertacija. Beograd: Elektrotehnički fakultet.

<sup>186</sup> Hauke, J. & Kossowski, T. (2011). Comparison of values of Pearson's and Spearman's correlation coefficients on the same sets of data. *Quaestiones Geographicae*. 30. 2.

<sup>187</sup> Spearman's Rank-Order Correlation. Laerd Statistics. Preuzeto sa: <https://statistics.laerd.com/statistical-guides/spearman's-rank-order-correlation-statistical-guide.php> (23.09.2020.)

vrednošću blizu nule označava slabu povezanost između promenljivih.<sup>188</sup> Spirmanov koeficijent korelacije se računa prema sledećoj jednačini:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

gde je:

$r_s$  – Spirmanov koeficijent korelacije;

$d_i$  – razlika između korespondirajućih promenljivih;

$n$  – broj parova .

Jačina veze između promenljivih, odnosno veličina korelacije, podložna je različitim interpretacijama, u zavisnosti od naučne oblasti, a u okviru ovog istraživanja je usvojena sledeća skala<sup>189</sup>:

Tabela 6: Interpretacija korelacije pri primerni Spirmanovog koeficijenta korelacije. Prema: Dancey, C. & Reidy, J. (1999).

Spirmanov koeficijent (r)	Interpretacija korelacije
0.10 – 0.39	mala
0.40 – 0.69	srednja
0.70 – 1	velika

### 6.3.2 Kramerova V mera asocijacije

Kramer V predstavlja meru za jačinu povezanosti dve promenljive, kada je vrednost promenljivih nominalnog, odnosno, kategorijskog tipa. Kako većina analiziranih vizuelnih osobina pripada upravo ovom tipu podataka, jasno je da se za pronalaženje mere povezanosti osobina i popularnosti mora upotrebiti postupak adekvatan kategorijskim podacima. Za razliku od korelacije, Kramer V daje meru asocijacije, odnosno, povezanosti između popularnosti i vizuelnih osobina, kao i osobina međusobno. Ova veličina je upotrebljena za dobijanje mere asocijacije između 24 kategorije vizuelnih osobina objave, kao i između osobina i popularnosti, koja je takođe prevedena u binarnu kategoriju. Kramer V se zasniva na prethodno dobijenom Pirsonovom hi-kvadratnom testu, kojim se uviđa razlika između opaženih i očekivanih frekvencija određene vrednosti u okviru iste vizuelne kategorije. Uslov za primenu hi-

<sup>188</sup> Dodge, Y. (2008). The Concise Encyclopedia of Statistics. New York: Springer.

<sup>189</sup> Dancey, C. P., & Reidy, J. (2011). Statistics without maths for psychology. Harlow: Prentice Hall.



kvadratnog testa jeste kategorijska raspodela podataka, odnosno, promenljive pripadaju međusobno isključivim kategorijama, najčešće nominalnog tipa.<sup>190</sup> Dodatno, neophodno je da se sve vizuelne osobine, među kojima se traži korelacija, sastoje od dve ili više klasa<sup>191</sup> – npr. osobina „tip pejža“ ima klase „urbani“ i „ruralni“. Pošto je hi-kvadratni test osetljiv na veličinu uzorka, odnosno frekvenciju klasa, treći uslov za primenu jeste da se najmanje 80% klasa u uzorku pojavljuje bar 5 puta.<sup>192</sup> U dodatku A su dati grafikoni raspodele podataka po kategorijama i frekvencije svake klase, koji dokazuju ispunjenost prethodno navedenih uslova. Hi-kvadratni test se računa prema sledećoj jednačini:

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_0 - f_t)^2}{f_t}$$

gde je:

$\chi^2$  – Hi-kvadratni test;

$f_0$  – opažena frekvencija;

$f_t$  – očekivana (teorijska) frekvencija.

Na osnovu dobijene prethodne veličine, moguće je izračunati Kramerovu V meru asocijacije između dve kategorije<sup>193</sup>:

$$V = \sqrt{\frac{\chi^2}{N \min(r - 1; c - 1)}}$$

gde je:

$V$  – Kramerova V mera asocijacije;

$\chi^2$  – Hi-kvadratni test;

$N$  – ukupni broj posmatranja;

$r$  – broj redova;

$c$  – broj kolona.

---

<sup>190</sup> McHugh, M. (2013). The Chi-square test of independence. *Biochemia medica*, 23(2), 143–149.

<sup>191</sup> Chi-Square Test for Association using SPSS Statistics. Laerd Statistics. Preuzeto sa: <https://statistics.laerd.com/spss-tutorials/chi-square-test-for-association-using-spss-statistics.php> (23.09.2020.)

<sup>192</sup> McHugh, M. (2018). Cramér's V Coefficient. In: Frey, B. (Ed.) *The SAGE Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation*. London: SAGE Publications.

<sup>193</sup> Stavig, G. R., & Acock, A. C. (1980). Coefficients of Association Analogous to Pearson's  $r$  for nonparametric Statistics. *Educational and Psychological Measurement*, 40(3), 679–685.

Kramerova V mera asocijacije kreće se u opsegu između 0 i 1. Kada se radi o interpretaciji dobijenih koeficijenata, usvojena je skala koju daje Akoglu<sup>194</sup>:

Tabela 7: Interpretacija asocijacije pri primeni Kramerove V mere asocijacije. Prema: Akoglu, H. (2018).

Kramer V	Interpretacija asocijacije
> 0.25	veoma jaka
> 0.15	jaka
> 0.10	umerena
> 0.05	slaba
> 0	nepostojeća / vrlo slaba

### 6.3.3 Eta kvadratni koeficijent (korelacioni razmer)

Korelacioni razmer, odnosno eta kvadratni koeficijent, upotrebljen je za računanje mere povezanosti između popularnosti, koja je transformisana u binarnu kategoriju (ako je relativna popularnost iznad 0, objava je popularna; ako je ispod 0, tada je objava nepopularna) i numeričkih vrednosti u okviru kategorija: prosečna vrednost crvene, zelene i plave boje, kao i ton, valer i zasićenost prosečne boje. Eta kvadratni koeficijent meri stepen zavisnosti između dve promenljive: npr. nezavisne promenljive X (npr. prosečna vrednost crvene) i zavisne promenljive Y (popularnost objave), odnosno proporciju varijacije promenljive Y, koja je uzrokovana pripadnošću različitim grupama, definisanim u kategoriji X<sup>195</sup>. Eta kvadratni koeficijent je dozvoljeno računati za promenljive koje imaju linearni ili nelinearni odnos.<sup>196</sup> Prema Koenu<sup>197</sup>, korelacioni razmer ne zavisi od pretpostavke normalne raspodele promenljivih. U okviru ovog istraživanja, za datu numeričku promenljivu, određuje se jačina povezanosti sa specifičnom kategorijom. Ovaj pokazatelj se računa prema sledećoj jednačini<sup>198</sup>:

$$\eta^2 = \frac{\sigma^2_{\text{source}}}{\sigma^2_{\text{total}}}$$

<sup>194</sup> Akoglu, H. (2018). User's guide to correlation coefficients. Turkish Journal of Emergency Medicine. 18.

<sup>195</sup> Richardson, J. (2011). Eta squared and partial eta squared as measures of effect size in educational research. Educational Research Review. 6. 135-147.

<sup>196</sup> Fritz, C. & Morris, P. (2018) Eta squared. In: Frey, B. (Ed.) The SAGE Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation. London: SAGE Publications.

<sup>197</sup> Cohen, J. (1988). Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

<sup>198</sup> Tenjović, L. (2011). Mala reforma u statističkoj analizi podataka u psihologiji: malo p nije dovoljno, potrebna je i veličina efekta. Primenjena psihologija. 4. 317-333.

gde je:

$\eta^2$  – eta kvadratni koeficijent;

$\sigma^2_{\text{source}}$  – varijabilitet obuhvaćen određenim izvorom variranja;

$\sigma^2_{\text{total}}$  - ukupni varijabilitet na zavisnoj promenljivoj.

Eta kvadratni koeficijent može imati vrednosti između 0 i 1. Što se tiče interpretacije jačine povezanosti promenljivih, Koen<sup>197</sup> sugeriše da mala, srednja i velika korelacija korespondiraju sa sledećim vrednostima:

Tabela 8: Interpretacija korelacije pri primeni eta kvadratnog koeficijenta. Prema: Cohen, J. (1988).

Eta kvadratni koef. ( $\eta^2$ )	Interpretacija korelacije
0.0099	mala
0.0588	srednja
0.1379	velika

#### 6.4 Grafički prikaz kombinovanih koeficijenata korelacije i asocijacije

Na osnovu prethodno datih koeficijenata, izračunate su vrednosti korelacije i asocijacije između svake vizuelne osobine i popularnosti, kao i osobina međusobno. U okviru grafikona na slici 64, prikazane su vrednosti sva tri primenjena koeficijenta, i to u zavisnosti od tipa podataka čija veza se traži. Dakle, veličina povezanosti numeričkih sa numeričkim podacima data je kroz Spirmanov koeficijent korelacije, asocijacija između kategorijskih (nominalnih) promenljivih data je kroz Kramerovu V meru asocijacije i, konačno, mera povezanosti numeričkih i kategorijskih promenljivih kroz eta kvadratni koeficijent.



Na dijagramu korelacije moguće je uočiti da su vizuelne osobine iz kategorije sadržaja objave i oblikovanja arhitektonskog objekta u najvećoj meri povezane sa popularnošću objave. Prema Kramerovoj  $V$  meri asocijacije, osobine koje imaju veoma jaku vezu sa popularnošću ( $V > 0.25$ ) su geometrijska pravilnost, ritam, kompleksnost, fotografija *versus* vizuelizacija, tekstura, prisustvo ljudi, efemernih elemenata, kao i elemenata evociranja specifičnih aktivnosti, veštačko svetlo, godišnje doba, javni prostor i tip pejzaža. Iz kategorije kompozicije objave veoma jaku povezanost sa popularnošću ima samo plan fotografije ili vizuelizacije. Jaku vezu ( $V > 0.15$ ) imaju osobine poput crno-belih objava, perspektive prikazanog objekta, vremenskih prilika, okruženja, prikaza vegetacije i procesa gradnje objekta. Umerenu vezu sa popularnošću ( $V > 0.10$ ) imaju osobine: toplota/hladnoća prosečne boje objave, simetrija i doba dana na objavi. Ostale osobine imaju slabu asocijaciju sa popularnošću i to su većinski prosečne boje objave, kao i prisustvo istaknute vizure, što se može objasniti malim procentom objava u uzorku koje sadrže istaknutu vizuru.

## 7 Formiranje modela predikcije popularnosti objave

Postupak kreiranja modela izvršen je u *Google Colaboratory* okruženju, u *Python* programskom jeziku. Sve objave, koje su prvo uvezene, sortirane i ocenjene prema kategorijama u softveru *Excel*, potom su sačuvane u *.CSV* formatu. Sve tekstualne vrednosti, kao i prazna polja u nekim kategorijama, zamenjeni su odgovarajućim celim brojem. Vrednost relativne popularnosti, kako je prethodno objašnjeno, može biti pozitivna, ako je objava natprosečno popularna u odnosu na druge objave na posmatranom nalogu, ili negativna, ako je objava ispodprosečno popularna. U skladu sa tim, relativna popularnost je prevedena u binarnu kategoriju, odnosno ima vrednost 0, ako je objava nepopularna, ili 1 ako je popularna, tj. ima pozitivnu vrednost relativne popularnosti. Broj popularnih i nepopularnih objava u uzorku je ujednačen, a njihov redosled u *.CSV* datoteci je nasumičan.

U dodatku B, dat je prikaz koda koji je korišćen pri modelovanju. Prvi korak jeste uvoz svih potrebnih biblioteka, kojima se omogućava rad sa podacima, matematičke operacije, vizuelizacije, modeli i metrika za valorizaciju modela. Osnova za modele preuzeta je iz *scikit-learn*<sup>199</sup> paketa za probleme klasifikacije podataka. Svi podaci skladišteni su na *Google Drive* disku, te se odatle učitavaju i pregledaju. Naredni korak je selekcija vizuelnih osobina koje se upotrebljavaju u predikciji. Imena osobina su pojednostavljena i/ili skraćena za potrebe čitljivosti tabele. Podatke je potrebno

---

<sup>199</sup> <https://scikit-learn.org/stable/> (03.06.2020.)

razdvojiti na setove za trening i validaciju, te je uzorak podeljen tako da se modeli obučavaju na 85% objava, dok 15% preostaje za validaciju.

## 7.1 Selekcija prediktivnog modela

U procesu traženja najadekvatnijeg modela predikcije popularnosti objave, testirano je nekoliko modela klasifikacije dostupnih u okviru *scikit-learn*<sup>199</sup> paketa. Za svaki model date su vrednosti tačnosti, preciznosti i odziva, na osnovu kojih se porede performanse modela i, konačno, usvaja najtačniji.

### 7.1.1 Algoritam $k$ -najbližih suseda

Algoritam  $k$ -najbližih suseda je model iz sfere mašinskog učenja, koji se primenjuje u okviru problema klasifikacije. Koristeći formirani set podataka, ovaj model, na osnovu vizuelnih osobina objave, predviđa da li je ta objava popularna ili ne, odnosno može imati vrednost 1 ili 0. Ovaj algoritam se zasniva na računanju Euklidske distance između unetih podataka u okviru test i trening seta, odnosno objava  $x_i$  i  $x_l$  ( $l = 1, 2, \dots, n$ ).

$$d(x_i, x_l) = \sqrt{(x_{i1} - x_{l1})^2 + (x_{i2} - x_{l2})^2 + \dots + (x_{ip} - x_{lp})^2}$$

gde je:

$d$  – Euklidska distanca;

$x$  – posmatrana objava sa  $p$  vizuelnih osobina;

$n$  – ukupni broj objava ( $i = 1, 2, \dots, n$ );

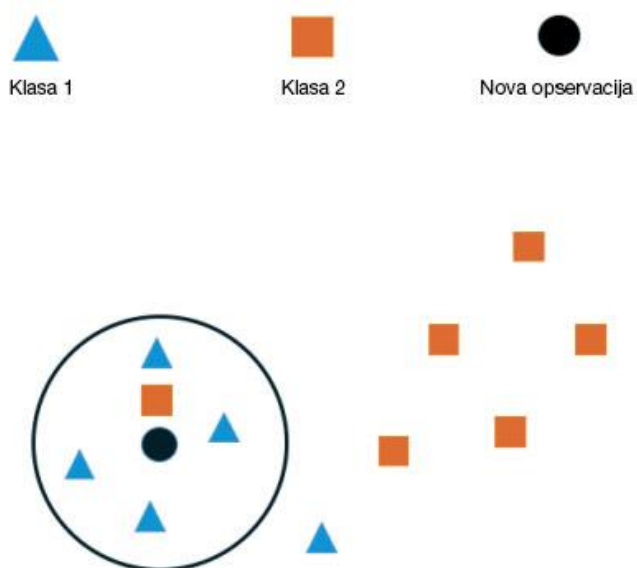
$p$  – ukupni broj vizuelnih osobina ( $j = 1, 2, \dots, p$ );

U okviru  $k$  najbližih posmatranih objava, popularnost objave  $x$ , odnosno njena klasa, jednaka je najčešćoj tačnoj klasi među  $k$  najbližih objava u trening setu.<sup>200</sup>

---

<sup>200</sup> Peterson, L. E. (2009). K-nearest neighbor. Preuzeto sa: [http://scholarpedia.org/article/K-nearest\\_neighbor](http://scholarpedia.org/article/K-nearest_neighbor) (02.07.2020.)

„Algoritam  $k$ -najbližih suseda klasifikuje nepoznatu instancu tako što pronalazi  $k$  instanci iz skupa za obučavanje koje su joj najbliže u smislu neke izabrane metrike i pridružuje joj klasu koja se najčešće javlja među tih  $k$  instanci.“<sup>201</sup>



Slika 65: Princip određivanja klase nove opservacije - u ovom slučaju objave, na osnovu klase  $k$  najbližih slučajeva (preuzeto sa: <https://www.unemyr.com/k-nearest-neighbour-ai/>).

Osnovni parametar u okviru ovog modela jeste  $k$ , odnosno,  $n\_neighbors$ , kojim se određuje broj instanci iz seta za obučavanje, koje su najbliže nepoznatoj instanci.<sup>201</sup> Posmatranoj instanci se dodeljuje vrednost dobijena na osnovu proste većine glasova najbližih suseda, koji imaju vrednosti dobijene kroz  $weights$  parametar.<sup>202</sup> Potom,  $algorithm$ , parametar kojim se definiše princip računanja najbližeg suseda,  $leaf\_size$ , kojim se definiše kompromis u smislu vremena i memorije potrebnih da se pristupi instanci i izračuna daljina do susedne,  $metric$  i  $p$ , kojima se definiše tip metrike za rastojanje među tačkama,  $metric\_params$ , dodatni argument za funkciju metrike i  $n\_jobs$ , broj paralelnih aktivnosti pri potrazi za susednom instancom.<sup>202</sup> U okviru ovog istraživanja, korišćene su podrazumevane vrednosti parametara, odnosno ujednačena vrednost svih suseda, nezavisno od udaljenosti. Kao što se vidi u okviru izlaznih rezultata datih u dodatku B, tačnost ovog modela je 61.96%.

### 7.1.2 Logistička regresija

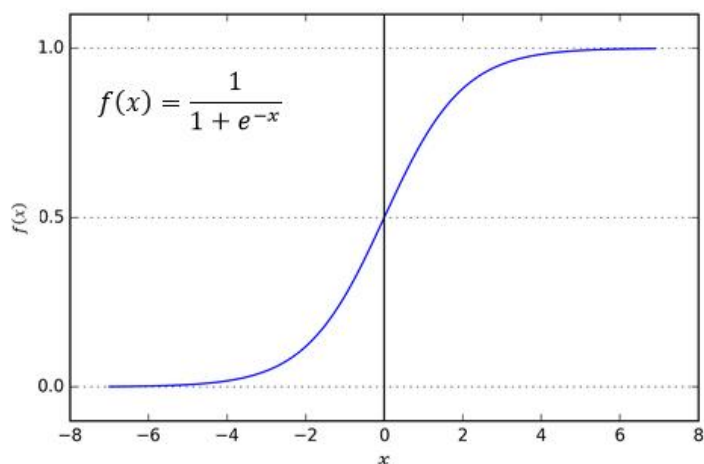
Logistička regresija je model koji se primenjuje za predikciju kategorijske zavisne promenljive, u ovom slučaju popularnosti objave, i to na osnovu određenog

<sup>201</sup> Nikolić, M. & Zečević, A. (2019). Mašinsko učenje. Preuzeto sa: <http://ml.matf.bg.ac.rs/readings/ml.pdf> (26.09.2020.)

<sup>202</sup> Nearest Neighbors. Scikit-learn. Preuzeto sa: <https://scikit-learn.org/stable/modules/neighbors.html#nearest-neighbors-classification> (01.10.2020.)

prediktora, odnosno, nezavisne promenljive. Ovim algoritmom procenjuje se „verovatnoća pripadanja svakoj kategoriji za dati skup prediktora.“<sup>203</sup> Model logističke regresije bazira se na primeni sigmoidne funkcije, čiji ishod je binaran, odnosno, za neku vrednost kategorije  $x$ , objava može biti popularna (1) ili nepopularna (0). Prethodno je definisano da će objava spadati u grupu popularnih ukoliko njena relativna popularnost ima vrednost veću od nule, odnosno, veći broj lajkova od proseka za posmatrani nalog, dok u grupu nepopularnih spadaju one kod kojih je relativna popularnost manja od nule. Funkciju na kojoj se zasniva model logističke regresije je moguće zapisati u sledećem obliku:

$$f(x) = \frac{1}{1 + e^{-x}}$$



Slika 66: Grafik sigmoidne funkcije (preuzeto sa: <https://towardsdatascience.com/activation-functions-neural-networks-1cbd9f8d91d6>).

Implementacija modela logističke regresije, kao i metrike vezane za procenu tačnosti modela podrazumeva korake navedene u kodu datom u dodatku B. U okviru modela su korišćene podrazumevane vrednosti sledećih parametara: *penalty*, kojim se precizira regularizacija modela, *dual*, za definisanje dualne ili primarne formulacije, *tol*, kojim se definiše tolerancija za kriterijume zaustavljanja, *C*, odnosno inverzna snaga regularizacije, *fit\_intercept*, koji određuje da li se funkciji dodaje konstanta, *intercept\_scaling*, sintetička osobina konstantne vrednosti, koja se dodaje vektoru instance, *class\_weight*, odnosno, težinski koeficijent, *random\_state*, parametar koji kontroliše generisanje slučajnih brojeva, *solver*, kojim se precizira vrsta algoritma u

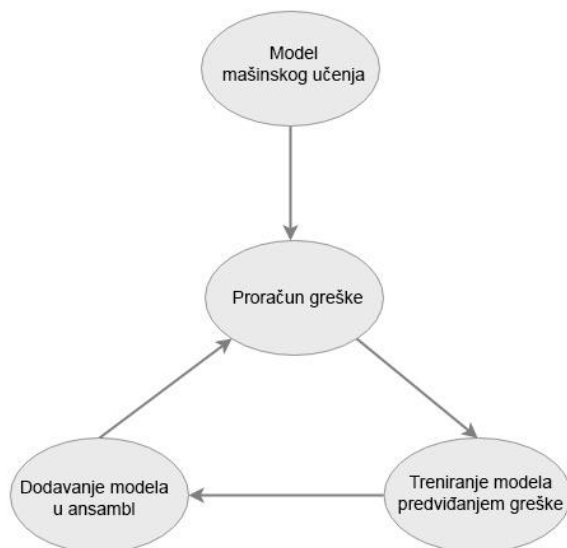
<sup>203</sup> Kostić, A. (2018). Logistička regresija. Preuzeto sa: <http://www.matf.bg.ac.rs/p/files/69-logisticka.html> (08.06.2020.)



procesu optimizacije problema, a broj iteracija u tom procesu se definiše kroz *max\_iter*. Potom, *multi\_class*, kojim se definiše binarni ili ishod sa više klasa, *verbose*, opcija kojom se uključuju detaljne informacije o logovanju, *warm\_start*, parametar kojim se definiše upotreba atributa postojećeg modela za inicijalizaciju novog, *n\_jobs*, broj koji specificira koliko istovremenih procesa treba koristiti i *l1\_ratio*, parametar povezan sa regularizacijom modela.<sup>204</sup> Dobijena tačnost predikcije pokazuje da ovaj model može predvideti koja objava će biti popularna, a koja ne, sa tačnošću od 83.03%.

### 7.1.3 Ekstremno gradijentno pojačavanje

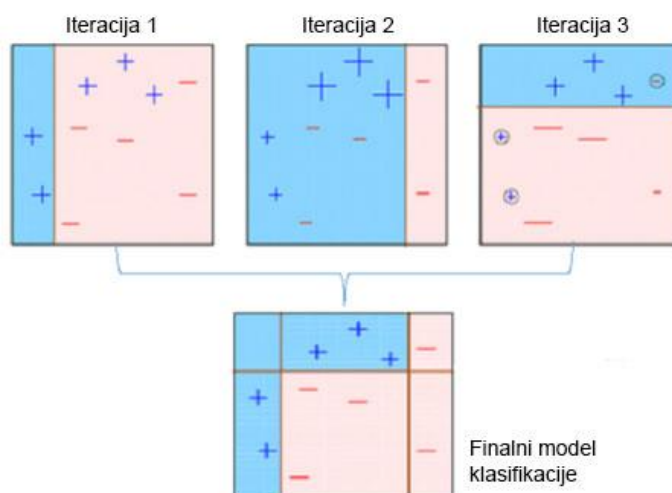
Algoritam ekstremnog gradijentnog pojačavanja je model mašinskog učenja je razvijen 2014. godine, a pripada tzv. ansamblima (engl. *ensemble*), odnosno „skupovima većeg broja modela koji zajednički donose odluke.“<sup>201</sup> Zasniva se na principima klasičnog gradijentnog pojačavanja, čija je osnova „popravljanje tekućeg rešenja optimizacionog problema dodavanjem vektora proporcionalnog negativnoj vrednosti gradijenta funkcije koja se minimizuje.“<sup>201</sup> Model se sastoji od nekoliko klasifikatora manje tačnosti, koji u kombinaciji omogućavaju znatno bolju predikciju. Bazira se na stablima pretrage i omogućava sukcesivno obučavanje modela, pri čemu je svaki novi model obučen da ispravlja greške prethodnih. Na slici 67 je dat dijagram procesa dodavanja modela u ansambl.



Slika 67: Princip dodavanja modela u ansambl u okviru gradijentnog pojačavanja (preuzeto sa: <https://towardsdatascience.com/a-beginners-guide-to-xgboost-87f5d4c30ed7>).

<sup>204</sup> Logistic Regression. Scikit-learn. Preuzeto sa: [https://scikit-learn.org/stable/modules/generated/sklearn.linear\\_model.LogisticRegression.html](https://scikit-learn.org/stable/modules/generated/sklearn.linear_model.LogisticRegression.html) (01.10.2020.)

Ekstremno gradijentno pojačavanje se razlikuje po nekoliko dodatnih karakteristika, poput ograničenja složenosti individualnih stabala, uvođenja dodatnog eta parametra koji sprečava preprilagođavanje kroz smanjenje korelacije među stablima pretrage, automatske mogućnosti obrade nedostajućih vrednosti u tabelarnim podacima, sortiranje podataka u blokove koji omogućavaju bržu obradu.<sup>205</sup> Osnovni cilj ove biblioteke jeste da „omogući skalabilne, prenosive i tačne rezultate.“<sup>206</sup> Analogno prethodnim, i ovaj model je pogodan za primenu na problemima klasifikacije i može dati visok procenat tačnosti predikcije.



Slika 68: Primer funkcionisanja tehnike pojačavanja u okviru modela ekstremnog gradijentnog pojačavanja (preuzeto sa: <https://www.datacamp.com/community/tutorials/xgboost-in-python>).

Pri modelovanju su upotrebljene podrazumevane vrednosti sledećih parametara: *max\_depth*, koji određuje maksimalnu dubinu stabala pretrage, od kojih se sastoji model, *learning\_rate*, odnosno, brzina učenja, *n\_estimators*, broj stabala pretrage uključenih u model, *verbosity*, učestalost ispisivanja poruka, *silent*, koji određuje da li se ispisuju poruke u toku modelovanja, *objective*, kojim se precizira zadatak i cilj modela, *booster*, odnosno vrsta gradijentnog pojačavanja koja se primenjuje, *nthread*, broj paralelnih aktivnosti pri pokretanju modela, *gamma*, minimalna redukcija gubitka koja je potrebna da se napravi naredna podela u okviru čvora na stablu pretrage, *min\_child\_weight*, minimalna suma težinskih koeficijenata, *subsample*, razmera poduzorkovanja instanci u okviru obuke modela, *colsample\_bytree*, razmera poduzorkovanja kolona pri konstruisanju svakog stabla, *colsample\_bylevel*, razmera poduzorkovanja kolona za svaki nivo, *colsample\_bynode*, razmera poduzorkovanja kolona pri svakom grananju, *reg\_alpha*, L1 regularizacija težinskih koeficijenata,

<sup>205</sup> Chen, T. & Guestrin, C. (2016). XGBoost: A Scalable Tree Boosting System. Preuzeto sa: <https://www.kdd.org/kdd2016/papers/files/rfp0697-chenAemb.pdf> (27.09.2020.)

<sup>206</sup> Dangeti, P. (2017). Statistics for Machine Learning. Birmingham: Packt Publishing.

*reg\_lambda*, L2 regularizacija težinskih koeficijenata, *scale\_pos\_weight*, balansiranje pozitivnih i negativnih težinskih koeficijenata, *base\_score*, početni rezultat predviđanja svih slučajeva, *random\_state*, parametar koji kontroliše generisanje slučajnih brojeva, *missing*, vrednosti koje nedostaju u podacima.<sup>207</sup> Prema dobijenom rezultatu, model ekstremnog gradijentnog pojačavanja ima tačnost 82.82%, što je uporedivo sa prethodno testiranim modelom i predstavlja visok nivo tačnosti predikcije.

#### 7.1.4 Stablo pretrage

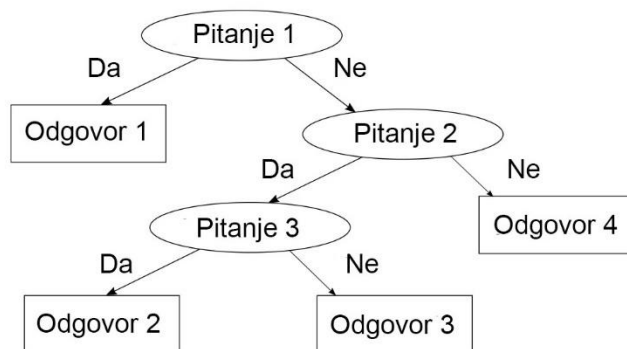
Stablo pretrage je nadgledani model mašinskog učenja koji na osnovu posmatranja i mapiranja podataka, dolazi do zaključaka o ciljnoj vrednosti. Struktura stabla se sastoji od listova, koji su zapravo klasifikovani podaci, čvorova i grana, koje povezuju osobine promenljivih i vode do klasifikacija.<sup>208</sup> „Za određeni set podataka, koji sadrži  $n$  osobina  $A_1, \dots, A_n$ , algoritam stabla pretrage može da objasni vrednost osobine  $A_i$  (često nazivane klasom) na osnovu vrednosti ostalih osobina ( $A_j$ , kada je  $j$  različito od  $i$ ).“<sup>209</sup> Princip klasifikacije otpočinje odabirom jedne od osobina, npr. osobina „prisustvo ljudi na objavi“, čije vrednosti mogu biti „postoje“ i „ne postoje“. Algoritam se, potom, pita da li su popularne sve objave na kojima su prikazani ljudi. Ukoliko je odgovor da, grananje se na ovom mestu završava. Ako je odgovor ne, odnosno, među objavama sa prikazom ljudi ima i popularnih i nepopularnih, tada se odabira naredna osobina, npr. „vegetacija“, te se postupak ponavlja i grana dok se ne dobije čist set, odnosno dok se ne dođe do skupa isključivo popularnih objava. Isti proces se odvija i za objave koje ne prikazuju ljude, sa daljim grananjem, ukoliko je potrebno.

---

<sup>207</sup> XG Boost Parameters. Preuzeto sa: <https://xgboost.readthedocs.io/en/latest/parameter.html> (07.10.2020.)

<sup>208</sup> Dev, V. & Eden, M. (2019). Gradient Boosted Decision Trees for Lithology Classification. In Muñoz, S., Laird, C. & Realf, M. (Eds.) Computer Aided Chemical Engineering, Elsevier. 47. 113-118.

<sup>209</sup> Parisot, O. & Ghoniem, M. (2014). Decision Trees and Data Preprocessing to Help Clustering Interpretation. DATA 2014 - Proceedings of 3rd International Conference on Data Management Technologies and Applications.



Slika 69: Struktura jednostavnog modela stabla pretrage (ilustracija autora, 2020.).

U okviru ovog modela su primenjene podrazumevane vrednosti narednih parametara: *criterion*, koji je funkcija mere kvaliteta grananja u okviru stabla pretrage, *splitter*, odnosno strategija koja se upotrebljava za grananje u svakom čvoru, *max\_depth*, maksimalna dubina stabla, *min\_samples\_split*, najmanji broj instanci potreban za grananje u unutrašnjem čvoru, *min\_samples\_leaf*, najmanji broj instanci potreban u krajnjem elementu, tj. „listu“ stabla pretrage, *min\_weight\_fraction\_leaf*, odnosno, minimalni težinski deo ukupnog zbira težinskih koeficijenata svih ulaznih instanci, potreban na listu čvora, *max\_features*, maksimalni broj osobina koji se razmatra pri traženju najbolje opcije granjanja stabla, *random\_state*, parametar koji kontroliše generisanje slučajnih brojeva, *max\_leaf\_nodes*, maksimalni broj listova u čvoru, *min\_impurity\_decrease*, parametar koji pokreće granjanje stabla, ako to razdvajanje indukuje smanjenje nečistoće, veće ili jednako ovoj vrednosti, *min\_impurity\_split*, prag za rano zaustavljanje rasta stabla pretrage, *class\_weight*, težinski koeficijenti povezani sa klasama, *ccp\_alpha*, parametar kompleksnosti, kojim se reguliše odabir podstabla sa manjom kompleksnošću od zadate vrednosti.<sup>210</sup> Prema dobijenim rezultatima, tačnost modela stabla pretrage je 77.51%.

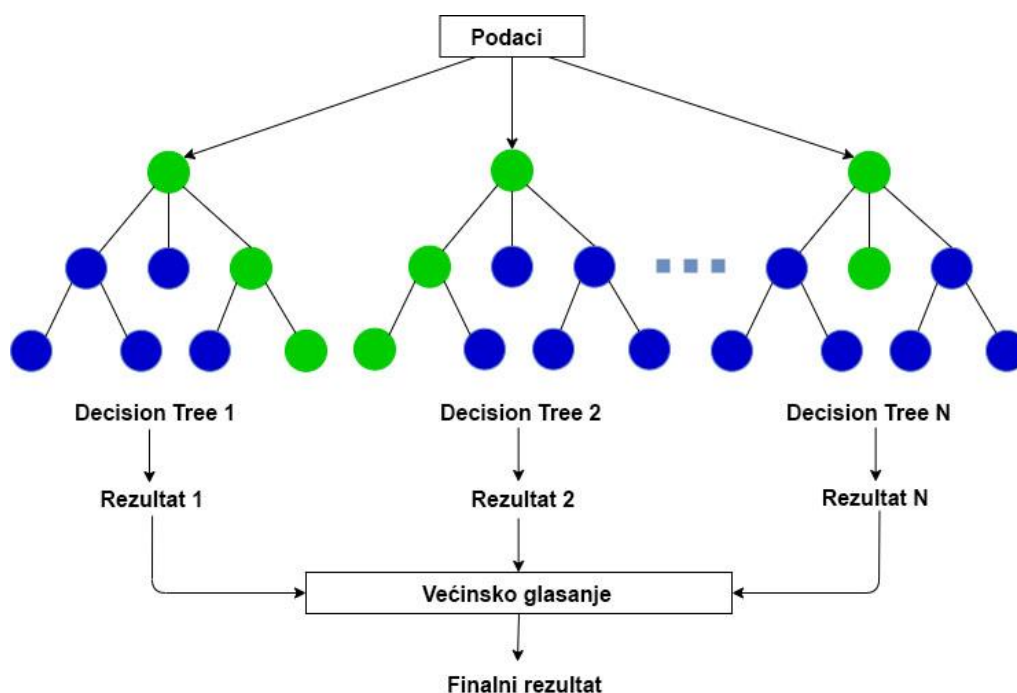
### 7.1.5 Slučajna šuma

Finalni model koji je primenjen na problem klasifikacije objava i predikcije njihove popularnosti jeste algoritam slučajna šuma. Ovaj model se sastoji od velikog broja pojedinačnih stabala pretrage, čiji se rezultati predikcije udružuju. Prema Liu i Vineru, ovaj model funkcioniše tako što prvo generiše veći broj manjih statističkih uzoraka u okviru originalnog seta podataka, te potom za svaki od  $n_{tree}$  uzoraka formira stablo pretrage sa sledećom modifikacijom: u svakom čvoru, umesto odabira najbolje podele među svim prediktorima, nasumično se odabira  $m_{try}$  prediktora, te se bira najbolja

<sup>210</sup> Decision Tree Classifier. Scikit-learn. Preuzeto sa: <https://scikit-learn.org/stable/modules/generated/sklearn.tree.DecisionTreeClassifier.html> (07.10.2020.)

podela među ovom grupom promenljivih. Naredni korak je predviđanje novih podataka, na osnovu agregacije predikcija  $n_{tree}$  modela.<sup>211</sup>

Pored svih navedenih parametara u okviru stabla pretrage, algoritam slučajne šume dodatno koristi naredne parametre sa podrazumevanim vrednostima: *bootstrap*, koji određuje da li se pri formiranju stabala koriste uzorci iz *bootstrap* biblioteke, *oob\_score*, parametar kojim se određuje da li se u proceni tačnosti upotrebljavaju instance podataka van seta korišćenog u prethodno formiranom *bootstrap* stablu, *random\_state*, parametar koji kontroliše generisanje slučajnih brojeva, *n\_jobs*, broj koji specificira koliko istovremenih procesa treba koristiti, *verbose*, opcija kojom se uključuju detaljne informacije o logovanju, *warm\_start*, parametar kojim se definiše upotreba atributa postojećeg modela za inicijalizaciju novog i *max\_samples*, ukoliko se koristi *bootstrap* za formiranje inicijalnog stabla, ovaj parametar određuje koliko uzoraka iz grupe nezavisne promenljive treba odvojiti za treniranje osnovnog modela.<sup>212</sup>



Slika 70: Dijagram modela slučajne šume i princip dobijanja konačne predikcije (preuzeto sa: <https://www.analyticsvidhya.com/blog/2020/05/decision-tree-vs-random-forest-algorithm/>).

Prema dobijenim rezultatima, slučajna šuma predstavlja model sa najvišom tačnošću predikcije, odnosno, 86.09%. Za ovaj model je moguće generisati dijagram stabala i

<sup>211</sup> Liaw, A. & Wiener, M. (2001). Classification and Regression by Random Forest. Forest. 23.

<sup>212</sup> Random Forest Classifier. Scikit-learn. Preuzeto sa: <https://scikit-learn.org/stable/modules/generated/sklearn.ensemble.RandomForestClassifier.html> (07.10.2020.)

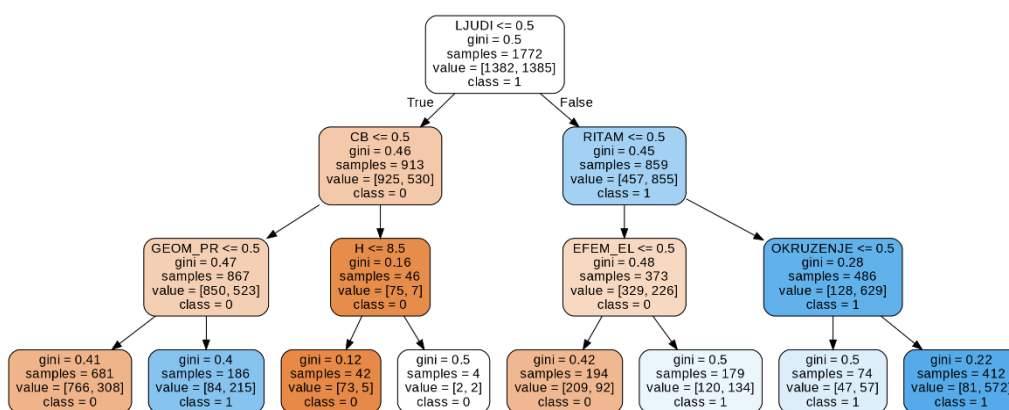
uvideti princip grananja. Zasad preglednosti, dubina modela je ovde ograničena na maksimalno tri nivoa grananja. Početna osobina u primeru na slici jeste prisustvo ljudi na objavi, odnosno, „ljudi“. U zavisnosti od toga da li su na objavi prikazani ljudi, ishodi ove tačke su *tačno* ili *netačno*, a kako ni jedan od ova dva seta ne sadrži isključivo popularne/nepopularne objave, grananje se nastavlja kroz uvođenje novih vizuelnih osobina.

*Gini* predstavlja „verovatnoću da će nasumično izabrani uzorak iz čvora biti pogrešno klasifikovan na osnovu distribucije uzoraka u čvoru.“<sup>213</sup>

*Samples* je broj posmatranih objava u okviru jednog čvora.

*Value* označava broj objava u svakoj od mogućih klasa koje se predviđaju, odnosno, broj objava koje su popularne i nepopularne u datom čvoru.

*Class* predstavlja većinsku klasu za sve objave u posmatranom čvoru.



Slika 71: Vizuelizacija modela slučajne šume primenjenog na set podataka sa objavama iz uzorka (ilustracija autora, 2020.).

## 7.2 Komparacija modela i matrica konfuzije

U cilju selekcije najboljeg prediktivnog modela, izvršena je komparacija prethodno testiranih, i to prema veličinama tačnost, preciznost i odziv, koje se definišu na sledeći način<sup>201</sup>:

$$\text{Tačnost} = \frac{\text{stvarne popularne} + \text{stvarne nepopularne}}{\text{ukupni broj objava}} ;$$

$$\text{Preciznost} = \frac{\text{stvarne popularne}}{\text{stvarne popularne} + \text{lažno popularne}} ;$$

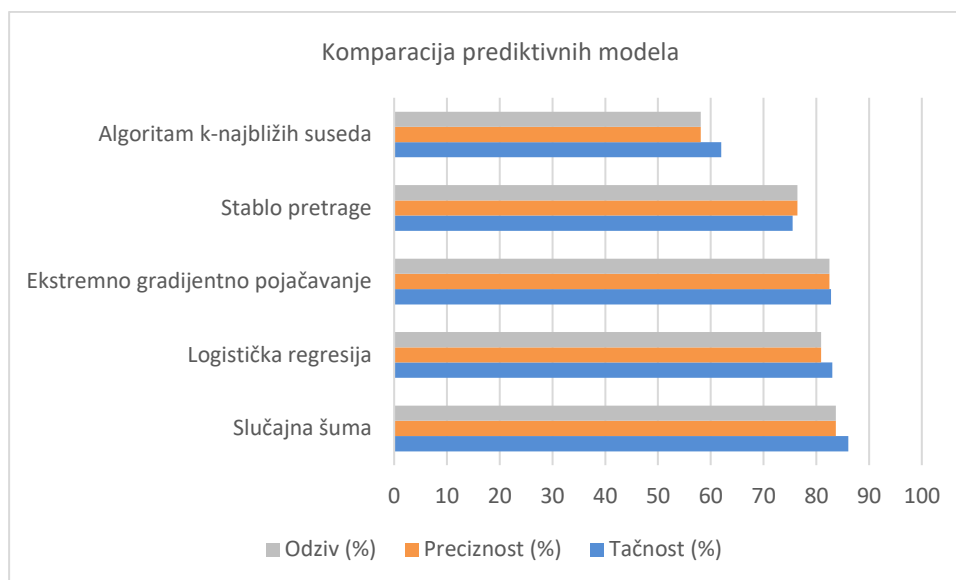
<sup>213</sup> Koehrsen, W. (2018). An Implementation and Explanation of the Random Forest in Python. Preuzeto sa: <https://towardsdatascience.com/an-implementation-and-explanation-of-the-random-forest-in-python-77bf308a9b76#:~:text=Gini%20Impurity%3A%20a%20measure%20that,of%20samples%20in%20the%20node.> (09.07.2020.)

$$Odziv = \frac{stvarne\ popularne}{stvarne\ popularne + lažno\ nepopularne}$$

Tabela 9: Komparacija pet različitih prediktivnih modela.

R. br.	Model	Tačnost (%)	Preciznost (%)	Odziv (%)
1.	Slučajna šuma	86.09	83.68	83.68
2.	Logistička regresija	83.03	80.93	80.93
3.	Ekstremno gradijentno pojačavanje	82.82	82.51	82.51
4.	Stablo pretrage	75.51	76.44	76.44
5.	Algoritam k-najbližih suseda	61.96	58.11	58.11

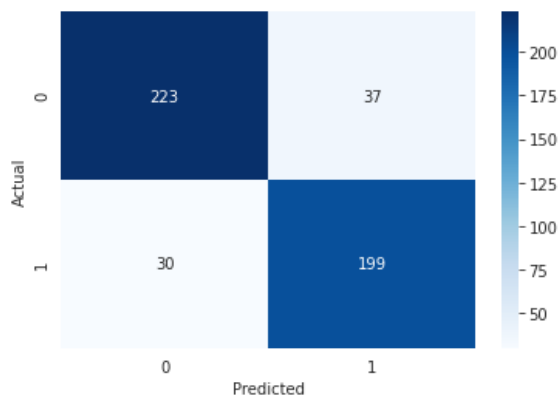
Prema datoj tabeli, uočava se da najbolji rezultat ostvaruje model slučajne šume, sa tačnošću predikcije od 86.09%.



Slika 72: Komparacija pet prediktivnih modela (ilustracija autora, 2020.).

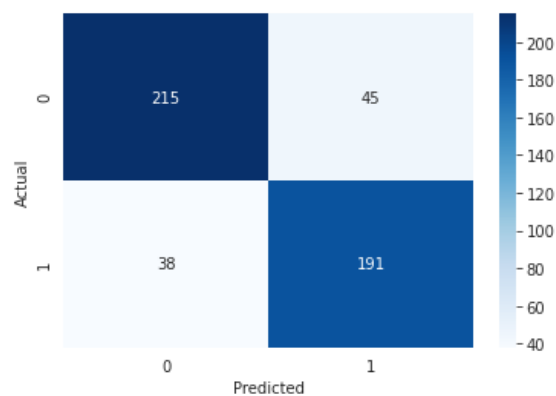
Poređenje kvaliteta predikcije analiziranih modela moguće je izvršiti i preko komparacije rezultata u okviru matrica konfuzije.

Za model slučajne šume, matrica konfuzije pokazuje da postoji 37 lažno popularnih objava, kao i 30 lažno nepopularnih.



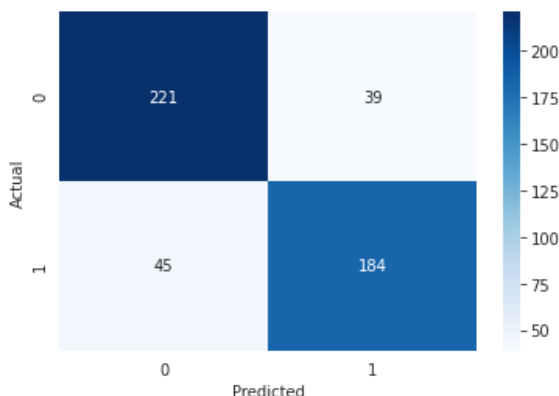
Slika 73: Matrica konfuzije za model slučajne šume (ilustracija autora, 2020.).

Za naredni model, odnosno logističku regresiju, rezultati su nešto slabiji, odnosno, broj lažno popularnih objava je 45, dok je broj objava lažno nepopularne 38.



Slika 74: Matrica konfuzije za model na bazi logističke regresije (ilustracija autora, 2020.).

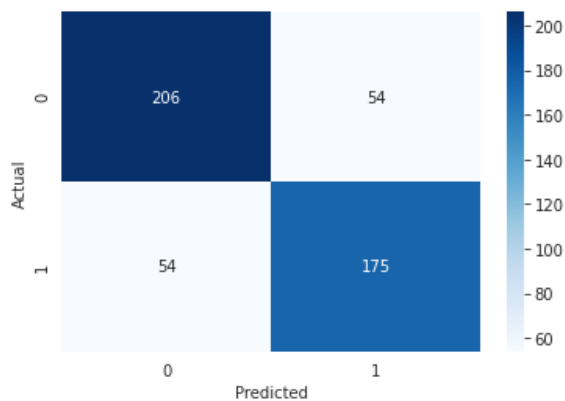
Za treći model po redu, odnosno, ekstremno gradijentno pojačavanje, matrica konfuzije pokazuje 39 lažno popularnih i 45 lažno nepopularnih objava.



Slika 75: Matrica konfuzije za model ekstremnog gradijentnog pojačavanja (ilustracija autora, 2020.).

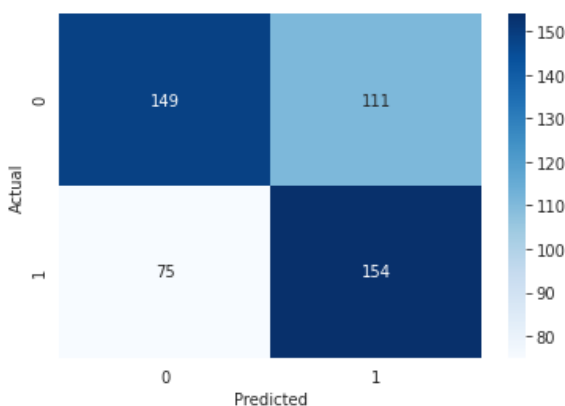
U okviru modela stabla pretrage, na matrici konfuzije se uočava postojanje 54 lažno popularne objave, koliko ima i lažno nepopularnih objava.





Slika 76: Matrica konfuzije za model stabla pretrage (ilustracija autora, 2020.).

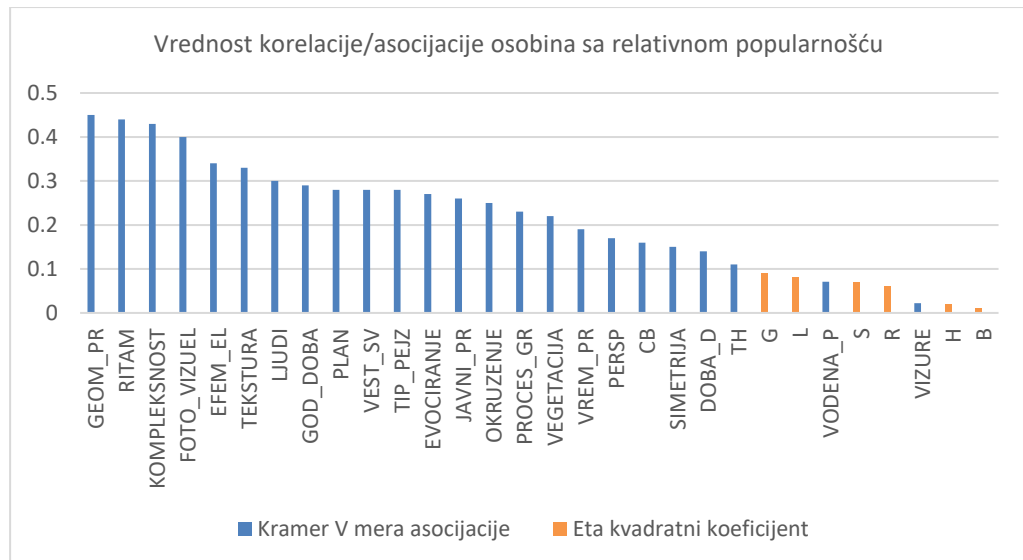
Poslednji model, odnosno, algoritam  $k$ -najbližih suseda, predviđa najveći broj lažno popularnih objava, odnosno njih 111, dok je lažno nepopularnih ukupno 75.



Slika 77: Matrica konfuzije za algoritam  $k$ -najbližih suseda (ilustracija autora, 2020.).

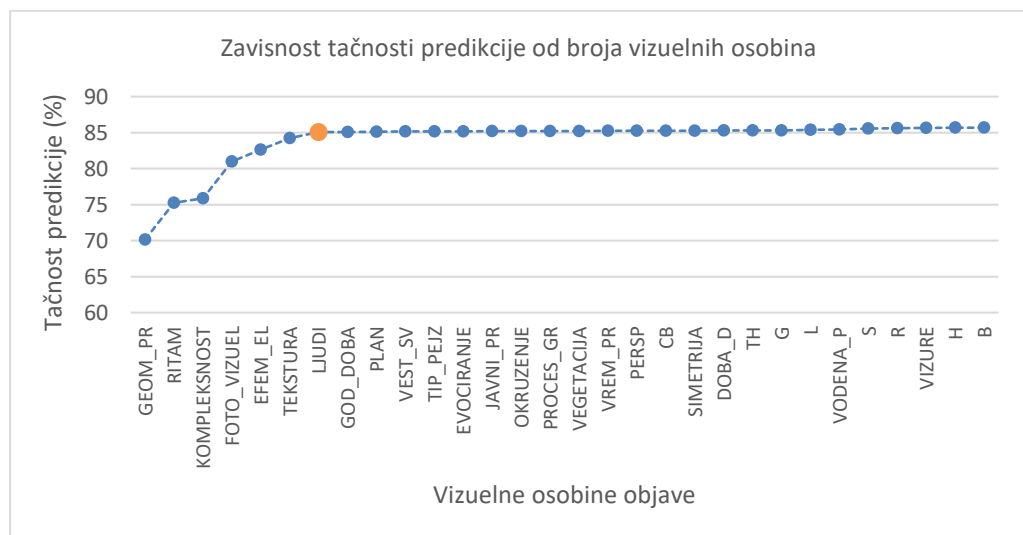
### 7.3 Optimizacija finalnog modela

Polazeći od činjenice da je popularnost objave ispitivana na osnovu trideset vizuelnih osobina, postavlja se pitanje da li svaka od njih ima podjednak uticaj na popularnost, a ukoliko nema, da li je u tom slučaju moguće optimizovati model, tako da se broj osobina smanji, a da tačnost predikcije ostane na visokom nivou? Drugim rečima, potrebno je ispitati da li model slučajne šume može da vrši jednako dobru predikciju popularnosti na osnovu manjeg broja vizuelnih parametara. U ovu svrhu, vizuelne osobine su rangirane prema vrednosti korelacije/asocijacije sa popularnošću. Različita mera povezanosti osobina sa popularnošću objave prikazana je na sledećem grafikonu.



Slika 78: Mera povezanosti svake vizuelne osobine sa relativnom popularnošću objave (ilustracija autora, 2020.).

Naredni korak jeste ispitivanje promene tačnosti modela kada se sukcesivno dodaje po jedna nova osobina, sa ciljem da se odredi tačka u kojoj dolazi do saturacije modela, odnosno moment kada se tačnost modela više neće povećavati, bez obzira na dodavanje novih parametara. Na osnovu toga, moguće je odrediti koje osobine objave će se odstraniti, jer ne igraju značajnu ulogu u predikciji. Ideja je krenuti od osobine sa najvećom korelacijom sa popularnošću i iskoristiti minimalan broj osobina koji daje zadovoljavajuću tačnost predikcije.



Slika 79: Tačnost predikcije modela slučajne šume sa povećanjem broja vizuelnih osobina koje se koriste u modelu (ilustracija autora, 2020.).

Na grafikonu se uočava da se predikcija tačnosti 70.14% može dobiti sa samo jednim parametrom, odnosno, geometrijskom pravilnošću objekta. Dodavanjem narednih šest osobina, koje uključuju ritam, kompleksnost, fotografiju *versus* vizuelizaciju,

efemerne elemente, teksturu i prisustvo ljudi, dobija se tačnost predikcije od 85.07%, što je veoma bliska vrednost maksimalnoj dobijenoj tačnosti od 85.68%. Ovo znači da se jednako kvalitetna predikcija popularnosti može dobiti korišćenjem sedam umesto trideset vizuelnih osobina objave, te će u svrhu jednostavnije interpretacije modela, preostale osobine biti izostavljene.

#### **7.4 Interpretacija modela**

Prema dobijenim rezultatima je utvrđeno da je za svaku Instagram objavu, koja prikazuje arhitektonski eksterijer, moguće sa 85.07% tačnosti predvideti da li će biti popularna ili ne, u odnosu na ostale objave posmatranog naloga. Za predikciju je neophodno znati nekoliko osobina objave i prikazane arhitekture, a ove osobine se mogu svrstati u dve grupe – oblikovanje i sadržaj.

- U grupi osobina koje opisuju arhitektonsko oblikovanje, prva osobina jeste geometrijska pravilnost objekta, koja može biti mala, umerena ili izrazita, što se utvrđuje na osnovu identifikacije objekata čiji su preseki bazirani na geometrijskim oblicima poput kvadrata, pravougaonika i trougla.
- Naredni neophodan podatak jeste u kojoj meri je izražen ritam arhitektonskih elemenata na prikazanom objektu, tj. da li je slabo, umereno ili veoma izražen.
- Treći potreban parametar uključuje informacije o kompleksnosti objekta. Na osnovu broja, raznovrsnosti i pravilnosti prostorne organizacije elemenata, potrebno je dati podatak o tome da li objava pripada kategoriji male, umerene ili izrazite kompleksnosti.
- Sledeća potrebna informacija tiče se teksture na fasadama i površinama prikazanog objekta, tačnije, da li pripada kategoriji slabo, umereno ili veoma izražene teksture.
- Naredna osobina jeste prisustvo efemernih elemenata na objavi, odnosno, neophodna je informacija da li je na objavi moguće detektovati ovakve elemente ili ne. Ova osobina spada u grupu sadržaja objave.
- Šesti potreban podatak jeste informacija o prisustvu ljudi na objavi, što je takođe karakteristika sadržaja objave.
- Poslednji neophodan parametar jeste informacija o tome da li je na objavi fotografija ili vizuelizacija.

Na osnovu navedenih sedam parametara moguće je dobiti visoko tačnu predikciju relativne popularnosti Instagram objave koja prikazuje arhitektonski eksterijer.

Ključne vizuelni atributi, na osnovu kojih se gradi model, opisuju geometriju i oblikovanje objekta, tj. koliko je to oblikovanje pravilno, kompleksno, prekriveno teksturama i ritmično. Mogući uzroci važnosti ovih osobina leže u pomenutoj fluidnosti percepcije<sup>120</sup> i jednostavnosti prikaza neophodnoj za sagledavanje u okruženju društvene mreže koja obiluje vizuelnim informacijama i kratkotrajnim vizuelnim stimulansima. Kada se radi o sadržaju, najvažniji parametri su prisustvo efemernih elemenata i ljudi, što su osobine koje dominantno utiču na formiranje sceničnosti i dekora, a upravo vizuelizacije su najplodnije tlo za takvu vrstu hipertrofirane naracije. Zaključak koji je moguće izvući iz ovih podataka jeste da se trend formira na bazi grafičkih osobina objave, te da sada i sama arhitektura teži integraciji površnih i dvodimenzionalnih senzacija, a da su taktilni i atmosferski aspekti ostali u drugom planu.

