

## ФАКУЛТЕТ ТЕХНИЧКИХ НАУКА

## ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

-обавезна садржина- свака рубрика мора бити попуњена

(сви подаци уписују се у одговарајућу рубрику, а назив и место рубрике не могу се мењати или изоставити)

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ
<p>1. Датум и орган који је именовao комисију</p> <p>Декан Факултета техничких наука, на основу одлуке Научно-наставног већа Факултета техничких наука Универзитета у Новом Саду, донео је Решење о именовању комисије за оцену и одбрану докторске дисертације број 021-199/9-2020 од 05.11.2020.</p> <p>2. Састав комисије са знаком имена и презимена сваког члана, звања, назива уже научне области за коју је изабран у звање, датума избора у звање и назив факултета, установе у којој је члан комисије запослен:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Др Радивоје Динуловић</b>, редовни професор, у.н.о.: Архитектонско/урбанистичко планирање, пројектовање и теорија, Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду; Председник комисије;</li><li>2. <b>Др Игор Мараш</b>, ванредни професор, у.н.о.: Архитектонско/урбанистичко планирање, пројектовање и теорија, Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду; Члан комисије;</li><li>3. <b>Др Бојан Тепавчевић</b>, ванредни професор, у.н.о.: Теорије и интерпретације геометријског простора у архитектури и урбанизму, Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду; Члан комисије;</li><li>4. <b>Др Ксенија Јаловић</b>, ванредни професор, у.н.о.: Урбанистичко и просторно планирање, Архитектонски факултет Универзитета у Београду; Члан комисије;</li><li>5. <b>Др Јелена Атанацковић Јеличић</b>, редовни професор, у.н.о.: Архитектонско/урбанистичко планирање, пројектовање и теорија, Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду; Ментор рада;</li><li>6. <b>Др Милан Рапаић</b>, ванредни професор, у.н.о.: Аутоматика и управљање системима, Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду; Ментор рада.</li></ol>
II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ

1. Име, име једног родитеља, презиме:

**Јелена (Александар) Деспотовић**

2. Датум рођења, општина, држава:

**12.06.1990., Лозница, Република Србија**

3. Назив факултета, назив студијског програма дипломских академских студија – мастер и стечени стручни назив

**Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду  
Студијски програм: Архитектура  
Мастер инжењер архитектуре**

4. Година уписа на докторске студије и назив студијског програма докторских студија

**2014,  
Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду  
Студијски програм: Архитектура**

5. Назив факултета, назив магистарске тезе, научна област и датум одбране:

-

6. Научна област из које је стечено академско звање магистра наука:

-

**III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

**Архитектонска продукција и друштвене мреже: модел предикције популарности објаве**

#### **IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

Навести кратак садржај са знаком броја страна, поглавља, слика, шема, графикона и сл.

Докторска дисертација под насловом **Архитектонска продукција и друштвене мреже: модел предикције популарности објаве**, кандидата Јелене Деспотовић садржи укупно 14 поглавља на 259 страница писаног текста, укључујући и додатке. Текст је илустрован богатом графичком документацијом (фотографијама, дијаграмима, графиконима...). Главном делу рада претходи документација (стр. 1-7), која садржи:

- Насловну страницу дисертације;
- Обавезну општу документацију на српском језику, са изводом и кључним речима;
- Обавезну општу документацију на енглеском језику, са изводом и кључним речима;
- Садржај рада.

Структура главног дела рада је следећа:

##### **1. Увод**

- 1.1 Предмет и проблем истраживања
- 1.2 Потреба за истраживањем
- 1.3 Састав радних хипотеза
- 1.4 Циљеви истраживања
- 1.5 Систематизација досадашњих истраживања
- 1.6 Програм истраживања
  - 1.6.1 Фаза 1
  - 1.6.2 Фаза 2
  - 1.6.3 Фаза 3
  - 1.6.4 Фаза 4
- 1.7 Примењене научне методе
- 1.8 Структура рада

##### **2. Преглед развоја друштвених мрежа**

- 2.1 