### **7.5 Empirijska validacija – anketno ispitivanje korisnika Instagrama**

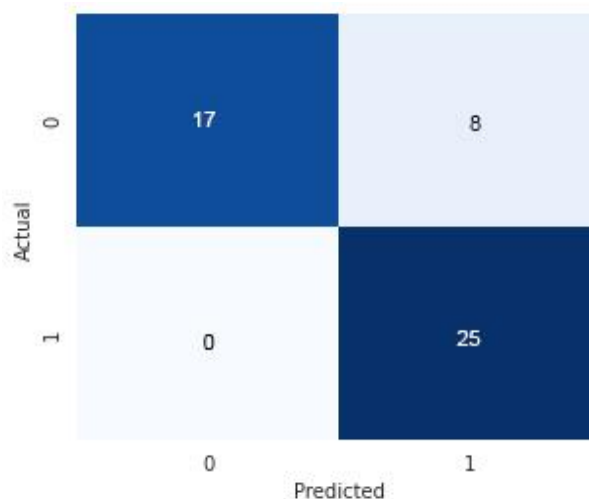
Osnovna ideja empirijske validacije predikcije, jeste ispitivanje koliko je moguće predvideti popularnost objave na bazi percepcije ispitanika, bez dodatnih informacija o predmetnom vizuelnom sadržaju. Ovim postupkom se stiče uvid u vizuelne preferencije korisnika Instagrama, kao i njihovu mogućnost da procene osobine vladajućeg trenda, što posledično može implicirati da se na ovaj način trendovi na društvenim mrežama obnavljaju. Prema metodološkom uputstvu za ispitivanje, datom od strane Tomesa i Hubnera<sup>61</sup>, anketno ispitivanje se zasniva na formiranju uzorka od 25 parova objava sa Instagram naloga, čije objave nisu prethodno korišćene u procesu obučavanja prediktivnog modela. Nalozi za anketno ispitivanje su nasumično odabrani sa bloga *Best New Architect*, koji omogućava promociju mladih i neafirmisanih arhitektonskih praksi, uz dodatni uslov da imaju minimalno 1000 pratilaca, i to su: *cebra\_architecture*, *holschernordberg*, *linkarkitektur*, *zasarchitects* i *vaillo.irigaray.architects*. Sa navedenih naloga, prikupljeno je ukupno 50 objava, odnosno 25 maksimalno i 25 minimalno lajkovanih. Odbačene su objave koje su prosečno popularne i sve one koje po sadržaju ne prikazuju arhitektonski eksterijer. Ispitivanje se sastoji od 25 parova objava, a u okviru svakog para, ispitanik može odabrati samo jednu, koja mu se na prvi pogled više sviđa. Važno je napomenuti da su parovi formirani tako da popularna objava dolazi u kombinaciji sa nepopularnom, i to po principu slučajne kombinacije. Takođe, nepopularne objave ne odudaraju od popularnih po tehničkom kvalitetu i dovršenosti prikaza.

Za svaku od navedenih objava prikupljeni su podaci o stvarnom broju lajkova, te ispitivanje ima za cilj da uporedi u kolikom procentu se perceptivna predikcija

ispitanika poklapa sa realnom popularnošću objave. Istovremeno, predikcija popularnosti za ove objave je proverena i putem primene prethodno formiranog modela, te se na kraju mogu uporediti tačnosti empirijske i računarske procene sa stvarnom popularnošću objava.

Ono što takođe igra važnu ulogu u rezultatima ankete, jeste način odabira ispitanika. Polazeći od činjenice da su za treniranje modela korišćene objave sa naloga novijih i manje afirmisanih arhitektonskih biroa, može se pretpostaviti da populacija njihovih pratilaca ima specifične estetske preferencije, koje su ustanovljene u procesu generisanja modela i korelacija između osobina objave sa popularnošću. Ukoliko se pitamo da li učesnici ankete mogu na bazi percepcije objave da predvide popularnost, neophodno je da oni pripadaju sličnoj populaciji kao pratilci koji su formirali bazu lajkova i trendova na uzorku objava korišćenom u obučavanju modela. Iz tog razloga, ispitanici su odabrani iz grupe pratilaca nekoliko naloga sa navedenog bloga, čije objave prethodno nisu korišćene ni u treniranju modela, niti u samoj anketi. Ovim se ima za cilj izbeći efekat odabira objave u anketi na bazi familijarnosti, ukoliko bi takva objava bila već viđena od pratilaca. Zbog međunarodne populacije pratilaca, koji učestvuju u ispitivanju, anketa je formulisana na engleskom jeziku, a potom prevedena na srpski jezik, za potrebe prilaganja anketnog lista u dodatku disertacije.

Popularnost odabranih objava, koje su korišćene u anketi, proverena je kroz prethodno formirani model predikcije, koji je za ovaj set podataka postigao tačnost predikcije od 84%. Za sve popularne objave, model je tačno predvideo klasu, dok među nepopularnim objavama postoji 8 lažno popularnih. Matrica konfuzije za ovaj uzorak je data na slici ispod. Ono što potencijalno objašnjava 8 pogrešno predviđenih klasa, jeste mogućnost da su navedene fotografije ili vizuelizacije objavljene na samim počecima naloga, kada korisnici nisu imali veliki broj pratilaca, pa je i sama objava dobila manji broj lajkova, iako po vizuelnim parametrima pripada klasi popularnih objava.

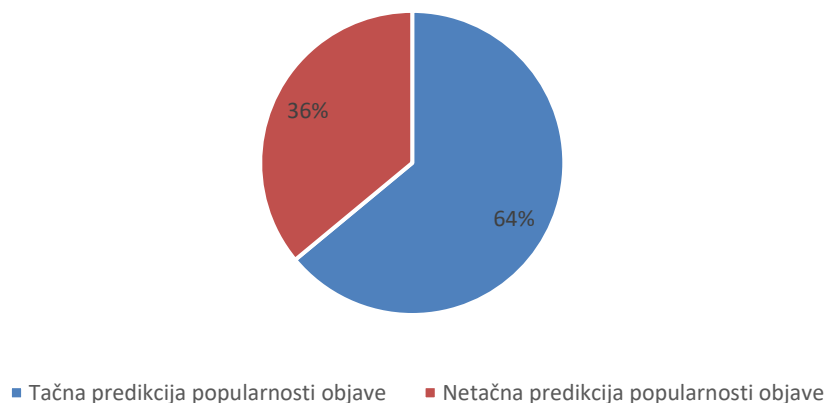


	0	1
Actual 0	17	8
Actual 1	0	25
	0	1
	Predicted	

Slika 80: Matrica konfuzije za set objava čija se predikcija popularnosti proverava kroz anketu (ilustracija autora, 2020.).

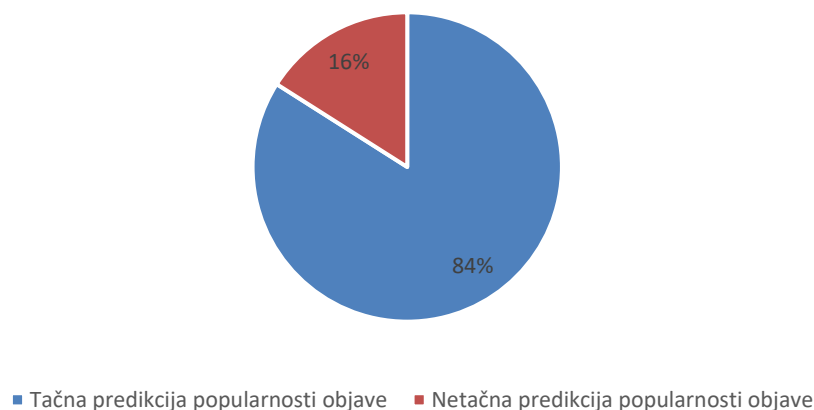
Na anketu datu u *online* formi odgovorilo je 150 ispitanika, odabranih među pratiocima naloga promovisanih na blogu *Best New Architects*, a čije objave nisu korišćene ni u treniranju modela, niti u samoj anketi. Anketni list je priložen u Dodatku C. Izrada i popunjavanje ankete je izvršeno u periodu između 01.09.2020. i 08.09.2020. godine. Procenat predikcije koji je postignut empirijski, odnosno na bazi percepcije objava je 64%, odnosno ispitanici su u 64% slučajeva pogodili da se radi o popularnoj objavi, u poređenju sa stvarnim brojem lajkova koje je ta objava dobila. Iz navedenih rezultata se uočava da je predikcija popularnosti objave moguća i na osnovu same percepcije fotografije ili vizuelizacije, što potvrđuje postojanje specifičnog ukusa za arhitektonske objave kod ispitanih korisnika društvene mreže. U odnosu na metodološki sličnu anketu, objavljenu u radu *Instagram likes for architectural photos can be predicted by quantitative balance measures and curvature*,<sup>61</sup> procenti tačnosti predikcije se najvećim delom poklapaju.

Predikcija popularnosti objave od strane ispitanika u anketi



Slika 81: Prikaz tačnosti predikcije u okviru ankete (ilustracija autora, 2020.).

Tačnost *random forest* modela predikcije popularnosti objave



Slika 82: Prikaz tačnosti predikcije modela slučajne šume, na uzorku korišćenom u anketi (ilustracija autora, 2020.).

Objave za koje su ispitanici pogrešno procenili da će biti popularne, uglavnom se odlikuju prisustvom ritmično raspoređenih arhitektonskih elemenata i pravilnom geometrijom, što su osnovni parametri koji su prema statističkim podacima povezani sa visokom popularnošću, čime se objašnjava jedan broj pogrešno procenjenih objava. Takođe, kao i u slučaju pogrešnih predikcija u okviru računarskog modela, mogući uzrok leži u činjenici da pojedine objave po vizuelnim osobinama imaju visoku korelaciju sa popularnošću, ali su na društvenu mrežu postavljene na samom početku nekog korisničkog naloga, kada je broj pratilaca bio mali, pa je samim tim objava dobila manje lajkova. Takođe, broj lajkova na svakoj objavi je kumulativan, odnosno, popularnost neke objave se formira u dužem vremenskom periodu. Sa druge strane, period izrade ankete obuhvata znatno kraći vremenski interval, što može objasniti

određeni broj pogrešno procenjenih objava. Dodatno, potrebno je naglasiti da je između prikupljanja objava za obučavanje modela i za anketu proteklo više od godinu dana, te razlika u tačnosti predikcije može biti jedan od indikatora promene trenda, odnosno zasićenja ustanovljenim estetskim preferencijama, kao i indikator brzine ovog procesa. U okviru istog seta podataka, model predikcije je na osnovu 30 vizuelnih osobina postigao značajno veću tačnost, te kao alat ima prednost u odnosu na perceptivnu procenu popularnosti objave.



## 8 Zaključna razmatranja

Najvažnija tema u okviru disertacije se odnosi na mogućnosti predikcije popularne objave na društvenoj mreži Instagram, na utvrđivanje koje vizuelne osobine imaju značajnu korelaciju sa relativnom popularnošću i, konačno, na samo formiranje i validaciju modela predikcije popularnosti objave. Formirane su četiri grupe podataka, čiji je uticaj na popularnost proveren kroz ispitivanje korelacije i asocijacije ovih osobina sa popularnošću. Ispitane osobine pripadaju grupama: boje i kompozicija objave, oblikovanje, ekspresivni sadržaj i kontekst.

Prvi deo rezultata istraživanja se bazira na uspostavljanju odnosa između ovih osobina i popularnosti, pri čemu je ustanovljeno da na relativnu popularnost objave najviše utiču sledeće osobine: geometrijska pravilnost, ritam, vizuelna kompleksnost objave, da li je u pitanju fotografija ili vizuelizacija, prisustvo efemernih elemenata, izražena tekstura i prisustvo ljudi na objavi. Navedene osobine pripadaju kategorijama oblikovanja, ekspresivnog sadržaja i kompozicije objave, a najznačajnije vrednosti korelacije sa popularnošću imaju atributi iz grupe oblikovanja prikazane arhitekture. U toku odabira osobina koje će biti analizirane, jedna od početnih pretpostavki je bila da afektivne atmosfere na objavi mogu igrati značajnu ulogu u popularnosti. Međutim, statističkom obradom podataka je ustanovljeno da ovakve osobine imaju manje značaja u odnosu na one iz kategorije oblikovanja. Ono što korisnici Instagrama najviše lajkuju odlikuje se pravilnim geometrijskim oblicima, izraženom teksturom, ritmično raspoređenim elementima, i to po mogućstvu, sa rotacionom nepromenljivošću, odnosno, objave koje nemaju „vrh“ i „dno“, te se mogu rotirati bez gubljenja semantičke vrednosti. Dalje, mala vizuelna kompleksnost objave, koja podrazumeva mali broj prikazanih elemenata, malu raznovrsnost i pravilnost prostorne organizacije. Potom, prisustvo ljudi i efemernih elemenata na objavi i konačno, favorizuju se vizuelizacije u odnosu na fotografije. Upravo su vizuelizacije odlična podloga za hipertrofiranu naraciju i naglašavanje dekorativnih, efemernih elemenata, koji nisu sastavni deo arhitekture, već služe evociranju određenih scenarija korišćenja prostora. Drugim rečima, popularnost se mahom zasniva na grafičkim senzacijama, kako je prikazano u poglavlju *Trendovi – kompromitovanje autentičnosti ili promocija arhitekture?* Interesantno je na ovom mestu povući paralelu sa terminologijom koju su Skot Braun i Venturi razvili početkom 1970-tih godina prošlog veka. Naime, u knjizi *Pouke Las Vegasa*, ovi autori se osvrću na intenzivnu primenu dekoracije u arhitekturi i razvijaju pojam „patke“, koju definišu kao mesta „gde su arhitektonski sistemi sastavljeni od prostora, strukture i programa potopljeni i

iskrivljeni sveobuhvatnom simboličkom formom.<sup>214</sup> Ziliakus navodi da su inspiraciju za ovakvu terminologiju predstavljali rasprostranjeni objekti oblikovani tako da doslovno prezentuju proizvod koji nude, što je kritikovano kao eksplicitan primer kiča.<sup>215</sup> U tom smislu, potvrda postojanja globalno prisutnih trendova na društvenim mrežama, povlači neophodnost održavanja kritičke distance prema bezuslovnom prihvatanju oblikovnih faktora popularnosti, bez obzira koliko ova praksa može marketinški da poboljša poziciju arhitektonske prakse.

Naredni deo rezultata istraživanja se odnosi na formiranje pet različitih prediktivnih modela, čije performanse su upoređene, te je kao konačni odabran model na bazi algoritma slučajne šume. Ovaj model predviđa popularnu objavu u oblasti arhitekture sa tačnošću od 86.09%. Prema prikazanom grafikonu saturacije, uočava se da je od analiziranih trideset osobina objave, za uspešnu predikciju dovoljno samo sedam, što značajno olakšava proces primene ovog modela u okviru budućih istraživanja i drugačijeg seta podataka. Nedostatak ovog modela jeste mogućnost smanjenja tačnosti predikcije, ukoliko bi se za obučavanje koristio raznovrsniji set podataka, odnosno baza objava čija je relativna popularnost formirana od strane manje ujednačene populacije. Kada se radi o generalnoj mogućnosti predikcije, kroz anketno ispitivanje pratilaca Instagram naloga arhitektonskih biroa, ustanovljeno je da se i na prvi pogled može relativno uspešno proceniti kakva objava bolje prolazi na ovoj društvenoj mreži. Drugim rečima, u okviru ispitane populacije, formiran je jasno određen ukus, odnosno, estetske preferencije u oblasti arhitektonske fotografije i vizuelizacije.

Pitanje od značaja u zaključnom delu istraživanja se odnosi na implikacije činjenice da se trendovi mogu, ne samo detektovati, već se i aktivno preslikavaju na savremenu arhitektonsku produkciju. Pišući o tome kako Instagram menja proces projektovanja, Sajed navodi: „Iako bi se arhitekta ili dizajner enterijera ranije mogao usredsrediti na to kako će prostor, svojim atmosferskim kvalitetima, činiti da se čovek oseća, fotografisanje tih prostora nije bilo prioritet u njegovom dizajnu. Sa Instagramom se prioriteti izvrću: sada je najvažnije kako prostor izgleda, kada se fotografije“ i daje primer odbacivanja upotrebe prigušenog osvetljenja u dizajnu, s obzirom na to da fotografije pod ovakvim osvetljenjem imaju slab kvalitet.<sup>82</sup>

---

<sup>214</sup> Venturi, R., Scott Brown, D. & Izenour, S. (1988). Learning from Las Vegas. Massachusetts: The MIT Press.

<sup>215</sup> Zilliacus, A. (2018). Sin City Embellishment: Expressive or Kitsch? ArchDaily. Preuzeto sa: <https://www.archdaily.com/797803/sin-city-embellishment-expressive-or-kitsch> (06.09.2020.)

Sa druge strane, inherentna osobina trendova jeste njihova prolaznost i promenljivost. U istraživanju sprovedenom u SAD-u 1993. godine, nazvanom „*The People's Choice*“, umetnici Vitali Komar i Aleksander Melamid su kroz anketu ispitili vizuelne preferencije u okviru slika. Rezultati otkrivaju da 60% ispitanika favorizuje jasne figure u odnosu na apstraktne ili stilizovane slike: „Oštri uglovi, geometrijski oblici i jasno razgraničene boje su se pokazali veoma nepopularnim.“<sup>216</sup> Prema navedenom, zaključci ove ankete su u potpunosti suprotni rezultatima istraživanja u okviru disertacije, što implicira da estetske preferencije i trendovi mogu značajno evoluirati kroz vreme, kao i da zavise od ispitane populacije. Polazeći od dugotrajnosti, kao jedne od važnih osobina arhitektonskih dela, jasno je da pribegavanje površnim, grafičkim senzacijama, iz kategorije savremenih estetskih trendova, može rezultirati umanjnjem vrednosti takvog dela, u momentu kada se trend promeni. Kako navodi Benjamin, primanje arhitekture, pored toga što je optičko, uvek je i taktilno, te se ove dve kategorije poimanja prostora ne mogu odvojiti.<sup>88</sup> U kontekstu marketinških praksi na društvenim mrežama, hijerarhija funkcija arhitekture se značajno menja, te dolazi do primetnog prevladavanja njene komunikološke funkcije. Miškeljin navodi da je podređeno mesto egzistencijalne komponente arhitekture neodrživo: „Osnovni razlog neodrživosti je u tome što ovakav pristup narušava uslov da taktilno primanje uslovljava optičko. Priroda arhitekture je suprotna logici potrošačkog društva. Drugim rečima, dajući prednost senzacijama spektakla, naglašava se trenutni efekat, dok se u drugi plan postavlja iskustvo korisnika prostora, koje podrazumeva trajanje.“<sup>217</sup>

Kontrarno uočenim trendovima, moguće je identifikovati pojedina nastojanja unutar savremene arhitektonske produkcije, koja svoje delovanje usmeravaju upravo suprotno od ustanovljenih preferencija na društvenim mrežama. Dženings se pita da li bi arhitekti trebalo da dizajniraju provokativne objekte, anti-Instagram estetike, kako bi se oduprli vizuelnim konvencijama društvenih mreža i vratili u fokus doživljaj nekog prostora, umesto njegove reprezentacije.<sup>218</sup> Upravo na tragu ovakvog pristupa su dizajnirani pojedini objekti u okviru kojih su autori želeli da iskustvo postave u prvi plan – jedan od njih je pomenuti Gordon Remzijev *Lucky Cat* restoran u

---

<sup>216</sup> Sutton, B. (2018). This Is America's Most Wanted Painting. Artsy.net. Preuzeto sa: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-komar-melamid-americans-painting-thought-wanted#:~:text=The%20most%2Dwanted%20painting%20Komar,touched%20up%20by%20Thomas%20Kinkade.> (06.09.2020.)

<sup>217</sup> Miškeljin, I. (2013). Pluralizam arhitektonskih identiteta na prelasku iz XX u XXI vek. Doktorska disertacija. Novi Sad: Fakultet tehničkih nauka.

<sup>218</sup> Jennings, W. (2019). Should architects design provocatively ugly architecture that does not conform to Instagram's aesthetic conventions? Dezeen. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2019/09/05/anti-instagram-architecture-will-jennings/> (06.09.2020.)

Londonu, čiji enterijer je projektovan sa ciljem ometanja fotografisanja.<sup>91</sup> Na tu temu, globalni prognozer trendova, Valter Tompson, navodi da će u toku 2020. godine, jedan od glavnih trendova u oblasti enterijera restorana biti anti-Instagram estetika.<sup>219</sup> Osvrćući se na osnovne postulate ekonomije iskustva, date od strane Pajna i Gilmora 1999. godine<sup>220</sup>, Petermans i Klempel sugerišu da bi savremeni dizajn trebalo da bude usmeren ka vrednostima poput autentičnosti i stvaranju odgovarajućih atmosfera, budući da iskustva predstavljaju izvor novih oblika vrednosti.<sup>221</sup> Drugim rečima, smena od estetske ka ekonomiji iskustva donosi mogućnost da se u fokus arhitektonske produkcije vrati taktilnost i doživljaj prostora.

### **8.1 Mogućnosti daljih istraživanja**

Polazeći od dva osnovna ishoda istraživanja, čiji je dominantni fokus identifikacija parametara arhitektonske objave, koji doprinose njenoj uspešnosti na društvenim mrežama i formiranje modela predikcije popularnosti objave, moguće je definisati nekoliko pravaca – kako za primenu dobijenih rezultata, tako i za buduća istraživanja. Polazeći od visoke tačnosti predikcije, koja se postiže dobijenim modelom, prva i najočiglednija mogućnost primene rezultata se nalazi u oblasti marketinga, odnosno, popularizacije arhitekture. Kroz mogućnost uvida u trendove, arhitektima se pruža alat u vidu jasno definisanih preporuka – ne samo na koji način fotografisati objekat, već i kakav vizuelni sadržaj je potreban, kako bi objava na društvenim mrežama dostigla maksimum popularnosti.

Kada se radi o samom modelu, u okviru daljih istraživanja je moguće proveriti opciju poboljšanja performansi modela, i to upotrebom drugačijih vizuelnih parametara, koji se mogu odabrati na osnovu korelacija dobijenih u okviru postojećeg modela. Istovremeno, moguće je istražiti setove podataka iz drugih oblasti arhitekture, koje su popularne na društvenim mrežama, poput fotografija i vizuelizacija enterijera. Takođe, jedan od mogućih pravaca za dalje nadograđivanje modela jeste provera tačnosti predikcije bez upotrebe tabelarnih podataka o objavama, odnosno, na osnovu samog vizuelnog sadržaja.

Nadovezujući se na prethodno iznesene teze o potrebnom kritičkom otklonu prema trendovima na društvenim mrežama, mogućnost detektovanja trenda arhitektima daje

---

<sup>219</sup> Grant, K. (2020). Restaurants could start painting their walls brown as an anti-Instagram measure. Inews. Preuzeto sa: <https://inews.co.uk/inews-lifestyle/food-and-drink/anti-instagram-interiors-restaurant-trends-2020-report-387798> (06.09.2020.)

<sup>220</sup> Pine, J. & Gilmore, J. (1999). The experience economy: work is theatre and every business a stage. Boston: Harvard Business School Press.

<sup>221</sup> Petermans, A. & Van Cleempoel, K. (2009). Retail Design and the Experience Economy: Where Are We (Going)?: Design Principles & Practices. 3. 171-181.

priliku za uvođenje novih projektantskih pristupa, te za proveru njihove prihvaćenosti u odabranim populacijama. Uzimajući u obzir popularne aspekte objave, u okviru budućih istraživanja je moguće ispitati opcije upotrebe takvih elemenata u kontekstu edukacije, odnosno, zajedno sa inovativnim projektantskim pristupima, koji će u fokus vratiti utilitarnu i egzistencijalnu funkciju arhitekture, a izbeći vizuelni konformizam.

## **Popis literature**

Abidin, C. (2014). #In\$tagLam: Instagram as a repository of taste, a burgeoning marketplace, a war of eyeballs. In M. Berry & M. Schleser (eds): *Mobile media making in an age of smartphones*. New York: Palgrave Macmillan.

Adorno, T. (1979). *Estetička teorija*. Beograd: Nolit.

Akoglu, H. (2018). User's guide to correlation coefficients. *Turkish Journal of Emergency Medicine*. 18.

Alexa. The top 500 sites on the web. Preuzeto sa: <https://www.alexa.com/topsites> (30.08.2020.)

Alison, A. (1790). *Essays on the nature and principles of taste*. London: J. J. G. and G. Robinson.

Anderson B (2009) Affective atmospheres. *Emotion, Space and Society* 2. 77–81.

APS | Association for Psychological Science (2013). No Pictures, Please: Taking Photos May Impede Memory of Museum Tour. Preuzeto sa: <https://www.psychologicalscience.org/news/releases/no-pictures-please-taking-photos-may-impede-memory-of-museum-tour.html> (22.08.2020.)

Aral, S. & Walker, D. (2012). Identifying influential and susceptible members of social networks. *Science*, 337(6092). 337–341.

Armada, J. (2012). *Sustainable Ephemeral: Temporary Spaces with Lasting Impact*. Syracuse University Honors Program Capstone Projects. 111.

Arnold, A. (2018). Instagram Worthy: How Social Media Has Reshaped Our Ideas On Attractive Design. *Forbes*. Preuzeto sa: <https://www.forbes.com/sites/andrewarnold/2018/03/29/instagram-worthy-how-social-media-has-reshaped-our-ideas-on-attractive-design> (22.08.2020.)

Arriaza, Manuel & Cañas-Ortega, J.F. & Cañas-Madueño, J.A. & Avilés, Pedro. (2004). Assessing the visual quality of rural landscapes. *Landscape and Urban Planning*. 69. 115-125.

Barger V., Labrecque L. (2013). An integrated marketing communications perspective on social media metrics. *International Journal of Integrated Marketing Communications*. 64-76.

Bauerly, M. & Liu, Y. (2008). Effects of Symmetry and Number of Compositional Elements on Interface and Design Aesthetics. *International Journal of Human-Computer Interaction* 24(3), 275-287.

Benjamin, W. (2006). *The Work of Art in the Age of its Technological Reproducibility*. Selected Writings 3. Harvard University Press. 103.

Berlyne, D. E. (1958). The influence of complexity and novelty in visual figures on orienting responses. *Journal of Experimental Psychology*, 55(3), 289–296.

- Berlyne, D. E. (1971). *Aesthetics and Psychobiology*. New York, NY: Appleton-Century-Crofts.
- Berlyne, D. E. (1963). Complexity and incongruity variables as determinants of exploratory choice and evaluative ratings. *Can.J.Psychol.* 17, 274–290.
- Bhattacharya, S., Sukthankar, R. & Shah, M. (2010). A framework for photo-quality assessment and enhancement based on visual aesthetics. *Proc. Int. Conf. Multimedia.* 271-280.
- Birkhoff, D. G. (1933). *Aesthetic Measure*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bodrijar, Ž. (1991). *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad: Svetovi.
- Bogdanović, K., & Burić, B. (2013). *Teorija forme*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Böhme G (1993) Atmosphere as the fundamental concept of a new aesthetics. *Thesis Eleven* 36: 113–126.
- Bohme, G. (2003). Contribution to the Critique of the Aesthetic Economy. *Thesis Eleven.* 73. 71-82.
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *J. Computer-Mediated Communication.* 13. 210-230.
- Boyd, D. & Ellison, N. (2010). Social network sites: definition, history, and scholarship. *IEEE Engineering Management Review*, 38, 16-31.
- Bronstad, P. & Russell, R. (2007). Beauty is in the ‘we’ of the beholder: Greater agreement on facial attractiveness among close relations. *Perception*, vol. 36, no. 11. 1674-1681.
- Brubaker, P. & Wilson, C. (2018). Let’s give them something to talk about: Global brands’ use of visual content to drive engagement and build relationships. *Public Relations Review.* 44.
- Caverlee, J. & Webb, S. (2008). A large-scale study of myspace: Observations and implications for online social networks. In *Proc. ICWSM*.
- Chan, C. (2012). Phenomenology of rhythm in design. *Frontiers of Architectural Research.* 1. 253–258.
- Chayka, K. (2016). How Silicon Valley helps spread the same sterile aesthetic across the world. *The Verge*. Preuzeto sa: <https://www.theverge.com/2016/8/3/12325104/airbnb-aesthetic-global-minimalism-startup-gentrification> (22.08.2020.)
- Chen, J. (2020). Important Instagram stats you need to know for 2020. *SproutSocial*. Preuzeto sa: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/> (07.08.2020.)
- Chen, T. & Guestrin, C. (2016). XGBoost: A Scalable Tree Boosting System. Preuzeto sa: <https://www.kdd.org/kdd2016/papers/files/rfp0697-chenAemb.pdf> (27.09.2020.)

Chi-Square Test for Association using SPSS Statistics. Laerd Statistics. Preuzeto sa: <https://statistics.laerd.com/spss-tutorials/chi-square-test-for-association-using-spss-statistics.php> (23.09.2020.)

Chomsky, N. (2017). You can't educate yourself by looking things up online. Salon. Preuzeto sa: [https://www.salon.com/2017/01/03/noam-chomsky-you-cant-educate-yourself-by-looking-things-up-online\\_partner/](https://www.salon.com/2017/01/03/noam-chomsky-you-cant-educate-yourself-by-looking-things-up-online_partner/) (31.08.2020.)

Chyka, K. (2016). Same old, same old. How the hipster aesthetic is taking over the world. The Guardian. Preuzeto sa: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/aug/06/hipster-aesthetic-taking-over-world> (22.08.2020.)

Cohen, J. (1988). Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Cool and Warm Colors. <http://renketkisi.com/en/cool-and-warm-colors.html> (12.03.2020.)

Cooper, P. (2019). 23 YouTube Statistics that Matter to Marketers in 2020. Hootsuite. Preuzeto sa: <https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/> (06.08.2020.)

Crook, L. (2019). Thomas Heatherwick designed the Vessel to „bring people together“. Dezeen. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2019/03/22/thomas-heatherwick-studio-vessel-hudson-yards-movies/> (01.09.2020.)

Cullen, G. (2003). The Concise Townscape (M. Tabibian, Trans.). Tehran Tehran University Press.

Dancey, C. P., & Reidy, J. (2011). Statistics without maths for psychology. Harlow: Prentice Hall.

Dangeti, P. (2017). Statistics for Machine Learning. Birmingham: Packt Publishing.

Datta R., Joshi D., Li J., Wang J.Z. (2006) Studying Aesthetics in Photographic Images Using a Computational Approach. In: Leonardis A., Bischof H., Pinz A. (eds) Computer Vision – ECCV 2006. ECCV 2006. Lecture Notes in Computer Science, vol 3953. (pp. 288-301). Heidelberg: Springer.

Datta, R., Joshi, D., Li, J. & Wang, J. (2006). Studying Aesthetics in Photographic Images Using a Computational Approach. In: Leonardis, A., Bischof, H., Pinz, A. (eds) ECCV 2006. LNCS. 3951. Heidelberg: Springer.

Datta, R., Li, J. & Wang, J. Z. (2007). Learning the Consensus on Visual Quality for Next-Generation Image Management. Proceedings of the ACM Multimedia Conference. 533-536.

David, G. (2010). Camera phone images, videos and live streaming: A contemporary visual trend. Visual Studies, 25(1), 89–98.

Dean Hund, E. (2019). The Influencer Industry: Constructing And Commodifying Authenticity On Social Media. Publicly Accessible Penn Dissertations. 3636. Preuzeto sa: <https://repository.upenn.edu/edissertations/3636> (21.08.2020.)



- Debord, Guy. (1994). *The society of the spectacle*. New York: Zone Books.
- Decision Tree Classifier. Scikit-learn. Preuzeto sa: <https://scikit-learn.org/stable/modules/generated/sklearn.tree.DecisionTreeClassifier.html> (07.10.2020.)
- Degen, M., Melhuish, C., & Rose, G. (2017). Producing place atmospheres digitally: Architecture, digital visualisation practices and the experience economy. *Journal of Consumer Culture*, 17(1), 3–24.
- Den Heijer, E. (2012). Evolving art using measures for symmetry, compositional balance and liveliness. *IJCCI 2012 - Proceedings of the 4th International Joint Conference on Computational Intelligence*. 52-61.
- Dev, V. & Eden, M. (2019). Gradient Boosted Decision Trees for Lithology Classification. In Muñoz, S., Laird, C. & Realf, M. (Eds.) *Computer Aided Chemical Engineering*, Elsevier. 47. 113-118.
- Discord. <https://discord.com/why-discord-is-different> (07.08.2020.)
- Dodge, Y. (2008). *The Concise Encyclopedia of Statistics*. New York: Springer.
- Dorrian, M. (2008). *The Way the World Sees London: Thoughts on a Millennial Urban Spectacle*. In A. Vidler (Ed.), *Architecture Between Spectacle and Use* (1 ed., pp. 41-57). Clark, Sterling & Francine Art Institute.
- DuChemin, D. (2015). *The Visual Toolbox: 60 Lessons for Stronger Photographs*. San Francisco: New Riders.
- Dutton, D.(2009). *The Art Instinct*. New York: Oxford University Press.
- Dziubuk, M. (2013). *Social Media, Public Sphere and Globalization. Making Sense of Social Media*. Preuzeto sa: <https://wpmu.mah.se/nmict132group9/2013/10/06/social-media-public-sphere-and-globalization/> (31.08.2020.)
- Eco, U. (2004). *On Beauty*. London: Seeker & Warburg.
- Eco, U. (2007). *On Ugliness*. London: Harvill Secker.
- Edensor, T. (2012). Illuminated Atmospheres: Anticipating and Reproducing the Flow of Affective Experience in Blackpool. *Environment and Planning D: Society and Space*, 30(6), 1103–1122.
- Edensor, T. (2015). Light design and atmosphere. *Visual Communication*. 14. 331-350.
- Edosomwan, S., Prakasan, S.K., Kouame, D., Watson, J. & Seymour, T. (2011). The history of social media and its impact on business. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*. 16. 79-91.
- Entwistle, J. (2002). The Aesthetic Economy. The production of value in the field of fashion modelling. *Journal of Consumer Culture*. 2. 317-339.
- Eranti, V., & Lonkila, M. (2015). The social significance of the Facebook Like button. *First Monday*, 20 (6).

- Fairs, M. (2018). Creating instagrammable moments "now part of architectural briefs" says Farshid Moussavi. Dezeen. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2018/06/05/instagram-moments-farshid-moussavi-instagram-architecture/> (21.08.2020.)
- Fairs, M. (2018). Instagram design guide shows architects how to create „a visual sense of amazement“. Dezeen. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2018/06/12/instagram-design-guide-architects-design-hotel/> (22.08.2020.)
- Ferrara, E., Interdonato, R. & Tagarelli, A. (2014). Online Popularity and Topical Interests through the Lens of Instagram. Proceedings of the 25th ACM conference on Hypertext and social media. 24-34.
- Ferrara, E., Interdonato, R. & Tagarelli, A. (2014). Online Popularity and Topical Interests through the Lens of Instagram. Proceedings of the 25th ACM conference on Hypertext and social media. 24-34.
- Festa, P. (2004). Investors snub Friendster in patent grab. CNet News. Preuzeto sa: <https://www.cnet.com/news/investors-snub-friendster-in-patent-grab/> (06.08.2020.)
- Fitzgerald, E. (2020). Instant Gramification. 99% Invisible. Preuzeto sa: <https://99percentinvisible.org/episode/instant-gramification/> (21.08.2020.)
- Fleming, R. W., Wiebel, C. & Gegenfurtner K. (2013). Perceptual qualities and material classes. Journal of Vision 13(8):9. 1–20.
- Freeman, M. (2007). The Photographer's Eye: Composition and Design for Better Digital Photos. Ilex Press.
- Friedenberg, J. (2017). Geometric Regularity, Symmetry and the Perceived Beauty of Simple Shapes. Empirical Studies of the Arts. 36.
- Fritz, C. & Morris, P. (2018) Eta squared. In: Frey, B. (Ed.) The SAGE Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation. London: SAGE Publications.
- Fuchs, C. & Sandoval, M. (2014). Critique, Social Media and the Information Society. New York: Routledge.
- Fuchs, C. (2008). Internet and society: Social theory in the information age. New York: Routledge
- Fujii, K., Sugi, S. & Ando, Y. (2003). Textural properties corresponding to visual perception based on the correlation mechanism in the visual system. Psychological research. 67. 197-208.
- Gábor, S. & Huberman, B. A. (2010). Predicting the popularity of online content. Commun. ACM 53. 80-88.
- Garner, W. R. & Clement, D. E. (1963). Goodness of Pattern and Pattern Uncertainty. Journal Of Verbal Learning And Verbal Behavior 2. 446-452.
- Gartus, A. & Leder, H. (2013). The Small Step toward Asymmetry: Aesthetic Judgment of Broken Symmetries. i-Perception. 4. 361-364.

Gartus, A., & Leder, H. (2017). Predicting perceived visual complexity of abstract patterns using computational measures: The influence of mirror symmetry on complexity perception. *PLOS One*. 12.

Get Average Color. <https://matkl.github.io/average-color/> (05.03.2020.)

Gilbert, E., Bakhshi, S., Chang, S. & Terveen, L. (2013). „I need to try this!“. A statistical overview of Pinterest. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*. 2427-2436.

Gilmore, J. & Pine, J. (2007). *Authenticity: What consumers really want*. Boston: Harvard Business School Press.

Glassner, A. (1991). *An Introduction to Ray Tracing*. London: Academic Press Limited.

González, F., (1981). *Ecología y Paisaje*. Ed. Blume, Madrid.

Grant, K. (2020). Restaurants could start painting their walls brown as an anti-Instagram measure. *Inews*. Preuzeto sa: <https://inews.co.uk/inews-lifestyle/food-and-drink/anti-instagram-interiors-restaurant-trends-2020-report-387798> (06.09.2020.)

Güçlütürk, Y., Jacobs, R., & Lier, R. (2016). Liking versus Complexity: Decomposing the Inverted U-curve. *Frontiers in Human Neuroscience*. 10.

Haley, S. (2018). *Perspective drawing*. Tempe: Tempe Digital.

Harris, R. (2013). Social media ecosystem mapped as a wiring diagram. *Harris Social Media*. Preuzeto sa: <http://harrissocialmedia.com/2009/social-media-ecosystem-mapped-as-a-wiring-diagram/> (31.08.2020.)

Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, 8, 125 - 147.

Heiderich, T. *Cinematography Techniques: The Different Types of Shots in Film*. 6–7. Preuzeto sa: <https://www.oma.on.ca/en/contestpages/resources/free-report-cinematography.pdf> (01.04.2020.)

Henke, K. (2013). Postmodern Authenticity and the Hipster Identity. *Forbes & Fifth: Office for undergraduate research*. Preuzeto sa: <http://archive.forbes5.pitt.edu/ojs/index.php/forbes5/article/viewFile/12/16> (22.08.2020.)

Hernández, B. & Hidalgo, M. (2005). Effect of urban vegetation on psychological restorativeness. *Psychological reports*. 96. 1025-8.

Highfield, T. & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*. 2:1, 47-62.

Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1).

Hochman, N. (2012). Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms. Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.

Hochman, N., & Manovich, L. (2013). Zooming into an instagram city: Reading the local through social media. *First Monday*, 18, 7.

Hönekopp, J. (2006). Once more: Is beauty in the eye of the beholder? Relative contributions of private and shared taste to judgments of facial attractiveness. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*. 32 199–209.

Howarth, P. & Rüger, S. (2004). Evaluation of Texture Features for Content-Based Image Retrieval. 3115. 326-334.

<https://publications.parliament.uk/pa/cm200203/cmselect/cmodpm/673/673.pdf>  
(30.04.2020.)

[https://www.london.gov.uk/sites/default/files/gla\\_migrate\\_files\\_destination/Public%20space%20June%202011%20Webme.pdf](https://www.london.gov.uk/sites/default/files/gla_migrate_files_destination/Public%20space%20June%202011%20Webme.pdf) (30.04.2020.)

Hauke, J. & Kossowski, T. (2011). Comparison of values of Pearson's and Spearman's correlation coefficients on the same sets of data. *Quaestiones Geographicae*. 30. 2.

Hume, D. (1987). *Essays Moral, Political, Literary*. Indianapolis: Liberty Fund.

Hunt, T. (2009). *The power of social networking*. New York: Three Rivers Press.

Importance of Visual Content in Social Media (2018). Foap. Preuzeto sa: <https://www.foap.com/blog/importance-of-visual-content-in-social-media>  
(09.08.2020.)

Instagram. Preuzeto sa: <https://about.instagram.com/about-us> (31.08.2020.)

Instaloader. <https://instaloader.github.io/> (03.05.2020.)

Interaction Design Foundation. Repetition, Pattern, and Rhythm. Preuzeto sa: [https://www.interaction-design.org/literature/article/repetition-pattern-and-rhythm?fbclid=IwAR2\\_g3T4fVTO51kid\\_-4CJNhMkh88kPiUjpdTuGe\\_WnPDyFIW88BiAD7dlo](https://www.interaction-design.org/literature/article/repetition-pattern-and-rhythm?fbclid=IwAR2_g3T4fVTO51kid_-4CJNhMkh88kPiUjpdTuGe_WnPDyFIW88BiAD7dlo) (11.04.2020.)

Itten, J. (1970). *The elements of color*. New York: Van Nostrand Reinhold Company.

Jacobs, R., Haak, K.V., Thumfart, S., Renken, R., Henson, B. & Cornelissen, F. (2016). Aesthetics by Numbers: Links between Perceived Texture Qualities and Computed Visual Texture Properties.. *Frontiers in Human Neuroscience*. 10.

Jaggi, N. (2019). The Story of Tinder: A Dating App that grew enormously throughout the world. Coinnounce. Preuzeto sa: <https://coinnounce.com/the-story-of-tinder-a-dating-app-that-grew-enormously-throughout-the-world/> (07.08.2020.)

Jasra, M. (2010). The History of Social Media. *Web Analytics World*. Preuzeto sa: <https://www.webanalyticsworld.net/2010/11/history-of-social-media-infographic.html>  
(06.08.2020.)

- Jennings, W. (2019). Should architects design provocatively ugly architecture that does not conform to Instagram's aesthetic conventions? Dezeen. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2019/09/05/anti-instagram-architecture-will-jennings/> (06.09.2020.)
- Jindal, S. & Pooja, H. (2016). A review on multiscale texture features using steerable pyramids. *International Journal of Computers & Technology*. Vol 15. 7374-7378.
- Kabinet 505. <https://www.instagram.com/kabinet505/> (21.05.2020.)
- Kant, I. (2005). *Kritika moći sudjenja*. Beograd: Dereta.
- Kao, S., Day, W., & Cheng, P. (2010). An Aesthetic-Based Approach to Re-ranking Web Images. 6458. 610-623.
- Kao, Y., Huang, K. & Maybank, S. (2016). Hierarchical aesthetic quality assessment using deep convolutional neural networks. *Signal Processing: Image Communication* 47 (2016), 500–510.
- Kao, Y., Wang, C. & Huang, K. (2015). Visual aesthetic quality assessment with a regression model. In *Image Processing (ICIP), 2015 IEEE International Conference on*. IEEE, 1583–1587.
- Ke, A., Huang, J., Chen, L., Gao, Z., Han, J., Wang, C., Zhou, J. & He, J. (2019). Fingertip Tactile Sensor with Single Sensing Element Based on FSR and PVDF. *IEEE Sensors Journal*. 1-1.
- Ke, Y., Tang, X. & Jing, F. (2006). The design of high-level features for photo quality assessment, *Proc. IEEE Conf. Comput. Vis. Pattern Recog.* 419-426.
- Keskeys, P. (2020). 12 Ways to Transform Your Renderings Into Atmospheric Masterworks. Preuzeto sa: <https://architizer.com/blog/practice/tools/render-me-speechless/> (26.04.2020.)
- Koehrsen, W. (2018). An Implementation and Explanation of the Random Forest in Python. Preuzeto sa: <https://towardsdatascience.com/an-implementation-and-explanation-of-the-random-forest-in-python-77bf308a9b76#:~:text=Gini%20Impurity%3A%20a%20measure%20that,of%20samples%20in%20the%20node.> (09.07.2020.)
- Kostić, A. (2018). Logistička regresija. Preuzeto sa: <http://www.matf.bg.ac.rs/p/files/69-logisticka.html> (08.06.2020.)
- Krippendorff, K. (2012). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc..
- Kucuk, S.. (2016). Consumerism in the Digital Age. *Journal of Consumer Affairs*.
- Laurie, I.C., (1975). Aesthetic factors in visual evaluation. In: Zube, e., Brush, R., & Fabos, J. (Eds), *Landscape Assessment: Values, Perceptions and Resources*. Dowden Hutchinson and Ross, Stroudsburg, pp. 102-117.

Lazer, D., Pentland, A. S., Adamic, L., Aral, S., Barabasi, A. L., Brewer, D., Christakis, N., Contractor, N., Fowler, J., Gutmann, M. et al. (2009). Life in the network: the coming age of computational social science. *Science*, 323(5915). 721.

Le Corbusier. (1986). *Towards A New Architecture*. New York: Dover Publications, Inc.

Lefevr, A. (1973). O literaturi i modernim umetnostima posmatranim kao proces razaranja i samorazaranja umetnosti. S onu stranu strukturalizma. Beograd: Komunist.

Leiner, B., Cerf, V., Clark, D., Kahn, R., Kleinrock, L., Lynch, D., Postel, J., Roberts, L. & Wolff, S. (2009). A Brief History of the Internet. *Computer Communication Review*. 39. 22-31.

Levy, N. (2019). FormRoom fashions Instagrammable interiors for Milk Train ice cream shop. *Dezeen*. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2019/02/22/milk-train-london-ice-cream-instagrammable-interiors-shops-formroom-uk/> (02.09.2020.)

Levy, N. (2019). London's Lucky Cat restaurant is designed to be better in person than in pictures. Preuzeto sa: <https://www.dezeen.com/2019/07/11/lucky-cat-restaurant-london-dark-interiors-afroditi-krassa/> (02.09.2020.)

Liaw, A. & Wiener, M. (2001). Classification and Regression by RandomForest. *Forest*. 23.

Liu, J., Lughofer, E., Zeng, X., Li, & Z.. (2018). The Power of Visual Texture in Aesthetic Perception: An Exploration of the Predictability of Perceived Aesthetic Emotions. *Computational Intelligence and Neuroscience*. 1-8.

Locher, P., & Nodine, C. (1989). The Perceptual Value of Symmetry. *Computers & Mathematics with Applications*. Vol. 17. 475-484.

Logistic Regression. Scikit-learn. Preuzeto sa: [https://scikit-learn.org/stable/modules/generated/sklearn.linear\\_model.LogisticRegression.html](https://scikit-learn.org/stable/modules/generated/sklearn.linear_model.LogisticRegression.html) (01.10.2020.)

London Assembly. (2011). Public life in private hands: Managing London's public space. Planning and Housing Committee. Preuzeto sa: [https://www.london.gov.uk/sites/default/files/gla\\_migrate\\_files\\_destination/Public%20space%20June%202011%20Webme.pdf](https://www.london.gov.uk/sites/default/files/gla_migrate_files_destination/Public%20space%20June%202011%20Webme.pdf) (30.04.2020.)

Lovato P. et al. (2013.) Tell Me What You Like and I'll Tell You What You Are: Discriminating Visual Preferences on Flickr Data. In: Lee K.M., Matsushita Y., Rehg J.M., Hu Z. (eds) *Computer Vision – ACCV 2012. Lecture Notes in Computer Science*, vol 7724. (pp. 45-56). Heidelberg: Springer.

Lovato P. et al. (2013.) We like it! Mapping image preferences on the counting grid. *IEEE International Conference on Image Processing*. (pp. 2892-2896).

Lovato, P. (2012). Tell me what you like and I'll tell you what you are: Discriminating visual preferences on Flickr data. *Proc. Asian Conf. Comput. Vis.* 45-56.

- Lovato, P., Bicego, M., Segalin, C., Perina, A., Sebe, N. & Cristani, M. (2014). Faved! Biometrics: Tell Me Which Image You Like and I'll Tell You Who You Are. In *IEEE Transactions on Information Forensics and Security*, vol. 9, no. 3. 364-374.
- Lu, X., Lin, Z., Jin, H., Yang, J. & Wang, J. (2014). Rapid: Rating pictorial aesthetics using deep learning. In *Proceedings of the 22nd ACM international conference on Multimedia*. ACM, 457–466.
- Lu, X., Lin, Z., Shen, X., Mech, R. & Wang, J. (2015). Deep multi-patch aggregation network for image style, aesthetics, and quality estimation. In *Proceedings of the IEEE International Conference on Computer Vision*. 990–998.
- Luo, A. (2019). What is content analysis and how can you use it in your research? Preuzeto sa: <https://www.scribbr.com/methodology/content-analysis/> (08.05.2020.)
- Luo, Y. & Tang, X. (2008). Photo and Video Quality Evaluation: Focusing on the Subject. 5304. 386-399.
- Luo, Y. & Tang, X. (2008). Photo and video quality evaluation: Focusing on the subject. *Proc. Eur. Conf. Computer Vis.* 386-399.
- Luo, Y., and Tang, X. (2008.) Photo and Video Quality Evaluation: Focusing on the Subject. *Computer Vision – ECCV 2008: 10th European Conference on Computer Vision, Marseille, France, October 12-18, 2008, Proceedings, Part III* (pp. 386-399). Heidelberg: Springer.
- Machajdik, J. & Hanbury, A. (2010). Affective image classification using features inspired by psychology and art theory. *Proc. Int. Conf. Multimedia*. 83-92.
- Madan, R. C., Bayer, J., Gamer, M., Lonsdorf, T. B., & Sommer, T. (2018). Visual Complexity and Affect: Ratings Reflect More Than Meets the Eye. *Frontiers in Psychology*. Vol. 8. 2368.
- Magee, M., J., & Aggarwal, J. K. (1984). Determining Vanishing Points from Perspective Images. *Computer Vision, Graphics, And Image Processing* 26. 256-267.
- Malu, G., Surampudi, B. & Indurkha, B. (2017). Learning Photography Aesthetics with Deep CNNs. Preuzeto sa: <https://arxiv.org/abs/1707.03981> (27.08.2020.)
- Manić, Ž. (2017). *Analiza sadržaja u sociologiji*. Beograd: Čigoja štampa.
- Mansoor, A., Haider, M., Mian, A. & Khan, S. (2009). A Hybrid Image Quality Measure for Automatic Image Quality Assessment. In: Salberg AB., Hardeberg J.Y., Jenssen R. (eds) *Image Analysis. SCIA 2009. Lecture Notes in Computer Science*, vol 5575. 91-98.
- Martindale, C., Moore, K. & Borkum, J. (1990). Aesthetic preference: Anomalous findings for Berlyne's psychobiological theory. *Amer. J. Psychol.*, vol. 103, no. 1. 53-80.
- Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160.

- Matchar, E. (2017). How Instagram Is Changing the Way We Design Cultural Spaces. Smithsonianmag.com. Preuzeto sa: <https://www.smithsonianmag.com/innovation/how-instagram-changing-way-we-design-cultural-spaces-180967071/> (22.08.2020.)
- Mavridaki, E., & Mezaris, V. (2015.) A comprehensive aesthetic quality assessment method for natural images using basic rules of photography. IEEE International Conference on Image Processing (ICIP). 887-891.
- Mcintyre, K. (2014). The Evolution of Social Media from 1969 to 2013: A Change in Competition and a Trend Toward Complementary, Niche Sites. Social media and society, 3.
- McHugh, M. (2013). The Chi-square test of independence. Biochemia medica, 23(2), 143–149
- McHugh, M. (2018). Cramér's V Coefficient. In: Frey, B. (Ed.) The SAGE Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation. London: SAGE Publications.
- Meerwein, G., Rodeck, B., & Mahnke, F. H. (2007). Color – Communication in Architectural Space. Berlin: Birkhäuser.
- Melotti, S. (2017). Instagram created a monster. Behind The Quest. Preuzeto sa: <http://behindthequest.com/instagram-created-a-monster/> (22.08.2020.)
- Metzger, P. (2007). The Art of Perspective: The Ultimate Guide for Artists in Every Medium. Cincinnati: North Light Books.
- Miladinov, M. (2016). Umetnost i kulturna industrija u Adornovoj filozofiji. Arhe XIII. 26.
- Miškeljin, I. (2013). Pluralizam arhitektonskih identiteta na prelasku iz XX u XXI vek. Doktorska disertacija. Novi Sad: Fakultet tehničkih nauka.
- Montague, J. (2013). Basic perspective drawing: a visual approach. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Moore, S., & Webber, R. (2008.). Architectural Renderings as the Editing of Reality. In Vermaas, P. E., Kroes, P., Light, A. & Moore, S. (Eds.), Philosophy and Design: From Engineering to Architecture. Preuzeto sa: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-1-4020-6591-0> (26.04.2020.)
- Mottola, I. (2016). The history of Instagram. Medium. Preuzeto sa: <https://medium.com/@ignaziomottola/the-history-of-instagram-ff266eb75427> (07.08.2020.)
- Nadal, M., Munar, E., Marty, G., & Cela-Conde, C. (2010). Visual Complexity and Beauty Appreciation: Explaining the Divergence of Results. Empirical Studies of the Arts. 28. 173-191.
- Nearest Neighbors. Scikit-learn. Preuzeto sa: <https://scikit-learn.org/stable/modules/neighbors.html#nearest-neighbors-classification> (01.10.2020.)



- Newberry, C. (2019). 33 Facebook Stats That Matter to Marketers in 2020. Hootsuite. Preuzeto sa: <https://blog.hootsuite.com/facebook-statistics/> (06.08.2020.)
- Newton, C. (2017). Instagram is pushing restaurants to be kitschy, colorful and irresistible to photographers. The Verge. Preuzeto sa: <https://www.theverge.com/2017/7/20/16000552/instagram-restaurant-interior-design-photo-friendly-media-noche> (01.09.2020.)
- Nikolić, M. & Zečević, A. (2019). Mašinsko učenje. Preuzeto sa: <http://ml.matf.bg.ac.rs/readings/ml.pdf> (26.09.2020.)
- O’Connell, B. (2020). History of Snapchat: Timeline and Facts. TheStreet | Technology. Preuzeto sa: <https://www.thestreet.com/technology/history-of-snapchat> (07.08.2020.)
- ODPM (2004): Living Places: Caring for Quality. Preuzeto sa: <https://publications.parliament.uk/pa/cm200203/cmselect/cmodpm/673/673.pdf> (30.04.2020.)
- Olsson, T. & Anders S. (2012). Producing prod-users: Conditional participation in a web 2.0 consumer community. *Javnost—The Public* 19 (3):41–58.
- Oxford Dictionary Online, ‘ephemeral’, dostupno na: <http://oxforddictionaries.com/definition/english/ephemeral>. (24.04.2020.)
- Pallasmaa, J. (1996). *The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses*. London: Academy Editions.
- Parisot, O. & Ghoniem, M. (2014). Decision Trees and Data Preprocessing to Help Clustering Interpretation. *DATA 2014 - Proceedings of 3rd International Conference on Data Management Technologies and Applications*.
- Peskin, M., Newell, F. N. (2004). Familiarity breeds attraction: Effects of exposure on the attractiveness of typical and distinctive faces. *Perception*. 33. 147–157.
- Peterlić, A. (1977). *Osnove teorije filma*. Zagreb: Filmoteka 16.
- Petermans, A. & Van Cleempoel, K. (2009). Retail Design and the Experience Economy: Where Are We (Going)?. *Design Principles & Practices*. 3. 171-181.
- Peterson, L. E. (2009). K-nearest neighbor. Preuzeto sa: [http://scholarpedia.org/article/K-nearest\\_neighbor](http://scholarpedia.org/article/K-nearest_neighbor) (02.07.2020.)
- Phiffer, A. (2017). Why Instagram Should Be a Part of Every Architect's Design Process. ArchDaily. Preuzeto sa: <https://www.archdaily.com/871238/why-instagram-should-be-a-part-of-every-architects-design-process> (31.08.2020.)
- Pieters, R., Wedel, M., & Batra, R. (2010). The Stopping Power of Advertising: Measures and Effects of Visual Complexity. *Journal of Stroke & Cerebrovascular Diseases*. 74. 48-60.
- Pine, J. & Gilmore, J. (1999). *The experience economy: work is theatre and every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press.

- Preview.com. Ephemeral Photography. Preuzeto sa: <https://previiew.com/home/journal/ephemeralphotography.html> (24.04.2020.)
- Quanzeng, Y., Bhatia, S., and Luo, J. (2016.) A Picture Tells a Thousand Words - About You! User Interest Profiling from User Generated Visual Content. *Signal Processing* 124. (pp. 45-53).
- Random Forest Classifier. Scikit-learn. Preuzeto sa: <https://scikit-learn.org/stable/modules/generated/sklearn.ensemble.RandomForestClassifier.html> (07.10.2020.)
- Reber, R., Schwarz, N. & Winkielman, P. (2004). Processing Fluency and Aesthetic Pleasure: Is Beauty in the Perceiver's Processing Experience?. *Personality and social psychology review: an official journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc.* 8. 364-82.
- Richardson, J. (2011). Eta squared and partial eta squared as measures of effect size in educational research. *Educational Research Review.* 6. 135-147.
- Ritholtz, B. (2010). History of social media. Preuzeto sa: <https://ritholtz.com/2010/12/history-of-social-media/> (05.08.2020.)
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials.* London: Sage
- Rosenthal-von der Pütten, A. M., Hastall, M., Köcher, S., Meske, C., Heinrich, T., Labrenz, F. & Ocklenburg, S. (2018). "Likes" as social rewards: Their role in online social comparison and decisions to like other People's selfies. *Computers in Human Behavior.* 92.
- Saito, T., & Rehmsmeier, M. (2015). The precision-recall plot is more informative than the ROC plot when evaluating binary classifiers on imbalanced datasets. *PLoS one*, 10(3), e0118432.
- Scikit-learn. <https://scikit-learn.org/stable/> (03.06.2020.)
- Sherman, L., Payton, A., Hernandez, L., Greenfield, P. & Dapretto, M. (2016). The Power of the Like in Adolescence: Effects of Peer Influence on Neural and Behavioral Responses to Social Media. *Psychological Science.* 27.
- Social media (2020.) Preuzeto sa: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media?src=search-dict-box> (05.08.2020)
- Spearman's Rank-Order Correlation. Laerd Statistics. Preuzeto sa: <https://statistics.laerd.com/statistical-guides/spearman's-rank-order-correlation-statistical-guide.php> (23.09.2020.)
- Spencer, S. (2010). *Visual research methods in the social sciences: Awakening visions.* New
- Staats, H., Kieviet, A., & Hartig, T. (2003). Where to recover from attentional fatigue: An expectancy-value analysis of environmental preference. *Journal of Environmental Psychology*, 23(2), 147-157.

Stavig, G. R., & Acock, A. C. (1980). Coefficients of Association Analogous to Pearson's  $r$  for nonparametric Statistics. *Educational and Psychological Measurement*, 40(3), 679–685.

Sullivan, L. (1896). The tall office building artistically considered. *Lippincott's Magazine*. Preuzeto sa: [https://ocw.mit.edu/courses/architecture/4-205-analysis-of-contemporary-architecture-fall-2009/readings/MIT4\\_205F09\\_Sullivan.pdf](https://ocw.mit.edu/courses/architecture/4-205-analysis-of-contemporary-architecture-fall-2009/readings/MIT4_205F09_Sullivan.pdf) (01.09.2020.)

Sutton, B. (2018). This Is America's Most Wanted Painting. *Artsy.net*. Preuzeto sa: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-komar-melamid-americans-painting-thought-wanted#:~:text=The%20most%2Dwanted%20painting%20Komar,touched%20up%20by%20Thomas%20Kinkade.> (06.09.2020.)

Sutton, T., & Whelan, B. (2004). *The complete color harmony*. Gloucester: Rockport Publishers.

Syed, S. (2019). Instagram Is Changing How We Design Spaces (And Creating Incredibly Lucrative Businesses). *ArchDaily*. Preuzeto sa: <https://www.archdaily.com/876903/instagram-is-changing-how-we-design-spaces-and-creating-incredibly-lucrative-businesses> (01.09.2020.)

Tamura, H., Mori, S. & Yamawaki, T. (1978). Textural Features Corresponding to Visual Perception. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics*, vol. 8. 6. 460-473.

Tamura, H., Mori, S. & Yamawaki, T. (1978). Texture features corresponding to visual perception. *IEEE Trans. Syst. Man Cybern.*, vol. 8. 460-473.

Taubes, F. (1949). *Pictorial composition and the art of drawing*. New York: Dodd, Mead & Co.

Tenjović, L. (2011). Mala reforma u statističkoj analizi podataka u psihologiji: malo p nije dovoljno, potrebna je i veličina efekta. *Primenjena psihologija*. 4. 317-333.

The Best New Architects. [https://www.instagram.com/the\\_best\\_new\\_architects/?hl=en](https://www.instagram.com/the_best_new_architects/?hl=en) (03.05.2020.)

Thömmes, K. & Hübner, R. (2018). Instagram Likes for Architectural Photos Can Be Predicted by Quantitative Balance Measures and Curvature. *Frontiers in Psychology*. 9. 1050.

Thompson, R., & Bowen, C. J. (2009). *Grammar of the Shot*. Burlington: Elsevier.

Thumfart, S., Jacobs, R., Lughofer, E., Eitzinger, C., Cornelissen, F., Groissboeck, W., & Richter, R.. (2011). Modeling human aesthetic perception of visual textures. *TAP*. 8. 27.

Tidy, J. & Smith Galer, S. (2020). TikTok: The story of a social media giant. *BBC News*. Preuzeto sa: <https://www.bbc.com/news/technology-53640724> (07.08.2020.)

Ulrich, R. S. (1981). Natural Versus Urban Scenes: Some Psychophysiological Effects. *Environment and Behavior*, 13(5), 523–556.

- Valentine, S. (2018). Instagram Design Guide. Preuzeto sa: [http://www.jakegroth.com/blog/images/2018/instagram\\_design.pdf](http://www.jakegroth.com/blog/images/2018/instagram_design.pdf) (01.09.2020.)
- Vanmeter, R., Grisaffe, D. & Chonko, L. (2015). Of “Likes” and “Pins”: The Effects of Consumers' Attachment to Social Media. *Journal of Interactive Marketing*. 32. 70-88.
- Velimirović, T. (2008). Kultura i/ili obmana. *Filozofija i društvo*. 12. Preuzeto sa: <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/0353-5738/2008/0353-57380801305V.pdf> (31.08.2020.)
- Venturi, R., Scott Brown, D. & Izenour, S. (1988). *Learning from Las Vegas*. Massachusetts: The MIT Press.
- Vujnović, S. (2017). Detekcija stanja rotacionih aktuatora zasnovana na analizi akustičkih signala. Doktorska disertacija. Beograd: Elektrotehnički fakultet.
- Wainwright, O. (2018). Snapping point: how the world’s leading architects fell under the Instagram spell. *The Guardian*. Preuzeto sa: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/nov/23/snapping-point-how-the-worlds-leading-architects-fell-under-the-instagram-spell> (01.09.2020.)
- West, C. (2020). 7 essential Instagram metrics to measure performance. *SproutSocial*. Preuzeto sa: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-metrics/> (09.08.2020.)
- Wilkinson, T. (2015). The polemical snapshot: architectural photography in the age of social media. *The Architectural Review*. Preuzeto sa: <https://www.architectural-review.com/essays/photography/the-polemical-snapshot-architectural-photography-in-the-age-of-social-media> (01.09.2020.)
- Witten, I. & Frank, E. (2005). *Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques*. San Francisco: Elsevier.
- Woodward, R. (2005). Water in landscape. In Dreiseitl, H., & Grau, D. (Eds.), *New Waterscapes. Planning, Building and Designing with Water*. Basel: Birkhäuser.
- Wu, L., Hua, X., Yu, N., Ma, W. & Li, S. (2008). Flickr distance. *MM '08: Proceedings of the 16th ACM international conference on Multimedia*. 31-40.
- Wu, O., Hu, W. & Gao, J. (2011). Learning to predict the perceived visual quality of photos. In *Computer Vision (ICCV), 2011 IEEE International Conference on*. IEEE, 225–232.
- XG Boost Parameters. Preuzeto sa: <https://xgboost.readthedocs.io/en/latest/parameter.html> (07.10.2020.)
- Yan, K., Tang, X., & Jing, F. (2006.) The Design of High-Level Features for Photo Quality Assessment. *IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR'06)* 1 (pp. 419-426).
- Yang, S. (2019). *Aesthetics of Food: The Role of Visual Framing Strategies for Influence Building on Instagram*. Thesis. Rochester Institute of Technology. Preuzeto sa: <https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=11344&context=theses> (09.08.2020.)

Yardhouse (2014). Assemble. Preuzeto sa:  
<https://assemblestudio.co.uk/projects/yardhouse> (21.08.2020.)

Yeh, C.H., Ng, W.S., Barsky, B., & Ouhyoung, M. (2009.) An Esthetics Rule-Based Ranking System for Amateur Photos. Proceeding ACM SIGGRAPH ASIA 2009 Sketches. Article No. 24. York, NY: Routledge.

Zilliacus, A. (2018). Sin City Embellishment: Expressive or Kitsch? ArchDaily. Preuzeto sa: <https://www.archdaily.com/797803/sin-city-embellishment-expressive-or-kitsch> (06.09.2020.)

Zumthor, P. (2006). Atmospheres: Architectural Environments Surrounding Objects. Basel: Birkhauser.

## Popis ilustracija

Slika 1: Tekstualna poruka sa vizuelnom pozadinom (preuzeto sa: <a href="https://www.foap.com/blog/importance-of-visual-content-in-social-media">https://www.foap.com/blog/importance-of-visual-content-in-social-media</a> ).....	24
Slika 2: Fasada Yardhouse objekta, Assemble arhitekata (preuzeto sa: <a href="https://99percentinvisible.org/episode/instant-gramification/">https://99percentinvisible.org/episode/instant-gramification/</a> ).....	28
Slika 3: Vessel, Njujork. (Preuzeto sa: <a href="https://www.hudsonyardsnewyork.com/discover/vessel">https://www.hudsonyardsnewyork.com/discover/vessel</a> ).....	29
Slika 4: Big Duck, prodavnica prerađevina od patke, Las Vegas, sredina 20. veka (Preuzeto iz: Venturi, R., Scott Brown, D. & Izenour, S. (1988). Learning from Las Vegas. Massachusetts: The MIT Press).....	31
Slika 5: Kategorije analiziranih vizuelnih osobina Instagram objava (ilustracija autora, 2020.).....	35
Slika 6: Primeri prosečne boje fotografije (preuzeto sa: <a href="https://github.com/bashkos/get-average-color">https://github.com/bashkos/get-average-color</a> ).....	36
Slika 7: Tonovi boje izraženi u stepenima (preuzeto sa: <a href="https://www.newsshooter.com/2018/07/30/filex-matrix-ii-rgbw-hands-review/hue-color-wheel-by-degree/">https://www.newsshooter.com/2018/07/30/filex-matrix-ii-rgbw-hands-review/hue-color-wheel-by-degree/</a> ).....	37
Slika 8: Valer – količina svetlosti u boji (preuzeto sa: <a href="https://medium.com/@MateMarschalko/dynamic-colour-palettes-with-sass-and-hsl-805b8bbef758">https://medium.com/@MateMarschalko/dynamic-colour-palettes-with-sass-and-hsl-805b8bbef758</a> ).....	37
Slika 9: Zasićenost – procenat čistoće boje (preuzeto sa: <a href="https://medium.com/@MateMarschalko/dynamic-colour-palettes-with-sass-and-hsl-805b8bbef758">https://medium.com/@MateMarschalko/dynamic-colour-palettes-with-sass-and-hsl-805b8bbef758</a> ).....	37
Slika 10: Perspektiva sa jednim nedogledom (preuzeto sa: <a href="http://www.grad.hr/sgorjanc/udzbenik/2/2-5-3.html">http://www.grad.hr/sgorjanc/udzbenik/2/2-5-3.html</a> ).....	39

Slika 11: Perspektiva sa dva nedogleda (preuzeto sa: <a href="http://www.grad.hr/sgorjanc/udzbenik/2/2-5-3.html">http://www.grad.hr/sgorjanc/udzbenik/2/2-5-3.html</a> ).....	40
Slika 12: Perspektiva sa tri nedogleda - s leva na desno: ptičija i žablja perspektiva (preuzeto sa: <a href="http://www.grad.hr/sgorjanc/udzbenik/2/2-5-3.html">http://www.grad.hr/sgorjanc/udzbenik/2/2-5-3.html</a> ). .....	40
Slika 13: Dijagram fotografskih planova (preuzeto sa: <a href="https://www.instagram.com/p/Bgbs3q8A0LU/">https://www.instagram.com/p/Bgbs3q8A0LU/</a> ).....	42
Slika 14: Činioci kompleksnosti objave (Dijagramski prikaz preuzet iz: Pieters, R., Wedel, M., & Batra, R. (2010). The Stopping Power of Advertising: Measures and Effects of Visual Complexity. Journal of Stroke & Cerebrovascular Diseases. 74. 48- 60. Instagram objave pripadaju nalozima: mohammadkhavarian, farshad_mehdizadeh, maciasperedo, mecanoo_, cinozucchiarchitetti). .....	47
Slika 15: Primeri objava sa slabo, umereno i veoma izraženim ritmičnim obrascem (Instagram objave pripadaju nalozima: prva s leva: maciasperedo, druga i treća: mecanoo_). .....	50
Slika 16: Estetska mera mnogouglova prema Birkhofu (Preuzeto iz: Birkhoff, D. G. (1933). Aesthetic Measure. Cambridge: Harvard University Press.). .....	52
Slika 17: Primeri Instagram objava sa malom, umerenom i izrazitom geometrijskom pravilnošću (Instagram objave pripadaju nalozima: iddq.studio, odanewyork i mapaarq). .....	53
Slika 18: Primer grupisanja tekstura na Instagram objavama prema parametrima hrapavosti i gustine elemenata tekture (Instagram objave pripadaju nalozima: henninglarsenarchitects, josepferrando_architecture, mecanoo_ i maciasperedo). .....	55
Slika 19: Primeri objava sa i bez elemenata evociranja specifičnih aktivnosti (Instagram objave pripadaju nalozima: mecanoo_ i mohammadkhavarian). .....	57
Slika 20: Primeri objava sa i bez prisustva ljudi u kontekstu arhitektonskog objekta (Instagram objave pripadaju nalozima: josepferrando_architecture i iddq.studio)....	58
Slika 21: Primeri objava sa i bez efemernih elemenata (Instagram objave pripadaju nalozima: shlarchitects i perkinswill). .....	59
Slika 22: Primeri objava sa i bez prisustva izvora veštačke svetlosti (Instagram objave pripadaju nalozima: metrocubicodigital). .....	61
Slika 23: Primeri fotografije i vizuelizacije istog arhitektonskog objekta (Instagram objave pripadaju nalozima: mecanoo_). .....	62
Slika 24: Primeri objava sa vidljivim i nevidljivim okruženjem (Instagram objave pripadaju nalozima: cinozucchiarchitetti).....	64
Slika 25: Primeri objava na kojima je arhitektonski objekat prikazan u urbanom i u ruralnom pejzažu (Instagram objave pripadaju nalozima: odanewyork i mapaarq). .	65

Slika 26: Primeri objava sa i bez prikaza javnog prostora (Instagram objave pripadaju nalogu mecanoo_)	66
Slika 27: Primeri objava sa i bez prikaza vodene površine (Instagram objave pripadaju nalogima graph.bcn i shlarchitects).	67
Slika 28: Primeri objava sa i bez prikaza vegetacije u okruženju objekta (Instagram objave pripadaju nalogima shlarchitects i frabona90).	68
Slika 29: Primeri objava sa i bez vizura ka širem okruženju (Instagram objave pripadaju nalogu nomostudio.eu).	69
Slika 30: Primeri objava koji prikazuju proces gradnje i završen objekat (Instagram objave pripadaju nalogu estudio_hidalgo).	70
Slika 31: Zavisnost relativne popularnosti objave od prosečne vrednosti crvene boje na slici (ilustracija autora, 2019.).	80
Slika 32: Zavisnost relativne popularnosti objave od prosečne vrednosti zelene boje na slici (ilustracija autora, 2019.).	81
Slika 33: Zavisnost relativne popularnosti objave od prosečne vrednosti plave boje na slici (ilustracija autora, 2019.).	82
Slika 34: Zavisnost relativne popularnosti objave od tona prosečne boje objave (ilustracija autora, 2019.).	82
Slika 35: Zavisnost relativne popularnosti objave od valera prosečne boje objave (ilustracija autora, 2019.).	83
Slika 36: Zavisnost relativne popularnosti objave od zasićenosti prosečne boje objave (ilustracija autora, 2019.).	84
Slika 37: Zavisnost relativne popularnosti objave od toplote/hladnoće prosečne boje objave (ilustracija autora, 2019.).	85
Slika 38: Relativna popularnost crno-belih i objava u boji (ilustracija autora, 2019.).	86
Slika 39: Zavisnost relativne popularnosti objave od perspektive arhitektonskog objekta (ilustracija autora, 2019.).	86
Slika 40: Zavisnost relativne popularnosti objave od plana arhitektonskog objekta (ilustracija autora, 2019.).	87
Slika 41: Zavisnost relativne popularnosti objave od simetrije objave (ilustracija autora, 2019.).	88
Slika 42: Zavisnost relativne popularnosti od vizuelne kompleksnosti objave (ilustracija autora, 2019.).	89
Slika 43: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva ritma (ilustracija autora, 2019.).	90
Slika 44: Zavisnost relativne popularnosti objave od geometrijske pravilnosti objekta (ilustracija autora, 2019.).	91

Slika 45: Zavisnost relativne popularnosti od teksture prikazanih materijala (ilustracija autora, 2019.).....	92
Slika 46: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva elemenata evociranja specifičnih aktivnosti (ilustracija autora, 2019.).....	93
Slika 47: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva ljudi na objavi (ilustracija autora, 2019.).....	94
Slika 48: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva efemernih elemenata na objavi (ilustracija autora, 2019.).....	95
Slika 49: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva izvora veštačke svetlosti (ilustracija autora, 2019.).....	96
Slika 50: Relativna popularnost fotografije versus vizuelizacije (ilustracija autora, 2019.).....	97
Slika 51: Zavisnost relativne popularnosti objave od prikazanog doba dana (ilustracija autora, 2019.).....	98
Slika 52: Zavisnost relativne popularnosti objave od prikazanog godišnjeg doba (ilustracija autora, 2019.).....	99
Slika 53: Zavisnost relativne popularnosti objave od prikazanih vremenskih prilika na objavi (ilustracija autora, 2019.).....	100
Slika 54: Zavisnost relativne popularnosti objave od vidljivosti okruženja objekta (ilustracija autora, 2019.).....	101
Slika 55: Zavisnost relativne popularnosti objave od tipa pejzaža (ilustracija autora, 2019.).....	102
Slika 56: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva javnih prostora na objavi (ilustracija autora, 2019.).....	103
Slika 57: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva vodene površine (ilustracija autora, 2019.).....	104
Slika 58: Zavisnost relativne popularnosti objave od prisustva vegetacije (ilustracija autora, 2019.).....	105
Slika 59: Zavisnost relativne popularnosti objave u odnosu na prisustvo istaknute vizure (ilustracija autora, 2019.).....	106
Slika 60: Zavisnost relativne popularnosti objave od prikaza procesa gradnje objekta (ilustracija autora, 2019.).....	107
Slika 61: Eksperimentalna objava br. 1, objavljena na Instagram nalogu <i>kabinet505</i> (ilustracija autora,; tema vizuelizacije se nadovezuje na projekat idejnog rešenja uređenja površina javne namene dela gradskog jezgra Novog Sada, iz: Atanacković Jeličić, J., Despotović, J., Ecet, D., Grgić, S., Janjušević, T., Kojić, R., Maraš, I., Medić, S., Miškeljin, B., Miškeljin, I., Pilipović, D., Radović, M., Tkačenko, S.,	



Todorov, M. i Topić, A. (2018). And Tonight I See Tomorrow. Međunarodna izložba sa katalogom i recenzijama Međuprostor 505, 14-25.).....	108
Slika 62: Eksperimentalna objava br. 2, objavljena na Instagram nalogu <i>kabinet505</i> (ilustracija autora,; tema vizuelizacije se nadovezuje na projekat idejnog rešenja uređenja površina javne namene dela gradskog jezgra Novog Sada, iz: Atanacković Jeličić, J., Despotović, J., Ecet, D., Grgić, S., Janjušević, T., Kojić, R., Maraš, I., Medić, S., Miškeljin, B., Miškeljin, I., Pilipović, D., Radović, M., Tkačenko, S., Todorov, M. i Topić, A. (2018). And Tonight I See Tomorrow. Međunarodna izložba sa katalogom i recenzijama Međuprostor 505, 14-25.).....	110
Slika 63: Eksperimentalna objava br. 3, objavljena na Instagram nalogu <i>kabinet505</i> (ilustracija autora,; tema vizuelizacije se nadovezuje na projekat idejnog rešenja uređenja površina javne namene dela gradskog jezgra Novog Sada, iz: Atanacković Jeličić, J., Despotović, J., Ecet, D., Grgić, S., Janjušević, T., Kojić, R., Maraš, I., Medić, S., Miškeljin, B., Miškeljin, I., Pilipović, D., Radović, M., Tkačenko, S., Todorov, M. i Topić, A. (2018). And Tonight I See Tomorrow. Međunarodna izložba sa katalogom i recenzijama Međuprostor 505, 14-25.).....	111
Slika 64: Dijagram korelacije između vizuelnih osobina i popularnosti objave (ilustracija autora, 2020.).....	117
Slika 65: Princip određivanja klase nove opservacije - u ovom slučaju objave, na osnovu klasa k najbližih slučajeva (preuzeto sa: <a href="https://www.unemyr.com/k-nearest-neighbour-ai/">https://www.unemyr.com/k-nearest-neighbour-ai/</a> ). .....	120
Slika 66: Grafik sigmoidne funkcije (preuzeto sa: <a href="https://towardsdatascience.com/activation-functions-neural-networks-1cbd9f8d91d6">https://towardsdatascience.com/activation-functions-neural-networks-1cbd9f8d91d6</a> ). .....	121
Slika 67: Princip dodavanja modela u ansambl u okviru gradijentnog pojačavanja (preuzeto sa: <a href="https://towardsdatascience.com/a-beginners-guide-to-xgboost-87f5d4c30ed7">https://towardsdatascience.com/a-beginners-guide-to-xgboost-87f5d4c30ed7</a> ). .....	122
Slika 68: Primer funkcionisanja tehnike pojačavanja u okviru modela ekstremnog gradijentnog pojačavanja (preuzeto sa: <a href="https://www.datacamp.com/community/tutorials/xgboost-in-python">https://www.datacamp.com/community/tutorials/xgboost-in-python</a> ). .....	123
Slika 69: Struktura jednostavnog modela stabla pretrage (ilustracija autora, 2020.).	125
Slika 70: Dijagram modela slučajne šume i princip dobijanja konačne predikcije (preuzeto sa: <a href="https://www.analyticsvidhya.com/blog/2020/05/decision-tree-vs-random-forest-algorithm/">https://www.analyticsvidhya.com/blog/2020/05/decision-tree-vs-random-forest-algorithm/</a> ). .....	126
Slika 71: Vizuelizacija modela slučajne šume primenjenog na set podataka sa objavama iz uzorka (ilustracija autora, 2020.).....	127
Slika 72: Komparacija pet prediktivnih modela (ilustracija autora, 2020.).....	128

Slika 73: Matrica konfuzije za model slučajne šume (ilustracija autora, 2020.).	129
Slika 74: Matrica konfuzije za model na bazi logističke regresije (ilustracija autora, 2020.).	129
Slika 75: Matrica konfuzije za model ekstremnog gradijentnog pojačavanja (ilustracija autora, 2020.).	129
Slika 76: Matrica konfuzije za model stabla pretrage (ilustracija autora, 2020.).	130
Slika 77: Matrica konfuzije za algoritam k-najbližih suseda (ilustracija autora, 2020.).	130
Slika 78: Mera povezanosti svake vizuelne osobine sa relativnom popularnošću objave (ilustracija autora, 2020.).	131
Slika 79: Tačnost predikcije modela slučajne šume sa povećanjem broja vizuelnih osobina koje se koriste u modelu (ilustracija autora, 2020.).	131
Slika 81: Matrica konfuzije za set objava čija se predikcija popularnosti proverava kroz anketu (ilustracija autora, 2020.).	135
Slika 82: Prikaz tačnosti predikcije u okviru ankete (ilustracija autora, 2020.).	136
Slika 83: Prikaz tačnosti predikcije modela slučajne šume, na uzorku korišćenom u anketi (ilustracija autora, 2020.).	136

## Popis tabela

Tabela 1: Lista arhitektonskih biroa sa čijih Instagram naloga su prikupljene objave za istraživanje.....	71
Tabela 2: Sistem kodiranja tekstualnih u numeričke vrednosti po svakoj osobini. ....	78
Tabela 3: Vizuelne osobine eksperimentalne objave br. 1. Osobina "godišnje doba" nije uzeta u razmatranje, jer je na objavi prikazana zima, koja nema korelaciju sa relativnom popularnošću, odnosno, ovakve objave su prosečno popularne. ....	109
Tabela 4: Vizuelne osobine eksperimentalne objave br. 2. ....	110
Tabela 5: Vizuelne osobine eksperimentalne objave br. 3. ....	111
Tabela 6: Interpretacija korelacije pri primeni Spirmanovog koeficijenta korelacije. Prema: Dancey, C. & Reidy, J. (1999). ....	113
Tabela 7: Interpretacija asocijacije pri primeni Kramerove V mere asocijacije. Prema: Akoglu, H. (2018).....	115
Tabela 8: Interpretacija korelacije pri primeni eta kvadratnog koeficijenta. Prema: Cohen, J. (1988).....	116
Tabela 9: Komparacija pet različitih prediktivnih modela. ....	128

## **Indeks imena i pojmova**

- algoritam  $k$ -najbližih suseda, 119, 120, 127
- autentičnost, 18, 26, 28, 32, 137, 140
- društvene mreže, 1, 2, 4, 6, 7, 8, 17, 19, 23, 28, 30, 33, 132, 134
- efemerni elementi, 47, 57, 59, 77, 95, 109, 110, 111
- ekonomija iskustva, 13, 26, 28, 56, 140
- ekspresivni sadržaj, 34, 35, 137
- ekstremno gradijentno pojačavanje, 122, 123, 127
- estetska ekonomija, 18, 25
- estetski trendovi, 25
- Eta kvadratni koeficijent, 115, 116
- geometrijska pravilnost, 50, 52
- Instagram, 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 46, 49, 50, 53, 54, 55, 57, 58, 59, 61, 62, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 75, 108, 109, 110, 111, 131, 132, 133, 134, 137, 138, 139, 140, 142, 143, 145, 146, 147, 148, 151, 152, 154, 155, 156, 157, 159
- kompozicija, 4, 34, 35, 43, 62, 137
- kontekst, 4, 8, 10, 34, 35, 41, 49, 59, 62, 63, 64, 100, 101, 102, 103, 137
- korelacija, 5, 13, 14, 18, 79, 109, 110, 111, 112, 116, 133
- Kramer V, 113, 115
- logistička regresija, 120, 121, 127, 149
- model predikcije, 1, 9, 15, 134, 136
- objava, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 25, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 41, 42, 44, 46, 47, 49, 50, 52, 53, 54, 57, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111,

115, 118, 119, 121, 122, 124, 125, 127, 128, 129, 132, 133, 134, 135, 138, 140,  
156, 157, 158, 159, 160

oblikovanje, 4, 29, 35, 131, 132, 137

popularnost objave, 8, 9, 13, 16, 17, 18, 33, 38, 40, 52, 65, 69, 70, 72, 73, 74, 79, 80,  
81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 98, 99, 101, 102, 103, 104,  
105, 106, 107, 115, 119, 130, 132, 137

relativna popularnost, 14, 18, 70, 73, 74, 82, 92, 106, 115, 118, 138

ritam, 4, 42, 47, 48, 49, 75, 76, 78, 109, 110, 111, 118, 131, 132, 137

slučajna šuma, 125, 126

Spirmanov koeficijent korelacije, 112, 113, 116

stablo pretrage, 124, 127

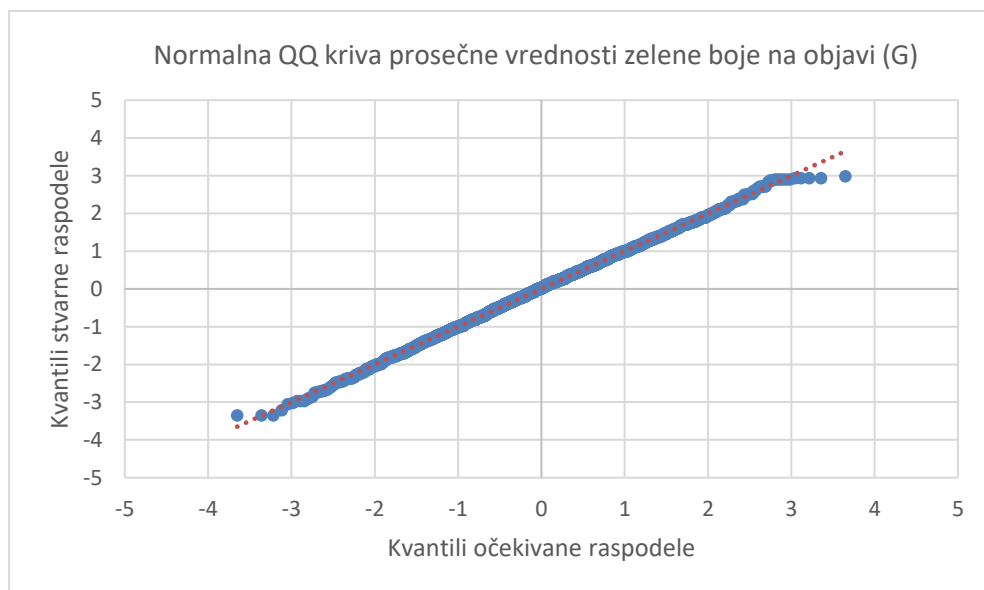
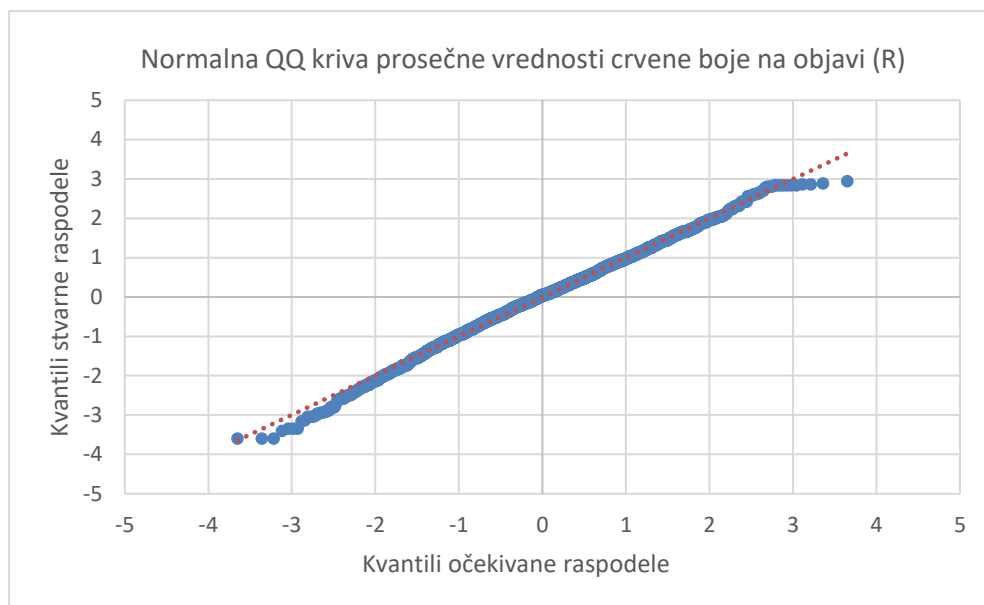
vizuelizacija, 2, 14, 16, 24, 33, 39, 41, 42, 56, 58, 61, 62, 63, 67, 68, 69, 75, 77, 78,  
89, 95, 97, 101, 111, 118, 132, 137

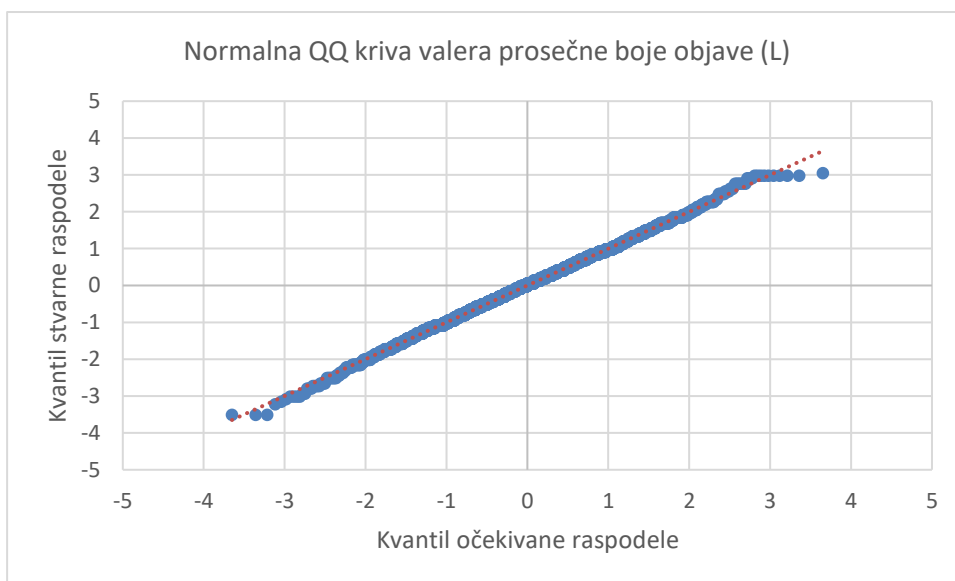
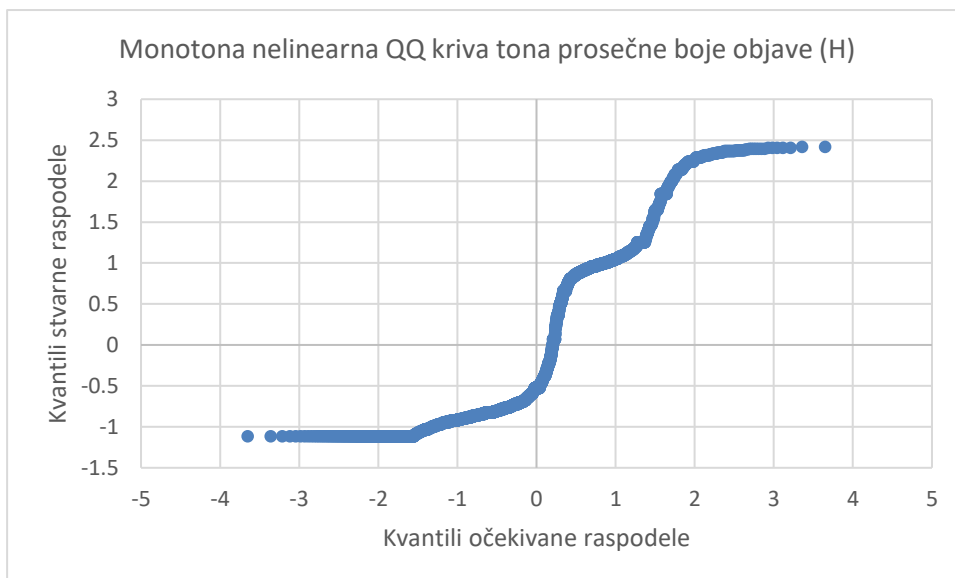
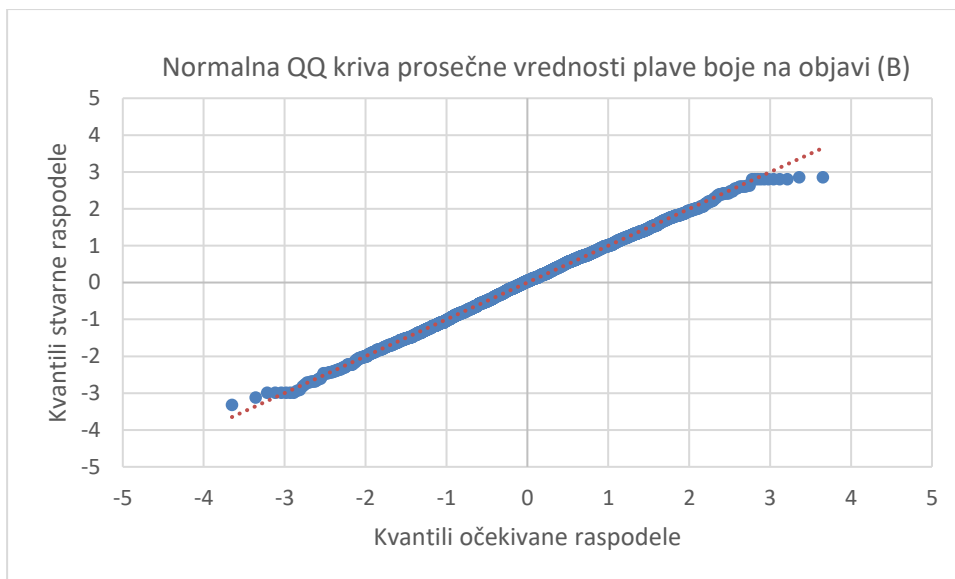
vizuelna kompleksnost, 45, 75, 76, 78, 137

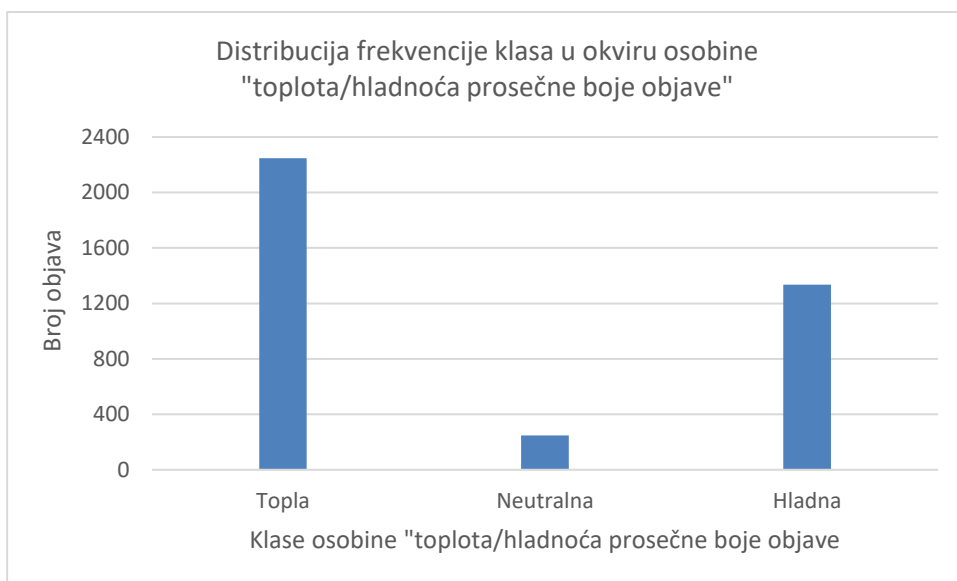
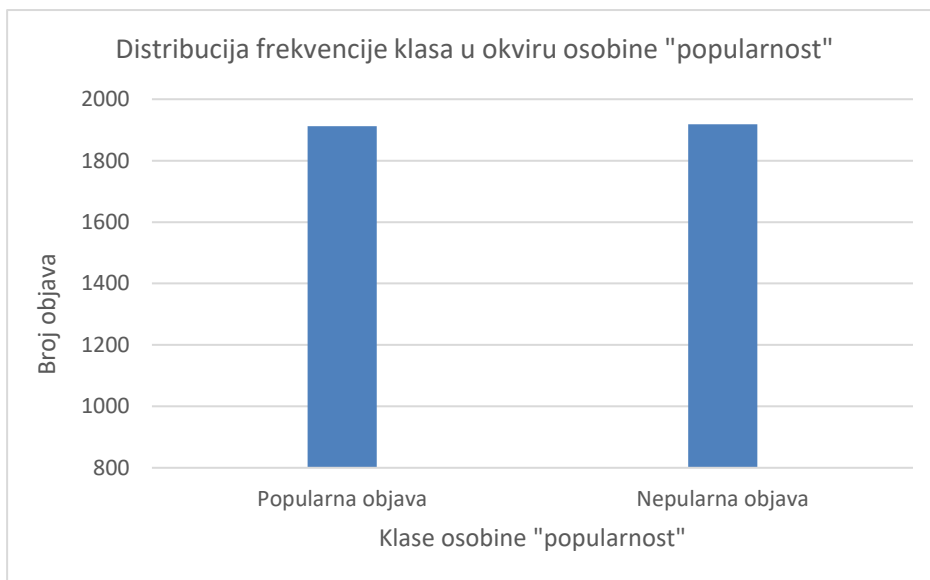
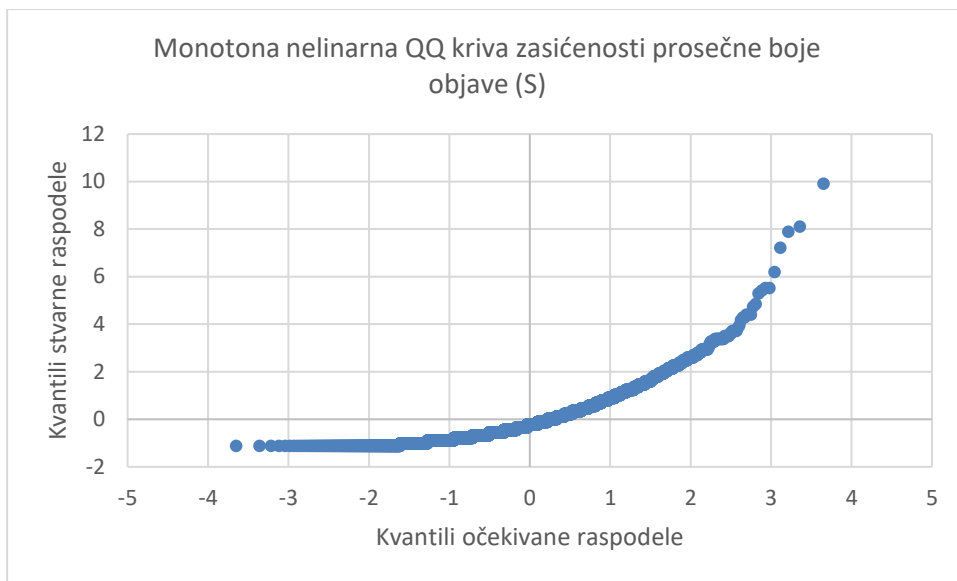
vizuelne osobine, 9, 33, 79, 116, 118, 130, 137, 160

## Dodaci

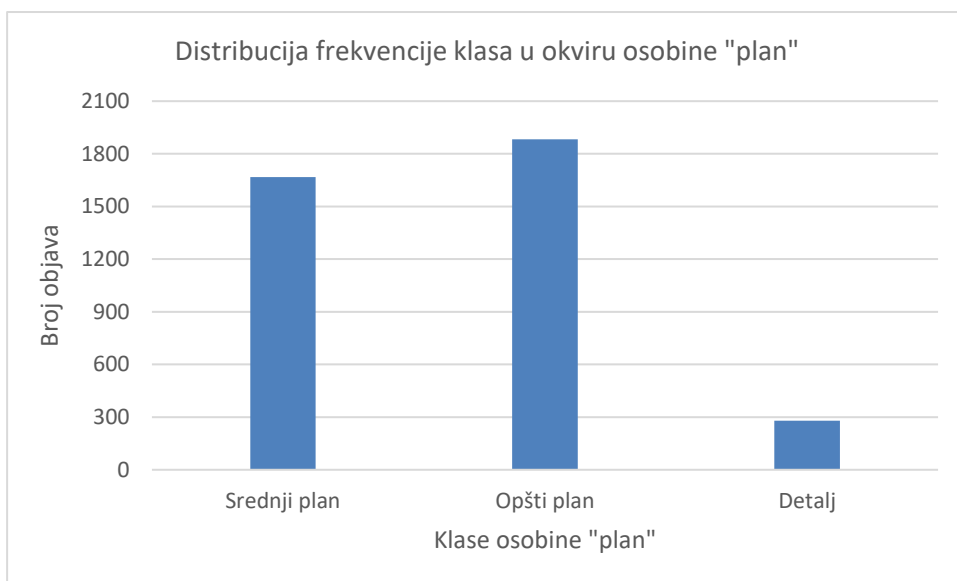
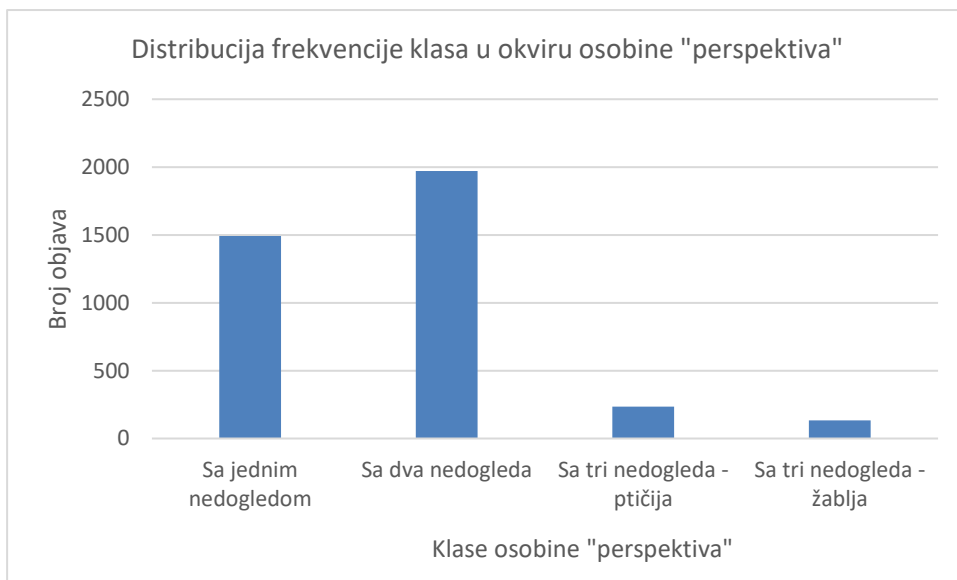
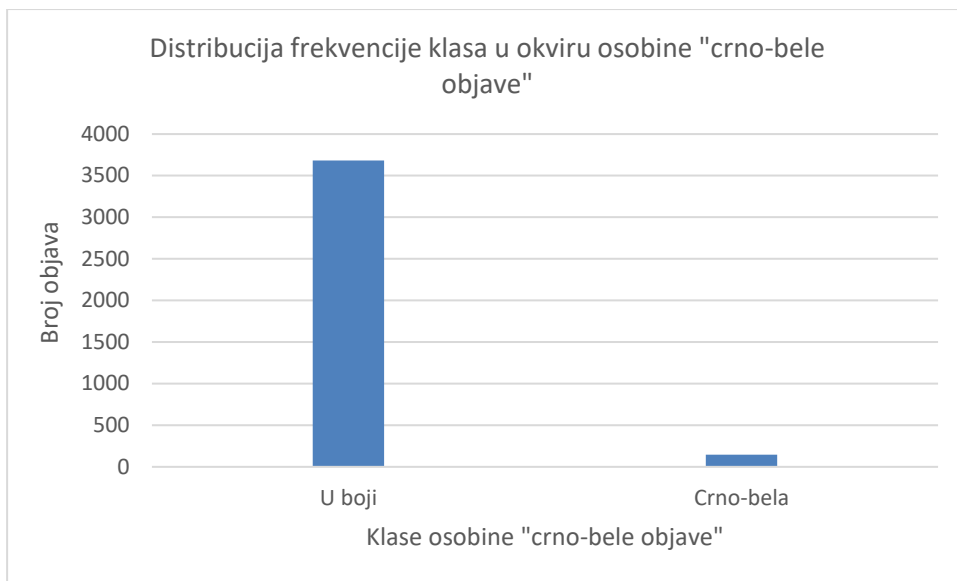
### Dodatak A

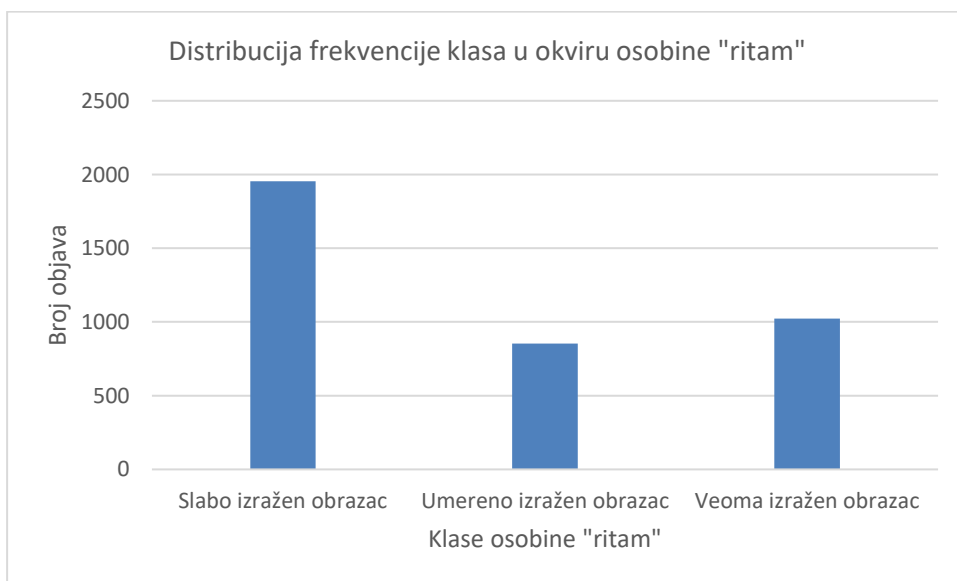
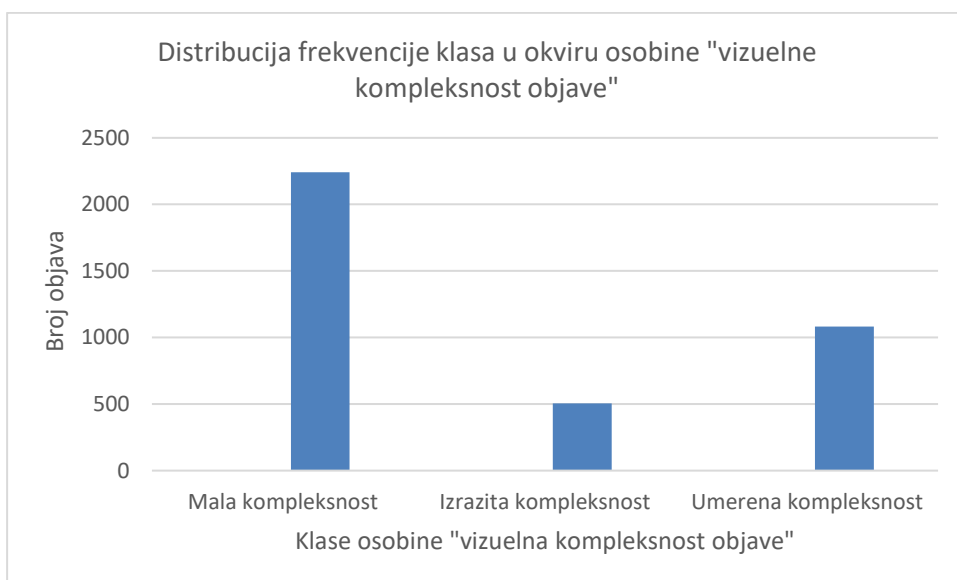
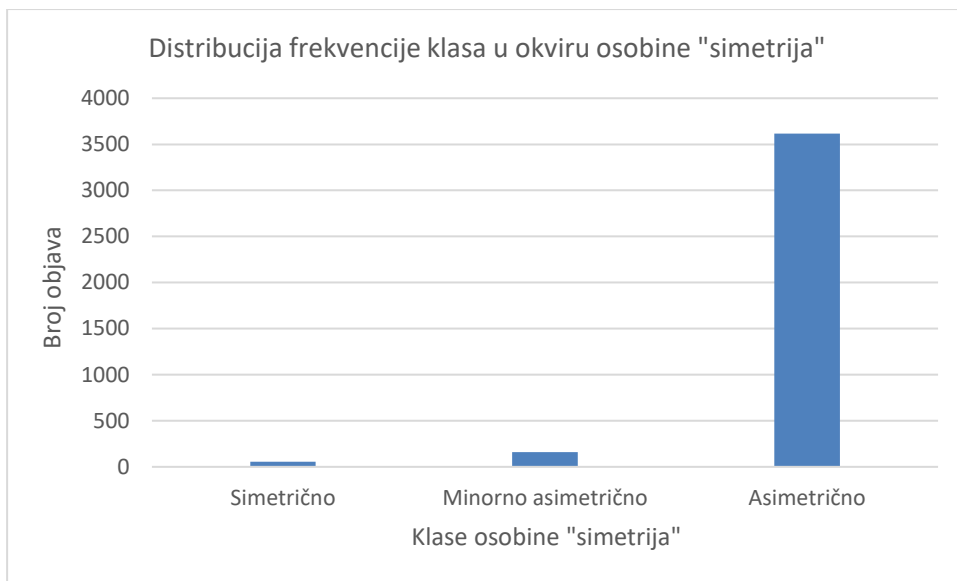


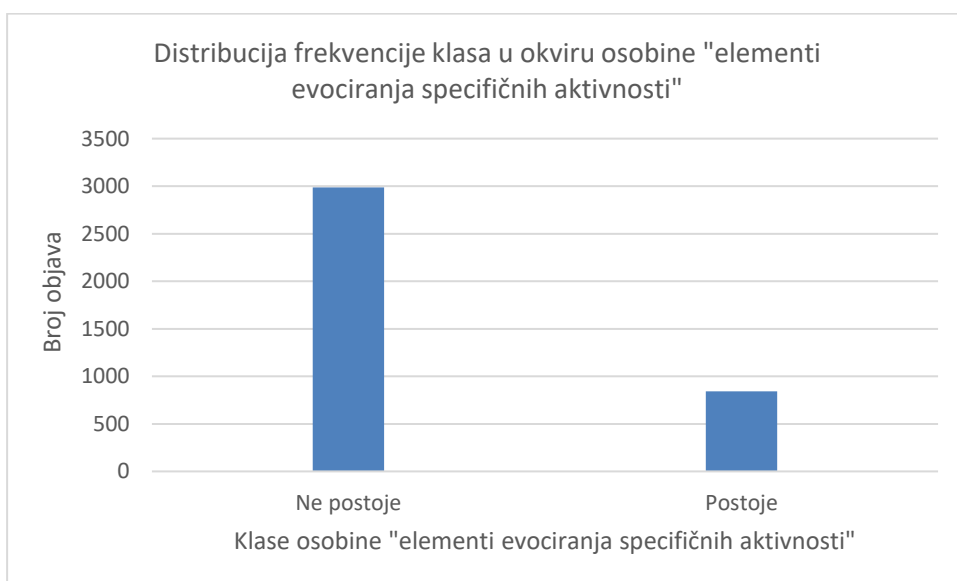
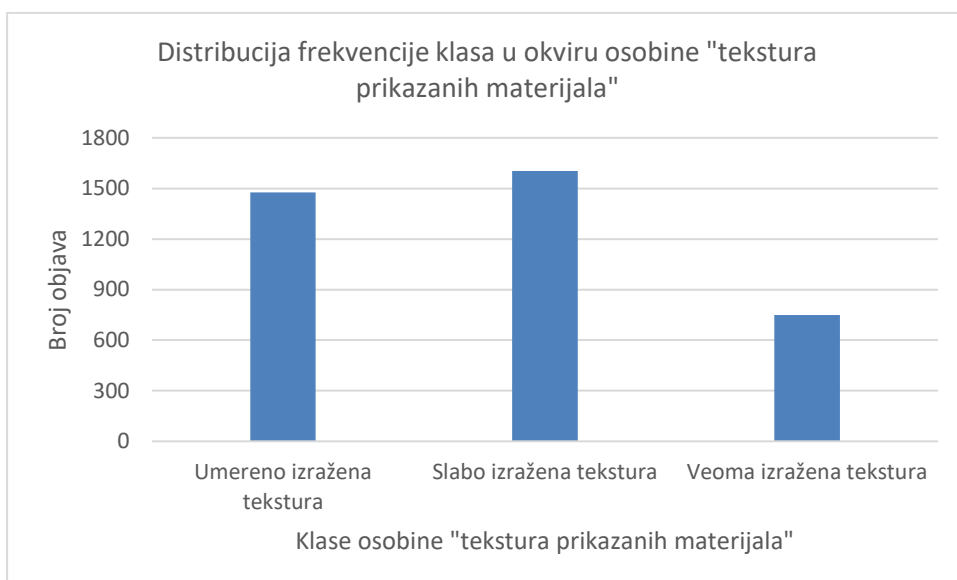
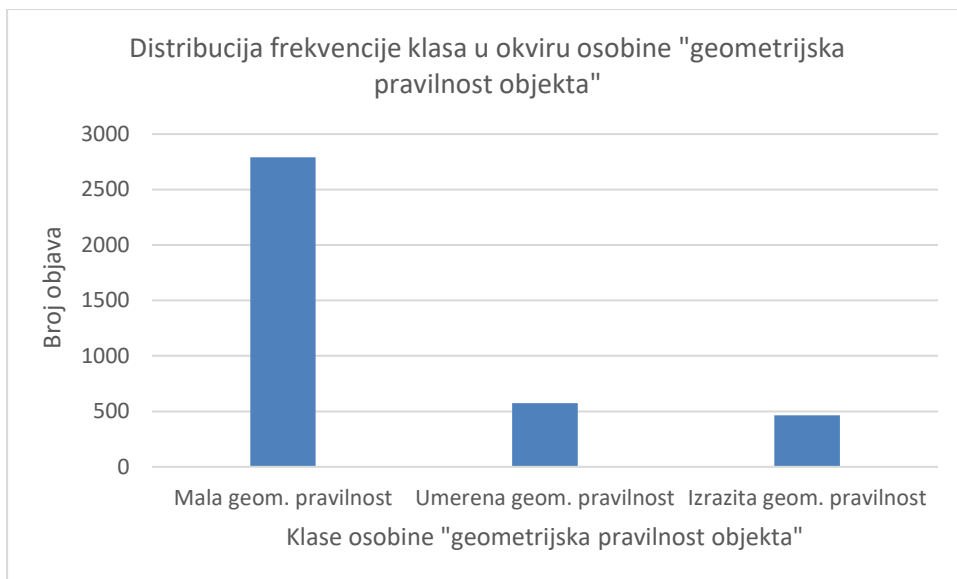


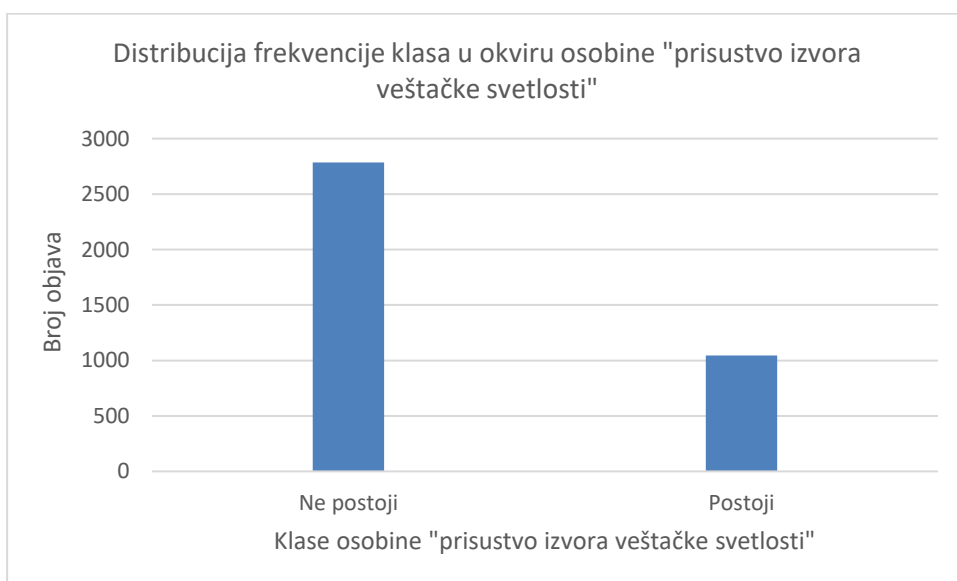
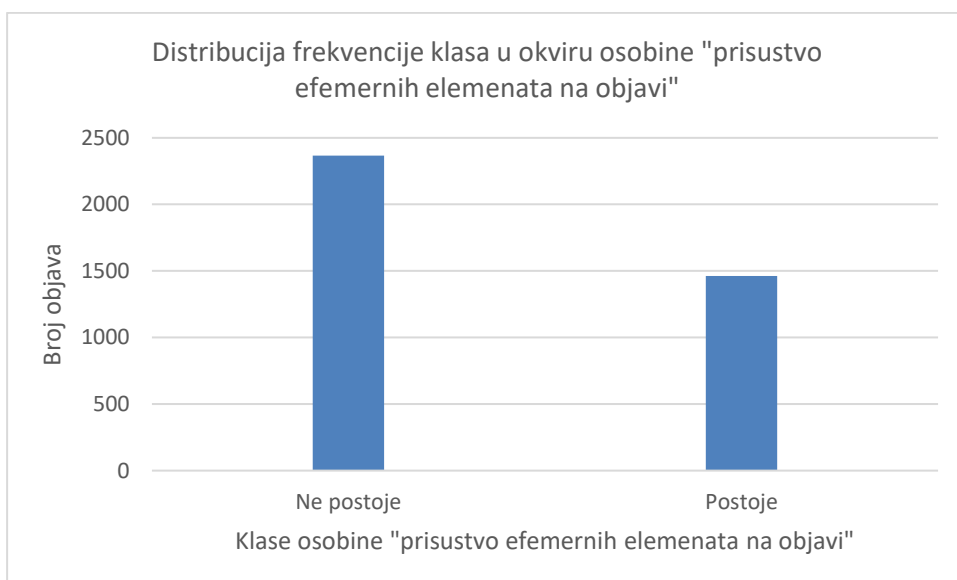
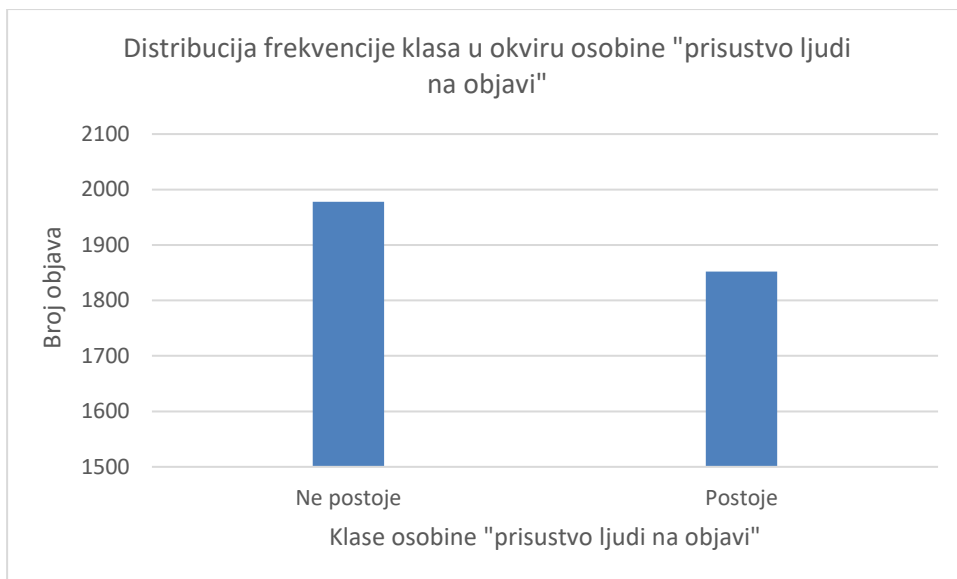


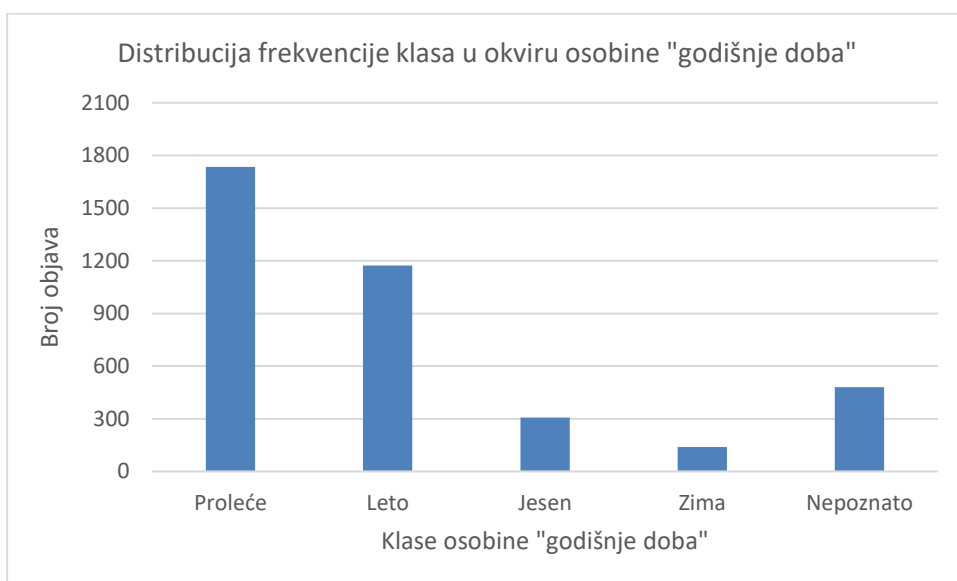
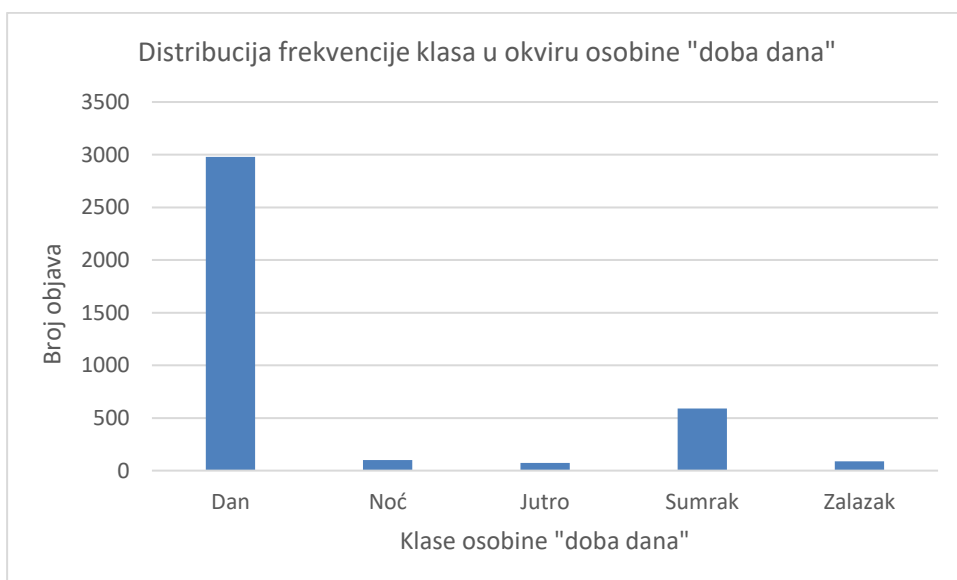
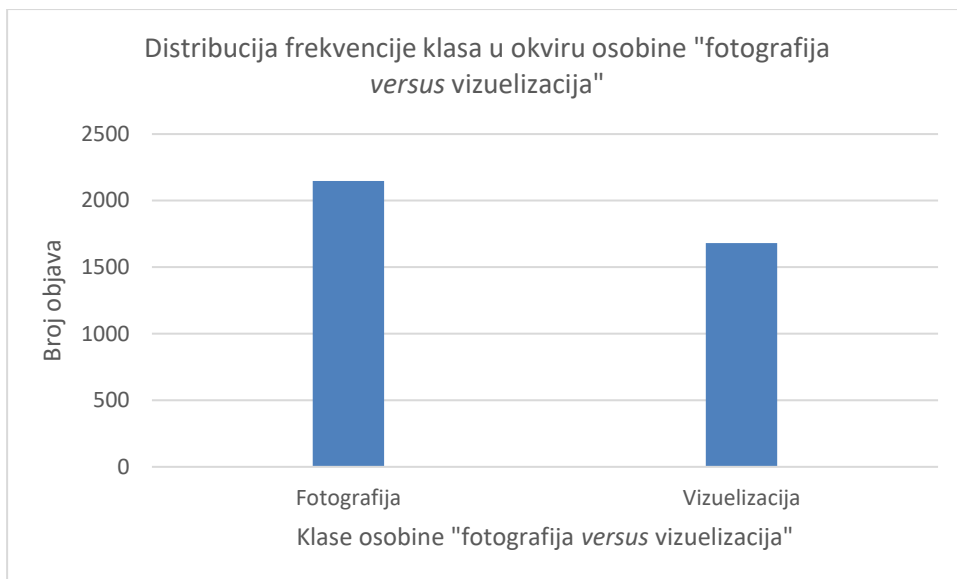


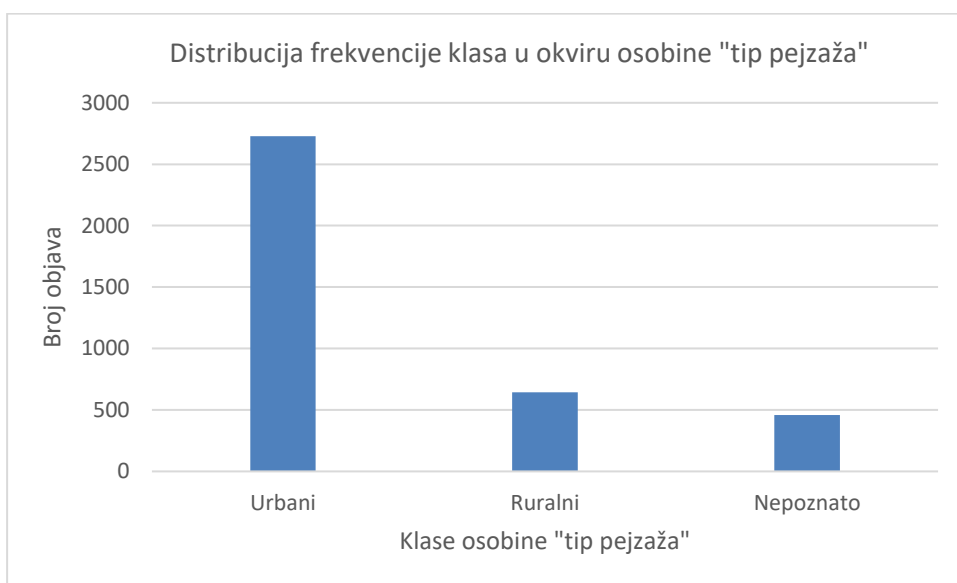
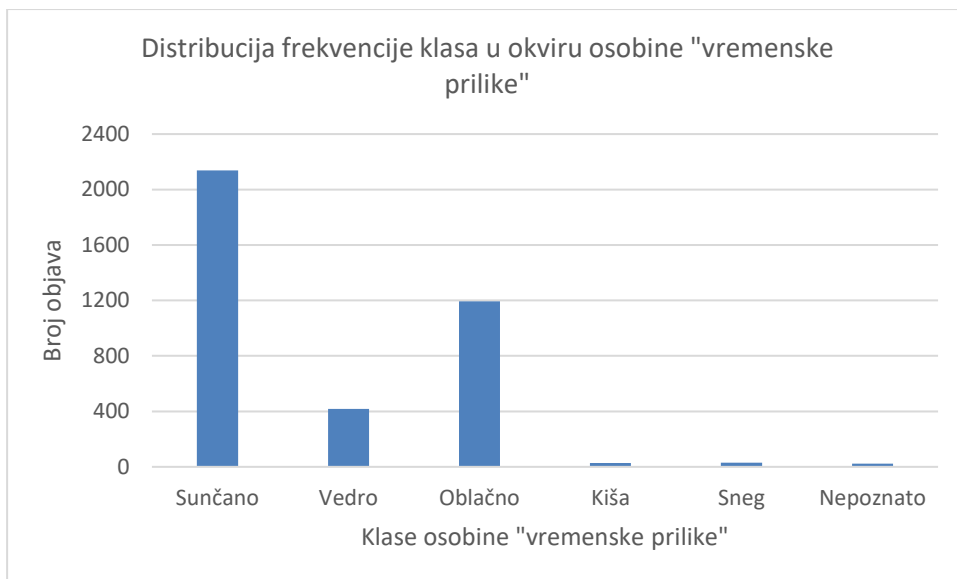


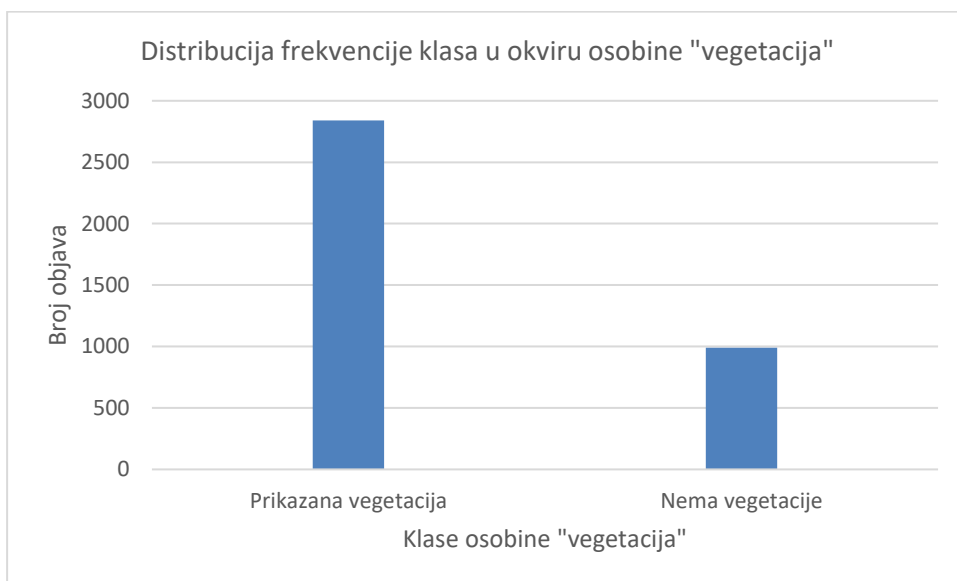
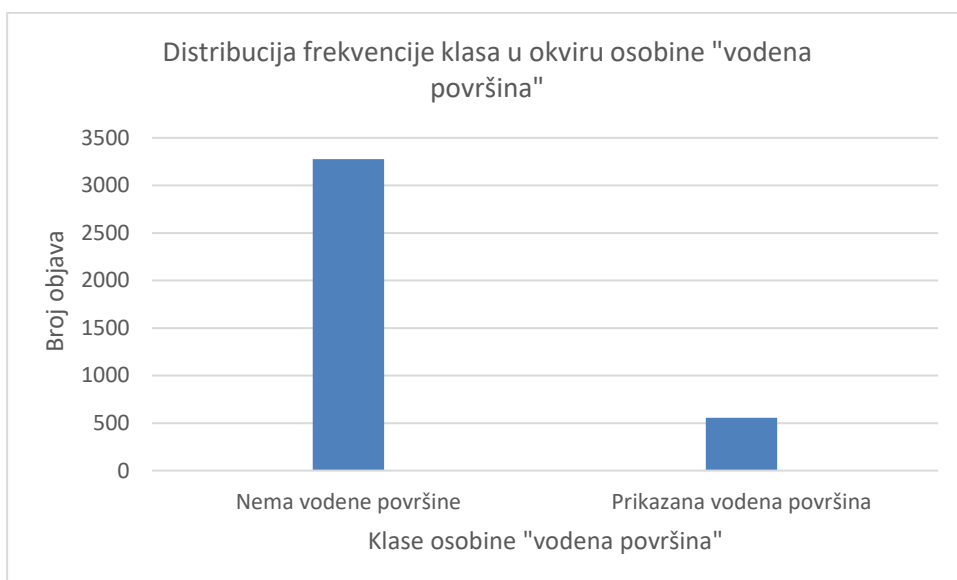
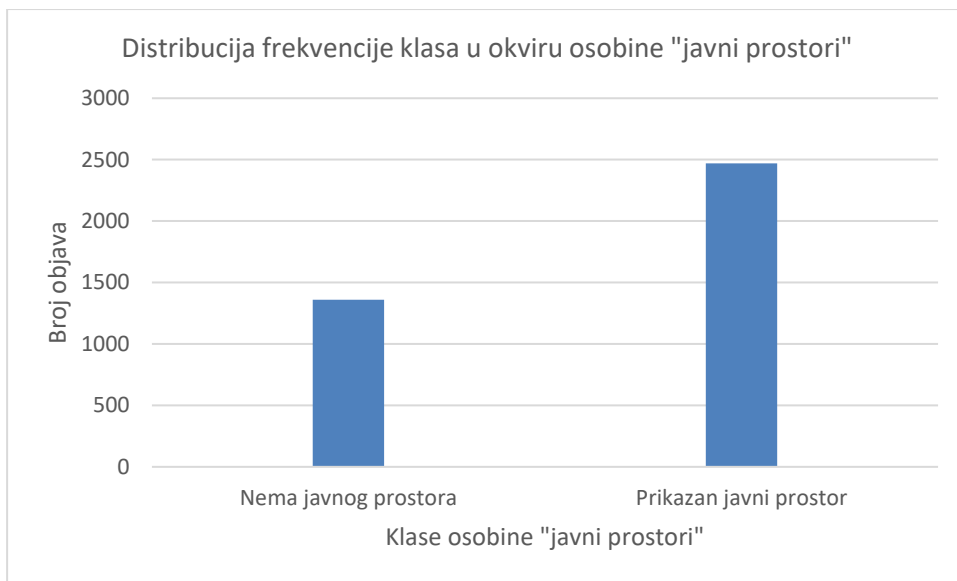


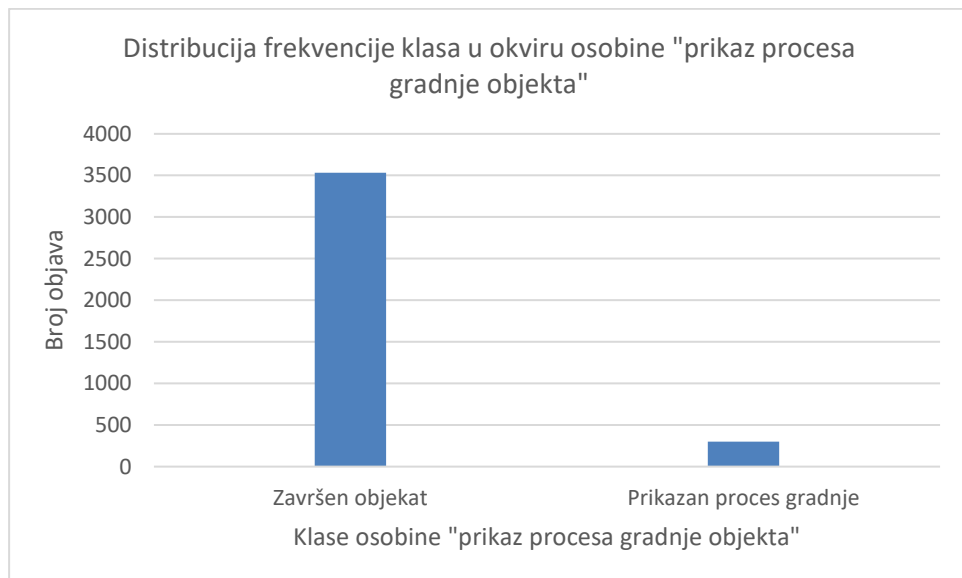
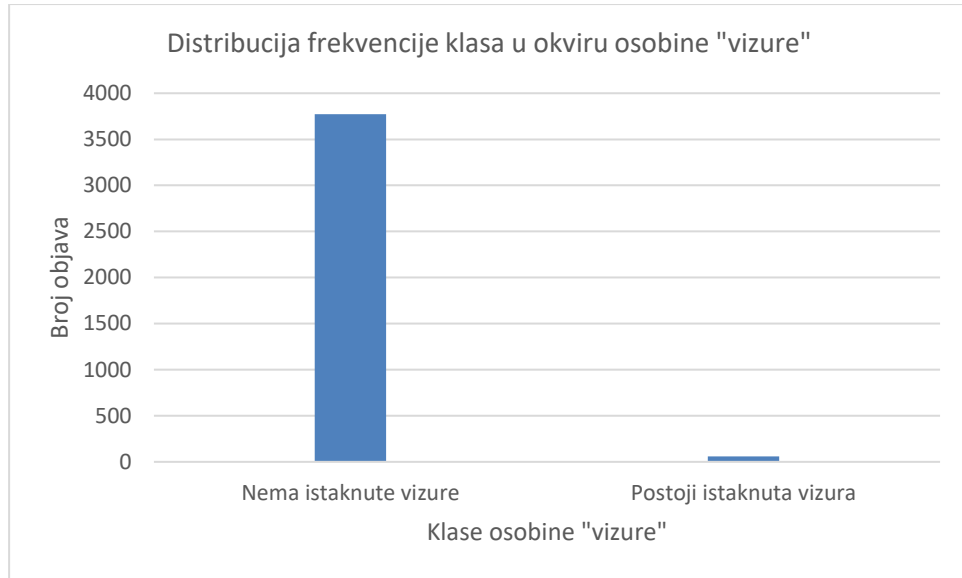














## Dodatak B

```
import pandas as pd
import numpy as np
import seaborn as sns
import pydot
import matplotlib
from matplotlib import pyplot as plt
%matplotlib inline
from sklearn import metrics
from sklearn.metrics import recall_score
from sklearn.metrics import precision_score
from sklearn.linear_model import LogisticRegression
from sklearn.ensemble import RandomForestClassifier
from sklearn.neighbors import KNeighborsClassifier
from sklearn.tree import DecisionTreeClassifier
from xgboost import XGBClassifier
from sklearn.tree import export_graphviz
from sklearn.metrics import make_scorer, accuracy_score
from sklearn.model_selection import GridSearchCV
from sklearn.model_selection import train_test_split
sns.set_style("whitegrid")
```

```
from google.colab import drive
drive.mount('/content/drive')

df = pd.read_csv('/content/drive/My Drive/AI/Models/Final dataset.csv')
df.head()
```

Izlaz:

	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL
0	1	167	147	144	8	12	61	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0
1	0	160	160	160	0	0	63	0	1	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0
2	1	105	106	116	235	5	43	2	0	2	1	2	2	2	0	0	0	0	1
3	1	181	168	157	27	14	66	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	1
4	0	190	161	139	26	28	65	1	0	0	0	2	0	1	1	1	0	0	0

```
features = ['R', 'G', 'B', 'H', 'S', 'L', 'TH', 'CB', 'PERSP', 'PLAN', 'SIMETRIJA', 'KOMPLEKSNOST', 'RITAM', 'GEOM_PR', 'TEKSTURA', 'EVOCIRANJE', 'LJUDI', 'EFEM_EL', 'VEST_SV', 'FOTO_VIZUEL', 'DOBA_D', 'GOD_DOBA', 'VREM_PR', 'OKRUZENJE', 'TIP_PEJZ', 'JAVNI_PR', 'VODENA_P', 'VEGETACIJA', 'VIZURE', 'PROCES_GR']
```

```
training = df.sample(frac = 0.85, random_state = 420)

X_train = training[features]
y_train = training['POPULAR']
X_test = df.drop(training.index)[features]
```

```
X_train, X_valid, y_train, y_valid = train_test_split(X_train, y
_train, test_size = 0.15, random_state = 420)
```

```
KNN_Model = KNeighborsClassifier()
KNN_Model.fit(X_train, y_train)
KNN_Predict = KNN_Model.predict(X_valid)
KNN_Accuracy = accuracy_score(y_valid, KNN_Predict)
KNN_Precision = precision_score(y_valid, KNN_Predict)
KNN_Recall = recall_score(y_valid, KNN_Predict)

print("Accuracy: " + str(KNN_Accuracy))
print("Precision: " + str(KNN_Precision))
print("Recall: " + str(KNN_Precision))
```

Izlaz:

```
Accuracy: 0.6196319018404908
Precision: 0.5811320754716981
Recall: 0.5811320754716981
```

```
LR_Model = LogisticRegression()
LR_Model.fit(X_train, y_train)
LR_Predict = LR_Model.predict(X_valid)
LR_Accuracy = accuracy_score(y_valid, LR_Predict)
LR_Precision = precision_score(y_valid, LR_Predict)
LR_Recall = recall_score(y_valid, LR_Predict)

print("Accuracy: " + str(LR_Accuracy))
print("Precision: " + str(LR_Precision))
print("Recall: " + str(LR_Precision))
```

Izlaz:

```
Accuracy: 0.8302658486707567
Precision: 0.809322033898305
Recall: 0.809322033898305
```

```
XGB_Model = XGBClassifier()  
XGB_Model.fit(X_train, y_train)  
XGB_Predict = XGB_Model.predict(X_valid)  
XGB_Accuracy = accuracy_score(y_valid, XGB_Predict)  
XGB_Precision = precision_score(y_valid, XGB_Predict)  
XGB_Recall = recall_score(y_valid, XGB_Predict)  
  
print("Accuracy: " + str(XGB_Accuracy))  
print("Precision: " + str(XGB_Precision))  
print("Recall: " + str(XGB_Precision))
```

Izlaz:

```
Accuracy: 0.8282208588957055  
Precision: 0.8251121076233184  
Recall: 0.8251121076233184
```

```
DT_Model = DecisionTreeClassifier()  
DT_Model.fit(X_train, y_train)  
DT_Predict = DT_Model.predict(X_valid)  
DT_Accuracy = accuracy_score(y_valid, DT_Predict)  
DT_Precision = precision_score(y_valid, DT_Predict)  
DT_Recall = recall_score(y_valid, DT_Predict)  
  
print("Accuracy: " + str(DT_Accuracy))  
print("Precision: " + str(DT_Precision))  
print("Recall: " + str(DT_Precision))
```

Izlaz:

```
Accuracy: 0.7750511247443763  
Precision: 0.7644444444444445  
Recall: 0.7644444444444445
```

```
RFC_Model=RandomForestClassifier()  
RFC_Model.fit(X_train, y_train)  
RFC_Predict = RFC_Model.predict(X_valid)  
RFC_Accuracy = accuracy_score(y_valid, RFC_Predict)  
RFC_Precision = precision_score(y_valid, RFC_Predict)  
RFC_Recall = recall_score(y_valid, RFC_Predict)  
  
print("Accuracy: " + str(RFC_Accuracy))  
print("Precision: " + str(RFC_Precision))  
print("Recall: " + str(RFC_Precision))
```

Izlaz:

Accuracy: 0.8609406952965235  
Precision: 0.8368200836820083  
Recall: 0.8368200836820083

```
from sklearn.externals.six import StringIO
from IPython.display import Image
import pydotplus
RFC_Model=RandomForestClassifier(max_depth = 3)
RFC_Model.fit(X_train, y_train)
estimator_limited = RFC_Model.estimators_[5]
estimator_limited
export_graphviz(estimator_limited, out_file='tree_limited.dot',
                feature_names = features,
                class_names = ['0', '1'],
                rounded = True, proportion = False,
                precision = 2, filled = True)
!dot -Tpng tree_limited.dot -o tree_limited.png -Gdpi=150
from IPython.display import Image
Image(filename = 'tree_limited.png')
```

## Dodatak C

# Predikcija popularnosti Instagram objave

Ova anketa ispituje mogućnosti predikcije popularne objave na Instagramu, u oblasti arhitekture.

Ispitivanje je namenjeno korisnicima društvene mreže Instagram, a za popunjavanje je potrebno 3-5 minuta.

Anketa je potpuno anonimna i svi podaci će biti upotrebljeni isključivo za istraživanje u okviru doktorske disertacije.

Ukoliko se slažete sa navedenim, molim Vas da odgovorite na sledeća pitanja.

Hvala!

\* *Obavezno*

1. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

*Označite samo jedan odgovor.*



1



2

2. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



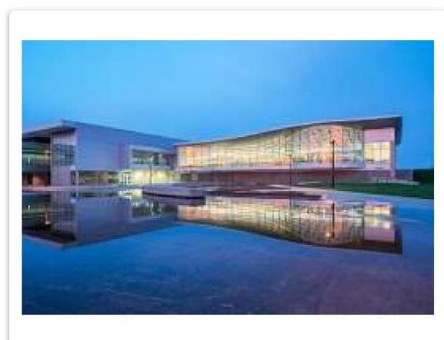
1



2

3. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

4. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



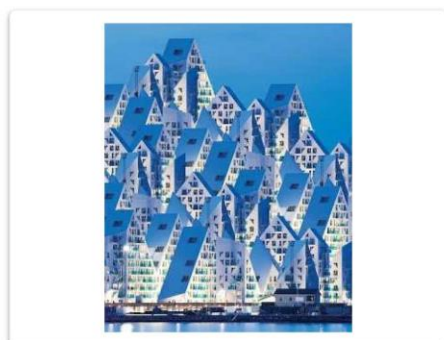
1



2

5. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



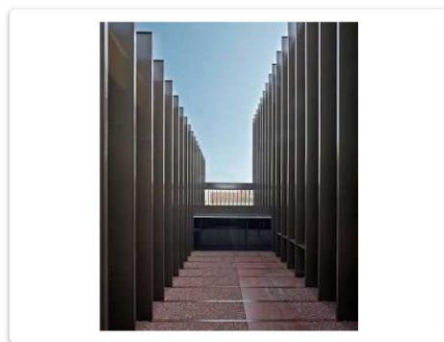
1



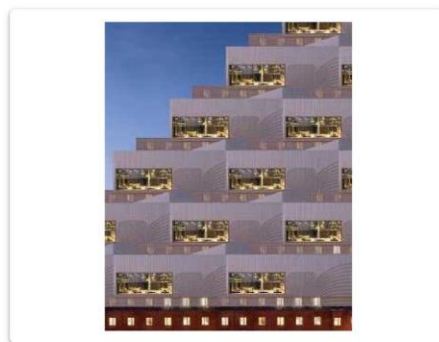
2

6. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

7. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1

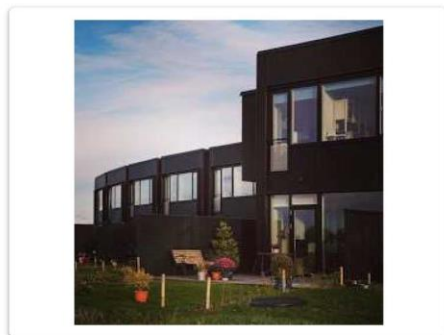


2



8. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

9. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



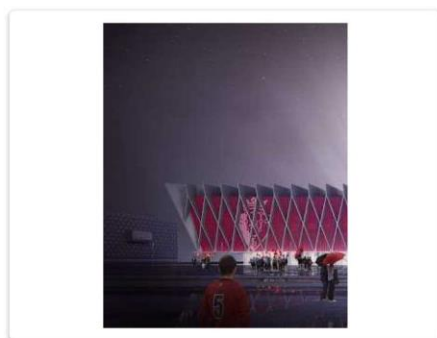
1



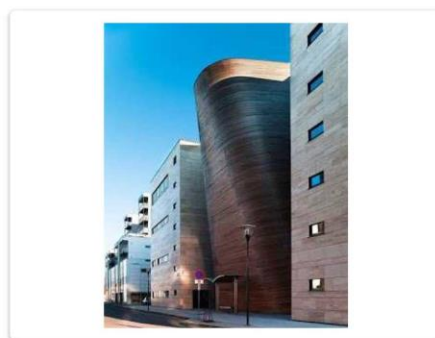
2

10. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

11. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

12. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

13. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



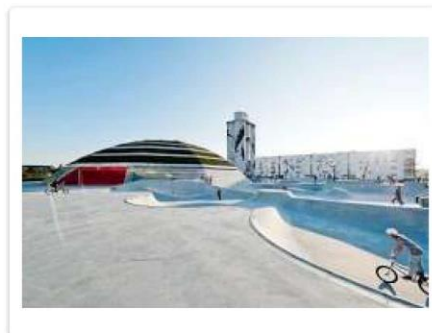
1



2

14. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

15. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



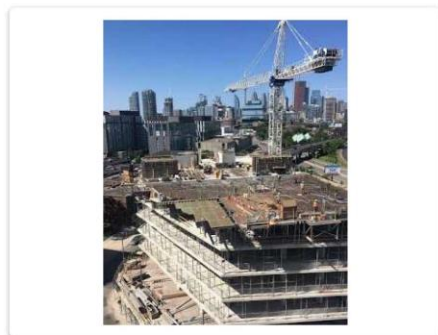
1



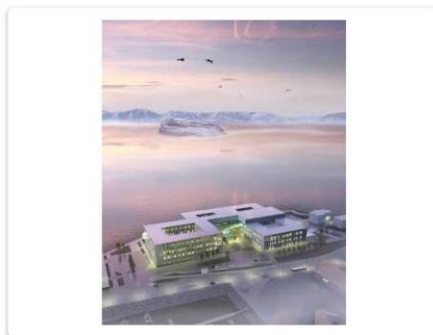
2

16. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



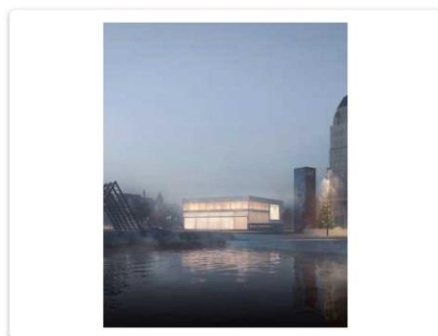
1



2

17. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

18. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

19. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



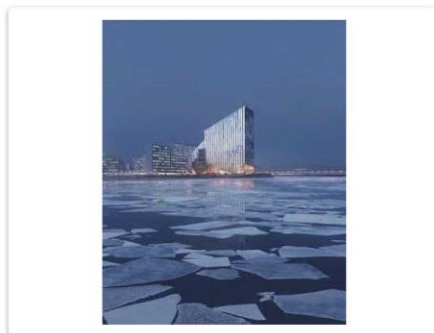
2

20. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



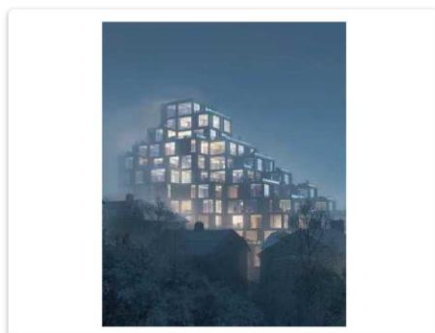
1



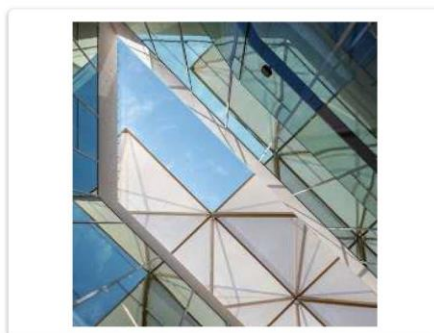
2

21. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

22. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

23. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2



24. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



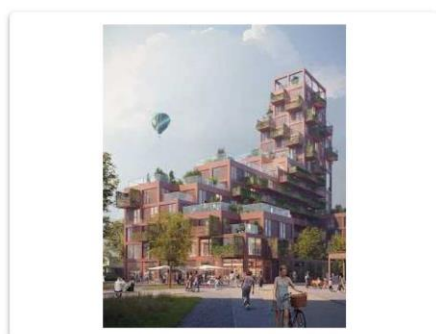
1



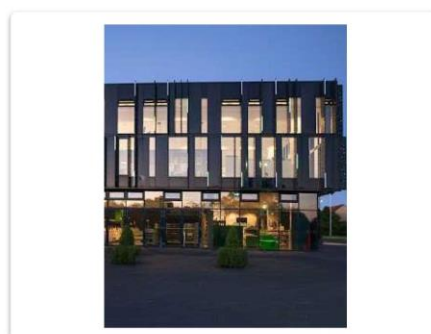
2

25. Koja od ove dve objave Vam se više dopada na prvi pogled? \*

Označite samo jedan odgovor.



1



2

**Dodatak D**

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	J	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAMI	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIJA	VIZURE	PROCES_GR		
1	1	167	147	144	8	12	61	1	0	1	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	1	0	0		
2	0	160	160	160	0	0	63	0	1	1	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
3	1	105	106	116	235	5	43	2	0	2	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	3	2	0	1	1	1	0	1	0		
4	1	181	168	157	27	14	66	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	1	0	1	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0		
5	0	190	161	139	26	28	65	1	0	0	0	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0		
6	1	168	169	174	230	4	67	2	0	3	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	3	0	1	0	0	1	0	0		
7	1	154	160	159	170	3	62	2	0	2	1	2	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
8	1	72	99	122	208	26	38	2	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	
9	1	142	145	145	180	1	56	2	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	1	0	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
10	1	157	166	172	204	8	65	2	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0
11	1	163	163	160	60	2	63	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	4	2	1	0	1	0	0	1	0	0	0	
12	0	111	120	145	224	13	50	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	3	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	
13	1	143	141	133	48	4	54	1	0	1	2	2	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
14	1	109	109	111	240	1	43	2	0	0	2	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	1	0	1	0	0
15	1	128	133	146	223	8	54	2	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
16	1	140	139	131	53	4	53	1	0	0	1	2	0	2	2	0	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
17	1	171	160	154	21	9	64	1	0	0	1	2	0	1	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
18	0	187	181	182	350	4	72	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	1	0	0	1	2	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0
19	1	109	107	103	40	3	42	1	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
20	1	81	83	64	66	13	29	1	0	0	2	1	0	2	2	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
21	0	163	106	94	10	27	50	1	0	3	0	2	1	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0
22	0	169	169	169	0	0	66	0	1	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0
23	0	112	87	90	353	13	39	1	0	1	2	2	1	0	1	0	0	0	0	1	0	2	2	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0
24	1	124	136	135	175	5	51	2	0	0	1	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
25	1	144	136	126	33	7	53	1	0	1	2	2	0	2	0	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
26	0	159	126	112	18	20	53	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0
27	0	118	107	95	31	11	42	1	0	0	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0
28	0	164	177	187	206	14	69	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0
29	0	151	150	143	53	4	58	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0
30	0	144	149	146	144	2	57	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0
31	0	69	68	42	58	24	22	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0
32	1	120	123	142	232	9	51	2	0	1	2	2	0	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
33	0	133	129	132	315	2	51	1	0	1	2	1	2	0	0	0	0	0	1	1	0	1	3	2	0	1	1	0	1	0	1	0	0
34	0	97	84	74	26	13	34	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0
35	1	135	135	133	60	1	53	1	0	1	2	2	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
36	1	99	102	116	229	8	42	2	0	1	1	2	0	2	2	1	0	0	0	1	1	3	4	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0
37	0	194	118	52	28	58	48	1	0	1	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0
38	0	145	140	127	43	8	53	1	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
39	1	172	153	120	38	24	57	1	0	0	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0
40	1	136	148	161	211	12	58	2	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
41	1	177	181	180	165	3	70	2	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
42	1	172	168	155	46	9	64	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	1	1	1	0	1	4	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0
43	0	126	113	112	4	6	47	1	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0
44	0	167	167	167	0	0	65	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0
45	1	102	93	89	18	7	37	1	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
46	1	142	128	106	37	15	49	1	0	0	2	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0
47	0	148	143	134	39	6	55	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0
48	1	142	102	105	356	16	48	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	5	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0
49	1	171	171	173	240	1	67	2	0	1	1	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
50	0	195	198	193	96	4	77	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0
51	0	128	127	124	45	2	49	1	0	0	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0
52	0	151	157	151	120	3	60	0	0	0	2	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0
53	1	119	133	169	223	23	56	2	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	4	4	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0
54	0	143	128	130	352	6	53	1	0	0	1	2	0	0	2	0	0	0	0	1	0	5	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0
55	1	103	130	160	212	23	52	2	0	1	1	2	0	2	0	0	1	1	0	0	0	2	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0
56	0	130	126	120	36	4	49	1	0																								

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR							
62	1	178	174	172	20	4	69	1	0	0	2	2	1	2	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0							
63	1	151	175	189	202	22	67	2	0	3	0	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0							
64	0	134	129	136	283	3	52	2	0	1	2	2	0	1	0	0	1	1	0	1	1	2	1	0	0	1	1	0	1	0	0							
65	0	160	132	110	26	21	53	1	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	0						
66	0	145	123	98	32	19	48	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	3	2	0	1	1	0	1	0	0	0						
67	1	132	127	124	22	3	50	1	0	0	1	2	0	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	0						
68	0	171	169	158	51	7	65	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4	1	1	1	0	0	0	1	0	0						
69	0	129	147	157	201	13	56	2	0	1	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0						
70	1	123	130	135	205	5	51	2	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0						
71	1	130	147	154	198	11	56	2	0	0	1	2	0	2	2	0	0	0	0	1	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0						
72	1	145	132	114	35	12	51	1	0	1	1	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0					
73	1	155	156	153	80	1	61	1	0	1	1	2	0	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0					
74	1	117	111	104	32	6	43	1	0	1	2	2	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	2	0	1	1	0	1	0	1	0	0					
75	1	112	95	82	26	15	38	1	0	0	2	2	0	2	1	2	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0					
76	1	154	147	145	13	4	59	1	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
77	1	138	137	128	54	4	52	1	0	0	1	2	0	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
78	0	67	52	62	320	13	23	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	0	1	1	0	1	0	1	0	0					
79	1	168	167	162	50	3	65	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0					
80	0	129	90	65	23	33	38	1	0	1	0	2	1	1	0	2	0	0	0	0	0	0	2	1	1	0	2	0	0	1	0	0	0					
81	0	103	96	95	7	4	39	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0				
82	0	140	138	133	43	3	54	1	0	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2	2	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0			
83	1	117	102	107	340	7	43	1	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	5	3	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0			
84	0	174	142	95	36	33	53	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0			
85	1	123	104	90	25	15	42	1	0	0	1	1	0	0	1	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0			
86	1	142	141	147	250	3	56	2	0	0	1	2	0	2	2	2	0	0	1	1	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0			
87	1	191	181	171	30	14	71	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	2	3	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
88	1	122	106	93	27	13	42	1	0	1	2	2	0	2	0	2	1	1	1	1	1	1	2	2	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
89	0	163	163	163	0	0	64	0	1	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0			
90	1	61	84	97	202	23	31	2	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
91	1	193	189	188	12	4	75	1	0	1	2	2	0	2	0	0	0	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0			
92	1	197	198	206	233	8	79	2	0	0	1	1	0	2	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
93	1	100	106	105	170	3	40	2	0	2	1	2	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
94	0	196	198	199	200	3	77	2	0	1	0	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
95	0	159	160	173	236	8	65	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0		
96	1	140	140	145	240	2	56	2	0	0	2	2	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
97	1	116	121	120	168	2	46	2	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0		
98	1	153	159	166	212	7	63	2	0	0	2	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
99	1	159	164	173	219	8	65	2	0	2	1	2	1	0	2	2	1	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
100	0	124	128	137	222	5	51	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
101	0	153	100	77	18	33	45	1	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
102	1	147	151	150	165	2	58	2	0	1	1	2	0	2	1	2	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
103	1	120	120	129	240	4	49	2	0	1	1	0	0	2	2	1	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
104	1	150	138	115	39	14	52	1	0	0	1	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
105	0	178	181	182	195	3	71	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
106	0	126	114	104	27	10	45	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	
107	0	141	139	141	300	1	55	0	0	3	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
108	1	184	151	121	29	31	60	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
109	1	199	205	211	210	12	80	2	0	0	1	1	0	2	0	0	1	1	1	0	1	1	4	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
110	1	142	136	133	20	4	54	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	
111	0	122	97	90	13	15	42	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	3	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
112	1	137	122	115	19	9	49	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
113	1	115	113	109	40	3	44	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	
114	0	105	105	105	0	0	41	0																														

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
123	1	132	136	138	200	2	53	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0		
124	0	115	115	115	0	0	45	0	1	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
125	0	96	82	74	22	13	33	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	
126	1	200	201	198	80	3	78	1	0	1	2	2	0	2	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	
127	0	119	117	101	53	8	43	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	
128	0	104	98	87	39	9	37	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0
129	0	116	80	72	11	23	37	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
130	1	142	125	114	24	11	50	1	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	
131	0	136	138	146	228	4	55	2	0	3	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	
132	1	164	154	143	31	10	60	1	0	2	2	2	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	
133	0	71	92	120	214	26	37	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	2	0	1	0	1	0	1	0	
134	1	141	140	150	246	5	57	2	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	
135	1	98	91	87	22	6	36	1	0	0	2	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
136	0	181	175	148	49	18	65	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	
137	0	149	121	89	32	25	47	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	1	0	
138	0	133	147	146	176	6	55	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	
139	0	153	154	155	210	1	60	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	3	0	1	0	1	0	0	
140	0	106	146	178	207	32	56	2	0	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	2	1	0	0	1	0	
141	0	137	127	113	35	10	49	1	0	1	2	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	1	0	0	0
142	0	123	128	147	228	10	53	2	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
143	0	199	198	189	54	8	76	1	0	1	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
144	1	159	151	150	7	4	61	1	0	0	1	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0
145	0	94	91	99	263	4	37	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	1	3	2	2	1	1	0	0	1	0	
146	1	223	220	212	44	15	85	1	0	1	1	2	0	2	1	2	0	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	
147	1	199	205	211	210	12	80	2	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
148	1	120	108	102	20	8	44	1	0	1	1	2	0	2	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
149	0	121	121	126	240	2	48	2	0	0	2	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
150	1	166	171	174	203	5	67	2	0	1	1	2	0	1	0	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
151	0	222	223	212	65	15	85	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	
152	1	138	139	139	180	0	54	2	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	3	1	1	0	0	1	0	
153	0	134	123	100	41	15	46	1	0	2	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	1	0		
154	0	99	99	99	0	0	39	0	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	
155	1	128	85	58	23	38	36	1	0	0	0	2	0	2	1	0	0	0	0	1	0	2	5	1	0	2	0	0	0	0	
156	1	134	114	100	25	15	46	1	0	0	2	2	0	0	0	2	1	1	1	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	
157	1	242	241	236	50	19	94	1	0	0	1	1	0	2	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	
158	0	155	143	131	30	11	56	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	
159	0	149	149	149	0	0	58	0	1	1	2	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	0	
160	0	163	157	156	9	4	63	1	0	0	2	2	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0
161	0	135	161	184	208	26	63	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	0	1	0	
162	0	240	171	103	30	82	67	1	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	
163	1	176	160	145	29	16	63	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	0	
164	1	141	140	135	50	3	54	1	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	3	4	0	1	1	1	1	1	0	
165	1	161	169	172	196	6	65	2	0	2	1	2	0	2	1	2	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	
166	0	146	146	146	0	0	57	0	1	1	2	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0
167	1	155	150	137	43	8	57	1	0	0	1	0	0	2	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	0	1	1	0	1	0
168	1	135	123	95	42	17	45	1	0	0	2	2	0	2	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	0	2	0	0	1	0	
169	1	143	133	129	17	6	53	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
170	1	183	162	143	28	22	64	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	
171	0	150	150	150	0	0	59	0	1	1	2	2	2	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	
172	0	110	110	56	60	33	33	1	0	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0
173	1	220	221	228	233	13	88	2	0	1	1	2	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	4	2	1	1	1	0	1	0	
174	0	143	143	143	0	0	56	0	1	0	2	2	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0
175	1	145	129	123	16	9	53	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
176	1	161	177	205	218	31	72	2	0	0	1	2	0	0	2	1	0	0	0	1	1	1	4	4	1	0	1	0	1	0	
177	1	171	149	127	30	21	58	1	0	0	2	2	0	1	2	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	
178	0	122	143	154	201	14	54	2	0	1	1	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	
179	1	128	127	124	45	2	49	1	0	3	2	2	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	
180	1	159	151	150	7	4	61	1	0	0	1	2	0	0	0	2	0	1	1	1	1	1	3	1	1	0	1	0	1	0	
181	0	125	118	105	39	9	45	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	
182	1	181	184	185	195	3	72	2	0	1	1	2																			

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEIZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR			
184	0	181	167	170	347	9	68	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	2	0	1	0	0	1	0	0			
185	0	168	154	136	34	16	60	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	1			
186	0	129	110	112	354	8	47	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
187	1	136	146	153	205	8	57	2	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	4	2	1	1	1	0	1	0	0		
188	0	135	130	110	48	10	48	1	0	0	2	2	2	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	1			
189	0	135	116	105	22	13	47	1	0	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	5	0	2	0	0	0	0	0			
190	1	160	149	143	21	8	59	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
191	0	131	128	124	34	3	50	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0			
192	1	132	134	139	223	3	53	2	0	0	2	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0			
193	0	86	84	81	36	3	33	1	0	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	1	1	3	1	2	1	1	1	0	1	0	0			
194	0	89	69	66	8	15	30	1	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	2	1	1	1	0	0	1	0	0			
195	1	173	178	178	180	3	69	2	0	0	1	2	0	0	2	1	1	1	0	1	0	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0			
196	1	140	121	113	18	11	50	1	0	0	2	2	1	0	0	2	0	1	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	1			
197	1	167	164	162	24	3	65	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
198	0	200	125	54	29	57	50	1	0	1	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	1	0	0		
199	1	91	92	102	235	6	38	2	0	0	1	2	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	2	3	2	1	1	0	1	0	0	0		
200	0	147	145	152	257	3	58	2	0	1	1	2	0	1	0	1	0	1	1	0	1	2	2	0	0	1	0	0	1	0	0	0		
201	0	137	136	134	40	1	53	1	0	0	1	2	2	0	0	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0		
202	0	155	145	134	31	10	57	1	0	1	0	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0		
203	0	144	142	154	250	6	58	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0		
204	1	201	189	173	34	21	73	1	0	0	2	2	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	2	1	0	2	0	0	0	1	0	0		
205	1	237	231	230	9	16	92	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0		
206	0	103	104	102	90	1	40	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0		
207	1	203	202	200	40	3	79	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
208	1	144	143	133	55	5	54	1	0	1	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0		
209	1	235	235	235	0	0	92	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
210	0	138	145	152	210	6	57	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	1	0	0	0	
211	0	125	123	120	36	2	48	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	2	1	1	0	0	1	0	0	0		
212	0	142	152	160	207	9	59	2	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0		
213	1	124	127	132	218	3	50	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0		
214	1	161	150	159	311	6	61	1	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
215	0	160	169	180	213	12	67	2	0	1	2	2	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
216	0	97	102	125	229	13	44	2	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
217	0	175	197	212	204	30	76	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
218	1	94	109	110	184	8	40	2	0	1	2	2	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	
219	1	174	168	157	39	9	65	1	0	0	2	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	
220	0	168	160	171	284	6	65	2	0	0	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
221	1	186	186	182	60	3	72	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
222	0	117	100	91	21	12	41	1	0	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	
223	1	149	172	130	93	20	59	1	0	1	1	2	0	1	0	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
224	0	149	163	185	217	20	65	2	0	3	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	1	
225	1	140	116	97	27	18	46	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
226	1	190	191	187	75	3	74	1	0	0	1	2	1	1	0	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
227	1	168	160	152	30	8	63	1	0	1	2	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
228	0	179	177	173	40	4	69	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
229	0	117	117	117	0	0	46	0	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	1	
230	1	115	106	101	21	6	42	1	0	2	1	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	
231	0	135	146	126	93	8	53	1	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
232	0	97	110	119	205	10	42	2	0	1	1	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
233	1	158	155	143	48	7	59	1	0	1	1	2	0	2	2	2	0	0	0	0	1	1	1	4	2	1	1	1	0	0	0	0	0	
234	0	150	144	140	24	5	57	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
235	0	125	98	88	16	17	42	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	
236	0	145	151	104	68	18	50	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	
237	1	122	106	93	27	13	42	1	0	1	1	2	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0
238	0	122	128	133	207	4	50	2	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	5	2	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
239	0	206	203	198	37	8	79	1	0	0	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1</										

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR		
245	1	160	148	141	22	9	59	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0			
246	1	90	96	113	224	11	40	2	0	0	2	2	0	2	0	0	0	1	0	1	1	2	1	2	1	1	1	1	0	0			
247	1	157	164	167	198	5	64	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0			
248	0	192	188	183	33	7	74	1	0	2	2	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0			
249	0	114	133	176	222	28	57	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0			
250	0	92	83	74	30	11	33	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	2	2	1	0	0	0	0	0			
251	1	120	120	129	240	4	49	2	0	1	2	2	0	2	1	0	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0			
252	0	152	127	118	16	14	53	1	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	1	0	0	0			
253	0	94	92	99	257	4	37	2	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	3	2	1	0	0	0	1	0			
254	0	97	97	97	0	0	38	0	1	1	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0		
255	0	114	114	95	60	9	41	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0			
256	1	114	110	113	315	2	44	1	0	0	1	2	0	1	0	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
257	1	140	152	153	185	6	57	2	0	0	1	2	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0		
258	0	120	126	103	76	10	45	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0		
259	1	156	170	179	203	13	66	2	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0		
260	0	161	157	149	40	6	61	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0		
261	0	64	78	124	226	32	37	2	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0		
262	0	213	215	223	228	14	85	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0		
263	0	105	127	150	211	18	50	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	3	1	1	1	1	1	0	0	0		
264	1	72	87	93	197	13	32	2	0	1	2	2	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
265	0	174	179	179	180	3	69	2	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
266	0	145	136	147	289	5	55	2	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0	
267	1	232	228	228	0	8	90	1	0	1	1	2	1	2	1	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
268	1	165	158	146	38	10	61	1	0	1	1	2	0	2	2	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
269	0	114	116	125	229	5	47	2	0	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	2	0	1	1	1	1	0	1	0	0	
270	0	95	93	86	47	5	35	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
271	0	183	192	164	79	18	70	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
272	0	113	123	126	194	5	47	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
273	0	148	149	128	63	9	54	1	0	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
274	1	27	27	27	0	0	11	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	3	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	
275	1	222	223	226	225	6	88	2	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	3	2	0	1	0	1	0	0	0	0	
276	0	126	130	147	229	9	54	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
277	1	161	155	147	34	7	60	1	0	0	2	2	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
278	0	212	198	199	356	14	80	1	0	1	2	2	0	0	1	1	0	0	0	0	5	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
279	1	190	191	187	75	3	74	1	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	1	0	0	
280	0	61	48	38	26	23	19	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	1	0	
281	1	60	97	116	200	32	35	2	0	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
282	0	148	145	132	49	7	55	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	0	
283	1	143	138	166	251	14	60	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
284	1	92	94	106	231	7	39	2	0	1	1	2	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	1	1	1	1	0	1	0	0
285	1	117	117	112	60	2	45	1	0	0	1	2	0	1	1	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	
286	1	159	177	182	193	14	67	2	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
287	0	71	68	65	30	4	27	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	1	
288	1	104	87	84	9	11	37	1	0	1	2	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
289	1	131	138	151	219	9	55	2	0	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	3	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
290	1	99	99	105	240	3	40	2	0	1	2	2	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
291	1	107	99	87	36	10	38	1	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
292	0	151	131	130	3	9	55	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	5	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
293	0	138	126	115	29	9	50	1	0	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	
294	0	134	108	101	13	14	46	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	
295	0	162	158	129	53	15	57	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	5	2	2	1	1	1	1	0	0	0	0	
296	1	90	106	119	207	14	41	2	0	0	1	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	
297	0	87	86	113	242	14	39	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	2	0	1	1	0	1	0	1	0	0	
298	1	155	145	125	40	13	55	1	0	1	1	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	2	3	0	1	1	1	1	0	1	0	0	
299	0	113	89	75	22	20	37	1	0	0	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	1	
300	1	108	120	127	202	8	46	2	0	1	2	2	0	0	2	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	
301	0	87	97	142	229	24	45	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	5	0	0	1	1	1	0	0	0	0	
302	1	191	191																														

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR					
306	0	152	158	151	111	3	61	1	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0					
307	1	182	169	158	27	14	67	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0					
308	1	109	134	150	203	16	51	2	0	0	1	2	1	2	2	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0				
309	0	147	148	145	80	1	57	1	0	1	1	2	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0				
310	0	149	156	162	208	7	61	2	0	1	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	2	3	2	0	1	1	0	0	0	0				
311	1	216	204	177	42	33	77	1	0	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0				
312	1	117	124	126	193	4	48	2	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0				
313	1	72	99	122	208	26	38	2	0	1	1	2	0	1	0	1	0	1	0	1	1	2	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0				
314	1	180	184	180	120	3	71	0	0	1	1	2	0	2	2	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0				
315	1	88	85	69	51	12	31	1	0	1	2	2	0	2	0	1	1	1	0	1	1	0	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0			
316	1	130	122	118	20	5	49	1	0	0	1	2	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0				
317	0	89	96	65	74	19	32	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0			
318	1	157	147	140	25	8	58	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	1	0	0	5	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
319	0	192	195	189	90	5	75	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0			
320	0	169	175	158	81	10	65	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0			
321	1	106	93	86	21	10	38	1	0	3	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0			
322	0	146	149	115	65	14	52	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0			
323	0	124	118	112	30	5	46	1	0	0	1	2	0	2	0	2	0	0	0	0	1	1	4	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0			
324	1	108	105	100	37	4	41	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	0	2	0	0	1	0	0	0			
325	1	157	143	120	37	16	54	1	0	0	2	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
326	1	146	144	147	280	1	57	2	0	0	1	2	0	2	2	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
327	1	119	126	125	171	3	48	2	0	1	1	2	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
328	0	180	173	161	38	11	67	1	0	2	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
329	1	102	74	54	25	31	31	1	0	0	2	2	1	1	0	1	0	1	0	1	1	3	3	5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
330	1	108	109	101	67	4	41	1	0	1	2	2	2	1	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
331	0	107	110	80	66	16	37	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0		
332	1	186	176	173	14	9	70	1	0	0	1	2	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
333	1	211	186	165	27	34	74	1	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
334	1	146	152	171	226	13	62	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5	3	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0		
335	0	139	108	71	33	32	41	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	1	0	1	0	2	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0		
336	0	133	143	160	218	12	57	2	0	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1		
337	0	158	168	164	156	5	64	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0		
338	0	157	146	140	21	8	58	1	0	3	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	4	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0		
339	0	168	182	200	214	23	72	2	0	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
340	1	7	13	15	195	36	4	2	0	1	1	2	1	0	0	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
341	0	187	181	179	15	6	72	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3	3	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
342	1	131	140	142	191	5	54	2	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	
343	1	140	113	95	24	19	46	1	0	1	1	2	0	1	1	0	0	1	1	1	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
344	1	211	214	219	217	10	84	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	4	4	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	
345	0	118	108	109	354	4	44	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
346	1	155	156	153	80	1	61	1	0	0	2	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	2	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
347	1	203	202	200	40	3	79	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
348	1	97	108	107	175	5	40	2	0	1	1	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	2	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
349	1	197	195	200	264	4	77	2	0	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
350	0	198	197	189	53	7	76	1	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
351	0	141	112	102	15	16	48	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	2	0	0	1	0	0	0	0	0	
352	0	130	130	130	0	0	51	0	1	0	2	1	2	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
353	0	133	146	155	205	10	56	2	0	0	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
354	1	146	127	126	3	8	53	1	0	0	1	0	0	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
355	0	154	142	140	9	6	58	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
356	0	118	93	79	22	20	39	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
357	1	153	161	172	215	10	64	2	0	0	2	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
358	0	134	141	151	215	8	56	2	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	0	0	1	1	4	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0
359	0	30	124	138	266	6	51	2	0	2	0	2	1	0																						

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR		
367	0	151	134	131	9	9	55	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0			
368	0	112	120	118	165	3	45	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0			
369	0	148	150	143	77	3	57	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5	2	0	1	1	0	0	0			
370	0	154	116	98	19	22	49	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	1			
371	1	172	168	155	46	9	64	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	1			
372	1	98	96	90	45	4	37	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	2	1	2	0	0	0	0	1	0			
373	1	142	128	106	37	15	49	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	2	1	1	1	1	0	1			
374	1	124	100	86	22	18	41	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0			
375	1	167	171	171	180	2	66	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0			
376	1	129	114	96	33	15	44	1	0	0	1	2	0	1	0	1	1	1	1	0	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0			
377	0	130	135	136	190	2	52	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0			
378	0	175	169	157	40	10	65	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	4	3	1	1	1	1	0	1	0			
379	1	102	93	89	18	7	37	1	0	1	2	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	1	1	1	1	1			
380	0	175	177	177	180	1	69	2	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0			
381	1	168	163	139	50	14	60	1	0	1	2	2	2	1	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0			
382	1	167	164	157	42	5	64	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0			
383	0	213	223	220	162	14	85	2	0	0	2	2	2	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0			
384	1	220	221	228	233	13	88	2	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0		
385	1	122	111	110	5	5	45	1	0	2	1	2	1	0	2	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
386	1	202	206	209	206	7	81	2	0	0	1	2	0	2	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0		
387	0	112	108	104	30	4	42	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	0		
388	0	131	140	129	109	5	53	1	0	2	2	2	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0		
389	1	180	164	143	34	20	63	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	2	3	0	1	1	1	1	0	1	0		
390	0	146	147	146	120	0	57	0	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0		
391	1	153	161	172	215	10	64	2	0	0	1	2	0	0	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
392	0	131	131	131	0	0	51	0	1	1	2	2	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0		
393	0	73	80	85	205	8	31	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	0	2	0	0	1	0	0		
394	1	159	164	173	219	8	65	2	0	1	1	2	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	5	2	1	0	0	1	0	0	0		
395	1	81	83	64	66	13	29	1	0	0	1	1	0	1	2	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0		
396	1	207	201	198	20	9	79	1	0	0	2	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0		
397	1	161	134	110	28	21	53	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
398	0	131	139	136	158	3	53	2	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
399	0	136	118	127	330	7	50	1	0	3	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	1		
400	0	139	136	133	30	3	53	1	0	0	1	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	3	2	1	0	0	0	1	0	1		
401	1	141	143	141	120	1	56	0	0	0	2	2	0	2	0	2	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0		
402	0	109	124	148	217	15	50	2	0	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0		
403	1	172	176	167	87	5	67	1	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
404	0	107	117	123	203	7	45	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	5	0	1	1	0	0	0	0	0		
405	1	114	119	131	222	7	48	2	0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0		
406	0	133	127	134	291	3	51	2	0	3	2	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	4	5	2	0	1	0	0	0	0	0		
407	0	184	194	217	222	30	79	2	0	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0		
408	0	157	152	146	33	5	59	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0		
409	1	172	172	172	0	0	67	0	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
410	1	150	128	113	24	15	52	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
411	1	106	93	86	21	10	38	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0		
412	0	101	92	91	6	5	38	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
413	0	108	99	107	307	4	41	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1		
414	0	143	137	134	20	4	54	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
415	0	150	133	113	32	15	52	1	0	0	0	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	
416	1	179	172	166	28	8	68	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	
417	0	165	163	163	0	1	64	1	0	1	1	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	0	1	0	0	0	
418	1	176	169	161	32	9	66	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
419	0	155	159	147	80	6	60	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	3	2	0	1	0	0	1	0	0	0	
420	0	120	104	96	20	11	42	1	0	0	0	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	
421	1	168	171	167	105	2	66	1	0	0	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	1	1	1	0	0	
422	0	113	103	92	31	10	40	1	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0	
423	1	199	194	186	37	10	75	1	0	0	1	2	0	2	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
424	0	179	165	145	35	18	64	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	1	1	1	0	1	0			



R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIJIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR			
428	0	150	92	65	19	40	42	1	0	0	0	1	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	1	1	0	0	0			
429	0	118	126	108	87	8	46	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0			
430	1	199	199	190	60	7	76	1	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0			
431	0	159	159	159	0	0	62	0	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	0	0	0			
432	1	148	142	133	36	7	55	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	0	1	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	0			
433	0	169	147	139	16	15	60	1	0	0	0	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	1			
434	0	162	150	131	37	14	57	1	0	1	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	0	0			
435	1	122	117	115	17	3	46	1	1	0	1	2	0	2	1	2	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	0			
436	0	148	124	100	30	19	49	1	0	0	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
437	0	85	78	84	309	4	32	1	0	1	2	2	0	2	1	1	0	0	1	0	1	0	2	5	2	0	1	0	0	0	0			
438	0	138	138	138	0	0	54	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0			
439	0	75	75	75	0	0	29	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	3	5	2	0	1	0	0	0	0	0			
440	0	161	140	130	19	14	57	1	0	0	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	3	1	0	1	1	0	1	0	0			
441	0	142	142	142	0	0	56	0	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	1	0	0	0	0			
442	0	147	156	164	208	9	61	2	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2	1	2	1	0	0	0	1	0	0		
443	1	163	182	199	208	24	71	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
444	0	149	158	165	206	8	62	2	0	0	1	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	2	4	4	1	0	1	0	0	0	0			
445	1	101	96	85	41	9	36	1	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0			
446	1	149	141	122	42	11	53	1	0	1	2	2	0	2	1	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
447	0	169	184	225	224	48	77	2	0	0	1	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0			
448	1	142	141	147	250	3	56	2	0	0	1	2	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	0	1	0	0		
449	1	173	172	161	55	7	65	1	0	1	1	2	0	2	2	2	0	1	0	1	1	2	4	0	1	0	1	0	0	0	0	0		
450	0	130	127	138	256	4	52	2	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	2	3	3	1	1	0	1	0	0	0	0		
451	1	150	141	133	28	7	55	1	0	1	2	2	0	0	2	1	0	1	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	1		
452	1	95	106	141	226	19	46	2	0	0	1	1	0	2	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
453	0	81	81	81	0	0	32	0	1	1	2	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
454	0	177	176	165	55	7	67	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	0		
455	0	104	100	105	288	2	40	2	0	3	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0		
456	0	121	91	79	17	21	39	1	0	3	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0		
457	1	111	116	110	110	3	44	1	0	0	2	2	0	2	1	1	0	1	0	1	0	2	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0		
458	1	160	160	158	60	1	62	1	0	3	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0		
459	0	141	126	118	21	9	51	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	1	1	1	5	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0		
460	1	105	99	86	41	10	37	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
461	0	189	190	185	72	4	74	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0		
462	1	144	136	126	33	7	53	1	0	1	2	2	0	2	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0		
463	0	110	116	108	105	4	44	1	0	1	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0		
464	0	142	141	138	45	2	55	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	1		
465	0	132	120	100	37	14	45	1	0	1	2	2	0	0	2	0	1	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0		
466	1	133	143	169	223	17	59	2	0	0	1	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0		
467	1	119	130	160	224	18	55	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0		
468	1	167	157	143	35	12	61	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	
469	1	152	143	139	18	6	57	1	0	0	2	2	0	2	1	2	0	1	1	0	1	1	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	
470	0	58	81	113	215	32	34	2	0	3	2	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
471	1	155	156	153	80	1	61	1	0	1	1	2	0	2	1	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
472	0	105	126	125	177	9	45	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	1	1	0	1	5	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	
473	1	75	75	75	0	0	29	0	0	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	2	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	
474	0	99	97	92	43	4	37	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
475	1	181	189	204	219	18	75	2	0	1	1	2	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
476	0	160	109	69	26	40	45	1	0	1	0	2	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	
477	1	173	166	161	25	7	65	1	0	0	1	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
478	0	189	192	198	220	7	76	2	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
479	1	84	88	94	216	6	35	2	0	1	1	2	0	2	2	0	1	1	1	1	1	2	4	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
480	1	177	162	150	27	15	64	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0
481	0	170	165	161	27	5	65	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
482	1	232	228	228	0	8	90	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0
483	1	149	156	160	202	5	61	2	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0
484	0	133	92	97	353	18</																												

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
489	0	128	124	116	40	5	48	1	0	2	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	1	
490	0	127	127	130	240	1	50	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	3	2	1	0	0	0	1	0	0	
491	1	151	152	142	66	5	58	1	0	1	2	2	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	
492	0	162	171	174	195	7	66	2	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
493	1	243	243	243	0	0	95	0	0	0	1	2	0	2	2	2	1	1	0	1	1	1	2	2	1	0	1	0	1	0	0	
494	1	120	114	111	20	4	45	1	0	0	1	1	0	1	2	0	1	1	0	1	1	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	
495	0	171	180	193	215	15	71	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	
496	0	156	155	172	244	9	64	2	0	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	
497	0	189	186	182	34	5	73	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	2	1	1	1	1	1	0	
498	1	131	135	136	192	2	52	2	0	0	1	2	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
499	1	109	91	84	17	13	38	1	0	0	2	1	0	2	1	2	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	
500	1	130	125	120	30	4	49	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	0	
501	1	170	146	121	31	22	57	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
502	0	146	149	147	140	1	58	2	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	
503	0	90	104	106	188	8	38	2	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	2	1	0	0	0	1	0	
504	0	110	79	62	21	28	34	1	0	0	0	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	
505	1	176	165	159	21	10	66	1	0	1	1	2	1	2	1	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
506	1	133	133	135	240	1	53	2	0	1	1	2	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0
507	1	155	143	131	30	11	56	1	0	0	2	2	0	2	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	
508	0	140	145	151	213	5	57	2	0	3	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	1	1	1	0	0	0	0	
509	0	80	55	64	338	19	26	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	
510	0	128	121	113	32	6	47	1	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	1	
511	0	161	179	204	215	30	72	2	0	0	1	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	
512	1	118	122	122	180	2	47	2	0	0	2	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	3	2	0	2	1	0	1	0	0	
513	1	223	220	212	44	15	85	1	0	1	1	2	0	1	0	2	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	
514	0	152	148	130	49	10	55	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	
515	0	150	170	187	208	21	66	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	
516	1	129	128	118	55	4	48	1	0	2	1	2	2	0	0	1	0	0	1	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0	
517	1	141	99	78	20	29	43	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
518	1	121	119	120	330	1	47	1	0	3	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
519	1	140	143	138	96	2	55	1	0	0	2	2	0	2	2	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
520	1	67	69	71	210	3	27	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1	0	1	0	
521	0	136	139	145	220	4	55	2	0	0	1	2	0	2	1	1	0	0	0	1	1	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
522	0	116	105	90	35	13	40	1	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	5	2	0	1	0	1	0	1	0	0	
523	0	132	124	112	36	8	48	1	0	2	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
524	0	225	199	184	22	41	80	1	0	0	2	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	1	
525	1	120	114	111	20	4	45	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
526	1	158	150	127	45	14	56	1	0	0	2	2	1	1	0	0	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1	1	0	1	1	0	
527	0	120	116	115	12	2	46	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
528	1	116	118	117	150	1	46	2	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	1	0
529	1	123	105	91	26	15	42	1	0	1	2	2	0	0	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0
530	0	144	138	123	43	9	52	1	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	2	2	1	0	0	0	1	0	0	
531	0	126	106	87	29	18	42	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0
532	0	131	124	114	35	7	48	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	1	
533	0	122	119	121	320	1	47	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	4	2	1	1	0	1	0	1	0	0
534	0	142	137	108	51	14	49	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0
535	1	154	147	138	34	7	57	1	0	0	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	1	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0
536	0	207	217	230	214	32	86	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	0	1	0	0	0	0	0	0
537	0	133	131	123	48	4	50	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	0
538	1	142	135	134	7	3	54	1	0	1	1	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
539	0	113	107	111	320	3	43	1	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	5	2	0	1	1	0	1	1	0	1	0
540	1	48	49	45	75	4	18	1	0	0	2	2	0	1	1	1	0	1	1	0	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0
541	0	94	142	176	205	34	53	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	
542	0	155	170	187	212	19	67	2	0	1	1	2	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	4	1	1	1	1	1	0	0	1	0
543	1	88	97	100	195	6	37	2	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0
544	1	140	105	93	15	20	46	1	0	0	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
545	0	83	66	48	31	27	26	1	0	0	2	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	1	0	0
546	0	125	125	125	0	0	49	0	1																							

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUĐI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR				
550	0	154	160	165	207	6	63	2	0	1	1	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	0	0	1	0	0				
551	0	109	109	109	0	0	43	0	1	3	0	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	0	0	0	0	0	0				
552	0	135	127	128	353	3	51	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1				
553	1	95	78	71	18	14	33	1	0	0	1	2	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0				
554	1	198	189	173	38	18	73	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	1	1	1	1	2	1	0	2	0	1	1	0	0				
555	1	111	109	101	48	5	42	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0				
556	0	166	166	166	0	0	65	0	1	1	1	2	1	1	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0				
557	1	100	116	120	192	9	43	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0				
558	1	168	146	141	11	13	61	1	0	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	2	2	1	1	1	0	0	0	0				
559	1	187	170	137	40	27	64	1	0	0	1	0	0	2	2	1	1	1	1	1	1	3	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0			
560	1	79	90	111	219	17	37	2	0	0	1	2	0	1	2	2	0	0	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	0	0			
561	1	97	101	98	135	2	39	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	2	0	1	0	0	0	1	0	0			
562	0	145	129	122	18	9	52	1	0	0	1	2	1	2	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
563	0	202	202	202	0	0	79	0	1	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1			
564	1	118	135	142	198	10	51	2	0	1	1	2	0	2	2	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
565	0	130	111	115	347	8	47	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	1			
566	0	107	98	101	340	4	40	1	0	0	2	0	2	0	2	0	1	0	0	0	1	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0			
567	1	158	157	137	57	10	58	1	0	0	1	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0			
568	1	148	146	148	300	1	58	0	0	1	1	1	0	0	2	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0			
569	1	137	142	149	215	5	56	2	0	0	1	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0			
570	0	173	173	173	0	0	68	0	1	1	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	5	0	2	0	0	0	0	0	0			
571	1	91	93	98	223	4	37	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	0	1	0	1	0			
572	0	130	156	180	209	25	61	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	5	0	0	1	0	0	0	0	0	0			
573	0	108	105	124	249	8	45	2	0	3	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0			
574	0	100	98	83	53	9	36	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	1	0			
575	0	112	92	72	30	22	36	1	0	0	0	2	0	2	1	1	0	0	1	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0			
576	0	120	110	115	330	4	45	1	0	2	2	2	2	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1			
577	0	124	110	121	313	6	46	1	0	1	2	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0			
578	1	144	131	107	39	15	49	1	0	1	1	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0		
579	0	148	148	148	0	0	58	0	1	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	1	0	0			
580	0	137	111	95	23	18	45	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1		
581	0	134	151	148	169	8	56	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0		
582	1	170	176	178	195	5	68	2	0	0	2	2	0	2	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
583	1	44	61	81	212	30	25	2	0	0	2	2	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	5	2	1	1	1	0	0	1	0	1	0		
584	0	186	156	130	28	29	62	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	1	0	1		
585	0	78	80	72	75	5	30	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0		
586	0	131	147	164	211	15	58	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0		
587	1	154	118	134	333	15	53	1	0	1	1	2	2	2	0	1	0	1	1	0	0	1	3	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
588	0	192	189	185	34	5	74	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	
589	0	133	132	128	48	2	51	1	1	0	0	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	
590	1	152	143	139	18	6	57	1	0	1	1	2	0	1	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
591	0	141	119	106	22	14	48	1	0	3	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	
592	1	166	160	151	36	8	62	1	0	0	1	2	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
593	1	129	126	125	15	2	50	1	0	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
594	1	169	152	137	28	16	60	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
595	0	175	175	175	0	0	69	0	1	1	1	2	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
596	1	184	187	194	222	8	74	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	
597	1	223	220	212	44	15	85	1	0	1	1	2	0	1	2	1	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
598	1	131	123	104	42	11	46	1	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
599	1	111	121	137	217	10	49	2	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
600	1	114	114	114	0	0	45	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
601	1	162	157	147	40	7	61	1	0	0	1	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
602	1	120	114	111	20	4	45	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
603	1	91	85	84	9	4	34	1	0	1	1	2	0	2	1	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0
604	0	136	143	119	78	10	51	1	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
605	1	157	174	179	194</																														

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR							
611	1	163	182	199	208	24	71	2	0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	0	1	1	4	0	1	1	0	0	1	0	0							
612	1	133	141	149	210	7	55	2	0	0	1	2	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0						
613	0	141	103	70	28	34	41	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	1	0	0						
614	0	108	121	121	180	6	45	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	2	0	1	0	0	1	0	0					
615	0	208	207	208	300	1	81	0	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0					
616	1	193	194	201	233	7	77	2	0	0	1	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0					
617	1	148	107	87	20	26	46	1	0	0	2	2	1	2	1	2	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0					
618	1	109	107	103	40	3	42	1	0	0	1	2	0	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0					
619	0	129	133	136	206	3	52	2	0	3	2	2	1	0	0	2	0	0	1	0	0	1	5	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0					
620	1	96	99	107	224	5	40	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0					
621	0	152	159	160	187	4	61	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0				
622	0	184	161	137	31	25	63	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5	2	2	1	1	1	1	0	0	1	0	1				
623	0	185	176	162	37	14	68	1	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0				
624	0	195	196	196	180	1	77	2	0	1	2	2	0	1	0	0	1	1	0	0	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0				
625	0	186	154	120	31	32	60	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
626	0	85	96	111	215	13	38	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	5	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0				
627	0	98	91	82	34	9	35	1	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0			
628	0	90	103	121	215	15	41	2	0	1	1	2	2	0	0	2	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0			
629	0	67	91	115	210	26	36	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	1	0	2	3	2	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0			
630	1	184	151	121	29	31	60	1	0	0	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
631	0	167	171	168	135	2	66	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0			
632	1	207	211	217	216	12	83	2	0	3	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0			
633	1	157	174	179	194	13	66	2	0	0	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
634	1	132	131	134	260	1	52	2	0	0	1	2	0	0	0	2	0	0	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0			
635	1	204	199	199	0	5	79	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0			
636	1	190	187	185	24	4	74	1	0	0	1	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0			
637	0	131	136	143	215	5	54	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
638	1	150	138	115	39	14	52	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
639	1	135	144	136	127	4	55	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0		
640	1	213	208	205	22	9	82	1	0	1	1	2	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0		
641	1	145	164	177	204	17	63	2	0	0	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
642	0	149	150	152	220	1	59	2	0	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0		
643	1	172	169	162	42	6	65	1	1	0	1	2	0	2	2	1	0	1	1	0	1	1	3	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0		
644	0	199	195	196	345	3	77	1	0	0	1	2	0	2	0	1	1	1	1	0	1	1	1	2	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0		
645	0	122	114	99	39	10	43	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0		
646	1	119	124	137	223	7	50	2	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0		
647	1	132	133	123	66	4	50	1	0	1	1	2	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
648	0	166	171	184	223	11	69	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
649	0	157	146	140	21	8	58	1	0	3	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	4	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
650	1	136	116	105	21	13	47	1	0	3	0	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
651	0	117	130	138	203	8	50	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
652	1	65	60	53	35	10	23	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
653	1	143	140	128	48	6	53	1	0	0	1	2	0	2	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
654	0	83	83	79	60	2	32	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	1	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
655	0	105	90	78	27	15	36	1	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
656	1	108	105	100	37	4	41	1	0	0	1	2	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
657	0	176	189	185	162	9	72	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
658	0	152	148	138	43	6	57	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
659	0	116	97	83	25	17	39	1	0	3	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
660	0	110	100	85	36	13	38	1	0	1	2	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
661	0	86	83	81	24	3	33	1	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
662	1	146	158	170	210	12	62	2	0	0	1	1																										

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEIZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
672	0	126	115	99	36	12	44	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1	1	0	1	1	1	0	1	
673	1	129	128	118	55	4	48	1	0	0	1	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	0	
674	1	128	85	58	23	38	36	1	0	1	2	2	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	0		
675	0	126	87	102	337	18	42	1	0	1	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	
676	0	244	239	234	30	31	94	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	5	1	0	1	1	0	0	
677	1	123	130	135	205	5	51	2	0	1	2	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	
678	1	116	121	120	168	2	46	2	0	1	1	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	1	1	0	0	
679	1	95	106	141	226	19	46	2	0	1	2	2	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
680	0	89	81	88	308	5	33	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	2	1	1	0	
681	0	188	186	183	36	4	73	1	0	1	1	2	2	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
682	1	112	118	119	189	3	45	2	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
683	1	155	150	137	43	8	57	1	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
684	1	160	188	204	202	30	71	2	0	1	1	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0
685	1	134	141	150	214	7	56	2	0	1	2	2	0	2	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
686	1	184	183	185	270	1	72	2	0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
687	0	182	185	193	224	8	74	2	0	3	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0
688	0	167	171	168	135	2	66	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
689	0	120	113	105	32	7	44	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1
690	1	96	99	107	224	5	40	2	0	0	2	2	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	0	1	0	0
691	0	184	186	187	200	2	73	2	0	2	2	2	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	4	4	1	1	1	1	0	0
692	0	76	76	77	240	1	30	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0
693	1	198	189	173	38	18	73	1	0	0	1	1	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0
694	1	111	109	95	52	8	40	1	0	1	1	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0
695	1	172	159	148	27	13	63	1	0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0
696	0	125	141	148	198	10	54	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
697	0	148	143	139	27	4	56	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	2	2	1	1	1	1	0	0	0	0
698	0	158	122	107	18	21	52	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0
699	0	158	150	142	30	8	59	1	0	1	2	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0
700	1	168	169	174	230	4	67	2	0	0	2	2	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0
701	1	227	227	227	0	0	89	0	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0
702	1	109	122	131	205	9	47	2	0	2	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0
703	1	135	127	137	288	4	52	2	0	0	1	2	0	1	1	2	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0
704	0	150	163	174	208	13	64	2	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0
705	0	200	200	200	0	0	78	0	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0
706	0	137	153	165	206	13	59	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
707	0	204	203	202	30	2	80	1	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0
708	1	97	108	125	216	13	44	2	0	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
709	1	125	125	107	60	8	45	1	0	0	2	2	0	1	0	2	0	0	1	0	1	1	2	1	0	2	1	0	1	0	0
710	1	142	143	133	66	4	54	1	0	0	1	1	0	0	2	2	0	0	0	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0
711	1	167	167	169	240	1	66	2	0	0	2	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
712	1	78	58	39	29	33	23	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	3	2	0	1	1	1	0	0	0	0
713	0	110	108	100	48	5	41	1	0	0	0	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0
714	1	130	128	125	36	2	50	1	0	1	1	1	0	2	1	1	0	1	1	1	0	1	2	4	0	1	1	0	1	0	0
715	1	208	198	193	20	14	79	1	0	0	2	0	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
716	1	123	107	97	23	12	43	1	0	1	2	2	0	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0
717	0	183	162	144	28	21	64	1	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	0
718	1	176	169	162	30	8	66	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0
719	1	101	77	58	27	27	31	1	0	0	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	3	1	1	0	1	0	1	0	0
720	0	124	110	123	304	6	46	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
721	1	152	158	163	207	6	62	2	0	1	1	2	0	2	0	2	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
722	0	153	155	152	100	1	60	1	0	0	2	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
723	1	108	108	105	60	1	42	1	0	0	0	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0
724	1	200	178	165	22	24	72	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0
725	0	162	162	162	0	0	64	0	1	2	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0
726	1	124	129	140	221	7	52	2	0	1	2	2	0	2	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0
727	0	151	144	140	22	5	57	1	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
728	0	143	143	144	240	0	56	2	0	3	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0
729	0	145	154	162	208	8	60	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0
730	0	109	123	90	85	15	42	1																							

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEIZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR						
733	0	128	109	107	6	9	46	1	0	0	0	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0					
734	1	144	134	124	30	8	53	1	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0					
735	1	182	176	162	42	12	67	1	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0					
736	0	155	160	159	168	3	62	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	1				
737	1	141	99	78	20	29	43	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0				
738	0	154	140	126	30	12	55	1	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	0	0	1	2	3	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0				
739	1	101	94	99	317	4	38	1	0	1	2	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0				
740	1	187	184	185	340	2	73	1	0	1	1	2	0	1	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0				
741	0	152	175	187	201	20	66	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0				
742	1	165	157	157	0	4	63	1	0	1	1	2	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0				
743	0	191	186	188	336	4	74	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0				
744	0	176	174	174	0	1	69	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	0	0				
745	1	181	168	157	27	14	66	1	0	0	2	2	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0			
746	0	170	158	147	29	12	62	1	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	1	4	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0			
747	0	121	95	99	351	12	42	1	0	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0		
748	1	182	176	159	44	14	67	1	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0		
749	1	140	138	122	53	7	51	1	0	2	1	2	0	2	2	0	0	1	1	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0		
750	1	138	140	143	216	2	55	2	0	1	1	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	
751	0	198	200	201	200	3	78	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0		
752	0	137	110	81	31	26	43	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1		
753	0	65	58	52	28	11	23	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	1	0	2	5	2	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0		
754	0	164	165	146	63	10	61	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0		
755	1	147	136	132	16	6	55	1	0	0	2	2	1	0	2	0	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
756	1	91	73	66	17	16	31	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0		
757	1	179	164	154	24	14	65	1	0	0	1	2	0	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0		
758	1	153	154	145	67	4	59	1	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	
759	0	112	73	59	16	31	34	1	0	1	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
760	0	168	176	168	120	5	67	0	0	3	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	2	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
761	0	127	138	130	136	4	52	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
762	1	175	177	176	150	1	69	2	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
763	0	55	74	87	204	23	28	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	
764	1	116	118	120	210	2	46	2	0	0	1	2	0	2	2	2	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	
765	0	66	59	53	28	11	23	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	
766	1	183	173	155	39	16	66	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
767	0	149	149	149	0	0	58	0	1	2	0	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
768	1	142	136	134	15	3	54	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0
769	1	109	126	126	180	7	46	2	0	0	1	1	0	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0
770	1	171	143	106	34	28	54	1	0	1	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
771	0	119	119	118	60	0	46	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	2	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0
772	1	68	68	62	60	5	25	1	0	0	2	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
773	0	164	162	156	45	4	63	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1
774	1	149	144	137	35	5	56	1	0	2	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
775	1	168	171	167	105	2	66	1	0	0	1	2	0	2	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0
776	1	161	155	147	34	7	60	1	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
777	0	165	174	161	102	7	66	1	0	0	1	2	0	2	1	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
778	0	133	136	140	214	3	54	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	3	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
779	0	164	69	2	25	98	33	1	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
780	0	166	152	128	38	18	58	1	0	1	2	2	1	0	0	1	1	1	0	0	1	3	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
781	0	125	115	97	39	13	44	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
782	0	81	108	120	198	19	39	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0
783	0	155	148	115	50	17	53	1	0	2	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0
784	0	171	152	144	18	14	62	1	0	1	2	2	1	2	0	2	1	1	0																		

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEIZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR				
794	1	152	160	167	208	8	63	2	0	0	1	2	2	1	2	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0				
795	0	119	113	108	27	5	45	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	0				
796	1	176	165	159	21	10	66	1	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0				
797	1	120	108	102	20	8	44	1	0	1	2	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
798	1	149	143	136	32	6	56	1	0	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	0	1	1	2	2	1	0	1	0	1	0	0			
799	1	163	182	199	208	24	71	2	0	0	1	2	0	0	2	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
800	1	172	160	141	37	16	61	1	0	0	2	1	0	1	0	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0			
801	1	149	129	121	17	12	53	1	0	0	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	1	2	2	0	1	0	1	0	1	0	0			
802	1	100	112	126	212	12	44	2	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0			
803	0	170	148	131	26	19	59	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0				
804	0	69	113	147	206	36	42	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1			
805	0	96	114	128	206	14	44	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	0	1	0	1	0	1			
806	1	210	208	207	20	3	82	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0			
807	1	176	177	183	231	5	70	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
808	0	162	161	161	0	1	63	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0			
809	1	172	153	120	38	24	57	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	1	0	1	0	0	0			
810	0	122	122	122	0	0	48	0	1	1	2	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	1			
811	1	155	177	192	204	23	68	2	0	1	2	2	0	2	1	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
812	0	159	170	178	205	11	66	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1			
813	1	131	142	162	219	14	57	2	0	1	1	2	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0			
814	0	136	127	128	353	4	52	1	0	3	1	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
815	1	161	169	172	196	6	65	2	0	1	2	2	0	2	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
816	0	150	149	131	57	8	55	1	0	1	1	2	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0			
817	0	92	94	80	69	8	34	1	0	1	2	2	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
818	0	105	101	94	38	6	39	1	0	2	2	2	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0	0			
819	1	144	144	145	240	0	57	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1			
820	1	186	186	186	0	0	73	0	0	0	1	2	0	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0			
821	0	130	94	90	6	18	43	1	0	1	2	2	0	0	2	0	0	0	0	1	0	2	5	1	0	0	1	0	0	0	0	0			
822	0	137	125	117	24	8	50	1	0	2	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	3	2	1	1	1	1	0	1	0	0	1		
823	1	153	152	150	40	1	59	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	2	2	0	0	1	1	1	1	0	0	0		
824	0	117	104	102	8	7	43	1	0	0	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0		
825	0	150	138	137	5	6	56	1	0	0	1	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
826	0	139	109	98	16	17	46	1	0	1	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0		
827	1	140	145	138	103	3	55	1	0	1	2	2	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
828	1	98	100	89	71	6	37	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
829	0	208	208	207	60	1	81	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0		
830	1	131	130	110	57	9	47	1	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0		
831	0	209	219	222	194	16	85	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0		
832	1	182	176	162	42	12	67	1	0	0	1	2	0	2	1	0	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
833	0	128	154	186	213	30	62	2	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	
834	1	148	136	129	22	8	54	1	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
835	0	115	118	115	120	1	46	0	0	0	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	
836	0	98	104	110	210	6	41	2	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
837	1	127	139	15	210	10	55	1	0	1	1	2	0	2	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
838	0	123	112	92	39	14	42	1	0	0	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
839	1	141	133	119	38	9	51	1	0	1	2	2	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	2	4	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
840	0	118	90	88	4	15	40	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	
841	0	195	188	182	28	10	74	1	0	1	0	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	
842	0	14	92	82	19	16	38	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	
843	0	162	163	159	75	2	63	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	
844	0	143	110	72	32	33	42	1	0	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	5	2	2	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	
845	0	143	141	136	43	3	55	1	0	0	2	2	2	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1
846	1	130	147	154	198	11	56	2	1	1	1	2	0	2	1	2	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	
847	0	154	159	136	73	11	58	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1
848	1	242	241	236	50	19	94	1	0	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
849	0	121</																																	

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEIZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR			
855	1	158	132	107	29	21	52	1	0	1	1	2	0	2	2	0	0	0	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	0	1	0	0		
856	1	124	122	105	54	8	45	1	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0		
857	0	107	111	120	222	6	45	2	0	1	1	2	2	0	0	1	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1		
858	1	190	201	203	189	11	77	2	0	0	1	2	0	2	2	2	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0		
859	0	127	132	116	79	6	49	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	0	0	1	0	0	0		
860	0	155	153	155	300	1	60	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0		
861	1	150	142	134	30	7	56	1	0	0	1	2	0	1	1	2	0	0	1	1	1	2	1	2	1	0	1	1	1	1	0	0		
862	1	178	168	149	39	16	64	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	3	2	1	0	0	0	1	0	0	0		
863	0	184	164	145	29	22	65	1	0	1	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	0	2	0	0	0	1	0	0		
864	1	155	177	192	204	23	68	2	0	0	1	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
865	0	133	133	124	60	4	50	1	0	2	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0		
866	0	182	191	179	105	9	73	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	1		
867	0	202	202	204	240	2	80	2	0	1	2	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0		
868	0	178	187	188	186	7	72	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0		
869	1	124	98	73	29	26	39	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	1	1	1	0	5	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0		
870	1	177	183	176	111	5	70	1	0	1	1	2	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
871	0	191	189	191	300	2	75	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	4	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
872	0	110	112	116	220	3	44	2	0	0	1	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	5	5	2	1	1	0	1	0	1	0	0		
873	0	123	116	96	44	12	43	1	0	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0		
874	1	66	62	73	262	8	26	2	0	0	1	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0		
875	0	195	147	102	29	44	58	1	0	0	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	
876	1	117	98	76	32	21	38	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
877	1	156	143	128	32	12	56	1	0	0	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	
878	1	148	142	137	27	5	56	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	1	0	2	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
879	1	109	103	112	280	4	42	2	0	1	1	2	0	2	2	2	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
880	0	106	89	66	34	23	34	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	
881	1	53	54	57	225	4	22	2	0	0	1	0	0	2	2	2	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
882	1	171	171	173	240	1	67	2	0	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
883	0	113	117	116	165	2	45	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	1	0	1
884	0	53	48	41	35	13	18	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	
885	1	197	195	200	264	4	77	2	0	1	2	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
886	0	164	164	153	60	6	62	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
887	0	171	172	167	72	3	66	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	0	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
888	0	201	201	194	60	6	77	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
889	0	233	221	202	37	41	85	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
890	1	128	119	98	42	13	44	1	0	0	1	2	1	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0
891	0	153	164	169	199	9	63	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	
892	0	150	140	142	348	5	57	1	0	1	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	1	3	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
893	0	102	110	129	222	12	45	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
894	0	126	131	125	110	2	50	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
895	0	119	131	145	212	11	52	2	0	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
896	1	166	160	151	36	8	62	1	0	0	2	1	0	1	0	2	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
897	1	170	173	174	195	2	67	2	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
898	0	141	102	111	346	16	48	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0
899	0	147	132	130	7	7	54	1	0	0	0	2	1	1	1	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
900	1	171	172	177	230	4	68	2	0	1	1	2	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0
901	0	167	165	164	20	2	65	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
902	1	154	152	148	40	3	59	1	0	0	1	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
903	0	152	137	118	34	14	53	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
904	1	201	185	178	18	18	74	1	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
905	1	171	172	159	65	7	65	1	0	1	1	2	0	0	2	0	0	1	1	0	0	2	2	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
906	0	179	172	160	38	11	66	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	4	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
907	1	159	151	150	7	4	61	1	0	1	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0
908	0	129	120	98	43	14	45	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0
909	0	177	173	170	26	4	68	1	0	0	2	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2										



R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR					
916	1	117	114	77	56	21	38	1	0	1	2	2	1	2	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0					
917	1	128	119	98	42	13	44	1	0	1	2	2	0	2	0	0	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0					
918	0	164	167	164	120	2	65	0	0	1	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0					
919	1	174	178	181	206	5	70	2	0	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0					
920	1	145	125	107	28	15	49	1	0	1	1	2	0	1	2	0	1	1	1	1	0	1	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0				
921	0	156	134	112	30	18	53	1	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0				
922	1	44	61	81	212	30	25	2	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0				
923	0	112	112	112	21	8	59	0	1	3	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0				
924	0	96	88	65	45	19	32	1	0	2	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
925	1	132	152	159	196	12	57	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0					
926	0	139	144	131	83	6	54	1	0	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0					
927	1	182	169	158	27	14	67	1	0	3	1	2	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0				
928	1	144	149	160	221	8	60	2	0	1	1	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0				
929	1	152	137	130	19	10	55	1	0	1	1	2	2	2	0	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0				
930	1	75	75	75	0	0	29	0	0	1	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0				
931	0	100	99	100	300	1	39	0	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2	3	2	0	1	1	0	0	0	0	0				
932	0	179	166	151	32	16	65	1	0	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0				
933	1	159	162	166	214	4	64	2	0	1	1	2	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0				
934	0	187	197	214	218	25	79	2	0	0	2	2	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	2	0	2	1	0	0	0	0	0				
935	0	179	185	192	212	9	73	2	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0			
936	1	178	170	162	30	9	67	1	0	0	1	2	0	2	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
937	1	115	125	134	208	8	49	2	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	0	1	0	1	0	0			
938	0	95	41	51	349	40	27	1	0	0	0	2	1	1	0	2	0	0	0	0	0	2	5	5	0	2	0	0	0	0	0	0	0			
939	0	177	168	158	32	11	66	1	0	1	1	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0			
940	1	111	98	94	14	8	40	1	0	1	2	2	0	1	2	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0			
941	1	165	157	161	330	4	63	1	0	0	2	2	0	2	2	2	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0			
942	0	173	173	173	0	0	68	0	1	3	2	2	1	1	1	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0			
943	1	184	192	190	165	6	74	2	0	0	1	2	1	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
944	1	126	110	98	26	13	44	1	0	0	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0		
945	0	199	193	181	40	14	75	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0		
946	0	134	134	134	0	0	53	0	1	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0			
947	0	150	144	129	43	9	55	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	1	0	0	0	1	3	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0		
948	0	162	158	144	47	9	60	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0		
949	0	78	86	101	219	13	35	2	0	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0		
950	0	118	118	118	0	0	46	0	1	0	2	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	3	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0		
951	1	95	98	101	210	3	38	2	0	0	1	2	0	2	1	0	1	0	1	0	0	5	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0		
952	0	82	78	90	260	7	33	2	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0		
953	0	107	107	107	0	0	42	0	1	1	2	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0		
954	0	129	94	78	19	25	41	1	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	1	1	2	3	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0		
955	1	151	127	112	23	16	52	1	0	0	2	2	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
956	0	140	139	140	300	0	55	0	0	1	2	2	2	0	0	1	0	1	1	0	0	4	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
957	0	108	117	133	218	10	47	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0		
958	1	131	150	158	198	12	57	2	0	0	1	2	0	2	2	0	0	1	0	1	0	1	2	2	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
959	1	131	129	126	36	2	50	1	0	1	1	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
960	0	175	168	163	25	7	66	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	
961	1	123	105	91	26	15	42	1	0	3	1	2	2	2	2	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
962	1	172	177	181	207	6	69	2	0	0	2	2	0	2	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	
963	1	16	45	62	202	59	15	2	0	0	2	1	0	2	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
964	1	147	151	150	165	2	58	2	0	1	2	2	1	2	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
965	0	136	125	111	34	10	48	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
966	0	50	61	91	224	29	28	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	
967	1	136	139	141	204	2	54	2	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	1	0	1	5	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	
968	1	193	192	191	30	2	75	1	0	1	1	2	0	0	1	2	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
969	0	153	134	117	28	15	53	1	0	1	2	2	2	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
970	1	145	125	107	28	15	49																													

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR				
977	0	163	142	147	346	10	60	1	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	5	2	2	1	0	0	0	1	0	0				
978	0	134	134	134	0	0	53	0	1	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0				
979	1	82	70	61	26	15	28	1	0	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0			
980	1	169	170	172	220	2	67	2	0	1	1	2	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0			
981	1	131	123	104	42	11	46	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
982	1	83	100	126	216	21	41	2	0	1	1	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0		
983	0	57	52	67	260	13	23	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	3	1	0	1	1	1	0	1	0	0			
984	0	160	136	109	32	21	53	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	3	2	1	0	0	0	1	0	0	0			
985	0	166	159	152	30	7	62	1	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	3	1	1	0	1	1	1	0	0	0		
986	0	155	155	155	0	0	61	0	1	0	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0		
987	1	153	152	150	40	1	59	1	0	0	1	2	0	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0		
988	0	28	25	22	30	12	10	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	0	1	1	1	1	0	0	0		
989	1	159	162	166	214	4	64	2	0	1	1	2	0	2	1	2	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
990	1	153	172	189	208	21	67	2	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	4	4	0	1	1	1	1	1	0	0	0		
991	0	107	52	47	5	39	30	1	0	2	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	2	1	0	2	1	0	2	1	0	0	0		
992	0	86	87	100	236	8	36	2	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	0	1	0	0		
993	0	130	114	112	7	7	47	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
994	1	138	131	120	37	7	51	1	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
995	0	185	179	179	0	4	71	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	1	1	0	2	3	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
996	0	142	130	109	38	13	49	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	
997	1	169	155	151	13	9	63	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
998	1	103	91	84	22	10	37	1	0	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	3	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	
999	0	56	50	56	300	6	21	0	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	
1000	1	115	102	89	30	13	40	1	0	0	1	1	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
1001	1	93	106	122	213	13	42	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1002	1	115	124	167	230	23	55	2	0	0	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1003	1	157	164	167	198	5	64	2	0	0	2	2	0	2	2	2	1	1	1	0	0	1	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0
1004	0	122	114	98	40	11	43	1	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
1005	0	118	96	73	31	24	37	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
1006	1	149	156	160	202	5	61	2	0	2	1	2	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1007	1	152	143	135	28	8	56	1	0	1	2	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1008	0	144	150	161	219	8	60	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
1009	0	56	55	52	45	4	21	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	3	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	
1010	1	84	88	94	216	6	35	2	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	1	0	2	2	2	0	2	0	1	1	0	1	0	0	0	
1011	1	133	141	149	210	7	55	2	0	1	1	1	0	2	2	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
1012	1	140	105	93	15	20	46	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
1013	1	82	91	107	218	13	37	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1014	1	75	98	117	207	22	38	2	0	1	1	2	1	2	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1015	1	144	134	124	30	8	53	1	0	0	1	1	0	2	2	2	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	
1016	0	131	140	163	223	15	58	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	5	5	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
1017	0	107	113	134	227	11	47	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2	5	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
1018	0	174	174	174	0	0	68	0	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1019	1	159	158	151	53	4	61	1	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0
1020	1	146	134	117	35	12	52	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0
1021	1	90	106	119	207	14	41	2	0	0	2	2	0	0	2	2	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0
1022	0	147	146	119	58	11	52	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
1023	1	78	77	74	45	3	30	1	0	3	1	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0
1024	1	123	137	148	206	10	53	2	0	1	2	2	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0
1025	1	121	123	121	120	1	48	0	0	1	1	2	1	2	0	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0
1026	1	146	123	104	27	17	49	1	0	2	1	2	0	2	2	2	1	0	1	0	1	0	1	2	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
1027	1	117	123	133	218	6	49	2	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0
1028	0	30	30	30	0	0	12	0	1	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	2	0	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0
1029	0	130	151	140	149	9	55	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
1030	0	99	114	126	207	12	44	2	0	3	2	2	0	2	0	0																			



R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIJIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
1099	0	157	151	143	34	7	59	1	0	2	2	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	
1100	0	123	130	121	107	4	49	1	0	2	2	2	2	0	0	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
1101	1	163	157	153	24	5	62	1	0	1	2	2	0	2	2	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	
1102	0	146	131	119	27	11	52	1	0	1	2	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
1103	1	149	153	158	213	4	60	2	0	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
1104	0	99	107	107	180	4	40	2	0	1	2	2	2	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	1	
1105	0	195	182	163	36	21	70	1	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	1	
1106	1	193	174	155	30	23	68	1	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	1	0	2	3	2	1	1	1	1	1	0	
1107	0	125	108	89	32	17	42	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0	1	
1108	0	119	121	124	216	2	48	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	5	0	0	1	0	0	0	0	
1109	1	148	142	140	15	4	56	1	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	
1110	0	122	124	119	84	2	48	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	
1111	0	80	96	103	198	13	36	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	
1112	0	170	158	146	30	12	62	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	
1113	0	181	178	183	276	3	71	2	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
1114	1	140	131	127	18	5	52	1	0	0	1	2	0	2	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	
1115	0	164	163	158	50	3	63	1	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	0	
1116	1	163	126	90	30	29	50	1	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
1117	0	77	77	79	240	1	31	2	0	3	2	2	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
1118	0	104	109	89	75	10	39	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	
1119	1	184	183	185	270	1	72	2	0	0	1	2	0	1	2	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0
1120	0	218	213	215	336	6	85	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1	3	2	1	1	1	1	0	1	0	
1121	0	140	170	199	209	35	66	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	0	0	0	0	
1122	1	170	153	135	31	17	60	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	1	1	0	1	4	3	1	1	1	1	0	1	0	
1123	0	146	154	158	200	6	60	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	0	1	
1124	1	103	100	77	53	14	35	1	0	0	1	2	1	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1125	1	151	157	161	204	5	61	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	
1126	1	133	133	135	240	1	53	2	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1127	0	156	156	156	0	0	61	0	1	1	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
1128	1	140	146	144	160	3	56	2	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	
1129	1	201	189	173	34	21	73	1	0	0	2	2	0	1	0	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	
1130	1	92	88	87	12	3	35	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	4	4	0	1	1	0	1	0	
1131	1	123	107	97	23	12	43	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	
1132	1	83	100	126	216	21	41	2	0	0	1	2	0	1	0	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	
1133	1	147	154	164	215	9	61	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	2	1	0	1	1	0	0	0	0	
1134	1	118	128	113	100	6	47	1	0	0	2	2	0	2	1	2	0	0	0	1	2	2	1	0	1	1	1	0	0	0	
1135	0	74	85	120	226	24	38	2	0	1	1	2	0	0	2	1	0	0	0	1	0	3	5	0	1	1	1	0	0	0	
1136	1	133	133	125	60	3	51	1	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	
1137	0	114	132	161	217	20	54	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	5	1	1	1	0	0	0	0	0	
1138	1	122	106	93	27	13	42	1	0	0	1	2	2	0	1	0	0	0	1	0	0	5	3	1	1	1	1	0	1	0	
1139	0	125	135	148	214	10	54	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	
1140	0	124	103	110	340	9	45	1	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
1141	0	147	152	154	197	3	59	2	0	1	2	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	
1142	0	111	112	96	64	8	41	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	
1143	1	150	145	126	47	10	54	1	0	0	1	2	0	1	1	0	0	1	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
1144	0	132	133	104	62	12	46	1	0	0	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	0	
1145	1	125	138	141	191	7	52	2	0	0	1	1	0	2	2	2	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	
1146	1	132	127	124	22	3	50	1	0	2	1	2	2	0	0	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
1147	1	126	110	98	26	13	44	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	2	0	0	0	1	0	
1148	1	81	85	90	213	5	34	2	0	0	1	2	0	2	2	2	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	0	0	
1149	0	128	133	134	190	2	51	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	2	2	2	0	1	0	0	0	0	0	
1150	0	65	60	53	35	10	23	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	0	1	0	0	0	0	0	
1151	1	92	95	93	140	2	37	2	0	0	2	2	0	0	1	0	1	0	1	0	2	1	1	1	0	0	0	1	0	0	
1152	0	166	178	179	185	8	68	2	0	3	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	1	5	0	0	1	0	0	0	0	0	
1153	0	95	79	59	33	23	30	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	4	1	1	0	0	0	1	0	0	
1154	1	174	173	153	57	11	64	1	0	0	2	2	0	2	2	2	0	0	1	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
1155	0	194	190	180	43	10	73	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1156	0	197	197	197	0	0	77	0	1	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4	4	0	1	0	0	0	0	0	
1157	0	89	70	59	22	20	29	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
1158	1	92	95	93	140	2	37																								

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
1160	0	176	58	37	9	65	42	1	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	
1161	1	113	95	76	31	20	37	1	0	0	1	2	0	2	0	2	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
1162	0	113	109	111	330	2	44	1	0	1	2	2	1	2	0	1	0	0	1	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1163	1	183	174	156	40	16	66	1	0	0	2	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	
1164	0	86	82	71	44	10	31	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0	
1165	0	214	216	195	66	21	81	1	0	0	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	2	2	1	1	1	1	1	0	0	
1166	0	64	69	79	220	10	28	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	
1167	0	112	142	171	209	26	55	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	
1168	0	85	81	76	33	6	32	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1169	0	154	155	156	210	1	61	2	0	1	1	2	0	1	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
1170	1	108	119	138	218	12	48	2	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0	
1171	1	147	151	150	165	2	58	2	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	2	2	1	0	1	0	1	0	0
1172	0	150	148	137	51	6	56	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	
1173	1	138	131	120	37	7	51	1	0	1	1	2	0	2	0	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1174	0	133	133	113	60	8	48	1	0	2	1	2	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0	
1175	1	137	144	127	85	7	53	1	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0
1176	0	144	144	133	60	5	54	1	0	0	2	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0	
1177	0	115	98	93	14	11	41	1	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	1	0	0	0	0	
1178	0	90	123	92	124	15	42	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
1179	1	158	157	161	255	2	62	2	0	0	2	2	0	1	0	2	0	0	1	0	1	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0	
1180	1	119	133	169	223	23	56	2	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1	0	1	0	1	2	4	2	1	1	1	0	0	0	0
1181	0	101	68	50	21	34	30	1	0	0	0	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0
1182	1	100	112	126	212	12	44	2	0	0	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	0	1	0	0
1183	0	111	117	92	74	12	41	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0
1184	0	143	144	144	180	0	56	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0
1185	1	160	153	140	39	10	59	1	0	3	1	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0
1186	1	92	100	109	212	8	39	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	1	1	1	0	2	3	3	1	1	1	0	0	0	0
1187	1	227	227	227	0	0	89	0	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	4	4	0	1	0	0	0	0	0	0
1188	0	54	85	89	187	24	28	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	1	1	0	0	0	0	0
1189	0	158	146	142	15	8	59	1	0	1	0	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0
1190	1	156	146	142	17	7	58	1	0	0	1	2	0	2	1	2	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
1191	1	227	213	208	16	25	85	1	0	0	2	2	0	1	0	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
1192	0	116	121	115	110	3	46	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0
1193	1	157	151	146	27	5	59	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	0	1	1	5	3	0	1	1	1	0	1	0	0	0
1194	1	152	169	188	212	21	67	2	0	1	1	2	0	1	2	2	0	0	1	1	1	1	2	3	0	1	1	0	0	1	0	0
1195	1	149	153	158	213	4	60	2	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	1	1	1	0	0	0	0	1
1196	0	181	176	164	42	10	68	1	0	0	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0
1197	1	112	95	82	26	15	38	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0
1198	1	85	100	129	220	21	42	2	0	0	1	2	0	2	2	2	0	0	1	1	2	3	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0
1199	1	146	153	157	202	5	59	2	0	1	2	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0
1200	1	89	73	66	18	15	30	1	1	0	1	0	0	1	1	2	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
1201	1	158	132	116	23	18	54	1	0	0	1	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0
1202	1	178	181	185	214	5	71	2	0	0	1	1	0	0	2	1	0	0	0	1	1	1	3	2	1	0	0	0	1	0	0	0
1203	1	124	120	111	42	6	46	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0
1204	1	86	89	86	120	2	34	0	0	0	2	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0
1205	1	140	131	127	18	5	52	1	0	2	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
1206	1	141	143	137	80	3	55	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0
1207	0	126	110	102	20	11	45	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	1
1208	0	76	77	64	65	9	28	1	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0
1209	0	113	86	83	6	15	38	1	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
1210	0	127	89	104	336	18	42	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0
1211	1	70	53	40	26	27	22	1	0	1	2	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	0	1	0	0	0
1212	1	199	199	190	60	7	76	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0
1213	1	47	103	136	202	49	36	2	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0
1214	0	147	121	94	31	22	47	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	1	0	1	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	0
1215	0	176	180	175	108	3	70	1	0	1	2	2	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0
1216	0	74	74	92	240	11	33	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0															

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
1221	0	80	77	74	30	4	30	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	
1222	0	135	133	142	253	4	54	2	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	1	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	1	0	
1223	1	114	110	121	262	5	45	2	0	0	2	0	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	
1224	0	153	155	154	150	1	60	2	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	
1225	1	191	181	171	30	14	71	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	1	0	0	4	2	1	1	0	1	0	1	0	0	
1226	0	159	168	171	195	7	65	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	1	1	1	0	0	0	1	
1227	0	150	143	138	25	5	56	1	0	0	1	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	
1228	1	129	113	101	26	12	45	1	0	1	1	2	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1229	0	156	141	127	29	13	55	1	0	1	2	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	
1230	0	122	113	112	6	4	46	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
1231	0	145	140	133	35	5	55	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	
1232	0	181	170	155	35	15	66	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
1233	0	93	62	57	8	24	29	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
1234	0	155	178	211	215	39	72	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
1235	0	196	185	169	36	19	72	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	
1236	0	116	103	100	11	7	42	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	
1237	1	100	88	79	26	12	35	1	0	0	1	2	0	2	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1238	1	154	160	159	170	3	62	2	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	
1239	0	155	161	162	189	4	62	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1240	1	103	98	83	45	11	36	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	
1241	0	207	207	192	60	14	78	1	0	0	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
1242	0	148	138	134	17	6	55	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	0	1	
1243	1	129	132	131	160	1	51	2	0	0	1	1	0	0	2	1	0	1	1	0	1	4	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
1244	1	118	125	131	208	5	49	2	0	1	1	2	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	
1245	1	234	235	235	180	2	92	2	0	0	1	2	0	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
1246	0	201	180	156	32	29	70	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
1247	0	170	159	155	16	8	64	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
1248	1	102	95	99	326	4	39	1	0	0	1	0	0	2	0	1	0	0	0	1	0	3	5	5	0	1	0	0	0	0	0	
1249	1	181	189	204	219	18	75	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1250	1	124	127	132	218	3	50	2	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1251	1	124	129	140	221	7	52	2	0	1	2	2	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	
1252	0	136	140	147	218	5	55	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1	5	1	0	1	0	0	1	0	0	
1253	0	139	116	102	23	15	47	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
1254	1	242	242	243	240	4	95	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
1255	0	154	148	155	291	3	59	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	1	1	0	0	0	0	0	
1256	0	64	61	58	30	5	24	1	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	
1257	0	101	92	98	320	5	38	1	0	1	2	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	2	1	2	0	1	1	0	1	0	0	
1258	1	143	126	128	353	7	53	1	0	1	2	2	0	2	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1259	0	135	91	63	23	36	39	1	0	1	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	2	0	0	1	0	0	
1260	0	117	100	108	332	8	43	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	
1261	0	133	110	100	18	14	46	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
1262	0	92	68	74	345	15	31	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	2	0	0	0	0	0	0	
1263	1	142	158	162	192	10	60	2	0	0	1	1	0	2	2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0
1264	1	131	106	74	34	28	40	1	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	0	1	1	1	0	0	
1265	1	162	166	164	150	2	64	2	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
1266	0	141	128	112	33	11	50	1	0	0	1	2	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	0	0	0	1	0	0	
1267	0	120	115	112	23	3	45	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0	
1268	1	177	183	176	111	5	70	1	0	0	2	1	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1269	0	130	132	108	65	10	47	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
1270	0	128	146	168	213	19	58	2	0	0	2	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	
1271	1	109	103	112	280	4	42	2	0	0	1	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
1272	1	128	127	124	45	2	49	1	0	0	2	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
1273	0	175	170	162	37	8	66	1	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	1	
1274	0	160	177	188	204	17	68	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	
1275	1	159	159	155	60	2	62	1	0	1	2	2	1	0	0	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1276	1	129	137	135	165	3	52	2	0	0	1	2	0	1	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	
1277	1	118	104	116	309	6	44	1	0	1	2	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
1278	1	141	136	135	10	3	54	1	0	0	1	2	1	0	0	0																

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR					
1282	1	243	243	243	0	0	95	0	1	1	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	5	1	1	1	1	0	0	0	0					
1283	1	184	145	115	26	33	59	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0					
1284	0	133	133	124	60	4	50	1	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0					
1285	0	160	171	181	209	12	67	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	0				
1286	0	201	208	205	154	7	80	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0				
1287	1	132	133	123	66	4	50	1	0	2	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0					
1288	1	156	179	167	149	13	66	2	0	2	1	2	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0				
1289	0	147	160	184	219	21	65	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
1290	0	106	125	159	218	22	52	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0				
1291	1	104	100	90	43	7	38	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0				
1292	1	105	132	157	209	21	51	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	1				
1293	1	165	157	161	330	4	63	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	1	1	2	3	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1294	1	124	120	111	42	6	46	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0				
1295	0	184	173	165	25	12	68	1	0	1	0	2	2	0	0	0	1	1	0	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1				
1296	0	146	141	127	44	8	54	1	0	0	2	2	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1297	1	191	189	186	36	4	74	1	0	1	2	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0			
1298	1	152	137	130	19	10	55	1	0	0	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	0	1	4	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1299	0	67	71	72	192	4	27	2	0	0	2	2	0	1	0	2	0	0	0	1	0	3	5	5	0	1	1	0	0	0	0	0	0			
1300	1	82	110	128	203	22	41	2	0	0	2	2	0	2	1	0	0	1	0	1	1	2	3	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0			
1301	0	70	63	69	309	5	26	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	4	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0			
1302	0	127	113	106	20	9	46	1	0	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	5	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0			
1303	0	132	132	132	0	0	52	0	1	1	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0			
1304	0	191	192	194	220	2	75	2	0	1	2	2	2	1	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1305	1	135	123	95	42	17	45	1	0	1	2	2	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1306	0	145	145	148	240	1	57	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	4	3	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
1307	0	167	171	165	100	3	66	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1308	1	122	117	115	17	3	46	1	0	0	2	2	0	2	0	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1309	0	184	172	164	24	12	68	1	0	2	1	2	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0		
1310	0	176	138	103	29	32	55	1	0	0	2	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1		
1311	0	79	70	86	274	10	31	2	0	1	1	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
1312	1	199	205	211	210	12	80	2	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
1313	0	200	197	185	48	12	75	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0		
1314	1	148	142	137	27	5	56	1	0	0	1	1	0	2	1	0	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0		
1315	1	116	115	132	244	7	48	2	0	1	1	2	0	2	0	0	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0		
1316	1	145	132	114	35	12	51	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	1	0	1	1	5	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0		
1317	0	110	86	75	19	19	36	1	0	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0		
1318	0	132	117	108	22	10	47	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0		
1319	0	62	92	123	210	33	36	2	0	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0		
1320	0	174	180	177	150	4	69	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0		
1321	1	157	164	165	187	4	63	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0		
1322	1	154	147	138	34	7	57	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
1323	0	96	93	89	34	4	36	1	0	1	2	2	0	0	0	0	1	1	1	0	1	3	4	5	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
1324	1	92	97	104	215	6	38	2	0	1	2	2	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	4	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
1325	1	165	169	169	180	2	65	2	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
1326	1	133	123	117	23	6	49	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	0	0	5	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
1327	1	172	172	171	60	1	67	1	0	0	1	2	1	2	2	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
1328	1	153	172	189	208	21	67	2	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
1329	0	155	153	147	45	4	59	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
1330	1	108	109	101	67	4	41	1	0	1	1	2	0	2	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	
1331	0	147	135	119	34	11	52	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1332	0	85	108	142	216	25	45	2	0	1	2	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
1333	1	162	150	133	35	13	58	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	0	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	
1334	0	142	134	137	338	3	54	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	1	1	0	0	1	3	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
1335	0	136	147	148	185	5	56	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1										

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIJANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
1343	1	170	170	168	60	1	66	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	
1344	0	140	144	151	218	5	57	2	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
1345	1	115	125	134	208	8	49	2	0	0	2	1	0	2	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	
1346	0	153	175	186	200	19	66	2	0	1	1	2	0	2	1	1	1	0	0	0	0	1	1	5	1	0	2	0	1	0	0	
1347	0	147	145	143	30	2	57	1	0	1	2	2	2	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	
1348	0	152	113	105	10	19	50	1	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
1349	0	155	150	148	17	3	59	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	2	0	2	1	0	1	0	0	
1350	1	120	122	120	120	1	47	0	0	0	1	2	0	1	2	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	
1351	0	143	130	126	14	7	53	1	0	1	1	2	2	0	0	1	0	1	0	0	0	1	3	2	1	1	1	1	0	1	0	0
1352	0	168	157	152	19	8	63	1	0	1	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
1353	1	123	80	61	18	34	36	1	0	0	2	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	1	
1354	0	126	119	129	282	4	49	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	
1355	1	189	184	181	22	6	73	1	0	1	2	2	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1356	0	177	167	166	5	7	67	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	0	1	0	2	3	0	1	1	1	0	1	0	0	
1357	0	97	100	137	236	17	46	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
1358	0	162	160	157	36	3	63	1	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	
1359	1	155	136	137	357	9	57	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	1	0	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
1360	1	109	115	130	223	9	47	2	0	0	1	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1361	1	165	150	137	28	13	59	1	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	3	2	1	0	1	0	1	0	0	
1362	0	101	101	101	0	0	40	0	1	3	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
1363	0	88	98	125	224	17	42	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1364	1	131	138	151	219	9	55	2	0	0	1	2	0	0	0	2	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
1365	1	151	145	142	20	4	57	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	1	0	0	0	0	
1366	0	85	83	83	0	1	33	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	1	1	3	5	2	1	1	1	0	0	0	0	
1367	1	83	79	69	43	9	30	1	0	0	1	1	0	1	0	2	0	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	
1368	1	162	166	164	150	2	64	2	0	1	1	2	0	2	1	0	1	0	1	1	0	5	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1369	0	128	135	138	198	4	52	2	0	1	1	2	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1370	1	186	184	183	20	2	72	1	0	0	1	0	0	2	2	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1371	0	124	114	111	14	6	46	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	1	0	0	0	2	2	1	1	1	1	0	0	0	0	
1372	1	131	131	125	60	2	50	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	
1373	1	171	143	106	34	28	54	1	0	1	2	2	0	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1374	1	138	137	128	54	4	52	1	0	0	2	2	0	0	2	0	0	1	0	1	0	1	1	2	0	1	1	0	1	0	0	
1375	0	132	109	90	27	19	44	1	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
1376	1	117	125	129	200	5	48	2	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	
1377	0	190	200	205	200	13	77	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1378	0	80	72	63	32	12	28	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
1379	0	105	133	177	217	32	55	2	0	2	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	
1380	1	153	185	214	209	43	72	2	0	1	2	2	0	2	1	2	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1381	0	152	131	108	31	18	51	1	0	1	1	2	1	0	1	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
1382	1	130	136	136	180	2	52	2	0	0	2	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	
1383	1	60	58	66	255	6	24	2	0	0	2	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	3	2	0	0	0	1	0	1	0	0	
1384	0	68	55	48	21	17	23	1	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	3	5	0	1	1	0	0	0	0	0	
1385	0	81	98	123	216	21	40	2	0	3	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
1386	0	136	131	130	10	2	52	1	0	1	1	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	
1387	1	115	104	79	42	19	38	1	0	0	1	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	0	1	0	0	
1388	0	152	139	148	318	6	57	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	
1389	1	147	153	160	212	6	60	2	0	0	1	2	1	0	0	2	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1390	0	163	143	122	31	18	56	1	0	1	0	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
1391	1	148	107	87	20	26	46	1	0	1	2	2	0	0	1	1	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
1392	1	98	100	96	90	2	38	1	0	0	2	2	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	
1393	0	106	94	92	9	7	39	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	
1394	0	182	187	181	110	4	72	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
1395	0	105	106	99	69	3	40	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	
1396	1	183	162	143	28	22	64	1	0	0	2	2	0	2	0	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1397	0	190	173	153	32	22	67	1	0	0	1	2	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
1398	0	138	158	149	153	9	58	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	1	
1399	1	119	130	128	169	4	49	2	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	
1400	0	203	205	187	67	15	77	1	0	1	1	2	0	0	1	1	0	1	1													



R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	Persp	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR						
1404	0	129	138	151	215	10	55	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0							
1405	0	137	137	136	60	0	54	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	1	0	0	0	1	0	0						
1406	0	152	141	127	34	11	55	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	1					
1407	0	125	125	125	0	0	49	0	1	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0					
1408	0	74	76	73	100	2	29	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	1	1	0					
1409	1	167	164	157	42	5	64	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0					
1410	0	145	168	210	219	42	70	2	0	1	1	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0					
1411	0	138	138	123	60	6	51	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	1	0	0					
1412	0	163	123	104	19	24	52	1	0	2	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0					
1413	1	176	169	161	32	9	66	1	0	1	2	2	0	2	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0					
1414	0	95	100	91	93	5	37	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1				
1415	0	146	146	146	0	0	57	0	1	3	2	2	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	2	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0			
1416	0	61	51	50	5	10	22	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0				
1417	1	141	143	141	120	1	56	0	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0				
1418	0	119	93	74	25	23	38	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
1419	0	109	118	125	206	7	46	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	1	0	1	1	1	1	0	0				
1420	0	187	177	181	336	7	71	1	0	1	1	2	2	0	0	1	0	1	0	0	0	1	4	4	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1			
1421	1	134	141	125	86	7	52	1	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0			
1422	0	131	131	131	0	0	51	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0			
1423	1	91	79	66	31	16	31	1	0	1	1	2	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
1424	0	124	82	68	15	29	38	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	1	0	1	0	1			
1425	1	160	188	204	202	30	71	2	0	0	1	2	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
1426	1	144	148	146	150	2	57	2	0	1	1	2	1	0	0	2	1	1	0	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	1	0	1			
1427	0	227	227	227	0	0	89	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4	4	1	1	0	0	0	0	0	0	0			
1428	0	129	131	145	233	7	54	2	0	1	1	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
1429	1	155	158	161	210	3	62	2	0	0	1	2	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	
1430	1	184	183	184	300	1	72	0	0	0	1	2	0	0	0	2	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0		
1431	1	103	100	77	53	14	35	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0		
1432	1	156	161	163	197	4	63	2	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
1433	0	108	110	101	73	4	41	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	
1434	1	181	184	185	195	3	72	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	
1435	0	111	116	149	232	15	51	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0		
1436	1	172	172	172	0	0	67	0	1	0	2	2	0	2	1	0	0	1	0	0	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1437	1	152	155	155	180	1	60	2	0	1	2	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	
1438	0	161	160	148	55	6	61	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0		
1439	0	128	128	128	0	0	50	0	1	0	2	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	
1440	0	233	233	232	60	2	91	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1441	1	155	164	159	147	5	63	2	0	0	1	1	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	5	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1442	0	109	88	76	22	18	36	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1443	1	105	116	115	175	5	43	2	0	3	2	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
1444	0	140	167	186	205	25	64	2	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
1445	1	128	113	107	17	9	46	1	0	0	1	2	0	1	2	2	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
1446	0	149	129	96	37	22	48	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	
1447	0	193	188	174	44	13	72	1	0	1	1	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0
1448	1	84	100	122	215	18	40	2	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	1	1	2	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	
1449	1	150	145	126	47	10	54	1	0	0	1	2	0	2	2	1	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	
1450	0	119	115	90	52	14	41	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	
1451	0	172	170	173	280	2	67	2	0	0	2	2	0	2	1	0	0	1	0	0	0	1	1	3	2	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	
1452	0	69	56	42	31	24	22	1	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
1453	1	91	73	66	17	16	31	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
1454	1	130	130	130	0	0	51	0	1	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
1455	0	135	121	107	30	12	47	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
1456	1	167	147	144	8	12	61	1	0																												

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
1465	0	161	128	104	25	23	52	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	0		
1466	1	111	109	95	52	8	40	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0		
1467	0	107	104	97	42	5	40	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	3	2	0	1	0	0	0	1		
1468	1	105	135	158	206	21	52	2	0	1	1	2	1	2	0	2	1	1	1	0	1	5	2	1	1	1	1	0	1	0		
1469	1	146	143	147	285	2	57	2	0	1	1	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	3	1	0	1	1	1	0	1	0		
1470	1	104	117	141	219	15	48	2	0	1	1	2	1	0	2	1	0	1	1	1	1	2	4	2	1	1	1	0	1	0		
1471	1	111	121	137	217	10	49	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	2	3	1	0	1	0	0	1	0		
1472	1	171	175	156	73	11	65	1	0	0	1	2	0	2	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
1473	1	119	116	100	51	9	43	1	0	0	1	2	0	0	0	2	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0		
1474	1	114	114	114	0	0	45	0	0	1	1	2	0	0	1	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0		
1475	0	116	116	108	60	4	44	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0		
1476	1	150	150	157	240	3	60	2	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0		
1477	0	130	96	73	24	28	40	1	0	0	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0		
1478	1	123	107	97	23	12	43	1	0	0	2	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0		
1479	0	137	143	154	219	8	57	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0		
1480	0	151	152	136	64	7	56	1	0	0	2	2	2	0	0	1	1	1	1	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0		
1481	1	143	154	179	222	19	63	2	0	1	1	2	0	0	2	0	1	1	1	1	1	2	2	0	0	1	1	0	1	0		
1482	1	216	204	177	42	33	77	1	0	1	1	2	0	1	1	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0		
1483	1	171	172	159	65	7	65	1	0	0	1	2	0	0	2	1	0	1	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0		
1484	1	142	158	162	192	10	60	2	0	1	1	2	0	2	0	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0		
1485	0	172	164	165	353	5	66	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5	1	0	1	0	0	0	0		
1486	0	115	120	126	213	5	47	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0		
1487	1	88	85	69	51	12	31	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0		
1488	1	184	145	115	26	33	59	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	1	0	2	2	1	0	1	0	0	1	0		
1489	0	147	137	121	37	11	53	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0		
1490	0	166	140	133	13	16	59	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	0	0		
1491	0	129	119	135	278	6	50	2	0	1	2	2	2	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1		
1492	1	146	139	137	13	4	55	1	0	1	2	2	0	2	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0		
1493	1	165	156	154	11	6	63	1	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	1	1	1	0	1	0	
1494	1	126	127	136	234	4	51	2	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
1495	1	134	157	166	197	15	59	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0		
1496	0	123	112	126	287	6	47	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
1497	0	167	161	154	32	7	63	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	1	1	1	0		
1498	1	113	117	121	210	3	46	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0		
1499	0	129	160	172	197	21	59	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0		
1500	0	148	158	171	214	12	63	2	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0		
1501	1	140	138	132	45	3	53	1	0	1	1	2	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0		
1502	0	155	147	135	36	9	57	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
1503	0	154	170	175	194	12	65	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0		
1504	0	158	163	166	203	4	64	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	
1505	1	94	97	99	204	3	38	2	0	1	2	2	0	2	0	2	0	1	0	1	1	2	1	2	0	1	1	0	1	0		
1506	0	88	99	115	216	13	40	2	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0		
1507	1	133	138	145	215	5	55	2	0	2	2	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	
1508	1	187	178	161	39	16	68	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1509	0	139	157	181	214	22	63	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
1510	0	69	69	69	0	0	27	0	0	1	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	
1511	1	46	56	70	215	21	23	2	0	1	1	2	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	0	1	0	0	
1512	0	164	173	175	191	6	66	2	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	
1513	1	155	156	153	80	1	61	1	0	0	1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	
1514	1	142	144	149	223	3	57	2	0	3	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	0	0	1	0	
1515	1	122	97	79	25	21	39	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	1	
1516	1	200	178	165	22	24	72	1	0	1	1	2	0	2	0	0	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	0	1	0	0	
1517	1	125	143	171	217	21	58	2	0	0	2	2	0	2	0	1	0	0	1	1	1	1	2	4	4	1	0	1	0	1	0	0
1518	0	84	66	65	3	13	29	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	5	2	2	1	0	1	1	1	0	0	
1519	1	127	118	114	18	5	47	1	0	1	2	2	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1520	0	198	203	205	197	7	79	2	0	0	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
1521	0	149	149	149	0	0	58	0	1	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	1	0	0	
1522	0	173	170	161	45	7	65	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0	
1523	0	154	157	155	140	2	61	2	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1										



R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
1587	0	186	182	179	26	5	72	1	0	1	2	2	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	0	
1588	0	194	185	180	21	10	73	1	0	0	2	2	0	2	0	1	0	1	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	0	
1589	1	214	212	209	36	6	83	1	0	0	2	1	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	5	1	0	1	0	0	0	
1590	0	96	89	110	260	11	39	2	0	0	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	1	0	0	
1591	0	134	128	119	36	6	50	1	0	0	2	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	
1592	1	128	127	127	0	0	50	1	0	0	2	2	1	0	0	2	0	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	0	0	0	
1593	0	76	75	89	244	9	32	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	0	1	1	1	0	0	
1594	0	45	38	39	351	8	16	1	0	3	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	1	1	0	0	0	0	
1595	0	153	142	122	39	13	54	1	0	3	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	0	
1596	1	16	45	62	202	59	15	2	0	0	1	2	0	0	2	1	0	0	1	1	1	3	2	0	1	0	0	1	1	0	
1597	1	168	179	183	196	9	69	2	0	0	2	2	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1598	0	126	143	163	212	17	57	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	
1599	1	185	181	172	42	8	70	1	0	0	1	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	
1600	0	121	109	115	330	5	45	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	5	2	0	0	0	0	0	0	
1601	0	123	125	128	216	2	49	2	0	0	2	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	
1602	1	140	129	112	36	11	49	1	0	0	1	2	0	0	2	2	0	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	
1603	1	198	198	203	240	5	79	2	0	1	1	2	0	2	2	1	0	0	0	1	0	3	1	2	1	1	1	1	1	0	
1604	1	123	80	61	18	34	36	1	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1605	0	179	179	179	0	0	70	0	1	1	2	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	
1606	0	151	158	169	217	9	63	2	0	0	2	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	
1607	0	141	155	172	213	16	61	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	
1608	1	159	135	117	26	18	54	1	0	1	1	2	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	3	1	0	1	1	0	1	0	
1609	0	151	148	143	38	4	58	1	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	3	2	0	1	1	0	1	0	
1610	0	130	141	150	207	9	55	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	
1611	1	157	166	172	204	8	65	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	1	1	1	0	
1612	1	105	107	108	200	1	42	2	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	
1613	1	100	87	75	29	14	34	1	0	0	2	2	1	2	0	2	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	
1614	0	98	82	98	300	9	35	0	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	
1615	1	130	122	118	20	5	49	1	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	5	0	0	2	0	0	0	0	
1616	1	75	77	72	84	3	29	1	0	1	1	2	0	1	2	1	0	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	0	
1617	1	131	131	125	60	2	50	1	0	0	1	2	1	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1618	0	140	129	118	30	9	51	1	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	0	2	0	0	0	1	
1619	1	104	117	141	219	15	48	2	0	0	1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	1	1	0	
1620	1	111	121	137	217	10	49	2	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	0	1	
1621	1	184	192	190	165	6	74	2	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	
1622	0	130	106	99	14	14	45	1	0	0	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	1	
1623	1	149	133	107	37	17	50	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	
1624	0	202	205	206	195	4	80	2	0	0	2	2	1	2	0	0	0	1	1	0	1	1	2	2	0	1	1	0	1	0	
1625	1	171	129	98	25	30	53	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	0	1	1	0	2	2	0	1	0	0	1	0	0	
1626	1	154	154	156	240	1	61	2	0	0	2	2	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
1627	0	171	169	166	36	3	66	1	0	1	2	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	
1628	1	76	100	94	165	14	35	2	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
1629	1	161	178	171	155	10	66	2	0	1	1	2	0	0	2	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0
1630	0	31	49	72	214	40	20	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	3	2	2	1	1	1	1	0	
1631	1	139	110	122	335	12	49	1	0	1	1	2	0	1	1	2	1	1	0	1	1	2	4	2	1	1	1	0	0	0	
1632	1	119	123	115	90	3	47	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
1633	0	36	44	83	230	39	23	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	1	0	3	1	0	1	0	0	0	1	0	
1634	0	139	140	141	210	1	55	2	0	0	1	2	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
1635	1	154	150	152	330	2	60	1	0	3	2	1	0	2	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
1636	1	119	118	119	300	0	46	0	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1637	0	73	74	63	65	8	27	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	
1638	1	167	171	171	180	2	66	2	0	0	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1639	1	117	102	107	340	7	43	1	0	0	1	2	0	0	1	2	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1640	0	140	121	117	10	9	50	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	
1641	0	112	136	133	173	10	49	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	
1642	0	146	152	151	170	3	58	2	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	
1643	1	174	173	153	57	11	64	1	0	0	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	
1644	0	195	190	188	17	6	75	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	1	0	
1645	0	118	105	109	342	6	44	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
1646	1	159	158	151	53	4																									

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR			
1648	1	163	154	138	38	12	59	1	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0				
1649	0	107	87	84	8	12	37	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0			
1650	0	174	179	184	210	7	70	2	0	1	1	2	0	0	2	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
1651	1	159	152	142	35	8	59	1	0	0	2	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
1652	0	99	69	71	356	18	33	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0			
1653	1	204	199	194	30	9	78	1	0	1	1	1	0	2	1	2	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0		
1654	1	98	86	79	22	11	35	1	0	0	1	2	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
1655	1	100	100	107	240	3	41	2	0	1	2	2	1	2	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0		
1656	1	154	158	153	108	3	61	1	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
1657	0	111	117	118	189	3	45	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	2	2	0	1	0	0	1	0	0		
1658	0	59	85	109	209	30	33	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0		
1659	0	113	99	80	35	17	38	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	0		
1660	0	131	124	114	35	7	48	1	0	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
1661	1	167	157	143	35	12	61	1	0	0	2	0	0	2	2	2	1	1	1	0	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0		
1662	1	27	27	27	0	0	11	0	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	0	1	0	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
1663	0	78	69	74	327	6	29	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0		
1664	1	154	150	152	330	2	60	1	0	0	2	2	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
1665	0	110	90	95	345	10	39	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1		
1666	1	61	73	54	98	15	25	1	0	0	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
1667	1	132	152	159	196	12	57	2	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0		
1668	1	202	200	193	47	8	77	1	0	1	1	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
1669	0	181	172	175	340	6	69	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	5	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0		
1670	0	90	70	69	3	13	31	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
1671	0	180	173	180	42	13	66	2	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	4	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0		
1672	0	127	119	120	353	3	48	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	1	0	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0		
1673	0	123	111	79	44	22	40	1	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	
1674	1	151	143	145	345	4	58	1	0	1	1	2	2	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
1675	1	140	138	122	53	7	51	1	0	1	1	2	1	2	2	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
1676	1	144	148	146	150	2	57	2	0	1	1	2	1	2	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
1677	0	108	71	62	12	27	33	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	
1678	0	113	71	17	34	74	25	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	
1679	1	131	142	162	219	14	57	2	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	
1680	0	162	117	96	19	26	51	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	1		
1681	0	104	104	104	0	0	41	0	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
1682	1	172	176	167	87	5	67	1	0	1	1	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	
1683	1	173	151	123	34	23	58	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	0	1	0	0	4	1	2	1	1	1	0	1	0	1	1	0	
1684	0	123	120	118	24	2	47	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
1685	1	160	158	154	40	3	62	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	
1686	1	190	180	181	354	7	73	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	3	2	0	2	0	0	1	0	0	0	0	
1687	1	148	160	177	215	16	64	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0	
1688	1	155	164	159	147	5	63	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	
1689	0	199	197	197	0	2	78	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0
1690	1	139	135	137	330	2	54	1	0	0	1	2	0	1	0	2	0	0	0	1	1	2	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
1691	0	180	171	161	32	11	67	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	0	
1692	1	158	132	116	23	18	54	1	0	0	2	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1693	1	92	95	93	140	2	37	2	0	0	1	2	0	2	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
1694	0	125	108	104	11	9	45	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1695	0	66	60	62	340	5	25	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	
1696	0	118	133	147	209	12	52	2	0	1	2	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
1697	1	104	93	85	25	10	37	1	0	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
1698	0	73	75	93	234	12	33	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	2	5	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
1699	0	150	124	124	0	11	54	1	0	1	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	
1700	1	93	93	77	60	9	33	1	0	0	0	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	1	0	1	0	1	0	0	
1701	1	143	140	128	48	6	53	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	
1702	1	215	213	206	47	10	83	1	0	1	1	2	0	2	2	2	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1703	1	184	183	184	300	1	72	0	0	0	1																							

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR						
1709	1	142	141	147	250	3	56	2	0	1	1	2	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	3	2	1	1	1	0	1	0	0					
1710	1	178	174	172	20	4	69	1	0	1	1	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	3	2	1	1	1	0	1	0	0					
1711	1	101	98	92	40	5	38	1	0	2	1	2	2	0	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0						
1712	1	141	133	119	38	9	51	1	0	1	2	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	0	1	1	0	1	0	0					
1713	1	175	167	162	23	8	66	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0					
1714	0	112	108	82	52	15	38	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0					
1715	0	145	148	152	214	3	58	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	1	1	0	2	2	0	1	1	1	0	0	1	0	0					
1716	1	132	134	139	223	3	53	2	0	1	1	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0				
1717	1	142	102	105	356	16	48	1	0	0	1	2	0	2	2	0	1	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0				
1718	1	61	73	54	98	15	25	1	0	2	1	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0					
1719	1	184	186	181	84	3	72	1	0	1	2	2	1	2	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0				
1720	1	50	47	40	42	11	18	1	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	0	1	1	2	4	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0				
1721	1	175	171	171	0	2	68	1	0	1	2	2	0	2	1	2	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0				
1722	0	134	137	149	228	7	55	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0				
1723	0	118	103	126	279	10	45	2	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	5	2	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
1724	1	142	139	134	37	3	54	1	0	1	1	2	0	2	2	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1725	1	201	185	178	18	18	74	1	0	1	1	2	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0			
1726	1	140	146	144	160	3	56	2	0	1	2	2	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
1727	0	116	126	138	213	9	50	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0			
1728	0	150	157	166	214	8	62	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0			
1729	0	117	106	99	23	8	42	1	0	1	2	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0			
1730	0	125	126	125	120	0	49	0	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0			
1731	1	176	169	162	30	8	66	1	0	0	1	2	0	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0			
1732	1	104	109	118	219	6	44	2	0	0	1	1	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1733	1	113	109	86	51	14	39	1	0	2	1	2	2	2	1	1	1	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1734	1	151	143	145	345	4	58	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1735	1	126	105	82	31	21	41	1	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1736	1	131	150	158	198	12	57	2	0	0	1	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
1737	0	168	153	151	7	9	63	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1738	0	175	152	127	31	23	59	1	0	0	2	2	0	0	0	2	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
1739	1	132	126	118	34	6	49	1	0	1	2	2	0	2	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
1740	0	116	103	90	30	13	40	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0			
1741	1	123	111	103	24	9	44	1	0	0	1	2	0	0	2	1	1	1	0	0	1	1	3	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
1742	1	160	159	160	300	1	63	0	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	4	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1		
1743	0	115	117	101	67	7	43	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	
1744	0	102	123	90	98	15	42	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
1745	0	174	177	186	225	8	71	2	0	1	1	2	2	0	0	1	0	1	1	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		
1746	0	120	124	122	150	2	48	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
1747	0	153	146	148	343	3	59	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	
1748	0	129	118	108	29	9	46	1	0	0	0	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1749	0	116	113	110	30	3	44	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1750	0	175	183	179	150	5	70	2	0	0	1	2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0		
1751	0	150	141	122	41	12	53	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
1752	0	111	106	88	47	12	39	1	0	1	2	2	2	0	0	1	1	1	1	0	0	1	2	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	
1753	0	143	146	136	78	4	55	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	1	0	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0		
1754	0	107	110	122	228	7	45	2	0	3	2	2	2	0	0	2	0	0	1	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
1755	0	137	159	165	193	13	59	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	2	5	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
1756	0	122	120	122	300	1	47	0	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1757	0	189	189	189	0	0	74	0	0	1	2	2	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
1758	1	160	149	143	21	8	59	1	0	0	1	2	0	0	2	1	0	0	0	0	1	1	3	2	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
1759	0	132	141	136	147	4	54	2	0	2	1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1760	1	155	166	180	214	14	66	2	0	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	4	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1761	0	140	139	136	45	2	54	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1														

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR					
1770	0	163	163	163	0	0	64	0	1	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	0	1	0	1	0	0					
1771	0	83	92	82	114	6	34	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0					
1772	1	140	121	113	18	11	50	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0					
1773	0	179	190	199	207	15	74	2	0	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0					
1774	1	103	98	83	45	11	36	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0					
1775	0	169	110	99	9	29	53	1	0	1	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0					
1776	1	207	211	217	216	12	83	2	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0				
1777	1	99	108	98	114	5	40	1	0	1	2	2	0	1	0	0	1	1	1	0	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0				
1778	0	139	148	165	219	13	60	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	1	1	1	1	0	1	0	0				
1779	0	155	155	157	240	1	61	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0				
1780	0	141	119	123	349	9	51	1	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0				
1781	0	172	137	110	26	27	55	1	0	1	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0				
1782	0	102	108	130	227	12	45	2	0	2	1	2	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	1	0	0				
1783	1	138	118	106	23	13	48	1	0	0	1	2	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0				
1784	1	115	120	137	226	9	49	2	0	1	1	2	0	2	0	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
1785	0	114	119	144	230	12	51	2	0	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0			
1786	1	147	153	160	212	6	60	2	0	0	2	0	0	2	1	1	0	1	0	1	0	2	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0			
1787	1	167	148	129	30	18	58	1	0	0	1	2	0	1	2	2	0	1	1	1	0	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
1788	1	154	152	148	40	3	59	1	0	0	1	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0			
1789	1	159	177	182	193	14	67	2	0	0	1	2	0	2	0	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0			
1790	1	174	162	163	355	7	66	1	0	1	1	2	0	0	2	2	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0			
1791	1	127	139	15	210	10	55	1	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
1792	0	137	137	137	0	0	54	0	1	1	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0		
1793	0	125	117	88	47	17	42	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
1794	1	140	154	173	215	17	61	2	0	1	2	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
1795	1	193	192	191	30	2	75	1	0	1	1	2	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
1796	0	145	162	177	208	17	63	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0		
1797	0	203	202	203	300	1	79	0	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0		
1798	0	122	129	142	219	8	52	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	2	4	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1		
1799	0	121	99	97	5	11	43	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0		
1800	0	63	91	116	208	30	35	2	0	0	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1		
1801	1	75	86	121	226	23	38	2	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	0	1	0	3	5	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0		
1802	0	130	150	152	185	10	55	2	0	0	1	2	1	2	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0		
1803	1	147	153	160	212	6	60	2	0	1	1	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0		
1804	1	158	155	143	48	7	59	1	0	0	2	2	0	0	1	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
1805	1	159	157	154	36	3	61	1	0	1	1	2	1	2	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
1806	0	128	97	81	20	22	41	1	0	1	2	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0		
1807	0	133	144	169	222	17	59	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
1808	0	98	85	72	30	15	33	1	0	2	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0		
1809	1	147	133	129	13	8	54	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
1810	0	108	116	132	220	10	47	2	0	3	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1811	0	167	155	129	41	18	58	1	0	0	2	2	2	0	2	2	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
1812	1	165	169	169	180	2	65	2	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	
1813	0	57	82	116	215	34	34	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	2	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
1814	0	67	75	157	235	40	44	2	0	1	1	2	0	1	1	0	0	1	1	1	0	3	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
1815	1	153	162	141	86	10	59	1	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
1816	1	178	159	142	28	19	63	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1817	1	97	105	103	165	4	40	2	0	1	2	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
1818	1	103	100	77	53	14	35	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1819	0	123	112	102	29	9	44	1	0	3	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1820	1	134	146	161	213	13	58	2	0	0	2	2	0	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
1821	0	170	170	170	0	0	67	0	1	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1822	0	60	66	38	73	27	20	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
1823	1	163	159	160	345	2	63	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	0	1	0															

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
1831	0	95	96	96	180	1	37	2	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2	5	1	1	1	0	0	0	0		
1832	1	137	127	114	34	9	49	1	0	0	1	2	0	2	1	2	1	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
1833	1	193	174	155	30	23	68	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	3	0	1	1	0	1	0	0	
1834	0	120	128	140	216	8	51	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	0	
1835	1	155	136	137	357	9	57	1	0	3	1	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	2	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
1836	1	90	96	113	224	11	40	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
1837	0	94	94	94	0	0	37	0	1	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	3	2	2	1	1	1	1	1	0	0	
1838	0	143	143	143	0	0	56	0	1	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	4	3	2	1	0	1	0	1	0	0	
1839	0	133	135	140	223	3	54	2	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	1	1	1	2	2	0	0	1	0	0	1	0	0	
1840	1	170	170	168	60	1	66	1	0	0	1	0	0	1	0	2	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
1841	1	156	161	163	197	4	63	2	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
1842	1	106	96	73	42	18	35	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
1843	0	95	129	164	210	27	51	2	0	0	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0	
1844	1	60	97	116	200	32	35	2	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	3	3	0	1	1	0	0	1	0	0	
1845	1	141	136	135	10	3	54	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	
1846	1	117	114	77	56	21	38	1	0	2	1	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
1847	1	123	130	135	205	5	51	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1848	0	114	119	122	203	3	46	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	4	3	2	0	1	1	0	1	0	0	
1849	0	113	113	112	60	0	44	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	
1850	0	142	141	141	0	0	55	1	1	1	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	3	2	1	1	1	0	1	0	0	
1851	1	168	160	152	30	8	63	1	0	1	1	2	0	1	1	2	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
1852	1	160	137	112	31	20	53	1	0	1	2	2	0	1	2	2	0	0	0	1	1	1	4	1	1	1	1	0	1	0	0	
1853	0	75	75	75	0	0	29	0	1	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
1854	0	196	197	195	90	2	77	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	
1855	1	178	168	149	39	16	64	1	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
1856	1	122	131	134	195	5	50	2	0	0	1	2	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0
1857	0	159	170	177	203	10	66	2	0	3	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	0	0	2	0	0	0	0	0	0
1858	0	163	154	154	0	5	62	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	0	1	1	0	2	3	0	0	1	1	0	1	0	0	0
1859	1	147	151	154	206	3	59	2	0	1	2	2	1	0	0	2	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0
1860	1	161	169	172	196	6	65	2	0	0	2	1	0	0	2	1	0	1	0	1	0	1	3	2	0	1	1	0	0	0	0	0
1861	1	125	143	171	217	21	58	2	0	1	1	2	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
1862	0	102	96	102	300	3	39	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	3	5	5	0	2	0	0	0	0	0	0
1863	0	138	145	164	224	13	59	2	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0
1864	1	134	146	161	213	13	58	2	0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
1865	1	139	132	131	8	3	53	1	0	0	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	1	1	1	1	1	0	0
1866	1	120	123	107	71	7	45	1	0	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	1	0	1	2	2	1	1	0	0	1	0	0	0
1867	0	181	210	220	195	36	79	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	1	0
1868	0	119	103	97	16	10	42	1	0	2	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0
1869	1	109	113	120	218	5	45	2	0	0	2	2	0	2	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0
1870	0	90	62	67	349	18	30	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	0
1871	1	172	172	157	60	8	65	1	0	1	1	2	0	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	0
1872	1	97	101	98	135	2	39	2	0	2	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0
1873	0	210	209	208	30	2	82	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0
1874	1	136	139	141	204	2	54	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0
1875	0	128	143	155	207	12	55	2	0	1	1	2	1	2	0	1	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0
1876	1	118	104	116	309	6	44	1	0	1	1	2	2	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
1877	0	111	94	93	3	9	40	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0
1878	1	129	146	164	211	16	57	2	0	0	1	2	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0
1879	0	64	66	72	225	6	27	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
1880	1	206	200	196	24	9	79	1	0	0	1	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0	0
1881	1	177	168	164	18	8	67	1	0	0	1	2	2	1	0	1	1	1	1	1	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	0
1882	1	153	162	141	86	10	59	1	0	0	2	2	1	2	1	0	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
1883	1	131	131	125	60	2	50	1	0	0	1	2	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0
1884	0	135	136	140	228	2	54	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	5	0	0	1	0	0	0	0	0	0
1885	0	141	121	100	31	17	47	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	3	2	1	1	1	0	1	0	0	0
1886	0	137	124	120	14	7	50	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0
1887	0	129	126	125	15	2	50	1	0	1	0	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2</								



R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR					
1892	1	75	77	72	84	3	29	1	0	0	2	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0					
1893	1	122	106	94	26	13	42	1	0	1	2	2	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0					
1894	1	116	118	117	150	1	46	2	0	1	1	2	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	1	1	0	0				
1895	0	169	178	171	133	6	68	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0					
1896	0	196	198	178	66	15	74	1	0	0	2	2	0	0	2	1	0	1	1	1	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0				
1897	0	98	61	43	20	39	28	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	1	1	1	0	0	1	0	1				
1898	0	176	164	160	15	9	66	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0				
1899	1	142	139	134	37	3	54	1	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	3	2	1	0	0	1	1	0	0	0				
1900	1	138	138	138	0	0	54	0	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	2	1	1	0	1	0	1	1	0	0				
1901	0	182	189	186	154	5	73	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	2	1	0	1	0	0	0				
1902	0	104	89	81	21	12	36	1	0	1	2	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	3	1	5	0	1	1	0	1	0	0	0				
1903	1	171	172	177	230	4	68	2	0	0	2	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
1904	1	71	89	111	213	22	36	2	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
1905	1	140	143	138	96	2	55	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0			
1906	1	122	115	111	22	5	46	1	0	1	1	2	1	1	2	0	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
1907	0	133	152	121	97	13	54	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0			
1908	0	69	102	130	208	31	39	2	0	0	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1			
1909	0	174	177	181	214	5	70	2	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0			
1910	1	138	145	172	228	17	61	2	0	1	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0			
1911	1	140	146	144	160	3	56	2	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
1912	1	124	122	105	54	8	45	1	0	0	2	2	1	0	1	2	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0			
1913	0	111	116	99	78	8	42	1	0	1	1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	1	0	0			
1914	1	173	158	135	36	19	60	1	0	1	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0		
1915	0	129	115	104	26	11	46	1	0	0	0	2	1	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0		
1916	1	148	143	146	324	2	57	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0		
1917	1	135	144	136	127	4	55	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	1	1	0	1	4	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0		
1918	1	140	138	138	0	1	55	1	0	0	1	2	0	2	2	1	0	1	0	0	0	1	3	2	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0		
1919	0	189	184	178	33	8	72	1	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
1920	1	222	223	226	225	6	88	2	0	1	2	2	0	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0		
1921	1	120	113	105	32	7	44	1	0	0	2	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
1922	1	118	120	121	200	1	47	2	0	1	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
1923	0	119	112	95	42	11	42	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	0	1	0	1		
1924	1	144	144	145	240	0	57	2	0	1	1	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0		
1925	0	132	137	128	93	4	52	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0		
1926	0	176	184	189	203	9	72	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
1927	1	124	120	111	42	6	46	1	0	1	1	2	0	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0		
1928	1	119	100	85	26	17	40	1	0	2	1	2	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0		
1929	0	108	117	108	120	4	44	0	0	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
1930	1	142	136	134	15	3	54	1	0	2	1	2	0	2	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0		
1931	1	136	146	153	205	8	57	2	0	1	2	2	0	0	2	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0		
1932	1	193	193	201	240	7	77	2	0	0	2	2	0	2	2	2	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
1933	1	99	99	105	240	3	40	2	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0		
1934	1	141	138	138	0	1	55	1	0	0	1	2	0	2	0	2	0	1	0	1	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
1935	1	134	122	108	32	11	47	1	0	1	1	2	1	1	2	0	0	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
1936	0	117	117	117	0	0	46	0	1	1	2	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
1937	1	149	133	107	37	17	50	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	
1938	0	129	108	99	18	13	45	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1939	1	145	164	177	204	17	63	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1940	1	134	157	166	197	15	59	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1941	1	91	93	98	223	4	37	2	0	0	1	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
1942	1	189	184	181	22	6	73	1	0	1	1	2	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
1943	1	154	147	145	13	4	59	1	0	0	2	2	0	1	0	2	0	0	1	1	1	1	4	2	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0
1944	1	119	100	85	26	17	40	1	0	1	2	2	0	2	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
1945	1	122	106	94	26	13	42	1	0	0	2	2	0	2	2	1	0	0	1	1	0	2</														

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
1953	0	94	109	122	208	13	42	2	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
1954	1	172	169	162	42	6	65	1	0	2	1	2	0	2	0	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	
1955	0	72	73	81	233	6	30	2	0	1	2	2	0	2	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
1956	1	111	116	110	110	3	44	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0	
1957	0	157	171	189	214	20	68	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1958	0	141	122	116	14	10	50	1	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1959	0	125	120	123	324	2	48	1	0	0	1	2	0	2	1	0	0	0	0	1	1	5	2	0	1	0	1	0	1	0	
1960	0	92	72	53	29	27	28	1	0	0	2	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
1961	0	165	163	160	36	3	64	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	
1962	1	178	181	185	214	5	71	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	1	1	0	
1963	1	57	92	112	202	33	33	2	0	0	1	2	0	0	2	1	0	1	1	1	1	2	2	0	1	0	0	1	0	0	
1964	1	210	210	210	0	0	82	0	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1965	1	72	71	64	53	6	27	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	
1966	0	95	73	50	31	31	28	1	0	3	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	
1967	1	142	139	134	37	3	54	1	0	0	2	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	0	1	0	
1968	0	194	192	176	53	13	73	1	0	2	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	
1969	0	130	119	89	44	19	43	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	0	0	
1970	0	167	167	167	0	0	65	0	1	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	1	
1971	0	152	145	138	30	6	57	1	0	1	2	2	0	2	0	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
1972	0	99	105	117	220	8	42	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	
1973	1	108	105	100	37	4	41	1	0	0	1	2	0	2	2	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	0	1	0	
1974	0	145	126	116	21	12	51	1	0	1	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	0	2	0	0	1	0	
1975	0	122	89	75	18	24	39	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	
1976	1	164	170	169	170	3	65	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
1977	1	164	154	143	31	10	60	1	0	0	2	2	0	2	1	2	0	1	1	1	0	5	1	0	1	1	1	0	1	0	
1978	1	96	85	80	19	9	35	1	0	0	1	2	0	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1979	0	215	214	213	30	2	84	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4	2	1	1	0	1	1	0	
1980	0	127	127	127	0	0	50	0	1	1	2	2	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
1981	0	127	128	131	225	2	51	2	0	1	2	2	0	2	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	
1982	1	179	166	168	351	8	68	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1983	0	139	140	135	72	2	54	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	0	0	1	0	
1984	1	128	133	146	223	8	54	2	0	0	1	2	1	2	1	0	0	1	1	0	0	1	3	1	1	1	1	1	1	0	
1985	0	181	169	161	24	12	67	1	0	1	2	2	2	0	0	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	0	
1986	1	191	187	175	45	11	72	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
1987	0	50	84	96	196	32	29	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	3	1	2	1	1	0	1	0	
1988	1	242	242	243	240	4	95	2	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
1989	0	73	121	152	204	35	44	2	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	1	0	0	
1990	1	134	128	129	350	2	51	1	0	0	1	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	0	1	0	
1991	1	156	168	172	195	9	64	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	1	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	
1992	1	179	179	176	60	2	70	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	1	0	0	0	
1993	1	169	152	137	28	16	60	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
1994	0	158	151	145	28	6	59	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	3	1	1	0	1	1	1	0	
1995	0	95	95	92	60	2	37	1	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	
1996	1	104	100	96	30	4	39	1	0	0	1	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	
1997	0	169	129	108	21	26	54	1	0	0	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	
1998	1	184	183	185	270	1	72	2	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
1999	0	136	127	119	28	7	50	1	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	5	2	0	2	0	0	0	0	
2000	1	178	170	162	30	9	67	1	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2001	1	124	100	86	22	18	41	1	0	0	1	2	0	0	2	0	0	0	0	1	0	1	1	3	1	1	0	0	1	0	
2002	1	175	177	176	150	1	69	2	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	
2003	0	152	132	109	32	17	51	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2	2	1	1	0	0	0	1	0	
2004	1	163	158	149	39	7	61	1	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	
2005	1	210	210	210	0	0	82	0	1	1	2	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	4	4	1	1	1	0	0	0	
2006	1	161	166	172	213	6	65	2	0	1	2	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
2007	1	149	148	144	48	2	57	1	0	0	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	0	1	0	
2008	0	98	86	90	340	7	36	1	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	
2009	1	140	154	173	215	17	61	2	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	1	0	1	
2010	1	142	136	131	27	5	54	1	0	0	1	1	0	2	2	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	
2011	0	133	137	135	150	2	53	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	
2012	0	145	153	156	196	5	59	2	0	0																					

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR			
2014	0	158	164	165	189	4	63	2	0	0	2	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	0	1	1	0	1	0	0			
2015	1	176	172	164	40	7	67	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0			
2016	1	142	135	134	7	3	54	1	0	1	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0			
2017	1	99	108	98	114	5	40	1	0	1	1	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0			
2018	0	114	116	117	200	1	45	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
2019	1	156	156	160	240	2	62	2	0	0	2	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0			
2020	0	185	184	187	260	2	73	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	4	4	1	1	1	0	1	0	0			
2021	1	82	109	149	216	29	45	2	0	1	1	2	0	2	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0			
2022	1	109	134	150	203	16	51	2	0	2	1	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	0	1	0			
2023	0	203	192	177	35	20	75	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0			
2024	1	181	189	204	219	18	75	2	0	0	2	2	0	0	2	0	0	1	0	0	0	1	2	2	1	1	0	0	1	0	0			
2025	0	140	157	152	162	8	58	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0			
2026	0	152	137	128	22	10	55	1	0	0	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	1			
2027	1	112	104	98	26	7	41	1	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0			
2028	0	168	165	159	40	5	64	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
2029	1	184	183	184	300	1	72	0	0	0	2	2	0	1	2	0	0	0	0	0	1	0	2	1	2	0	1	1	0	1	0	0		
2030	1	76	100	94	165	14	35	2	0	2	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
2031	1	109	115	130	223	9	47	2	0	0	2	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	0	1	1	0	1	0	0		
2032	0	169	121	105	15	27	54	1	0	1	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0		
2033	1	92	94	106	231	7	39	2	0	0	1	2	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	2	5	2	1	1	0	1	0	1	0		
2034	0	111	122	136	214	10	48	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
2035	1	196	157	127	26	37	63	1	0	1	1	2	2	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
2036	1	178	181	185	214	5	71	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
2037	0	103	104	100	75	2	40	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	0	1		
2038	0	152	143	123	41	12	54	1	0	0	2	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	1	0	1		
2039	0	172	172	172	0	0	67	0	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4	3	2	1	1	0	0	1	0	0	0		
2040	1	172	172	172	0	0	67	0	0	0	2	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0		
2041	1	71	81	93	213	13	32	2	1	0	2	1	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
2042	1	133	133	125	60	3	51	1	0	1	2	2	1	2	0	0	0	1	1	1	1	1	3	3	0	1	1	1	0	1	0	0		
2043	1	136	139	141	204	2	54	2	0	0	2	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2044	0	142	140	140	0	1	55	1	0	0	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	1	0	0	0	0	0		
2045	1	184	179	175	27	6	70	1	0	1	2	2	0	2	1	2	1	1	0	0	0	1	1	3	2	0	1	1	0	0	0	0		
2046	1	181	184	185	195	3	72	2	0	0	2	2	0	2	2	1	0	0	1	1	0	2	3	2	1	1	1	1	1	1	0	0		
2047	0	147	125	105	29	17	49	1	0	1	2	2	2	0	0	2	0	0	1	0	1	1	2	1	0	2	1	0	0	0	0	0		
2048	0	101	98	106	262	4	40	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
2049	1	137	144	127	85	7	53	1	0	0	2	1	0	2	0	0	0	0	1	0	1	1	4	2	1	1	0	0	1	0	0	0		
2050	1	101	117	124	198	10	44	2	0	1	1	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2051	0	157	171	187	212	18	67	2	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
2052	1	147	127	126	3	9	54	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	1	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
2053	0	83	83	83	0	0	33	0	1	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	
2054	0	99	108	64	72	26	34	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0		
2055	0	103	118	143	218	16	48	2	0	3	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
2056	0	149	160	163	193	7	61	2	0	1	2	2	1	2	0	0	1	1	1	1	0	1	2	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	
2057	0	189	183	175	34	10	71	1	0	1	2	2	0	1	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	
2058	0	132	126	119	32	5	49	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	
2059	1	68	68	62	60	5	25	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	
2060	0	138	90	69	18	33	41	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	1	0	
2061	0	157	163	180	224	13	66	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	5	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	
2062	0	125	123	130	257	3	50	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	
2063	1	159	152	142	35	8	59	1	0	0	1	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	0	
2064	0	176	183	176	120	5	70	0	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
2065	1	44	61	81	212	30	25	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	
2066	0	137	133	134	345	2	53	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2067	1	146	123	104	27	17	49	1	0	3	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
2068	0	187	178	164	37	14	69	1	0	1	1	2	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0
2069	1	144	131	107	39	15	49	1	0	0	2	2	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1</						

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
2075	1	172	160	141	37	16	61	1	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
2076	0	172	149	122	32	23	58	1	0	1	2	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
2077	1	132	140	112	77	11	49	1	0	0	1	2	0	2	2	2	0	1	0	1	1	1	1	2	1	0	1	0	1	0	
2078	0	147	125	105	29	17	49	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	0	1	0	1	1	2	1	0	2	1	0	0	
2079	0	130	136	155	226	11	56	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	
2080	0	161	201	204	184	30	72	2	0	0	1	2	1	0	1	2	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
2081	0	84	72	43	42	32	25	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	0	1	1	3	1	0	1	1	1	0	1	0	
2082	1	152	168	186	212	20	66	2	0	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	4	1	1	1	1	0	0	0	
2083	0	159	159	166	240	4	64	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	
2084	0	128	128	128	0	0	50	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	
2085	0	135	121	108	29	11	48	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	3	2	1	1	1	1	0	1	0	
2086	0	144	128	121	18	9	52	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
2087	1	199	205	211	210	12	80	2	0	0	2	1	0	2	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
2088	0	123	131	137	206	6	51	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
2089	1	137	135	133	30	2	53	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	0	
2090	0	145	142	138	34	3	55	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	
2091	1	152	142	134	27	8	56	1	0	1	2	2	0	2	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	
2092	1	70	53	40	26	27	22	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
2093	0	146	141	138	23	4	56	1	0	0	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	
2094	1	114	110	121	262	5	45	2	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	1	1	1	0	0	1	
2095	1	92	97	104	215	6	38	2	0	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	
2096	1	118	120	121	200	1	47	2	0	0	1	0	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	
2097	0	153	150	150	0	1	59	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
2098	0	122	139	140	183	7	51	2	0	1	1	2	2	1	0	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	
2099	1	112	111	110	30	1	44	1	0	0	1	2	0	0	2	1	1	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	0	0	0	
2100	1	155	145	125	40	13	55	1	0	1	2	2	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	
2101	1	116	118	120	210	2	46	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	
2102	1	87	71	61	23	18	29	1	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
2103	0	86	108	120	201	17	40	2	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	
2104	0	172	184	158	88	15	67	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	
2105	0	130	134	117	74	7	49	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2106	1	104	123	148	214	17	49	2	0	3	1	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	
2107	1	119	118	119	300	0	46	0	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	5	2	2	1	0	0	0	1	0	
2108	1	122	128	116	90	5	48	1	0	0	1	2	0	2	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	
2109	0	97	98	99	210	1	38	2	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
2110	0	103	106	83	68	12	37	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	
2111	0	118	120	118	120	1	47	0	0	0	2	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	0	1	0	
2112	1	172	169	162	42	6	65	1	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	
2113	1	50	47	40	42	11	18	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	1	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	
2114	0	108	88	94	342	10	38	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
2115	0	199	175	169	12	21	72	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	
2116	1	148	149	135	64	6	56	1	0	1	1	2	0	2	1	0	1	1	0	1	1	3	3	2	1	1	1	1	1	0	
2117	0	205	205	202	60	3	80	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
2118	0	111	105	80	48	16	37	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
2119	0	196	200	198	150	4	78	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
2120	1	92	95	106	227	7	39	2	0	1	1	2	0	2	1	0	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	0	1	0	
2121	1	152	158	163	207	6	62	2	0	1	2	2	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
2122	0	82	74	68	26	9	29	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	0	1	0	1	3	3	5	0	1	1	0	0	0	
2123	1	156	146	142	17	7	58	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	1	1	0	1	1	3	3	1	1	1	0	1	0	
2124	0	191	178	160	35	19	69	1	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	
2125	1	115	121	127	210	5	47	2	0	1	1	2	0	1	0	2	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	
2126	0	175	170	164	33	6	66	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	5	1	0	1	1	0	1	0	0	
2127	1	98	86	79	22	11	35	1	0	0	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
2128	1	159	152	142	35	8	59	1	0	0	1	2	1	0	0	2	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	0	1	0	
2129	0	104	101	100	15	2	40	1	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	1	0	0	5	2	0	0	1	1	0	0	0	
2130	1	115	124	167	230	23	55	2	0	0	1	1	0	1	2	0	0	1	1	0	2	2	0	1	1	1	1	1	0	0	
2131	0	121	124	109	72	6	46	1	0	2	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	
2132	0	144	149	151	197	3	58	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	
2133	1	142	159	178	212	19	63	2	0	1	1	2	0	0	1	0	0	1	0	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	
2134	0	158	130	96	33	24	50	1																							

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
2136	0	172	169	173	285	2	67	2	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2137	1	91	92	102	235	6	38	2	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2138	1	156	143	128	32	12	56	1	0	0	2	2	0	2	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2139	1	101	94	99	317	4	38	1	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	0	0	
2140	1	93	93	77	60	9	33	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	4	4	1	1	1	0	1	1	0	0
2141	1	108	96	84	30	13	38	1	0	0	2	2	1	2	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
2142	0	149	139	119	40	12	53	1	0	2	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2143	1	92	92	84	60	5	35	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2144	1	151	127	112	23	16	52	1	0	0	2	2	1	1	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	1	0	0	
2145	0	129	135	136	189	3	52	2	0	3	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	
2146	1	109	115	130	223	9	47	2	0	1	1	2	0	2	2	0	0	1	1	1	1	2	4	2	1	1	1	0	1	0	0	
2147	0	179	173	168	27	7	68	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0	
2148	1	93	106	122	213	13	42	2	0	1	1	2	0	0	2	1	0	1	0	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0	
2149	0	103	103	103	0	0	40	0	1	0	2	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	
2150	1	138	154	165	204	13	59	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2151	0	114	94	94	0	10	41	1	0	1	2	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	
2152	0	149	150	150	180	0	59	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	1	0	
2153	0	103	108	113	210	5	42	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	
2154	0	144	144	146	240	1	57	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
2155	0	106	86	87	357	10	38	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	4	2	2	0	2	1	0	0	0	1	
2156	0	121	121	121	120	1	47	0	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	0	
2157	1	147	136	132	16	6	55	1	0	0	1	2	0	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	
2158	0	196	175	160	25	23	70	1	0	1	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
2159	0	132	128	127	12	2	51	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	
2160	0	161	163	158	84	3	63	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2161	1	101	77	58	27	27	31	1	0	1	2	2	0	2	2	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2162	0	160	168	177	212	10	66	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2163	1	184	179	175	27	6	70	1	0	1	1	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0	
2164	0	142	143	143	180	0	56	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
2165	0	106	107	111	228	2	43	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2166	0	137	124	117	21	8	50	1	0	0	0	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2167	0	75	86	78	136	7	32	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	
2168	0	126	132	139	212	5	52	2	0	3	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	
2169	0	100	75	74	2	15	34	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2170	0	98	79	73	14	15	34	1	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	5	2	2	1	0	1	0	1	0	0	
2171	1	126	122	126	300	2	49	0	0	0	1	2	0	1	0	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
2172	1	146	158	170	210	12	62	2	0	0	2	2	0	1	0	1	0	1	0	1	1	2	3	2	0	1	0	0	0	0	0	
2173	0	165	179	188	203	15	69	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
2174	1	46	56	70	215	21	23	2	0	1	1	2	0	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2175	1	112	111	110	30	1	44	1	0	1	2	2	1	2	0	2	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2176	1	61	84	97	202	23	31	2	0	1	2	2	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
2177	1	199	193	191	15	7	76	1	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2178	1	131	123	104	42	11	46	1	0	0	2	2	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2179	0	70	97	126	211	29	38	2	0	1	2	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2180	0	16	18	26	228	24	8	2	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2181	1	67	69	71	210	3	27	2	0	1	2	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2182	0	131	131	131	0	0	51	0	1	1	2	2	2	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	1	0	1	
2183	0	150	159	157	167	4	61	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2184	1	134	141	125	86	7	52	1	0	0	1	2	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	4	1	1	0	1	0	1	0	0	
2185	1	71	81	93	213	13	32	2	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	1	1	0	2	3	3	0	2	0	0	1	0	0	
2186	0	72	48	56	340	20	24	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	5	2	2	1	0	1	0	1	0	0	
2187	1	165	153	157	340	6	62	1	0	0	1	2	0	2	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2188	1	104	100	90	43	7	38	1	0	0	1	2	0	0	2	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0	
2189	0	100	100	100	0	0	39	0	1	1	2	2	2	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	
2190	0	145	156	145	120	5	59	0	0	0	1	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0
2191	1	176	177	183	231	5	70	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
2192	0	92	96	99	206	4	37	2	0	2	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	2	1	0	1	0	1	0	0	
2193	0	128	109	104	12	10	45	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	1	0	0												

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
2197	0	122	116	110	30	5	45	1	0	0	2	2	2	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2198	0	125	99	69	32	29	38	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2199	1	126	105	82	31	21	41	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
2200	0	212	192	164	35	36	74	1	0	0	0	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
2201	1	174	178	181	206	5	70	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
2202	0	147	145	146	330	1	57	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2203	1	170	146	121	31	22	57	1	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2204	1	168	177	178	186	6	68	2	0	1	2	2	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	4	2	1	1	1	0	1	0	0	
2205	0	150	162	142	96	10	60	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2206	0	141	141	141	0	0	55	0	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2207	1	104	87	84	9	11	37	1	0	0	2	1	0	0	2	1	1	0	1	1	0	1	2	2	0	1	1	0	0	0	0	
2208	1	141	146	144	156	2	56	2	0	1	2	2	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2209	0	114	119	90	70	14	41	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2210	1	227	213	208	16	25	85	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	1	1	0	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2211	1	144	143	138	50	3	55	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1	1	0	1	1	3	2	1	1	1	0	1	0	0	
2212	1	155	164	163	173	5	63	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
2213	1	117	123	130	212	5	48	2	0	1	1	2	0	0	0	0	1	0	1	1	2	3	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2214	1	136	114	90	31	20	44	1	0	1	2	2	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2215	0	95	91	61	53	22	31	1	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	
2216	1	127	118	114	18	5	47	1	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	1	0	2	2	0	1	1	1	1	0	1	0	0	
2217	1	160	152	148	20	6	60	1	0	0	1	2	0	2	1	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2218	0	119	129	98	79	14	45	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0	
2219	0	142	145	152	222	5	58	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2220	0	128	108	82	34	22	41	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2221	1	134	124	119	20	6	50	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2222	1	184	187	194	222	8	74	2	0	1	2	2	0	0	0	1	1	1	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	
2223	0	163	152	140	31	11	59	1	0	1	2	2	2	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	1	
2224	1	87	71	61	23	18	29	1	0	0	1	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	3	2	0	1	1	1	1	0	0	0	
2225	0	135	116	88	36	21	44	1	0	0	1	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	
2226	1	172	172	171	60	1	67	1	0	1	1	2	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2227	1	33	54	68	204	35	20	2	0	1	1	2	1	0	1	0	0	0	0	1	0	3	2	0	1	1	1	0	0	0	0	
2228	1	141	149	163	218	11	60	2	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	4	1	2	1	1	1	0	0	0	0	
2229	0	65	66	71	230	4	27	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	5	2	0	1	1	0	1	1	0	0	
2230	0	185	183	162	55	14	68	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	4	1	1	1	1	0	1	0	0	
2231	0	95	103	111	210	8	40	2	0	2	1	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	3	4	4	1	1	1	0	0	0	0	
2232	0	58	52	54	340	5	22	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2233	0	156	152	142	43	7	58	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2234	1	161	157	151	36	5	61	1	0	1	2	2	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2235	0	170	171	175	228	3	68	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	0	1	
2236	0	136	133	128	38	3	52	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	3	2	1	1	1	0	1	0	0	
2237	1	153	172	189	208	21	67	2	0	0	2	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	0	1	0	0	
2238	1	90	87	83	34	4	34	1	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0	
2239	1	140	139	131	53	4	53	1	0	0	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2240	1	143	138	166	251	14	60	2	0	1	2	2	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	
2241	1	207	203	194	42	12	79	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2242	1	126	127	136	234	4	51	2	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
2243	0	126	131	121	90	4	49	1	0	2	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2244	0	122	73	66	7	30	37	1	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	1	
2245	1	175	167	162	23	8	66	1	0	1	2	2	2	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
2246	0	170	166	159	38	6	65	1	0	0	2	2	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	
2247	1	162	157	147	40	7	61	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	
2248	0	120	119	90	58	14	41	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	
2249	0	183	125	82	26	41	52	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
2250	0	148	145	143	24	2	57	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
2251	0	130	117	93	39	17	44	1	0	1	2	2	2	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	
2252	0	108	116	135	222	11	48	2	0	3	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
2253	0	145	106	117	343	16	49	1	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	1	
2254	1	99	104	112	217	6	41	2	0	1	2	2	0	2	1	0	1	1														

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
2258	0	136	105	90	20	20	44	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2259	0	138	125	120	17	7	51	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2260	1	147	151	154	206	3	59	2	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2261	0	106	106	105	60	0	41	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	5	5	0	1	1	0	0	
2262	0	134	136	105	64	13	47	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2263	1	146	152	171	226	13	62	2	0	1	1	2	1	2	1	0	0	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	0	1	0	0	
2264	0	182	169	147	38	19	65	1	0	2	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	5	1	0	2	0	0	1	0	0	
2265	0	72	58	61	347	11	25	1	0	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
2266	1	149	148	144	48	2	57	1	0	0	1	2	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	
2267	0	143	121	99	30	18	47	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	1	
2268	0	92	98	126	229	16	43	2	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	
2269	1	152	142	134	27	8	56	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2270	1	163	157	153	24	5	62	1	0	0	1	2	0	2	2	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2271	1	171	160	154	21	9	64	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	
2272	0	134	131	131	0	1	52	1	0	2	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0
2273	1	142	143	133	66	4	54	1	0	2	1	2	1	2	2	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2274	0	165	153	134	37	15	59	1	0	2	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	
2275	1	102	74	54	25	31	31	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	5	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2276	0	147	150	178	234	17	64	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	
2277	1	173	174	171	80	2	68	1	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	0	1	0	0	
2278	0	132	136	142	216	4	54	2	0	3	2	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
2279	1	210	208	207	20	3	82	1	0	0	1	2	0	0	0	2	0	0	1	0	1	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	
2280	1	136	148	161	211	12	58	2	1	0	1	2	0	1	0	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	1	0	
2281	0	140	140	140	0	0	55	0	1	1	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0	0	
2282	1	132	145	145	180	6	54	2	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	
2283	1	120	135	160	218	17	55	2	0	0	1	2	0	0	0	2	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
2284	0	73	65	70	322	6	27	1	0	1	1	2	2	0	0	1	1	1	1	1	1	3	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2285	1	134	122	108	32	11	47	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2286	0	140	137	137	0	1	54	1	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
2287	1	161	134	110	28	21	53	1	0	1	2	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2288	0	143	141	129	51	6	53	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	1	0	0	1	0	
2289	1	123	111	103	24	9	44	1	0	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	3	1	1	0	0	1	1	0	0	
2290	0	87	85	66	54	14	30	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	1	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	
2291	0	201	195	192	20	8	77	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	2	2	1	0	0	0	1	0	0	
2292	1	94	97	99	204	3	38	2	0	3	2	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	
2293	0	205	205	202	60	3	80	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	2	1	1	1	1	1	0	0	
2294	0	131	121	118	14	5	49	1	0	2	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2295	0	98	98	124	240	12	44	2	0	3	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	0	0	0	0	0	0	
2296	1	125	141	149	200	10	54	2	0	0	2	2	0	2	2	2	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
2297	0	90	84	88	320	3	34	1	0	2	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	3	2	0	1	1	1	1	1	0	0	
2298	0	124	124	124	0	0	49	0	1	1	2	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	
2299	1	148	142	133	36	7	55	1	0	0	1	2	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2300	1	156	152	144	40	6	59	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	
2301	0	163	158	153	30	5	62	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	0	1	
2302	1	103	130	160	212	23	52	2	0	0	1	2	0	0	1	2	0	1	0	1	1	2	4	0	1	1	1	0	0	0	0	
2303	0	101	102	102	180	0	40	2	0	1	2	2	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	
2304	0	143	143	156	240	6	59	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	1	1	0	1	
2305	1	140	142	143	200	1	55	2	0	3	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	1	1	0	0	0	0	0	
2306	0	136	125	109	36	11	48	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2307	1	173	165	161	20	7	65	1	0	0	1	2	0	0	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2308	1	123	114	113	6	4	46	1	0	1	2	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	0	0	0	0	
2309	0	163	144	136	18	13	59	1	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2310	1	118	104	116	309	6	44	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5	2	0	1	1	0	1	0	0	0	
2311	0	166	170	163	94	4	65	1	0	1	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
2312	1	115	102	89	30	13	40	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	2	2	0	1	1	0	0	1	0	0
2313	1	139	111	94	23	19	46	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2314	0	157	151	147	24	5	60	1	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2315	1	98	91	87	22	6	36	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	0													

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR						
2319	1	180	184	180	120	3	71	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
2320	1	146	134	117	35	12	52	1	0	1	2	2	0	2	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0						
2321	1	113	107	106	9	3	43	1	0	0	1	2	0	2	1	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0						
2322	0	169	158	143	35	13	61	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	2	1	1	0	0	1	0	0						
2323	1	111	116	110	110	3	44	1	0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0						
2324	1	153	149	150	345	2	59	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0						
2325	1	104	93	85	25	10	37	1	0	3	1	2	0	2	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0					
2326	0	197	186	182	16	11	74	1	0	0	2	2	1	2	0	1	0	1	0	0	1	1	2	2	0	1	1	0	1	0	0	0					
2327	1	66	62	73	262	8	26	2	0	0	1	2	0	0	2	2	0	1	0	1	1	3	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0					
2328	0	91	97	115	225	12	40	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0					
2329	0	194	200	199	170	5	77	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
2330	0	118	127	129	191	4	48	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0			
2331	1	135	135	133	60	1	53	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0				
2332	1	119	124	137	223	7	50	2	0	1	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	2	2	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0				
2333	1	138	118	106	23	13	48	1	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0			
2334	0	111	144	167	205	24	55	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0			
2335	1	55	46	36	32	21	18	1	0	1	2	2	0	2	2	2	0	1	0	1	0	3	2	5	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0			
2336	1	208	205	202	30	6	80	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0			
2337	0	179	150	132	23	24	61	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0		
2338	0	110	90	82	17	15	38	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
2339	0	141	141	141	0	0	55	0	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0		
2340	1	140	142	143	200	1	55	2	0	1	2	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
2341	1	219	214	207	35	14	84	1	0	2	2	2	0	2	1	2	0	1	0	1	1	2	3	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0		
2342	0	118	119	130	235	5	49	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
2343	1	156	146	135	31	10	57	1	0	0	0	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	1	0	1	0	1		
2344	1	199	194	186	37	10	75	1	0	1	1	2	0	1	2	0	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0		
2345	1	161	177	205	218	31	72	2	0	0	1	2	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0		
2346	1	138	145	172	228	17	61	2	0	1	1	2	1	1	0	2	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
2347	1	190	201	203	189	11	77	2	0	0	1	2	0	0	2	1	1	1	0	0	0	1	3	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0		
2348	0	146	169	181	201	19	64	2	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
2349	0	175	148	110	35	29	56	1	0	0	0	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
2350	0	117	117	117	0	0	46	0	1	1	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1		
2351	0	155	139	92	45	26	48	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		
2352	1	133	133	125	60	3	51	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	2	2	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
2353	1	173	174	171	80	2	68	1	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
2354	1	108	105	100	37	4	41	1	0	0	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	
2355	0	88	97	104	206	8	38	2	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	1	1	3	3	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
2356	1	106	125	86	89	18	41	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	
2357	1	75	75	75	0	0	29	0	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
2358	1	113	117	121	210	3	46	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
2359	0	125	127	131	220	2	50	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
2360	0	177	175	177	300	1	69	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
2361	0	154	157	161	214	4	62	2	0	0	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2362	1	169	169	169	0	0	66	0	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
2363	1	172	172	157	60	8	65	1	0	1	2	2	1	1	0	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
2364	1	164	159	159	0	3	63	1	0	0	2	2	0	2	0	2	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	
2365	1	121	123	121	120	1	48	0	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	2	2	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
2366	1	160	149	141	25	9	59	1	0	1	1	2	0	0	2	1	0	1	1	0	1	1	4	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0
2367	0	147	100	86	14	26	46	1	0	0	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2368	1	164	154	143	31	10	60	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0
2369	1	165	108	110	358	24	54	1	0	0	1	2	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	5	2	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
2370	1	154	118	134	333	15	53	1	0	1	1	2	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	5	2	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0
2371	1	153	1																																		



R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR										
2380	0	133	128	134	290	2	51	2	0	2	2	2	2	0	0	1	1	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0											
2381	1	140	116	97	27	18	46	1	0	2	1	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	1										
2382	0	173	169	167	20	4	67	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0										
2383	0	89	87	82	43	4	34	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0									
2384	0	145	147	134	69	6	55	1	0	2	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0									
2385	1	125	121	122	345	2	48	1	0	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0									
2386	1	90	106	119	207	14	41	2	0	0	2	2	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	3	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0								
2387	0	148	148	148	0	0	58	0	1	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0								
2388	1	128	127	127	0	0	50	1	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0								
2389	1	119	130	160	224	18	55	2	0	0	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0								
2390	1	122	115	111	22	5	46	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	1	0	0								
2391	0	173	137	105	28	29	55	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0	1	0	0								
2392	0	122	122	122	0	0	48	0	1	2	0	2	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0							
2393	1	130	128	125	36	2	50	1	0	2	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0							
2394	1	156	156	160	240	2	62	2	0	0	1	2	1	2	0	0	0	1	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0						
2395	1	176	175	168	53	5	67	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0						
2396	0	241	228	210	35	53	88	1	0	0	1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0						
2397	1	134	128	129	350	2	51	1	0	0	1	2	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	5	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0						
2398	1	144	142	145	280	1	56	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	2	3	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0						
2399	1	91	73	66	17	16	31	1	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0						
2400	1	95	106	141	226	19	46	2	0	1	1	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0					
2401	1	199	194	186	37	10	75	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0					
2402	0	162	175	180	197	11	67	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0					
2403	1	112	104	98	26	7	41	1	0	1	2	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0					
2404	0	144	144	144	0	0	56	0	1	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0				
2405	1	143	141	133	48	4	54	1	0	0	1	1	0	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0				
2406	0	124	142	160	210	16	56	2	0	3	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
2407	0	152	160	162	192	5	62	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0				
2408	1	171	171	173	240	1	67	2	0	1	1	2	0	2	2	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
2409	1	193	186	168	43	17	71	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	4	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0			
2410	1	156	168	172	195	9	64	2	0	1	1	2	0	0	1	2	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0			
2411	0	171	169	159	50	7	65	1	0	0	1	2	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0			
2412	1	198	193	188	30	8	76	1	0	0	1	2	0	2	2	0	0	1	1	0	0	4	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0			
2413	0	89	91	96	223	4	36	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0		
2414	1	85	100	129	220	21	42	2	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0			
2415	0	86	82	85	315	2	33	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	5	2	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
2416	1	160	158	154	40	3	62	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0			
2417	0	106	81	85	350	13	37	1	0	1	2	2	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	2	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
2418	1	131	105	94	18	16	44	1	0	0	2	2	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0		
2419	0	181	188	193	205	9	73	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
2420	0	151	122	127	350	12	54	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2421	1	107	99	87	36	10	38	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
2422	1	122	131	134	195	5	50	2	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	0	0	0	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
2423	0	67	80	92	209	16	31	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2424	1	95	98	101	210	3	38	2	0	0	2	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	
2425	1	141	140	150	246	5	57	2	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	
2426	1	184	192	190	165	6	74	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
2427	1	101	132	159	208	23	51	2	0	0	1	2	1	2	0	2	0	0	1	0	1	0	1	3	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0
2428	0	106	89	71	31	20	35	1	0	2	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0
2429	0	135	119	83	42	24	43	1	0	2	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0								

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
2441	1	116	114	111	36	2	45	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	
2442	1	100	87	75	29	14	34	1	0	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0
2443	0	134	102	83	22	24	43	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	1	0	0	0	0	
2444	0	188	170	144	35	25	65	1	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	5	2	0	2	1	0	0	0	
2445	0	135	111	110	2	10	48	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	0	0	0	0	
2446	0	211	189	138	42	45	68	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
2447	0	143	137	133	24	4	54	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	0	2	0	0	1	0	
2448	1	208	198	193	20	14	79	1	0	1	1	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	
2449	0	173	174	156	63	10	65	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	
2450	0	96	104	121	221	12	43	2	0	1	1	2	0	1	0	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2451	1	163	154	138	38	12	59	1	0	1	1	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
2452	1	145	152	157	205	6	59	2	0	0	1	1	0	2	2	2	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0
2453	1	104	91	79	29	14	36	1	0	1	1	2	0	0	0	2	0	1	1	0	0	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	
2454	1	7	13	15	195	36	4	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	3	5	5	0	2	0	0	0	0	0	
2455	0	88	93	97	207	5	36	2	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	
2456	1	165	158	146	38	10	61	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2457	0	132	122	119	14	5	49	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	0	1	0	0	
2458	0	180	175	173	17	4	69	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	4	4	1	0	0	0	0	1	0	0
2459	1	184	180	170	43	9	69	1	0	1	1	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	0	1	0	0
2460	0	197	206	206	180	8	79	2	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0
2461	0	88	78	68	30	13	31	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	1	
2462	0	145	125	102	32	17	48	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2463	0	173	163	139	42	17	61	1	0	0	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	2	1	1	0	0	1	0	0	
2464	0	161	170	179	210	11	67	2	0	0	1	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	4	4	2	1	1	1	0	0	0	0	
2465	0	172	174	176	210	2	68	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2466	1	79	90	111	219	17	37	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	2	1	0	1	0	1	1	0	0	
2467	0	72	70	68	30	3	27	1	0	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	1	
2468	1	134	133	132	30	1	52	1	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2469	1	165	157	156	7	5	63	1	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	1	0	0	4	2	1	1	1	0	1	0	1	0	
2470	1	211	186	165	27	34	74	1	0	1	2	0	0	2	1	1	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	0	1	0	
2471	1	105	107	108	200	1	42	2	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2472	1	134	135	131	75	2	52	1	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2473	0	178	185	184	171	5	71	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	4	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2474	1	120	143	173	214	24	57	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	3	1	1	0	0	0	1	0	0	
2475	1	145	152	157	205	6	59	2	0	0	2	2	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2476	1	129	137	135	165	3	52	2	0	0	1	2	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2477	1	169	160	148	34	11	62	1	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	1	0	0	0	0	
2478	1	82	110	128	203	22	41	2	0	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2479	1	145	164	177	204	17	63	2	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	
2480	1	129	126	125	15	2	50	1	0	0	2	2	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2481	1	82	107	110	186	15	38	2	0	0	2	2	0	2	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2482	1	161	150	159	311	6	61	1	0	1	2	2	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2483	1	100	106	105	170	3	40	2	0	0	1	2	0	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	0	1	0	1	0	0	
2484	1	148	143	146	324	2	57	1	0	1	1	2	1	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2485	1	68	82	90	202	14	31	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	3	5	2	1	1	0	1	0	0	0	
2486	1	119	126	125	171	3	48	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2487	1	142	143	133	66	4	54	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2488	0	199	201	202	200	3	79	2	0	0	1	2	2	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0
2489	0	137	145	191	231	30	64	2	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	5	0	2	0	0	0	0	0	0
2490	1	101	77	58	27	27	31	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	1	3	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2491	1	148	107	87	20	26	46	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	
2492	0	131	126	116	40	6	48	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
2493	0	170	174	171	135	2	67	2	0	1	2	2	0	1	0	2	1	1	0	0	0	1	2	0	1	1	0	1	0	1	0	0
2494	1	171	181	168	106	8	68	1	0	1	1	2	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2495	0	116	109	113	326	3	44	1	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	0	1	
2496	1	120	150	171	205	23	57	2	0	1	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
2497	1	146	143	147	285	2	57	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2498	1	160	159	160	300	1	63	0	0																							

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKTURA	EVOCIJIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR						
2502	1	94	109	110	184	8	40	2	0	0	1	1	0	0	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0						
2503	0	197	193	181	45	12	74	1	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0	1	1	0					
2504	1	151	158	144	90	7	59	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0					
2505	1	143	133	129	17	6	53	1	0	1	2	2	0	2	0	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0					
2506	1	151	157	161	204	5	61	2	0	0	2	2	1	0	0	2	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	0	0					
2507	1	148	146	148	300	1	58	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	1	0	0					
2508	1	108	120	127	202	8	46	2	0	0	2	2	0	2	1	2	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0					
2509	0	182	178	176	20	4	70	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0					
2510	0	145	149	148	165	2	58	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	1					
2511	1	124	98	73	29	26	39	1	0	1	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0					
2512	0	132	126	118	34	6	49	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0					
2513	1	174	178	181	206	5	70	2	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0				
2514	1	7	13	15	195	36	4	2	0	1	1	2	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	4	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0				
2515	1	149	149	149	0	0	58	0	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0				
2516	1	131	130	110	57	9	47	1	0	0	1	2	0	2	0	2	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0				
2517	0	190	184	172	40	12	71	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0				
2518	1	139	110	122	335	12	49	1	0	0	1	2	0	0	2	0	1	1	1	1	1	5	2	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0				
2519	0	180	168	166	9	9	68	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	1	0	2	2	0	0	1	0	0	1	0	0	0				
2520	1	105	103	74	56	17	35	1	0	3	1	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0				
2521	1	92	92	84	60	5	35	1	0	1	1	2	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	3	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0				
2522	1	138	138	138	0	0	54	0	0	1	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0				
2523	1	193	189	188	12	4	75	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	1	1	0	2	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0				
2524	1	140	145	138	103	3	55	1	0	1	1	2	0	1	2	2	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0				
2525	1	176	172	164	40	7	67	1	0	0	2	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	2	0	2	0	1	1	0	0	0	0				
2526	1	82	91	107	218	13	37	2	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0				
2527	1	118	135	142	198	10	51	2	0	1	1	2	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0			
2528	0	144	155	166	210	11	61	2	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0			
2529	0	31	31	30	60	2	12	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	5	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0			
2530	1	105	116	115	175	5	43	2	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0			
2531	1	211	214	219	217	10	84	2	0	3	1	2	0	2	2	1	0	0	0	1	0	2	3	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0			
2532	0	194	186	185	7	7	74	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0			
2533	1	117	98	76	32	21	38	1	0	1	2	2	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0			
2534	1	145	132	114	35	12	51	1	0	3	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0			
2535	1	135	135	133	60	1	53	1	0	0	1	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0		
2536	1	139	132	131	8	3	53	1	0	1	1	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	2	3	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
2537	1	208	205	202	30	6	80	1	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
2538	1	78	77	74	45	3	30	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3	2	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0		
2539	1	132	127	130	324	2	51	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0		
2540	1	87	71	61	23	18	29	1	0	0	1	1	0	2	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0		
2541	1	103	91	84	22	10	37	1	0	1	1	2	0	2	2	1	1	1	1	0	1	5	2	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0		
2542	1	162	150	133	35	13	58	1	0	1	1	2	0	0	2	1	1	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
2543	1	159	159	155	60	2	62	1	0	0	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
2544	1	54	91	113	202	35	33	2	0	1	2	2	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0		
2545	0	163	154	154	0	5	62	1	0	2	0	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
2546	1	120	113	105	32	7	44	1	0	1	1	2	1	0	0	2	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0		
2547	1	121	137	175	222	25	58	2	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	3	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
2548	1	176	169	162	30	8	66	1	0	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
2549	0	97	100	103	210	3	39	2	0	0	2	2	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
2550	0	189	187	187	0	1	74	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	
2551	0	179	176	166	46	8	68	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
2552	1	169	155	151	13	9	63	1	0	1	1	2	0	1	2	2	0	1	0	1	0	1	2	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2553	1	72	71	64	53	6	27	1	0	1	1	2	0	2	1	2	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
2554	1	60	58	66	255	6	24	2	0	0	1	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
2555	1	109	113	120	218	5																															

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVO CIRANJE	LJUĐI	EFEK_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUŽENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
2563	0	150	147	147	0	1	58	1	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	0	1	1	0	1	0	0	
2564	1	121	137	175	222	25	58	2	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	4	4	2	1	1	1	1	0	0	0	
2565	0	141	110	102	12	16	48	1	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1	2	0	1	1	0	0	0	0	
2566	0	146	129	123	16	10	53	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	1	0	1	0	0	0	0	
2567	0	128	129	139	235	5	52	2	0	3	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5	3	0	0	1	0	0	1	0	0	
2568	0	98	82	84	353	9	35	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	
2569	0	138	150	161	209	11	59	2	0	1	2	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	
2570	1	119	123	115	90	3	47	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
2571	0	143	136	129	30	6	53	1	0	0	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
2572	1	101	132	159	208	23	51	2	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	
2573	1	213	211	214	280	4	83	2	0	0	1	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2574	0	137	150	172	218	17	61	2	0	0	1	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
2575	0	134	134	134	0	0	53	0	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	
2576	0	123	102	73	35	26	38	1	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	3	5	5	0	2	0	0	0	0	0	
2577	1	241	243	243	180	8	95	2	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2578	1	168	178	183	200	9	69	2	0	0	2	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2579	1	92	100	109	212	8	39	2	0	0	1	1	0	2	2	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2580	0	174	187	204	214	23	74	2	0	0	2	0	0	2	1	0	0	1	0	0	1	1	4	1	1	1	1	0	1	0	0	
2581	1	175	167	162	23	8	66	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	0	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2582	1	192	194	192	120	2	76	0	0	0	1	2	0	2	1	1	1	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	0	
2583	1	137	127	105	41	13	47	1	0	1	1	2	1	0	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
2584	1	202	200	193	47	8	77	1	0	1	1	2	0	2	0	1	1	0	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	
2585	1	121	131	139	207	7	51	2	0	3	0	1	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
2586	0	119	65	47	15	43	33	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	1	
2587	1	86	89	86	120	2	34	0	0	0	1	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2588	1	153	149	150	345	2	59	1	0	0	1	2	0	2	1	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2589	1	149	173	129	93	21	59	1	0	0	1	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	5	2	0	1	1	1	0	1	0	0	
2590	0	125	117	88	47	17	42	1	0	1	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	
2591	0	59	62	48	73	13	22	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	
2592	1	119	121	119	120	1	47	0	0	1	2	2	0	0	0	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2593	1	92	95	106	227	7	39	2	0	0	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	2	2	0	1	0	0	0	1	0	0	
2594	0	184	179	166	43	11	69	1	0	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2595	1	132	136	138	200	2	53	2	0	1	1	2	0	2	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	
2596	0	112	77	70	10	23	36	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	
2597	1	155	162	157	137	4	62	2	0	0	2	2	0	2	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
2598	1	115	134	153	210	16	53	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2599	0	185	168	138	38	25	63	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	
2600	0	134	102	85	21	22	43	1	0	1	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	2	0	2	1	0	0	0	0	
2601	1	159	135	117	26	18	54	1	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2602	1	163	163	160	60	2	63	1	0	1	1	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0	
2603	1	128	135	138	198	4	52	2	0	1	1	2	0	2	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2604	0	62	59	57	24	4	23	1	0	0	0	2	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	
2605	0	121	107	97	25	11	43	1	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	
2606	1	152	143	139	18	6	57	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2607	0	145	140	112	51	13	50	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	
2608	0	137	137	137	0	0	54	0	1	0	2	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	1
2609	0	179	180	180	180	1	70	2	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	
2610	0	194	188	177	39	12	73	1	0	0	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2611	1	207	201	198	20	9	79	1	0	1	1	2	0	2	2	0	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2612	0	81	73	65	30	11	29	1	0	3	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	0	0	0	1	0	1	
2613	0	90	86	79	38	7	33	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	1	0	0	1	5	2	1	1	1	0	0	0	0	
2614	0	70	70	78	240	5	29	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	1	
2615	1	212	177	155	23	40	72	1	0	0	1	2	0	2	2	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2616	1	105	95	91	17	7	38	1	0	2	2	2	1	2	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2617	0	127	131	154	231	12	55	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	2	0	1	1	0	0	1	0	0	
2618	1	157	167	161	144	5	64	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	1	
2619	1	178	178	178	0	0	70	0	0	1	2	2	0	1	0	2	0	1	0	0	1	1	2	0	1	1	0	1	0	1	0	0
2620	0	122	89	75	18	24	39	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0															



Š. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR			
2685	0	112	125	152	221	16	52	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5	2	0	1	1	1	1	0	0			
2686	1	156	155	152	45	2	60	1	0	0	1	2	1	2	2	2	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0			
2687	1	184	186	181	84	3	72	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1	2	4	2	1	1	1	1	0	1	0			
2688	1	71	89	111	213	22	36	2	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	2	0	1	1	1	1	0	0			
2689	1	109	107	103	40	3	42	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2	2	0	1	0	0	1	0	0			
2690	0	158	158	158	0	0	62	0	1	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0		
2691	1	173	165	161	20	7	65	1	0	0	2	2	0	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
2692	0	114	110	85	52	15	39	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0			
2693	1	156	152	144	40	6	59	1	0	1	2	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
2694	0	124	128	147	230	10	53	2	0	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1		
2695	1	182	176	159	44	14	67	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1	1	1	1	2	3	0	1	1	1	1	1	0	1	0		
2696	0	70	62	50	36	17	24	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2	2	2	1	0	0	0	1	0	0		
2697	0	178	181	182	195	3	71	2	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	4	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
2698	0	84	109	129	207	21	42	2	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	1	1	1	2	3	0	1	1	1	0	1	0	1	0		
2699	0	127	131	134	206	3	51	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0		
2700	0	201	197	188	42	11	76	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	3	2	1	1	1	1	0	0	0	0		
2701	1	99	104	112	217	6	41	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0		
2702	1	122	133	114	95	8	48	1	0	1	1	2	0	2	1	2	0	1	1	1	1	2	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0		
2703	0	157	157	157	0	0	62	0	1	0	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	1	0	0	0		
2704	0	167	158	152	24	8	63	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
2705	0	147	115	99	20	20	48	1	0	2	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	0	0	1	0	0	1	0	
2706	0	110	121	101	93	9	44	1	0	2	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0		
2707	0	178	151	134	23	22	61	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	1	0	1	
2708	1	175	177	176	150	1	69	2	0	0	1	2	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	2	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	
2709	1	134	141	150	214	7	56	2	0	0	2	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	0	0		
2710	1	159	157	154	36	3	61	1	0	0	1	2	0	2	1	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2711	1	160	148	141	22	9	59	1	0	1	2	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2	4	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	
2712	1	176	150	171	312	14	64	1	0	0	1	1	0	0	2	1	0	1	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	
2713	1	141	138	138	0	1	55	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	
2714	1	144	144	142	60	1	56	1	0	1	2	2	2	0	0	1	1	1	1	0	1	5	2	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
2715	1	95	89	86	20	5	35	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	
2716	1	166	166	165	60	1	65	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	
2717	1	138	145	172	228	17	61	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2718	1	75	86	121	226	23	38	2	0	0	1	2	0	2	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
2719	1	167	164	157	42	5	64	1	0	0	1	2	0	0	0	2	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2720	1	169	169	169	0	0	66	0	0	1	2	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	3	2	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2721	1	135	135	133	60	1	53	1	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
2722	1	242	242	243	240	4	95	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	3	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	
2723	1	156	155	152	45	2	60	1	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	
2724	0	161	135	110	29	21	53	1	0	2	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	
2725	1	55	46	36	32	21	18	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
2726	0	94	116	153	218	24	48	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
2727	0	137	136	114	57	9	49	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
2728	0	84	84	84	0	0	33	0	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
2729	1	128	129	124	72	2	50	1	0	0	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	1	1	4	4	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
2730	0	125	141	136	161	7	52	2	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
2731	0	129	129	129	0	0	51	0	1	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
2732	0	101	128	149	206	19	49	2	0	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
2733	0	130	137	137	180	3	52	2	0	3	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
2734	0	145	126	101	34	18	48	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
2735	0	165	155	157	348	5	63	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	
2736	0	166	169	184	230	11	69	2	0	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	4	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1
2737	1	159	166	181	221	13	67	2	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	4	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
2738	0	143	138	135	22	3	55	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	1	0	2	1	2	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0
2739	1	147	127	126	3	9	54	1	0	0	1	1	0	2	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0
2740	1	101	79	74																														

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
2746	0	101	107	113	210	6	42	2	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	
2747	0	135	133	119	53	6	50	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
2748	1	209	209	209	0	0	82	0	0	1	2	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
2749	0	115	111	109	20	3	44	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
2750	0	155	159	165	216	5	63	2	0	3	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	
2751	1	115	124	167	230	23	55	2	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
2752	0	163	104	100	4	26	52	1	0	0	0	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2753	1	124	136	135	175	5	51	2	0	0	1	2	0	2	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	
2754	0	155	155	155	0	0	61	0	1	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2755	1	115	134	153	210	16	53	2	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	0	1	1	2	2	0	0	1	1	0	1	0	0	
2756	0	115	116	126	235	5	47	2	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2757	1	165	108	110	358	24	54	1	0	1	1	2	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0
2758	0	214	213	213	0	1	84	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0
2759	1	121	121	114	60	3	46	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2760	1	186	186	182	60	3	72	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2	2	1	0	2	0	0	1	0	0
2761	1	98	117	138	212	17	46	2	0	1	1	2	0	2	2	2	0	1	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2762	0	135	142	155	219	9	57	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	0	1	0	2	3	2	1	1	1	1	0	0	0	
2763	0	110	83	75	14	19	36	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
2764	0	166	175	170	147	5	67	2	0	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	2	1	0	1	0	0	
2765	1	84	100	122	215	18	40	2	0	0	2	0	0	2	2	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2766	0	146	116	115	2	12	51	1	0	1	1	2	2	0	0	1	0	1	0	1	0	5	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2767	1	139	133	124	36	6	52	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2768	1	142	145	145	180	1	56	2	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2769	1	191	161	138	26	29	65	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	0	2	0	0	1	0	0	
2770	1	115	121	127	210	5	47	2	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0	0	
2771	1	113	117	121	210	3	46	2	0	0	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2772	1	192	194	192	120	2	76	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	0	0
2773	1	135	127	137	288	4	52	2	0	1	1	2	0	1	2	1	2	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2774	0	166	161	157	27	5	63	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0	
2775	0	161	162	165	225	2	64	2	0	1	1	2	0	0	1	2	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	
2776	1	132	110	94	25	17	44	1	0	1	1	2	1	1	1	2	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2777	0	145	130	116	29	12	51	1	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	0	0	1	0	0	
2778	0	117	117	119	240	1	46	2	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	1	1	0	0	0	0	0	
2779	0	149	124	114	17	14	52	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2780	0	161	161	161	0	0	63	0	1	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2781	0	132	114	89	35	19	43	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	1	1	0	0	0	0	0	
2782	0	139	135	141	280	3	54	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1	1	0	0	0	0	
2783	0	189	145	150	353	25	65	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	0	2	1	0	0	0	0	0	
2784	1	178	174	172	20	4	69	1	0	0	1	2	0	0	2	2	0	0	1	0	1	1	2	2	1	0	0	1	1	0	0	
2785	0	149	153	145	90	4	58	1	0	1	2	2	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	
2786	1	121	137	175	222	25	58	2	0	0	1	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2787	0	98	111	119	203	10	43	2	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	0	1	0	0	
2788	1	166	165	156	54	5	63	1	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2789	0	124	136	156	218	14	55	2	0	3	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
2790	1	156	156	160	240	2	62	2	0	1	1	2	0	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2791	1	146	152	171	226	13	62	2	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2792	0	165	124	105	19	25	53	1	0	0	2	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	
2793	0	131	136	138	197	3	53	2	0	0	2	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	5	1	2	0	1	1	0	0	0	0	
2794	0	217	217	218	240	1	85	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2795	1	133	123	117	23	6	49	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2796	0	223	223	223	0	0	87	0	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	
2797	0	87	71	83	315	10	31	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
2798	1	195	198	202	214	6	78	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	
2799	1	132	83	56	21	40	37	1	0	0	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	
2800	1	168	146	141	11	13	61	1	1	3	1	2	0	2	1	1	0	0	9	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	0	
2801	1	153	154	145	67	4	59	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2802	1	82	107	110	186	15	38	2	0	2	2	2	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
2803	1	128	130	110	66	8	47	1	0	1	2																					

Š. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
2807	0	24	24	24	0	0	9	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	2	0	0	0	0	0	0	
2808	1	140	152	153	185	6	57	2	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
2809	1	141	143	137	80	3	55	1	0	1	1	2	0	2	1	2	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2810	0	118	114	112	20	3	45	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
2811	0	126	120	114	30	5	47	1	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	0	0	
2812	0	145	153	151	165	4	58	2	0	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	
2813	0	145	144	143	30	1	56	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	
2814	0	166	157	162	327	5	63	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	1	0	0	0	
2815	1	152	158	163	207	6	62	2	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	
2816	0	93	92	89	45	2	36	1	0	1	0	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	
2817	1	142	134	118	40	10	51	1	0	0	2	2	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	
2818	1	124	98	73	29	26	39	1	0	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
2819	0	102	114	115	185	6	43	2	0	0	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	1	0	
2820	0	153	163	147	97	8	61	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	0	0	1	1	1	0	
2821	1	170	168	171	280	2	66	2	0	1	1	2	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	3	1	1	1	1	1	1	0	
2822	1	209	209	209	0	0	82	0	0	1	2	2	0	2	1	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
2823	0	192	171	155	26	23	68	1	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	1	0	0	0	
2824	0	158	163	166	203	4	64	2	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	1	1	0	1	0	
2825	0	72	84	98	212	15	33	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	
2826	1	127	139	15	210	10	55	1	0	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	
2827	0	142	142	142	0	0	56	0	1	1	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
2828	1	148	149	135	64	6	56	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
2829	1	130	135	141	213	5	53	2	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	
2830	1	123	104	90	25	15	42	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	1	1	1	1	2	1	5	0	1	1	0	0	0	
2831	1	71	70	68	40	2	27	1	0	0	2	2	0	0	2	1	1	1	0	1	0	2	2	2	0	0	0	1	0	0	
2832	1	27	27	27	0	0	11	0	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	1	0	
2833	1	136	132	132	0	2	53	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	2	0	1	0	0	1	0	
2834	1	71	89	111	213	22	36	2	0	1	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	
2835	1	137	142	149	215	5	56	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	5	2	0	2	0	0	0	0	
2836	1	105	99	86	41	10	37	1	0	1	2	2	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	
2837	1	173	172	168	48	3	67	1	0	0	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	1	0	1	2	0	1	0	0	1	0	
2838	0	96	69	81	333	16	32	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	
2839	0	86	93	91	163	4	35	2	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	1	1	0	0	0	1	
2840	0	97	93	79	47	10	35	1	0	1	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	1	0	0	0	
2841	1	108	114	123	216	6	45	2	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	1	4	1	0	1	0	0	0	0
2842	0	91	86	67	48	15	31	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	3	2	0	1	0	0	1	0	
2843	0	150	153	132	69	9	56	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4	2	1	0	0	0	1	0	
2844	1	91	85	84	9	4	34	1	0	1	1	2	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	
2845	1	104	100	90	43	7	38	1	0	0	1	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
2846	0	88	99	111	211	12	39	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	2	5	0	0	2	0	0	0	0
2847	0	170	184	190	198	13	71	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	3	1	1	0	0	0	0	
2848	1	115	102	89	30	13	40	1	0	1	1	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	0	1	0	
2849	0	158	122	103	21	22	51	1	0	0	0	2	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	5	2	0	1	0	0	0	0	
2850	0	107	87	89	354	10	38	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	
2851	0	131	140	136	153	4	53	2	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	
2852	0	125	95	80	20	22	40	1	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	
2853	1	156	161	154	103	4	62	1	0	0	0	1	0	2	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	1	0	
2854	1	134	141	150	214	7	56	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1	0	0	1	1	0	1	0	
2855	0	144	144	144	0	0	56	0	1	0	0	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
2856	0	163	167	126	66	19	57	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
2857	1	98	96	90	45	4	37	1	0	1	2	2	0	2	0	1	1	0	0	0	0	1	4	2	1	1	0	0	0	0	
2858	0	109	148	141	169	15	50	2	0	1	1	2	0	0	2	1	0	1	1	0	1	1	3	1	1	0	1	0	1	0	
2859	1	103	156	189	203	39	57	2	0	0	1	2	0	2	2	2	0	1	0	1	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
2860	0	139	135	126	42	5	52	1	0	3	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	
2861	1	170	170	163	60	4	65	1	0	0	2	2	1	2	0	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1	0	
2862	0	135	144	155	213	9	57	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	
2863	0	149	125	99	31	20	49	1	0	2	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	1	
2864	1	171	149	127	30	21	58	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	
2865	1	117	128	115	111	5	48	1	0	0	1	2	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	
2866	0	91	99	106	208	8	39	2	0	1																					



Š. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
2868	0	64	111	153	208	41	43	2	0	1	1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	0	0	0	0	0	
2869	1	149	172	130	93	20	59	1	0	1	2	2	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	
2870	1	125	125	107	60	8	45	1	0	1	2	2	0	1	1	2	1	1	1	0	0	5	1	1	1	1	1	0	1	0	
2871	1	178	168	149	39	16	64	1	0	3	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
2872	1	191	187	175	45	11	72	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	
2873	0	179	180	180	180	1	70	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
2874	0	167	178	187	207	13	69	2	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	
2875	0	88	55	55	0	23	28	1	0	0	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	2	5	1	0	0	0	0	0	0	
2876	0	168	165	150	50	9	62	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	2	2	1	0	1	0	0	
2877	0	169	165	165	0	2	65	1	0	0	2	2	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	3	2	0	1	1	0	0	0	
2878	0	121	117	116	12	2	46	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	
2879	1	180	188	196	210	12	74	2	0	1	1	2	0	0	2	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	
2880	1	132	152	159	196	12	57	2	0	0	1	2	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	
2881	0	141	142	143	210	1	56	2	0	0	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	
2882	0	183	188	193	210	7	74	2	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
2883	0	139	147	152	203	6	57	2	0	1	2	2	2	0	0	2	0	0	0	1	0	1	5	2	1	1	0	0	0	0	
2884	1	191	195	193	150	3	76	2	0	0	2	2	0	2	2	2	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	
2885	0	171	124	95	23	31	52	1	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	
2886	0	130	143	138	157	5	54	2	0	0	1	2	0	2	0	0	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	
2887	0	176	160	148	26	15	64	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	
2888	0	158	156	145	51	6	59	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	
2889	0	203	199	189	43	12	77	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	
2890	0	120	145	154	196	14	54	2	0	1	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	
2891	0	120	120	120	0	0	47	0	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	
2892	1	133	138	145	215	5	55	2	0	1	2	2	0	2	1	1	0	0	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	
2893	1	180	184	180	120	3	71	0	0	0	2	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	3	1	1	1	0	1	0	0	
2894	1	184	183	184	300	1	72	0	0	1	2	2	0	2	1	1	0	1	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	
2895	0	182	185	188	210	4	73	2	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	0	1	0	1	2	0	1	1	0	1	0	0	
2896	1	122	128	116	90	5	48	1	0	0	1	2	0	0	2	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	
2897	1	95	78	71	18	14	33	1	0	0	2	2	2	0	0	1	0	0	1	0	0	2	1	1	0	1	0	0	0	0	
2898	1	171	171	173	240	1	67	2	0	1	1	2	0	2	2	0	0	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	0	1	0	
2899	0	212	217	212	120	6	84	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	2	1	1	1	0	1	0	
2900	0	134	128	118	37	6	49	1	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	3	1	0	1	1	1	1	0	
2901	1	75	86	121	226	23	38	2	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	3	2	1	0	0	0	1	0	
2902	0	135	135	135	0	0	53	0	1	0	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	4	1	1	0	1	0	0	1	0	
2903	1	180	188	196	210	12	74	2	0	0	1	2	0	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
2904	1	139	152	155	191	7	58	2	0	0	1	1	0	2	0	2	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	
2905	0	188	146	111	27	36	59	1	0	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	
2906	0	126	117	94	43	15	43	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2907	0	192	194	194	180	2	76	2	0	1	1	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	
2908	1	97	105	103	165	4	40	2	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	0	
2909	1	193	186	168	43	17	71	1	0	0	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	0	
2910	1	198	198	193	60	4	77	1	0	0	1	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0	5	1	1	1	1	1	1	1	0	
2911	0	156	129	131	356	12	56	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	0	
2912	1	153	159	166	212	7	63	2	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
2913	0	139	104	79	25	28	43	1	0	1	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
2914	1	134	135	131	75	2	52	1	0	0	2	1	0	2	1	1	0	1	1	1	0	2	1	0	1	1	0	0	0	0	
2915	1	128	117	112	19	7	47	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	0	
2916	0	72	63	71	307	7	26	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	
2917	0	115	106	100	24	7	42	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	
2918	0	192	193	192	120	1	75	0	0	0	1	2	0	2	1	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	0	
2919	1	155	169	154	116	8	63	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	1	1	0	0	
2920	0	157	153	150	26	3	60	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
2921	1	149	141	122	42	11	53	1	0	0	2	2	0	1	0	2	0	1	0	0	0	1	4	1	1	0	1	0	1	0	
2922	1	140	138	132	45	3	53	1	0	1	2	2	0	2	0	2	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
2923	0	146	146	146	0	0	57	0	1	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	
2924	0	107	112	115	203	4	44	2	0	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	
2925	1	168	177	178	186	6	68	2	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	1	0	
2926	1	179	172	166	28	8	68	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	1	0	0	1	1	1	2	0	1	0	0	1	0	
2927	1	198	193	188	30																										

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
2929	1	179	179	176	60	2	70	1	0	1	1	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	0		
2930	0	97	78	73	13	14	33	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2931	0	139	142	144	204	2	55	2	0	0	2	2	0	2	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	
2932	0	113	111	81	56	16	38	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0	
2933	0	158	152	146	30	6	60	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	1	
2934	0	133	124	112	34	9	48	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
2935	1	165	153	157	340	6	62	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	0	1	1	0	2	2	0	1	1	1	1	0	1	0	0
2936	1	156	151	152	348	2	60	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	0	1	1	2	4	2	1	1	1	1	0	0	0	0
2937	1	82	101	120	210	19	40	2	0	0	1	2	0	1	2	2	0	1	1	1	1	0	2	2	0	1	0	0	0	1	0	0
2938	1	150	151	149	90	1	59	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0	0
2939	1	118	120	121	200	1	47	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0	
2940	1	146	139	137	13	4	55	1	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	5	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
2941	1	115	113	109	40	3	44	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	1	1	0	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0	
2942	0	76	76	77	240	1	30	2	0	0	2	2	2	0	0	0	1	1	0	1	1	3	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2943	1	48	49	45	75	4	18	1	0	0	1	2	0	2	0	2	0	0	1	1	1	3	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2944	1	92	72	60	23	21	30	1	0	0	2	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
2945	1	198	198	203	240	5	79	2	0	0	1	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0	
2946	1	118	122	122	180	2	47	2	0	1	1	2	2	0	0	2	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
2947	0	41	40	42	270	2	16	2	1	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	0	3	3	5	1	1	1	0	0	0	1
2948	1	167	140	125	21	19	57	1	0	1	1	2	0	2	2	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
2949	1	210	207	203	34	7	81	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
2950	1	155	143	131	30	11	56	1	0	1	1	2	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
2951	1	175	171	171	0	2	68	1	0	2	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
2952	1	97	108	107	175	5	40	2	0	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
2953	0	172	184	188	195	11	71	2	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
2954	0	133	135	162	236	13	58	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
2955	0	144	129	140	316	6	54	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0
2956	0	148	146	111	57	15	51	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
2957	0	111	86	85	2	13	38	1	0	2	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	1	0	0
2958	1	142	136	133	20	4	54	1	0	1	2	2	0	0	2	2	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
2959	1	179	164	154	24	14	65	1	0	1	1	2	1	0	0	2	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
2960	0	191	183	181	12	7	73	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
2961	0	201	202	201	120	1	79	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	3	1	0	1	1	1	0	0	0	0
2962	0	165	161	159	20	3	64	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	0	0
2963	1	149	173	129	93	21	59	1	0	0	2	2	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0
2964	0	179	151	140	17	20	63	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	5	2	2	1	1	1	1	0	0	0	0
2965	1	171	143	106	34	28	54	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
2966	1	242	242	243	240	4	95	2	0	1	2	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
2967	1	151	152	126	62	11	55	1	0	1	1	2	0	0	0	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0
2968	0	183	176	169	30	9	69	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0
2969	0	99	102	88	73	7	37	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
2970	0	151	133	131	6	9	55	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0
2971	0	114	114	114	0	0	45	0	1	1	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
2972	1	198	198	203	240	5	79	2	0	1	2	2	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0
2973	0	199	198	193	50	5	77	1	0	0	2	2	1	2	0	1	1	1	1	0	1	1	2	0	1	1	1	1	0	0	0	0
2974	0	171	153	157	347	10	64	1	0	2	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
2975	1	147	136	132	16	6	55	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
2976	0	139	117	103	23	15	47	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0
2977	0	144	148	142	100	3	57	1	0	0	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
2978	1	106	96	73	42	18	35	1	0	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0
2979	1	150	151	149	90	1	59	1	0	0	1	2	0	0	1	2	0	1	0	0	0	4	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
2980	1	150	142	134	30	7	56	1	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	3	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0
2981	1	36	37	37	180	1	14	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	3	2	1	0	1	1	0	0	0	0
2982	0	61	62	69	233	6	25	2	0	3	2	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
2983	1	120	120	129	240	4	49	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
2984	1	36	37	37	180	1	14	2	0	0	1	2	0	2	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
2985	1	103	156	189	203	39	57	2	0	0	2	2	0	1	0	2	0	0														

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
2990	1	129	113	101	26	12	45	1	0	1	2	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2991	1	191	195	193	150	3	76	2	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	1	1	0	1	4	2	1	1	1	1	1	1	0	0
2992	0	151	155	154	165	2	60	2	0	1	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0
2993	0	122	87	80	10	21	40	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	1	0	0	1	0	
2994	1	75	77	72	84	3	29	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	2	0	1	0	1	1	1	0	0
2995	0	107	116	91	82	12	41	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	
2996	1	162	150	133	35	13	58	1	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
2997	0	109	109	109	0	0	43	0	1	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0
2998	0	111	90	79	21	17	37	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3	2	1	0	1	0	1	0	0	
2999	0	106	91	84	19	12	37	1	0	1	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
3000	1	97	108	125	216	13	44	2	0	1	2	2	0	1	1	1	0	0	1	1	0	2	1	0	1	1	1	1	1	0	0	
3001	1	134	135	131	75	2	52	1	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
3002	0	168	162	155	32	7	63	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	
3003	0	134	131	131	0	1	52	1	0	3	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	
3004	1	212	177	155	23	40	72	1	0	0	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	0	1	0	1	0	0
3005	0	120	101	97	10	11	43	1	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
3006	1	149	172	130	93	20	59	1	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3007	0	180	180	178	60	1	70	1	0	1	1	2	0	0	2	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3008	1	198	198	193	60	4	77	1	0	2	2	2	0	0	0	2	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3009	1	102	120	130	201	12	45	2	0	0	1	2	0	2	1	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0
3010	0	104	98	102	320	3	40	1	0	3	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	0	1	0	0	0	1	0	0
3011	1	128	117	112	19	7	47	1	0	1	1	2	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	0	0
3012	0	177	168	157	33	11	65	1	0	2	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
3013	0	136	133	121	48	6	50	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3014	0	151	161	166	200	8	62	2	0	1	2	2	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3015	1	172	157	141	31	16	61	1	0	0	2	2	0	1	2	2	0	1	1	1	1	1	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0
3016	0	164	162	164	300	1	64	0	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0
3017	1	125	106	96	21	13	43	1	0	0	2	2	0	2	1	1	0	0	0	1	0	3	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3018	1	156	158	156	120	1	62	0	0	1	1	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3019	1	180	164	143	34	20	63	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3020	1	134	146	161	213	13	58	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0
3021	1	168	179	183	196	9	69	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0
3022	1	137	142	149	215	5	56	2	0	1	2	2	0	2	1	0	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0
3023	1	160	137	112	31	20	53	1	0	3	2	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
3024	1	132	145	145	180	6	54	2	0	1	1	2	0	1	2	2	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3025	0	173	182	165	92	10	68	1	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0
3026	0	186	180	172	34	9	70	1	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	1	0
3027	0	137	150	161	207	11	58	2	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0
3028	0	173	169	161	40	7	65	1	0	0	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0
3029	1	122	97	79	25	21	39	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0
3030	0	153	98	79	15	32	45	1	0	1	2	2	2	1	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	2	0	0	1	0	1	0
3031	0	172	189	204	208	24	74	2	0	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	1
3032	1	47	103	136	202	49	36	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	1	0	1	0	2	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0
3033	1	131	150	158	198	12	57	2	0	0	2	2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0
3034	1	211	210	209	30	2	82	1	0	0	1	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	4	2	2	0	1	0	1	1	0	0	0
3035	1	145	152	157	205	6	59	2	0	1	1	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0
3036	0	104	105	106	210	1	41	2	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	1	0	1	0	1	0	0	0
3037	1	117	117	112	60	2	45	1	0	0	1	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
3038	1	98	97	89	53	5	37	1	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0
3039	1	81	85	90	213	5	34	2	0	1	1	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	3	3	0	1	1	1	0	1	0	1	0
3040	1	142	136	131	27	5	54	1	0	0	1	2	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0
3041	1	140	113	95	24	19	46	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0
3042	0	73	74	92	237	12	32	2	0	0	1	2	1	1	2	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0
3043	0	151	150	153	260	1	59	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3044	0	171	183	183	180	8	69	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0
3045	0	170	158	154	15	9	64	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	1	0
3046	1	171	129	98	25	30	53	1	0																							

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
3051	1	134	157	166	197	15	59	2	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3052	0	147	142	138	27	4	56	1	0	1	2	2	2	1	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	1	0	0	
3053	1	166	164	162	35	10	23	1	0	1	2	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3054	0	113	133	141	197	11	50	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	
3055	1	149	149	149	0	0	58	0	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
3056	1	167	171	171	180	2	66	2	0	0	1	1	0	2	2	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
3057	0	144	132	125	22	8	53	1	0	0	2	2	0	1	0	2	0	1	1	0	1	1	1	3	0	1	1	0	1	0	0	
3058	0	154	142	127	33	12	55	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	1	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
3059	1	131	123	104	42	11	46	1	0	1	1	2	0	2	2	1	1	0	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	
3060	0	129	105	101	9	12	45	1	0	3	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
3061	0	131	129	132	280	1	51	2	0	1	2	2	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	3	2	1	1	1	0	1	0	0	
3062	1	165	150	137	28	13	59	1	0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3063	1	131	135	136	192	2	52	2	0	1	1	2	0	2	0	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
3064	1	128	135	138	198	4	52	2	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3065	1	113	95	76	31	20	37	1	0	3	2	2	0	1	1	2	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
3066	1	105	132	157	209	21	51	2	0	1	2	2	0	2	0	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3067	0	171	171	171	0	0	67	0	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	
3068	0	167	164	171	266	4	66	2	0	3	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	4	2	0	1	0	0	0	0	0	
3069	0	182	171	175	338	7	69	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	
3070	0	57	35	36	357	24	18	1	0	2	2	2	0	0	0	1	1	0	1	0	1	3	2	0	1	1	0	0	0	0	1	
3071	1	125	138	141	191	7	52	2	0	1	1	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
3072	1	162	140	120	29	18	55	1	0	0	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	2	0	2	0	2	0	1	0	0	
3073	0	96	99	67	66	19	33	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3074	0	169	169	169	0	0	66	0	1	1	2	2	2	0	0	2	1	0	0	0	1	2	1	0	2	1	0	1	0	0	0	
3075	0	152	168	190	215	23	67	2	0	2	2	2	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	
3076	1	108	108	105	60	1	42	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	1	1	1	1	4	2	1	1	0	0	1	0	0	0	
3077	0	141	161	184	212	23	64	2	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
3078	0	140	130	116	35	9	50	1	0	2	2	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
3079	0	160	146	138	22	10	58	1	0	1	2	2	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0	1	
3080	1	186	186	186	0	0	73	0	1	1	1	2	0	2	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3081	1	99	108	98	114	5	40	1	0	0	1	2	0	2	2	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3082	0	125	124	120	48	2	48	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3	2	1	1	0	1	1	0	0	
3083	1	114	119	131	222	7	48	2	0	0	2	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0	
3084	1	190	192	187	84	4	74	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	
3085	1	159	155	145	43	7	60	1	0	0	2	2	1	2	0	1	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
3086	1	83	79	69	43	9	30	1	0	1	1	2	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3087	0	161	161	167	240	3	64	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	
3088	1	152	160	167	208	8	63	2	0	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	0	3	4	4	1	1	1	0	0	0	0	
3089	1	102	74	54	25	31	31	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	3	2	1	0	1	0	1	0	0	
3090	0	158	144	132	28	12	57	1	0	1	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
3091	1	119	118	119	300	0	46	0	0	0	1	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	0	1	0	0	
3092	0	119	106	102	14	8	43	1	0	1	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	
3093	0	66	66	66	0	0	26	0	1	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
3094	0	151	159	171	216	11	63	2	0	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	
3095	0	155	150	151	348	2	60	1	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	
3096	0	114	89	82	13	16	38	1	0	1	2	2	0	1	1	1	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	
3097	0	84	99	10	203	13	38	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	1	1	1	0	1	0	0	
3098	0	112	95	92	9	10	40	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	1	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0	
3099	1	163	126	90	30	29	50	1	0	0	1	2	0	2	0	2	0	1	1	1	1	1	3	1	0	1	1	0	1	0	0	
3100	0	155	150	135	45	9	57	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	
3101	1	121	92	82	15	19	40	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
3102	0	174	165	167	347	5	66	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	5	1	2	1	1	0	1	0	0	0	
3103	0	137	136	135	30	1	53	1	1	1	1	2	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0	
3104	0	103	96	89	30	7	38	1	0	3	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	
3105	1	98	86	79	22	11	35	1	0	1	2	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
3106	0	181	173	167	26	9	68	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3107	0	122	122	122	0	0	48	0	1	1	2	2	1	0	0	1	0	1	0	1	1	2	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
3108	0	140	132	126	26	6	52	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1													

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
3112	0	167	159	162	338	4	64	1	0	0	1	2	0	1	2	2	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
3113	0	174	174	157	60	9	65	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3114	0	98	68	67	2	19	32	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	
3115	1	170	176	178	195	5	68	2	0	0	2	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3116	1	163	159	160	345	2	63	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3117	0	113	112	113	300	0	44	0	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	
3118	1	120	143	173	214	24	57	2	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3119	1	144	131	107	39	15	49	1	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	
3120	0	92	88	92	300	2	35	0	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	1	1	1	1	0	0	0	
3121	0	173	157	141	30	16	62	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	0	1	
3122	1	208	201	187	40	18	77	1	0	0	1	1	0	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	
3123	1	186	176	173	14	9	70	1	0	0	0	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
3124	1	193	193	201	240	7	77	2	0	0	1	2	0	2	2	0	1	1	0	1	1	2	4	4	1	1	1	0	1	0	
3125	0	168	191	205	203	27	73	2	0	1	1	0	0	2	2	0	0	1	1	1	1	2	5	2	1	1	1	0	0	0	
3126	0	143	134	135	353	4	54	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	1	0	1	
3127	0	128	132	102	68	13	46	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3128	0	165	152	171	281	10	63	2	0	0	1	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	2	1	0	1	1	0	0	0	
3129	0	153	146	142	22	5	58	1	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	1	
3130	0	162	175	189	211	17	69	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	1	0	2	1	0	0	1	1	0	0	0	
3131	0	195	197	193	90	3	76	1	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	
3132	1	128	129	124	72	2	50	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	
3133	0	98	131	117	155	14	45	2	0	2	2	2	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	
3134	0	157	152	152	0	2	61	1	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	4	1	2	1	1	1	0	1	0	
3135	0	115	119	88	68	15	41	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	
3136	1	204	199	194	30	9	78	1	0	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	
3137	1	120	108	96	30	11	42	1	0	0	1	2	0	2	0	2	0	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	0	1	0	
3138	0	130	117	117	0	5	48	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	3	2	1	0	1	1	0	0	
3139	0	159	159	159	0	0	62	0	1	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3140	1	141	149	163	218	11	60	2	0	0	1	1	0	2	1	2	0	0	0	1	1	0	1	2	1	1	1	0	1	0	
3141	0	142	149	155	208	6	58	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	
3142	0	162	159	148	47	7	61	1	0	0	2	2	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3143	0	121	103	110	337	8	44	1	0	3	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	
3144	0	133	121	117	15	6	49	1	0	1	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	
3145	0	130	141	157	216	12	56	2	0	3	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	1	1	0	0	0	0	
3146	0	52	64	54	130	10	23	2	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	1	0	2	1	2	1	0	0	1	1	0	
3147	0	86	78	58	43	19	28	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	
3148	0	123	107	89	32	16	42	1	0	1	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	
3149	0	110	106	92	47	9	40	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	0	0	
3150	0	161	184	202	206	28	71	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	1	1	0	0	0	1	
3151	1	111	98	94	14	8	40	1	0	1	2	2	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	
3152	1	110	83	87	351	14	38	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
3153	1	157	164	165	187	4	63	2	0	1	2	2	0	0	0	2	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0	
3154	1	112	125	132	201	8	48	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	5	1	1	1	1	0	0	0	
3155	0	133	140	126	90	6	56	1	0	0	2	2	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	
3156	1	118	128	113	100	6	47	1	0	1	1	2	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3157	1	186	184	183	20	2	72	1	0	0	1	0	0	2	2	1	0	1	0	1	1	4	1	2	1	1	1	0	1	0	
3158	0	110	111	118	233	4	45	2	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	1	0	
3159	0	212	212	212	0	0	83	0	1	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3160	0	80	62	53	20	20	26	1	0	3	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	
3161	0	104	119	135	211	13	47	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	
3162	1	208	201	187	40	18	77	1	0	0	2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3163	1	82	75	64	37	12	29	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	
3164	1	57	92	112	202	33	33	2	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	1	0	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
3165	0	145	143	139	40	3	56	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	
3166	0	144	137	130	30	6	54	1	0	2	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	
3167	0	123	88	67	22	29	37	1	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	
3168	0	114	84	79	9	18	38	1	0	1	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	
3169	0	187	196	211	217	21	78	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	
3170	1	120	135	160	218	17	55	2	0	3	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	
3171	1	98	97	89	53	5	37	1																							

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIJIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
3173	0	138	110	91	24	21	45	1	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
3174	1	143	140	128	48	6	53	1	0	1	1	2	0	2	0	2	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3175	1	163	154	138	38	12	59	1	0	1	2	2	1	2	0	2	0	1	1	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
3176	1	186	184	183	20	2	72	1	0	0	1	2	0	2	1	2	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	
3177	0	152	145	135	35	8	56	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3178	1	147	152	153	190	3	59	2	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	0	1	1	4	1	1	0	1	0	1	0	0	
3179	0	158	162	160	150	2	63	2	0	0	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
3180	0	161	159	153	45	4	62	1	0	1	2	2	1	2	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0	
3181	0	119	127	140	217	8	51	2	0	1	2	2	2	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3182	1	108	97	88	27	10	38	1	0	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	1	0	0
3183	0	128	111	102	21	11	45	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	
3184	0	205	205	205	0	0	80	0	0	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
3185	1	128	113	107	17	9	46	1	0	0	2	2	0	2	0	1	1	1	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
3186	1	108	119	138	218	12	48	2	0	1	2	2	0	2	0	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
3187	0	172	179	183	202	7	70	2	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	
3188	0	102	127	141	202	16	48	2	0	1	1	2	2	0	0	1	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3189	0	118	114	103	44	7	43	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	
3190	0	180	177	178	340	2	70	1	0	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0
3191	1	181	190	204	217	18	75	2	0	0	1	1	0	2	1	0	0	0	1	0	1	1	5	1	0	1	1	0	0	0	0	0
3192	1	157	164	167	198	5	64	2	0	1	1	2	0	2	1	2	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	0	0
3193	0	149	156	166	215	9	62	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	4	1	1	1	0	1	0	0	0
3194	1	90	87	83	34	4	34	1	0	0	2	2	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3195	1	172	157	141	31	16	61	1	0	1	2	2	0	2	2	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3196	1	152	155	155	180	1	60	2	0	0	1	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	2	1	0	2	0	1	1	0	0	0
3197	0	178	145	139	9	20	62	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0
3198	0	151	151	135	60	7	56	1	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0
3199	1	140	154	173	215	17	61	2	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3200	1	147	152	153	190	3	59	2	0	1	2	2	0	2	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0
3201	0	108	63	82	335	26	34	1	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	3	5	5	0	2	0	0	0	0	0	0
3202	0	151	105	102	4	19	50	1	0	2	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	2	0	1	0	0	1	0	0
3203	1	242	242	243	240	4	95	2	0	0	1	2	0	0	0	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3204	0	143	144	137	69	3	55	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0
3205	1	125	141	149	200	10	54	2	0	1	1	2	0	1	1	2	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0
3206	0	246	245	245	0	5	96	1	1	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0
3207	0	156	131	103	32	21	51	1	0	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	2	1	0	1	0	0	0	0	0
3208	1	129	132	131	160	1	51	2	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0
3209	0	111	111	111	0	0	44	0	1	3	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	1	0	0
3210	0	121	79	65	15	30	36	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0
3211	1	172	169	162	42	6	65	1	0	0	1	2	2	0	1	1	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3212	0	170	188	190	186	13	71	2	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0
3213	1	137	127	114	34	9	49	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3214	1	142	125	114	24	11	50	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	2	0	2	0	1	1	0	0	0
3215	0	161	163	160	100	2	63	1	0	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	1
3216	1	191	193	201	228	8	77	2	0	0	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0
3217	1	104	109	118	219	6	44	2	0	3	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	1	2	5	2	1	1	0	0	0	0	0	0
3218	0	135	126	130	333	4	51	1	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	1	0	3	1	2	1	1	0	1	1	0	0	0
3219	1	117	125	129	200	5	48	2	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3220	1	144	144	145	240	0	57	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3221	1	196	157	127	26	37	63	1	0	0	2	2	0	2	1	1	0	0	1	0	1	1	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0
3222	0	140	140	140	0	0	55	0	1	0	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	2	2	0	1	1	0	1	0	0	0
3223	1	66	62	73	262	8	26	2	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0
3224	0	168	165	162	30	3	65	1	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
3225	0	140	142	135	77	3	54	1	0	0	2	2	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0
3226	1	97	81	67	28	18	32	1	0	0	2	2	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	3	2	1	1	1	1	0	0	0	0
3227	0	89	88	88	0	1	35	1	0	0	2	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	1	0	0
3228	1	235	235	235	0	0	92	0	0	1	1	2	0	0	2	2	1	1	0	0	0	1	5	2	0	2	0	1	1	2	0	0
3229	1	102	95	99	326	4	39	1	0	1	2	2</																				

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIJANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR							
3234	0	113	120	123	198	4	46	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0							
3235	0	51	54	90	235	28	28	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	1	0	1	1	0	0	1	0	0						
3236	0	104	106	110	220	3	42	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0						
3237	0	133	131	127	40	2	51	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0						
3238	0	155	164	148	94	8	61	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0						
3239	0	203	204	198	70	6	79	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0						
3240	0	158	171	177	199	11	66	2	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	4	1	1	1	1	1	0	1	0	0						
3241	0	145	127	125	6	8	53	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0						
3242	0	152	152	152	0	0	60	0	1	0	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0					
3243	0	139	139	139	0	0	55	0	1	1	2	2	2	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	1	0	1					
3244	1	155	162	157	137	4	62	2	0	1	1	2	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0					
3245	0	100	90	83	25	9	36	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	1	0	0					
3246	1	196	192	185	38	9	75	1	0	1	2	2	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	4	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0					
3247	1	105	106	116	235	5	43	2	0	0	1	2	0	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0				
3248	1	149	151	155	220	3	60	2	0	1	2	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0				
3249	0	133	144	151	203	8	56	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	2	4	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0				
3250	0	180	141	109	27	32	57	1	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0			
3251	1	100	116	120	192	9	43	2	0	0	1	2	0	1	0	1	1	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0			
3252	0	144	135	123	34	9	52	1	0	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0				
3253	0	157	157	157	0	0	62	0	0	0	2	2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
3254	1	190	192	187	84	4	74	1	0	1	1	2	2	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0			
3255	1	101	96	85	41	9	36	1	0	0	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0			
3256	1	191	191	190	60	1	75	1	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0			
3257	0	135	139	144	213	4	55	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	5	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
3258	0	153	155	155	180	1	60	2	0	0	2	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	2	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0			
3259	1	154	163	173	212	10	64	2	0	0	1	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0			
3260	1	54	91	113	202	35	33	2	0	0	1	2	0	0	2	0	0	1	1	1	0	2	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0		
3261	1	157	167	161	144	5	64	2	0	0	2	2	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
3262	1	155	164	163	173	5	63	2	0	0	2	2	0	2	1	2	0	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0		
3263	0	197	198	199	210	2	78	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0		
3264	0	177	165	152	31	14	65	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
3265	0	140	136	139	315	2	54	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	5	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
3266	1	147	144	145	340	1	57	1	0	1	1	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0		
3267	0	82	71	70	5	8	30	1	0	0	0	2	0	0	1	2	0	1	0	1	0	2	5	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
3268	0	126	106	101	12	11	45	1	0	0	2	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3269	1	108	105	100	37	4	41	1	0	0	1	2	0	2	2	0	1	0	1	0	1	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3270	0	132	132	132	0	0	52	0	0	1	2	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
3271	0	75	87	111	220	19	36	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1		
3272	1	182	176	162	42	12	67	1	0	1	1	2	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0		
3273	0	194	194	194	0	0	76	0	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3274	0	194	195	197	220	3	77	2	0	0	2	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	2	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3275	0	147	154	152	163	3	59	2	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3276	0	181	163	148	27	18	65	1	0	0	0	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3277	0	149	154	159	210	5	60	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
3278	1	158	157	137	57	10	58	1	0	0	2	1	0	2	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	
3279	1	104	100	96	30	4	39	1	0	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
3280	0	123	102	91	21	15	42	1	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
3281	1	121	123	121	120	1	48	0	0	1	1	2	0	0	1	0	0	1	1	1	1	2	2	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
3282	1	136	116	105	21	13	47	1	0	1	2	2	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	
3283	0	139	110	102	13	15	47	1	0	0	0	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3284	1	140	152	153	185	6	57	2	0	1	1	2	0	0	2	1	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
3285	1	156	146	139	25	8	58	1	0	1	1	2	0	1	1	1																						





R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
3356	0	134	122	119	12	6	50	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	0	1
3357	0	143	129	111	34	13	50	1	0	0	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0
3358	0	23	123	123	0	0	48	2	1	1	2	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	1
3359	1	132	83	56	21	40	37	1	0	1	1	2	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0
3360	0	121	72	59	13	34	35	1	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	5	0	2	0	0	0	0	0
3361	1	105	101	77	51	15	36	1	0	1	1	2	0	1	2	1	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0
3362	0	158	155	152	30	3	61	1	0	0	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	0	0	0	0	0	0
3363	1	187	187	184	60	2	73	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0
3364	1	82	75	64	37	12	29	1	0	1	1	2	0	0	2	2	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0
3365	0	159	166	161	137	4	64	2	0	2	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	1	4	1	1	1	1	1	1	0	1	0
3366	0	176	178	179	200	2	70	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0
3367	1	185	181	172	42	8	70	1	0	1	1	2	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
3368	0	83	72	89	279	11	32	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	3	2	2	1	1	1	0	1	1	0
3369	0	174	140	90	36	34	52	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	1
3370	0	175	164	129	46	22	60	1	0	1	1	2	1	0	0	1	1	1	1	0	1	2	2	1	1	0	2	1	1	1	0
3371	1	140	129	112	36	11	49	1	0	1	1	2	1	1	2	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3372	0	137	88	77	11	28	42	1	0	0	2	2	1	0	1	2	0	0	0	0	4	1	2	0	2	0	0	0	1	0	1
3373	0	107	110	109	160	1	43	2	0	1	2	2	0	0	2	0	1	0	0	0	0	4	1	2	1	1	0	1	0	1	0
3374	0	151	152	148	75	2	59	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	1	0
3375	1	203	202	200	40	3	79	1	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	0	1	0	2	1	0	1	1	1	1	1	0	0
3376	0	121	140	128	142	8	51	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0
3377	1	131	105	94	18	16	44	1	0	0	2	0	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
3378	0	101	114	139	219	16	47	2	0	3	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	1	0
3379	1	148	155	133	79	10	56	1	0	0	1	2	0	0	2	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0
3380	1	207	203	194	42	12	79	1	0	0	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	0	1	0	1	0
3381	0	141	121	118	8	9	51	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	4	4	0	2	0	0	0	0	1
3382	0	159	156	162	270	3	62	2	0	0	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0
3383	1	186	186	182	60	3	72	1	0	1	1	2	0	2	2	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0
3384	1	117	117	112	60	2	45	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0
3385	0	109	91	86	13	12	38	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	1	1	0	1
3386	1	134	133	132	30	1	52	1	0	0	2	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0
3387	0	107	107	107	0	0	42	0	1	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0
3388	0	173	121	72	29	41	48	1	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0
3389	1	104	117	113	162	6	43	2	0	1	1	2	0	2	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0
3390	1	132	133	137	228	2	53	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
3391	1	190	187	185	24	4	74	1	0	0	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0
3392	1	155	122	104	21	20	51	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	0	0	1	1	2	1	2	1	1	1	0	0	0	0
3393	0	68	70	80	230	8	29	2	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	1	0	3	4	4	1	1	1	0	0	0	0	0
3394	1	144	143	138	50	3	55	1	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	0	1	1	0	0	0
3395	0	62	45	51	339	16	21	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	0	1	0	0	0	1	0
3396	1	115	112	107	37	4	44	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3397	0	160	163	169	220	5	65	2	0	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	1	1	0	0	1	0	0	0
3398	0	118	108	106	10	5	44	1	0	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	1	1	0	1	0	1	0	1
3399	1	204	199	199	0	5	79	1	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	1	0	0	4	3	2	1	1	0	1	1	0	0
3400	0	145	138	131	30	6	54	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	1	5	2	2	0	1	1	0	0	0	0	0
3401	0	121	118	118	0	1	47	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	1	0	0
3402	1	191	195	193	150	3	76	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	3	2	1	1	1	0	1	0	0	0
3403	0	199	194	195	348	4	77	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0
3404	0	67	79	92	211	16	31	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	2	1	0	0	1	1	0	0
3405	1	132	133	137	228	2	53	2	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0
3406	0	134	145	142	164	5	55	2	0	0	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0
3407	1	149	156	160	202	5	61	2	0	1	1	2	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0
3408	1	151	151	151	0	0	59	0	0	3	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	5	2	1	1	0	0	0	0	0	0
3409	1	128	130	110	66	8	47	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3410	1	169	173	178	213	6	68	2	0	0	1	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	2	4	2	1	1	1	0	1	0	0
3411	0	105	87	90	350	9	38	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3412	1	180	165	159	17	12	66	1	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0
3413	0	121	161	161	180	18	55	2	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	1	0</											

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR		
3417	1	65	60	53	35	10	23	1	0	1	1	2	1	2	0	2	0	1	1	0	0	1	3	1	1	1	1	1	1	0	0		
3418	0	176	151	133	25	21	61	1	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	1	0	0	0	0	0		
3419	1	112	95	82	26	15	38	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0		
3420	1	168	167	170	260	2	66	2	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	0		
3421	1	78	58	39	29	33	23	1	0	0	2	2	0	2	1	0	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0		
3422	0	110	113	114	195	2	44	2	0	2	1	2	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0		
3423	0	140	143	147	214	3	56	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0		
3424	1	82	70	61	26	15	28	1	0	0	2	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	1		
3425	1	150	128	113	24	15	52	1	0	0	1	2	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0		
3426	1	117	124	126	193	4	48	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0		
3427	0	118	108	95	34	11	42	1	0	2	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0		
3428	1	82	70	61	26	15	28	1	0	1	1	2	2	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3429	1	177	172	160	42	10	66	1	0	0	1	1	0	2	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3430	1	130	135	141	213	5	53	2	0	0	2	2	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	
3431	1	157	147	140	25	8	58	1	0	1	2	2	1	0	0	2	0	0	1	1	0	2	1	2	0	2	0	0	0	1	0	0	
3432	0	128	135	140	205	5	53	2	0	0	0	2	1	0	0	2	0	1	0	0	0	1	3	1	1	0	1	0	1	0	0		
3433	1	170	176	178	195	5	68	2	0	1	2	2	1	0	0	2	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
3434	0	200	199	197	40	3	78	1	0	1	2	2	0	2	1	1	0	1	0	0	0	1	1	2	0	1	0	1	0	1	0	0	
3435	1	97	81	67	28	18	32	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0		
3436	1	173	172	161	55	7	65	1	0	0	2	2	1	0	0	2	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3437	1	151	151	151	0	0	59	0	0	0	2	1	0	2	2	2	0	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	
3438	0	161	185	175	155	15	68	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5	1	1	1	1	0	1	0	0	
3439	0	139	160	187	214	26	64	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	
3440	0	175	150	119	33	26	58	1	0	1	2	2	2	0	0	2	1	1	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	
3441	0	135	132	123	45	5	51	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	2	1	0	0	0	1	0	0		
3442	1	154	163	173	212	10	64	2	0	0	0	2	0	2	0	1	1	1	1	0	1	1	4	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3443	0	44	43	45	270	2	17	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0	0	
3444	0	99	110	126	216	12	44	2	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	2	0	1	1	1	0	0	0	
3445	0	83	92	94	191	6	35	2	0	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	
3446	0	104	146	168	201	27	53	2	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3447	1	241	243	243	180	8	95	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	
3448	0	142	126	104	35	15	48	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	4	1	2	1	1	1	1	1	0	0	
3449	0	143	123	101	31	17	48	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3450	0	176	155	137	28	20	61	1	0	1	2	2	1	0	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	
3451	0	150	142	134	30	7	56	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	1	0	0	0	0	0	
3452	1	168	177	178	186	6	68	2	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3453	1	149	129	121	17	12	53	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	
3454	0	138	94	90	5	21	45	1	0	1	0	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	
3455	1	156	170	179	203	13	66	2	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
3456	0	174	116	83	22	36	50	1	0	0	2	2	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0	
3457	0	131	138	110	75	11	49	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0	0	0	
3458	1	168	167	162	50	3	65	1	0	0	1	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3459	1	140	123	113	22	11	50	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
3460	0	140	124	110	28	12	49	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	1	
3461	0	146	146	146	0	0	57	0	1	0	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	
3462	1	117	111	104	32	6	43	1	0	1	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
3463	0	126	114	100	32	12	44	1	0	0	0	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	1	
3464	0	111	126	127	184	7	47	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0
3465	0	121	108	101	21	9	44	1	0	1	2	2	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0
3466	1	190	180	181	354	7	73	1	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
3467	0	133	116	98	31	15	45	1	0	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0
3468	0	191	173	158	27	20	68	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0	0	0	0
3469	1	139	135	137	330	2	54	1	0	0	1	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	1	1	0	0	0
3470	0	106	136	169	211	27	54	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
3471	1	155	136	137	357	9	57	1	0	2	1	2	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
3472	0	188	190	203	232	13	77	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3473	0	116																															

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR					
3478	0	195	191	184	38	8	74	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0						
3479	0	121	135	126	141	6	50	2	0	1	2	2	0	2	0	2	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0					
3480	0	160	174	18	209	17	68	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0					
3481	1	157	143	132	26	11	57	1	0	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	1	1	0	0				
3482	0	125	144	146	186	9	53	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0				
3483	1	130	136	136	180	2	52	2	0	0	1	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0				
3484	0	104	78	72	11	18	35	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0				
3485	1	176	160	145	29	16	63	1	0	1	2	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0				
3486	1	160	160	158	60	1	62	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	4	0	1	1	1	1	0	1	0	0			
3487	0	180	197	213	209	28	77	2	0	1	0	2	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	1				
3488	0	130	128	117	51	5	48	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	4	1	1	1	1	1	0	1	0	0				
3489	0	154	162	172	213	10	64	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0			
3490	1	105	135	158	206	21	52	2	0	3	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0			
3491	1	48	49	45	75	4	18	1	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	0	1	1	2	3	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0			
3492	1	145	129	123	16	9	53	1	0	0	1	2	0	2	2	2	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
3493	1	165	156	154	11	6	63	1	0	1	1	2	1	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0			
3494	0	134	132	134	300	1	52	0	0	1	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	2	1	1	1	1	0	0	0	0			
3495	1	183	174	156	40	16	66	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0			
3496	0	121	105	74	40	24	38	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	1	1	0	0	0			
3497	0	130	140	131	126	4	53	2	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0			
3498	1	108	112	119	218	5	45	2	0	1	1	2	0	2	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0			
3499	0	82	101	124	213	20	40	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	0	0	0	0	0			
3500	1	75	75	75	0	0	29	0	0	1	1	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
3501	1	150	150	157	240	3	60	2	0	0	2	2	0	2	2	1	1	1	0	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0			
3502	0	130	148	165	209	16	58	2	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0			
3503	0	190	183	164	44	17	69	1	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0			
3504	0	80	75	62	43	13	28	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	1	0	1		
3505	1	120	123	107	71	7	45	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	1	1	1	1	1	2	3	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
3506	0	139	112	112	0	11	49	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0		
3507	0	42	39	90	244	40	25	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	1	1	3	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
3508	0	182	182	182	0	0	71	0	1	0	2	2	0	2	1	0	0	1	1	0	1	1	2	2	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0		
3509	1	115	106	101	21	6	42	1	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
3510	0	197	187	188	354	8	75	1	0	0	1	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	3	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
3511	0	157	158	150	67	4	60	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
3512	1	219	214	207	35	14	84	1	0	2	2	2	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0		
3513	1	149	155	155	180	3	60	2	0	1	1	2	0	2	2	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
3514	0	178	187	154	76	20	67	1	0	0	1	2	2	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
3515	1	98	100	96	90	2	38	1	0	1	1	2	2	0	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0		
3516	0	159	166	164	163	4	64	2	0	0	2	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
3517	1	166	164	162	30	2	77	1	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
3518	0	131	131	131	0	0	51	0	1	0	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	
3519	0	143	119	104	23	16	48	1	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
3520	0	97	107	44	70	42	30	1	0	2	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	
3521	0	154	161	153	113	4	62	1	0	2	2	2	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	
3522	1	169	173	178	213	6	68	2	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0
3523	0	159	156	174	250	10	65	2	0	0	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3524	0	110	118	94	80	11	42	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	
3525	1	82	91	107	218	13	37	2	0	0	1	2	0	0	1	1	0	0	0	1	0	3	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
3526	0	103	103	103	0	0	40	0	1	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
3527	1	146	144	147	280	1	57	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	4	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
3528	0	139	139	139	0	0	55	0	1	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0
3529	0	109	96	71	39	21	35	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
3530	1	158	150	127	45	14	56	1	0	0	1	2	0	1	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
3531	0	47	50	33	71	20	16	1	0	1	2	2	1	0	0	0																				

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
3539	1	139	152	191	7	58	2	0	1	2	2	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	0	
3540	1	158	132	107	29	21	52	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
3541	1	183	173	155	39	16	66	1	0	1	2	2	0	2	0	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	
3542	1	115	121	93	73	13	42	1	0	0	1	1	0	0	2	2	1	1	1	1	1	2	4	1	1	1	1	0	1	0	0	
3543	0	111	86	76	17	19	37	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	0	1	
3544	0	183	162	151	21	18	65	1	0	1	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3545	1	157	151	146	27	5	59	1	0	0	2	2	0	2	0	0	1	1	1	1	1	1	3	2	0	1	1	0	1	0	0	
3546	0	135	135	135	0	0	53	0	1	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	0	1	0	0	0	0	
3547	0	163	131	105	27	24	53	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3548	0	106	72	69	5	21	34	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3549	1	72	87	93	197	13	32	2	0	2	2	2	1	0	0	2	1	1	0	1	1	3	1	0	1	1	1	0	1	0	0	
3550	0	139	129	108	41	13	48	1	0	1	1	2	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0	
3551	1	97	108	125	216	13	44	2	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
3552	0	204	207	209	204	5	81	2	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	4	2	0	1	1	0	0	0	0	
3553	1	157	143	132	26	11	57	1	0	1	1	2	0	1	0	2	1	1	0	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
3554	1	128	119	98	42	13	44	1	0	0	1	2	0	1	2	1	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	
3555	0	182	173	165	28	10	68	1	0	1	2	2	0	1	0	2	0	0	0	1	0	1	2	2	0	2	0	0	1	0	0	
3556	0	119	119	119	0	0	47	0	1	2	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	4	1	1	1	0	0	0	1	0	0	
3557	0	121	91	91	0	14	42	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	0	
3558	1	176	172	164	40	7	67	1	0	0	1	2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	5	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3559	0	160	160	160	0	0	63	0	1	1	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
3560	0	132	136	148	225	7	55	2	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1	2	0	1	1	0	0	0	0	
3561	1	96	99	107	224	5	40	2	0	0	1	1	0	0	2	2	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	0	
3562	0	65	65	53	60	10	23	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	
3563	0	94	84	92	312	6	35	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	
3564	0	131	134	135	195	2	52	2	0	0	1	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	2	1	0	1	0	1	0	1	
3565	0	138	124	128	343	6	51	1	0	1	1	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	3	2	1	1	1	0	1	0	1	
3566	0	118	150	174	206	26	57	2	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2	5	0	0	1	0	0	0	0	0	
3567	0	168	149	135	25	16	59	1	0	0	2	2	1	2	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3568	0	154	189	220	208	49	73	2	0	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
3569	0	113	88	84	8	15	39	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3570	0	145	145	145	0	0	57	0	1	1	1	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	1	1	1	0	0	0	1	
3571	1	174	162	163	355	7	66	1	0	1	1	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3572	1	80	89	72	92	11	32	1	0	1	1	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	0	0	
3573	1	187	184	185	340	2	73	1	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5	1	1	1	1	0	0	0	0	
3574	1	133	158	173	203	20	60	2	0	1	1	2	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	
3575	0	72	49	46	7	22	23	1	0	0	0	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
3576	0	109	107	111	270	2	43	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0	0	
3577	1	153	185	214	209	43	72	2	0	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
3578	1	121	131	139	207	7	51	2	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	
3579	0	142	183	206	202	40	68	2	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	
3580	1	139	142	126	71	7	53	1	0	0	1	2	0	2	0	0	1	1	1	1	1	3	0	1	1	1	0	1	0	0	0	
3581	1	121	119	120	330	1	47	1	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	
3582	1	123	139	139	180	6	51	2	0	2	1	2	0	2	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	0	1	0	0	0	
3583	1	117	123	130	212	5	48	2	0	1	1	2	1	2	0	1	0	0	1	0	0	2	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0
3584	0	101	86	58	39	27	31	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3	1	0	1	0	0	0	1	0	0
3585	0	152	151	140	55	6	57	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	
3586	0	120	106	105	4	7	44	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	0	
3587	0	112	133	156	211	18	53	2	0	3	1	2	1	0	0	1	0	0	0	1	0	2	5	2	1	1	1	0	0	0	0	
3588	1	130	128	125	36	2	50	1	0	1	1	2	0	1	2	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	
3589	1	61	84	97	202	23	31	2	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	3	5	0	1	1	0	1	0	0	0	
3590	1	184	180	170	43	9	69	1	0	1	2	2	0	1	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	
3591	0	66	69	77	224	8	28	2	0	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0	
3592	1	115	104	79	42	19	38	1	0	0	1	2	0	0	2	0	1	1	0	0	1	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3593	1	167	140	125	21	19	57	1	0	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	2	2	1	1	0	0	1	0	0	
3594	0	86	91	97	213	6	36	2	0	0	1	2	0	0	1	0	1	0	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	0	1	0	
3595	1	186	184	183	20	2	72	1	0	2	2	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	
3596	0	133	160	154	167	12	57	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	0</													

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
3600	0	117	106	114	316	5	44	1	0	3	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	0	1	0	0		
3601	0	103	88	66	36	22	33	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	2	1	1	1	0	1	0		
3602	1	117	124	126	193	4	48	2	0	1	1	2	0	2	0	2	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0		
3603	0	135	130	123	35	5	51	1	0	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0		
3604	1	153	162	141	86	10	59	1	0	0	2	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
3605	0	104	102	88	53	8	38	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	1	0	0	1	0	1	0		
3606	1	82	109	149	216	29	45	2	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2	3	2	1	1	0	0	1	0		
3607	1	89	73	66	18	15	30	1	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	0	1	0		
3608	1	33	54	68	204	35	20	2	0	0	2	2	0	2	2	1	0	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0		
3609	1	140	123	113	22	11	50	1	0	0	1	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0		
3610	1	148	136	129	22	8	54	1	0	0	1	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3611	0	97	87	108	269	11	38	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	0		
3612	0	134	148	153	196	9	56	2	0	3	2	2	0	1	0	2	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
3613	0	141	149	157	210	8	58	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0		
3614	1	141	140	135	50	3	54	1	0	0	2	2	0	2	1	2	0	1	1	0	1	0	1	3	1	1	0	1	0	1	0	
3615	0	133	98	77	23	27	41	1	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0		
3616	0	136	136	136	0	0	53	0	1	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0		
3617	0	118	121	135	229	7	50	2	0	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0		
3618	0	154	153	162	247	5	62	2	0	1	2	2	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	2	1	0	1	0	1	0		
3619	0	120	103	81	34	19	39	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	3	2	0	2	0	1	1	0		
3620	1	144	142	145	280	1	56	2	0	1	2	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	5	2	1	1	1	0	1	0		
3621	1	170	153	135	31	17	60	1	0	1	1	2	1	2	0	1	0	0	1	0	0	1	3	2	1	1	1	1	1	0		
3622	0	136	141	135	110	3	54	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0		
3623	1	132	140	112	77	11	49	1	0	2	1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0		
3624	1	88	73	52	35	26	27	1	0	0	2	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	2	2	1	1	0	0	0	1	0		
3625	1	125	141	149	200	10	54	2	0	1	2	2	0	2	2	0	0	0	0	1	0	2	5	0	0	2	0	0	0	0		
3626	0	167	164	159	38	4	64	1	0	0	1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0		
3627	0	143	118	87	33	24	45	1	0	1	0	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	1		
3628	0	130	124	130	300	2	50	0	0	1	2	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	3	2	1	1	1	0	0	0		
3629	0	68	71	52	69	15	24	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0		
3630	1	234	235	235	180	2	92	2	0	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	0	3	1	0	1	1	0	0	0	0		
3631	0	95	74	56	28	26	30	1	0	1	0	2	0	0	2	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0		
3632	1	134	133	132	30	1	52	1	0	1	2	2	1	0	1	2	0	1	1	1	1	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0	
3633	0	96	99	88	76	6	37	1	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	1	0	
3634	1	135	141	117	75	10	51	1	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0		
3635	0	47	89	149	215	52	38	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	3	1	0	1	0	0	1	1	0		
3636	0	151	125	108	24	17	51	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0		
3637	0	188	182	186	320	4	73	1	0	0	1	2	0	0	2	1	0	0	0	1	0	2	2	2	1	0	0	0	1	0		
3638	1	95	78	71	18	14	33	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0		
3639	0	167	157	140	38	13	60	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	
3640	0	148	145	138	42	4	56	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	1	
3641	1	158	157	161	255	2	62	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
3642	1	144	142	145	280	1	56	2	0	1	1	2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	
3643	0	210	206	204	20	6	81	1	0	0	2	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	1	
3644	0	138	81	76	5	29	42	1	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	
3645	0	114	128	142	210	11	50	2	0	3	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	1	
3646	1	190	192	187	84	4	74	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	4	1	2	1	0	1	0	1	0	0	
3647	1	143	133	129	17	6	53	1	0	1	2	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	
3648	0	77	46	28	22	47	21	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	1	0	1	0	3	2	5	0	1	1	0	0	0	0	
3649	0	139	110	92	23	20	45	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0	
3650	1	151	158	144	90	7	59	1	0	0	2	2	1	0	0	2	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	0	0	1	0	0	
3651	1	105	135	158	206	21	52	2	0	1	2	2	0	2	2	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	
3652	1	191	187	175	45	11	72	1	0	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	0	1	1	0	1	0	1	0	
3653	0	140	125	116	22	9	50	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	
3654	1	130	125	120	30	4	49	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	2	1	2	1	0	1	1	1	0	0
3655	1	119	116	100	51	9	43	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
3656	0	126	133	136	198	4	51	2	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0
3657	1	138	140	143	216	2	55	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0
3658	1	128	119	115	18	5	48	1	0	1	2	2	0	0	2	2	0</															

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR	
3661	1	172	159	148	27	13	63	1	0	1	1	2	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0		
3662	0	139	127	106	38	13	48	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1		
3663	0	137	132	138	290	2	53	2	0	3	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1		
3664	0	136	136	136	0	0	53	0	1	3	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	2	2	0	2	0	0	1	0	
3665	0	116	70	66	5	27	36	1	0	1	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	1	1	
3666	0	140	140	110	60	12	49	1	0	3	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	
3667	1	135	141	117	75	10	51	1	0	3	1	1	0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	2	3	2	0	1	0	0	0	0	
3668	0	170	170	170	0	0	67	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	0	1	0	0	0	
3669	0	164	161	157	34	4	63	1	0	2	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	
3670	1	97	128	143	200	19	47	2	0	0	1	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	1	1	0	0
3671	1	53	54	57	225	4	22	2	0	1	2	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0
3672	1	141	146	144	156	2	56	2	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0
3673	1	149	151	155	220	3	60	2	0	0	1	2	0	2	2	1	0	0	1	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
3674	1	112	125	132	201	8	48	2	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0
3675	0	129	129	129	0	0	51	0	1	1	1	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3676	0	178	180	191	231	9	72	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
3677	0	157	158	160	220	2	62	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3678	1	196	192	185	38	9	75	1	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3679	0	175	185	180	150	7	71	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3680	1	108	112	119	218	5	45	2	0	0	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0
3681	1	179	164	154	24	14	65	1	0	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	1	0	0
3682	0	153	154	149	72	2	59	1	0	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	3	3	1	1	1	0	1	0	0	0
3683	1	211	214	219	217	10	84	2	0	1	2	2	0	2	0	2	1	1	1	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0
3684	1	128	117	112	19	7	47	1	0	0	2	2	0	2	2	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0
3685	1	148	142	140	15	4	56	1	0	0	1	2	0	2	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3686	1	142	134	118	40	10	51	1	0	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
3687	1	113	109	86	51	14	39	1	0	0	1	2	0	2	0	0	1	1	1	0	0	1	4	0	1	1	1	0	1	0	0	0
3688	0	55	63	94	228	26	29	2	0	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	0	0
3689	1	100	100	107	240	3	41	2	0	0	1	1	0	2	2	1	1	1	0	0	1	1	4	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3690	0	133	132	130	40	1	52	1	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0
3691	1	152	169	188	212	21	67	2	0	1	2	2	0	0	0	2	1	1	0	0	0	1	4	2	0	1	1	0	1	0	0	0
3692	0	121	102	79	33	21	39	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	2	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0
3693	0	131	131	125	60	2	50	1	0	1	1	2	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3694	0	116	108	96	36	9	42	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	1
3695	1	179	182	179	120	2	71	0	0	1	2	2	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	4	1	2	1	1	0	1	0	0	0
3696	1	144	149	160	221	8	60	2	0	1	2	2	0	2	1	0	1	1	1	0	0	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0
3697	0	134	126	113	37	9	48	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0	0
3698	1	136	132	132	0	2	53	1	0	0	1	2	0	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0
3699	1	128	133	146	223	8	54	2	0	1	1	2	0	2	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3700	0	157	126	98	28	23	50	1	0	0	2	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	0	0	0	1	1	0
3701	1	159	164	173	219	8	65	2	0	0	1	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	0	0
3702	0	132	125	107	43	10	47	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0
3703	1	110	83	87	351	14	38	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	0
3704	1	197	198	206	233	8	79	2	0	1	1	2	1	2	0	0	0	1	0	0	1	1	4	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3705	1	110	83	87	351	14	38	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	4	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3706	0	97	91	90	9	4	37	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0
3707	1	134	122	108	32	11	47	1	0	0	1	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	1	1	0	0	0
3708	1	206	200	196	24	9	79	1	0	1	1	2	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	0	0	0	0
3709	1	112	118	119	189	3	45	2	0	0	2	2	0	2	0	0	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	0	1	0	0
3710	0	115	106	99	26	7	42	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	1	0	0	1
3711	1	176	150	171	312	14	64	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3712	0	139	87	77	10	29	42	1	0	1	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0
3713	0	88	84	78	36	6	33	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	0	0
3714	1	97	128	143	200	19	47	2	0	1	1	2	0	2	0	0	0	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3715	0	170	164	152	40	10	63	1	0	1	2	2	2	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3716	0	135	135	137	240	1	53	2	1	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	2	1	1	1	0	1	0	0	0
3717	1	147	125	99	33	20	48	1	0	0																						

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOŠT	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_FEJZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR			
3722	1	165	157	161	330	4	63	1	0	1	1	2	0	2	2	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0				
3723	0	159	149	141	27	9	59	1	0	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0				
3724	0	126	126	126	0	0	49	0	1	1	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	0	0	0	0	0				
3725	1	214	212	209	36	6	83	1	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	3	2	1	0	0	1	1	0			
3726	1	154	150	152	330	2	60	1	0	0	2	2	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	0	1	1	0	1	0			
3727	1	121	121	114	60	3	46	1	0	1	1	2	0	1	1	2	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0			
3728	0	150	153	155	204	2	60	2	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	0	1		
3729	0	128	133	123	90	4	50	1	0	0	1	2	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0			
3730	0	105	112	129	222	10	46	2	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0			
3731	1	161	157	151	36	5	61	1	0	0	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0			
3732	0	57	57	57	0	0	22	0	0	0	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	1	0	3	5	0	0	2	0	0	0	0			
3733	0	153	145	104	50	19	50	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	1			
3734	1	104	91	79	29	14	36	1	0	0	2	2	0	0	2	2	0	0	1	1	1	1	2	2	0	1	0	0	1	0	0			
3735	0	84	93	73	87	12	33	1	0	2	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0			
3736	0	118	114	125	262	5	47	2	0	1	2	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	0	1	0		
3737	0	141	151	165	215	12	60	2	0	0	1	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
3738	1	146	127	126	3	8	53	1	0	1	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1		
3739	0	135	117	111	15	10	48	1	0	1	2	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0		
3740	1	167	148	129	30	18	58	1	0	0	1	2	0	2	2	1	1	1	0	0	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0	0	0		
3741	0	154	150	142	40	6	58	1	0	0	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	1	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0		
3742	1	88	73	52	35	26	27	1	0	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	3	4	1	1	0	1	0	1	0	0		
3743	1	193	194	201	233	7	77	2	0	0	1	2	0	2	2	0	1	1	0	1	1	1	4	4	1	1	1	1	0	1	0	0		
3744	0	121	119	131	250	5	49	2	0	0	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1		
3745	1	169	160	148	34	11	62	1	0	1	0	2	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0		
3746	0	125	124	126	270	1	49	2	1	1	1	2	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0		
3747	0	159	176	171	162	10	66	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0	0		
3748	1	187	191	200	222	11	76	2	0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	0		
3749	1	115	112	107	37	4	44	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0		
3750	1	174	168	157	39	9	65	1	0	1	2	2	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
3751	1	147	154	164	215	9	61	2	0	1	1	2	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0		
3752	1	165	169	169	180	2	65	2	0	1	1	1	0	0	1	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
3753	1	156	161	154	103	4	62	1	0	0	1	1	0	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0		
3754	0	142	115	102	19	16	48	1	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
3755	1	147	144	145	340	1	57	1	0	1	2	2	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0		
3756	0	43	50	61	217	17	20	2	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3	2	1	0	0	0	0	1	0	0	
3757	0	220	220	219	60	1	86	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	4	4	1	1	1	0	1	0	0		
3758	1	149	144	137	35	5	56	1	0	1	1	2	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0		
3759	0	135	125	115	30	8	49	1	0	1	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	0		
3760	1	91	92	102	235	6	38	2	0	1	2	2	0	2	0	1	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0		
3761	0	60	82	104	210	27	32	2	0	0	2	2	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	2	0	0	0	0	1		
3762	0	133	137	143	216	4	54	2	0	0	2	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0		
3763	0	156	160	143	74	8	59	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	
3764	0	189	185	187	330	3	73	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	
3765	1	187	184	185	340	2	73	1	0	1	2	2	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
3766	1	92	97	104	215	6	38	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
3767	1	135	145	146	185	5	55	2	0	0	1	2	0	2	0	0	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
3768	0	223	216	216	0	10	86	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
3769	0	178	167	151	36	15	65	1	0	1	2	2	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	
3770	0	158	160	160	180	1	62	2	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	
3771	0	144	145	151	231	3	58	2	0	1	2	2	2	0	0	0	0	1	1	1	0	2	2	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	
3772	1	150	142	134	30	7	56	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	
3773	0	132	117	113	13	8	48	1	0	1	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	5	2	0	1	1	0	1	0	0	0	0	
3774	1	139	133	124	36	6	52	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0	
3775	1	117	123	133	218	6	49	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	1	1	0	0	1	1	4	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0
3776	0	139	109	100	14	16	47	1	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
3777	0	129	115	98	33	14	45	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0		

R. BR.	POPULAR	R	G	B	H	S	L	TH	CB	PERSP	PLAN	SIMETRIJA	KOMPLEKSNOST	RITAM	GEOM_PR	TEKSTURA	EVOCIRANJE	LIJUDI	EFEM_EL	VEST_SV	FOTO_VIZUEL	DOBA_D	GOD_DOBA	VREM_PR	OKRUZENJE	TIP_PEIZ	JAVNI_PR	VODENA_P	VEGETACIA	VIZURE	PROCES_GR
3783	0	130	116	112	13	7	47	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3784	1	131	123	104	42	11	46	1	0	1	2	2	2	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3785	1	86	85	71	56	10	31	1	0	1	1	2	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0
3786	1	116	114	111	36	2	45	1	0	0	2	0	0	2	2	2	1	1	1	1	0	2	4	0	1	1	1	0	1	0	0
3787	0	138	107	89	22	22	45	1	0	1	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0
3788	1	82	101	120	210	19	40	2	0	1	1	2	0	2	0	2	0	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	0	1	0	0
3789	1	101	79	74	11	15	34	1	0	0	1	1	0	3	2	2	1	1	1	1	1	2	1	0	2	0	1	0	1	0	0
3790	1	156	151	152	348	2	60	1	0	1	1	2	0	2	2	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0
3791	1	139	111	94	23	19	46	1	0	1	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0
3792	0	174	184	194	210	14	72	2	0	1	1	2	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3793	1	138	118	106	23	13	48	1	0	0	2	2	0	3	1	2	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3794	0	133	141	147	206	6	55	2	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0	1	1	1	1	0	0
3795	0	160	164	158	100	3	63	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	0
3796	1	167	167	169	240	1	66	2	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0
3797	0	167	157	166	306	5	64	1	0	1	2	2	0	2	0	2	0	0	0	1	0	1	2	0	0	1	0	0	1	0	0
3798	1	134	157	166	197	15	59	2	0	1	2	2	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0
3799	1	132	110	94	25	17	44	1	0	2	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	2	1	0	1	0	1	0	0
3800	0	125	129	126	135	2	50	2	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0
3801	1	118	128	113	100	6	47	1	0	1	2	2	0	2	2	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3802	0	141	138	111	54	12	49	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	1	1	0	0
3803	1	135	135	133	60	1	53	1	0	1	1	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	1	0
3804	0	75	58	61	349	13	26	1	0	0	2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	5	2	0	2	1	0	0	1	0
3805	0	148	108	69	30	36	43	1	0	0	2	2	1	0	0	2	0	1	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	0	0	0
3806	1	130	130	130	0	0	51	0	0	1	1	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
3807	1	119	121	119	120	1	47	0	0	0	1	0	0	2	2	1	0	0	0	0	1	1	1	2	0	0	1	0	1	0	0
3808	0	158	158	163	240	3	63	2	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0
3809	0	189	174	176	352	10	71	1	0	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	5	2	1	1	1	0	0	0	0	0
3810	1	173	172	161	55	7	65	1	0	0	1	2	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0
3811	0	133	120	127	328	5	50	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	3	4	2	1	1	1	0	1	0	0
3812	0	127	110	90	32	17	43	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	1
3813	0	136	149	160	207	11	58	2	0	1	2	2	0	2	1	1	0	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0
3814	0	116	113	113	0	1	45	1	0	1	1	2	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0
3815	1	166	165	156	54	5	63	1	0	1	1	2	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0
3816	1	144	153	162	210	9	60	2	0	1	1	2	0	2	0	1	0	0	1	0	0	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0
3817	0	191	180	151	44	24	67	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0
3818	0	128	116	106	27	9	46	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0
3819	1	156	158	156	120	1	62	0	0	1	2	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0
3820	0	142	142	142	0	0	56	0	1	0	0	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	5	1	0	2	0	0	0	0	0
3821	0	119	128	132	198	5	49	2	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
3822	1	168	167	170	260	2	66	2	0	1	1	2	0	2	1	2	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	0
3823	0	88	83	78	30	6	33	1	0	1	2	2	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	2	2	0	1	1	0	1	0	0
3824	1	160	149	141	25	9	59	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0
3825	0	172	167	167	0	3	66	1	0	2	1	2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
3826	1	102	120	130	201	12	45	2	0	0	1	2	0	1	1	1	0	1	1	1	1	2	1	2	0	1	1	0	1	0	0
3827	0	170	164	151	41	10	63	1	0	1	1	2	2	2	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	0	1
3828	1	151	152	142	66	5	58	1	0	0	1	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	1	0	1	0	0
3829	0	197	176	153	31	28	69	1	0	1	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	5	2	0	2	0	0	0	0	0
3830	1	149	148	144	48	2	57	1	0	1	1	2	1	2	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0



## Biografija autora

Jelena Despotović je rođena 1990. godine u Loznici. 2009. godine upisuje osnovne akademske studije na Departmanu za arhitekturu i urbanizam Fakulteta tehničkih nauka u Novom Sadu, gde 2013. godine stiče zvanje diplomiranog inženjera arhitekture i upisuje master akademske studije na modulu Savremene teorije i tehnologije u arhitekturi. Naredne, 2014. godine stiče zvanje master inženjera arhitekture, nakon odbranjenog master rada pod nazivom Stan za savremenog čoveka, u okviru kog se bavi novim projektantskim metodologijama baziranim na primeni algoritma za generisanje dijagramskih rešenja stambenih jedinica. Iste godine upisuje doktorske akademske studije, a od 2015. godine počinje da radi na Departmanu za arhitekturu i urbanizam kao istraživač pripravnik. Počevši od 2017. godine, zaposlena je u zvanju asistenta i angažovana na predmetima iz oblasti arhitektonskog projektovanja, arhitektonskih tehnologija i dizajna enterijera. 2019. godine odlazi na studentski boravak na Politehnički univerzitet u Bariju, na Departman za građevinarstvo i arhitekturu (*Politecnico di Bari, Department of Civil Engineering Sciences and Architecture*), gde se bavi istraživanjem u okviru teme doktorske disertacije. Iskustvo u praktičnom radu stiče kroz samostalnu i timsku izradu projekata iz sfere arhitektonskog projektovanja i dizajna enterijera, među kojima su neki objavljeni na međunarodnim izložbama. Trenutno se bavi izradom doktorske disertacije pod nazivom „*Arhitektonska produkcija i društvene mreže: model predikcije popularnosti objave*“.

Odabrane reference:

### SUA 1.5

**Despotović Jelena:** „Stan za savremenog čoveka“, prikazano na međunarodnoj izložbi „ARCHI-SEGMENTS 2016“, 03.03.2016.-17.03.2016., Umetnička Alijansa Srbije, Beograd, Srbija, i objavljeno u dvojezičnom katalogu izložbe sa recenzijama, selekcionim odborom sa članovima iz 5 država, str. 72-73, ISBN 978-86-80520-00-1, Izdavač: Umetnička Alijansa Srbije, Kursulina 16, Beograd, Srbija, 2016.

Dostupno na: <http://kabinet505.ftn.uns.ac.rs/wp-content/uploads/PDF/archi%20segments%202016%20katalog%20.pdf>

Atanacković Jeličić Jelena; **Despotović Jelena**; Ecet Dejan; Kapetina Mirna; Maraš Igor, Medić Saša, Rapaić Milan: „Algorithm 2012-2018“, prikazano na međunarodnoj izložbi “Newness”, 15.04.2019.-25.04.2019., Generalni konzulat Republike Srbije u

Njujorku, SAD: Njujork, i objavljeno u dvojezičnom katalogu izložbe sa recenzijama, selekcionim odborom sa članovima iz 5 država, str. 127-131, COBISS.SR-ID 329697287, ISBN 978-86-6022-183-6, Izdavač: Departman za arhitekturu i urbanizam, Fakultet tehničkih nauka, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, Srbija, 2019.

Dostupno na: <http://kabinet505.ftn.uns.ac.rs/wp-content/uploads/PDF/newness.pdf>

### **M33**

**Despotović Jelena;** Ecet Dejan; Medić Saša; Rapačić Milan: „Participatory approach to informal settlements problem solving“, međunarodna konferencija Radical Space In Between Disciplines, Novi Sad, 2015, str. 405-413. ISBN 978-86-7892-755-3

Dostupno na:

[http://radicalspaceconference.com/?page\\_id=426#http://radicalspaceconference.com/wp-content/uploads/2015/05/Conference-Programme-All-Sessions-16.09.pdf](http://radicalspaceconference.com/?page_id=426#http://radicalspaceconference.com/wp-content/uploads/2015/05/Conference-Programme-All-Sessions-16.09.pdf)

*Овај Образац чини саставни део докторске дисертације, односно докторског уметничког пројекта који се брани на Универзитету у Новом Саду. Попуњен Образац укоричити иза текста докторске дисертације, односно докторског уметничког пројекта.*

## План третмана података

<b>Назив пројекта/истраживања</b>
<b>Архитектонска продукција и друштвене мреже: модел предикције популарности објаве</b>
<b>Назив институције/институција у оквиру којих се спроводи истраживање</b>
<b>а) Универзитет у Новом Саду, Факултет техничких наука, Департман за архитектуру и урбанизам</b>
<b>Назив програма у оквиру ког се реализује истраживање</b>
<b>Израда докторске дисертације на Факултету техничких наука, Универзитета у Новом Саду</b>
<b>1. Опис података</b>
<b>1.1 Врста студије</b> <i>Укратко описати тип студије у оквиру које се подаци прикупљају</i> <b>Докторска дисертација</b> _____
<b>1.2 Врсте података</b> <input checked="" type="radio"/> <b>а) квантитативни</b> <input checked="" type="radio"/> <b>б) квалитативни</b>
<b>1.3. Начин прикупљања података</b> <input checked="" type="radio"/> <b>а) анкете, упитници, тестови</b> б) клиничке процене, медицински записи, електронски здравствени записи в) генотипови: навести врсту _____ <input checked="" type="radio"/> <b>г) административни подаци: навести врсту _____ Статистички подаци</b> д) узорци ткива: навести врсту _____ <input checked="" type="radio"/> <b>ђ) снимци, фотографије: навести врсту _____ Јавне Инстаграм објаве одабраних налога</b> <input checked="" type="radio"/> <b>е) текст, навести врсту _____ Литературни извори</b>

ж) мапа, навести врсту \_\_\_\_\_

з) остало: описати \_\_\_\_\_

### 1.3 Формат података, употребљене скале, количина података

#### 1.3.1 Употребљени софтвер и формат датотеке:

а) Ехсел фајл, датотека **.xlsx, .csv** \_\_\_\_\_

b) SPSS фајл, датотека \_\_\_\_\_

в) PDF фајл, датотека **.pdf** \_\_\_\_\_

г) Текст фајл, датотека **.docx** \_\_\_\_\_

д) JPG фајл, датотека **.jpg** \_\_\_\_\_

f) Остало, датотека \_\_\_\_\_

#### 1.3.2. Број записа (код квантитативних података)

а) број варијабли **30** \_\_\_\_\_

б) број мерења (испитаника, процена, снимака и сл.) **3830** \_\_\_\_\_

#### 1.3.3. Поновљена мерења

а) да

б) **не**

Уколико је одговор да, одговорити на следећа питања:

а) временски размак између поновљених мера је \_\_\_\_\_

б) варијабле које се више пута мере односе се на \_\_\_\_\_

в) нове верзије фајлова који садрже поновљена мерења су именоване као \_\_\_\_\_

Напомене: \_\_\_\_\_

*Да ли формати и софтвер омогућавају дељење и дугорочну валидност података?*

а) **Да**

б) *Не*

*Ако је одговор не, образложити* \_\_\_\_\_

## 2. Прикупљање података

### 2.1 Методологија за прикупљање/генерисање података

#### 2.1.1. У оквиру ког истраживачког нацрта су подаци прикупљени?

- а) експеримент, навести тип \_\_\_\_\_ **Аналитичке методе, синтеза**
- б) корелационо истраживање, навести тип \_\_\_\_\_ **Корелација нумеричких података и категорије релативне популарности објаве**
- ц) анализа текста, навести тип \_\_\_\_\_ **Прикупљање података анализом доступне литературе**
- д) остало, навести шта \_\_\_\_\_ **Прикупљање података анкетирањем**

2.1.2 Навести врсте мерних инструмената или стандарде података специфичних за одређену научну дисциплину (ако постоје).

---

### 2.2 Квалитет података и стандарди

#### 2.2.1. Третман недостајућих података

а) Да ли матрица садржи недостајуће податке? Да  Не

Ако је одговор да, одговорити на следећа питања:

- а) Колики је број недостајућих података? \_\_\_\_\_
- б) Да ли се кориснику матрице препоручује замена недостајућих података? Да Не
- в) Ако је одговор да, навести сугестије за третман замене недостајућих података
- 

#### 2.2.2. На који начин је контролисан квалитет података? Описати

**Квалитет података је контролисан поређењем експерименталних, теоријских и података добијених кроз анкетирање.**

#### 2.2.3. На који начин је извршена контрола уноса података у матрицу?

**Контрола уноса података у матрицу је извршена унакрсним поређењем вредности у матрици са вредностима из иницијалне базе података.**

## 3. Третман података и пратећа документација

### 3.1. Третман и чување података

3.1.1. Подаци ће бити депоновани у **Репозиторијум докторских дисертација на Универзитету у Новом Саду**.

3.1.2. URL адреса <https://www.cris.uns.ac.rs/searchDissertations.jsf>

3.1.3. DOI \_\_\_\_\_

3.1.4. Да ли ће подаци бити у отвореном приступу?

- a)  Да
- b) Да, али после ембарга који ће трајати до \_\_\_\_\_
- в)  Не

Ако је одговор не, навести разлог \_\_\_\_\_

3.1.5. Подаци неће бити депоновани у репозиторијум, али ће бити чувани.

Образложење

\_\_\_\_\_

3.2 Метаподаци и документација података

3.2.1. Који стандард за метаподатке ће бити примењен? \_\_\_\_\_

3.2.1. Навести метаподатке на основу којих су подаци депоновани у репозиторијум.

\_\_\_\_\_

Ако је потребно, навести методе које се користе за преузимање података, аналитичке и процедуралне информације, њихово кодирање, детаљне описе варијабли, записа итд.

\_\_\_\_\_

3.3 Стратегија и стандарди за чување података

3.3.1. До ког периода ће подаци бити чувани у репозиторијуму? \_\_\_\_\_

3.3.2. Да ли ће подаци бити депоновани под шифром? Да  Не

3.3.3. Да ли ће шифра бити доступна одређеном кругу истраживача? Да  Не

3.3.4. Да ли се подаци морају уклонити из отвореног приступа после извесног времена?

Да  Не

Образложити

\_\_\_\_\_

#### 4. Безбедност података и заштита поверљивих информација

Овај одељак МОРА бити попуњен ако ваши подаци укључују личне податке који се односе на учеснике у истраживању. За друга истраживања треба такође размотрити заштиту и сигурност података.

4.1 Формални стандарди за сигурност информација/података

Истраживачи који спроводе испитивања с људима морају да се придржавају Закона о заштити података о личности ([https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_zastiti\\_podataka\\_o\\_licnosti.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_podataka_o_licnosti.html)) и

одговарајућег институционалног кодекса о академском интегритету.

4.1.2. Да ли је истраживање одобрено од стране етичке комисије? Да  Не

Ако је одговор Да, навести датум и назив етичке комисије која је одобрила истраживање

---

4.1.2. Да ли подаци укључују личне податке учесника у истраживању? Да  Не

Ако је одговор да, наведите на који начин сте осигурали поверљивост и сигурност информација везаних за испитанике:

- а) Подаци нису у отвореном приступу
  - б) Подаци су анонимизирани
  - ц) Остало, навести шта
- 

## 5. Доступност података

5.1. Подаци ће бити

а) јавно доступни

б) доступни само уском кругу истраживача у одређеној научној области

ц) затворени

Ако су подаци доступни само уском кругу истраживача, навести под којим условима могу да их користе:

---

Ако су подаци доступни само уском кругу истраживача, навести на који начин могу приступити подацима:

---

5.4. Навести лиценцу под којом ће прикупљени подаци бити архивирани.

\_\_\_\_\_ Ауторство-некомерцијално-без прераде \_\_\_\_\_

## 6. Улоге и одговорност

6.1. Навести име и презиме и мејл адресу власника (аутора) података

**Јелена Деспотовић, мејл адреса: jelena.despotovic@uns.ac.rs**

6.2. Навести име и презиме и мејл адресу особе која одржава матрицу с подацима

**Јелена Деспотовић, мејл адреса: jelena.despotovic@uns.ac.rs**

6.3. Навести име и презиме и мејл адресу особе која омогућује приступ подацима другим истраживачима

**Јелена Деспотовић, мејл адреса: jelena.despotovic@uns.ac.rs**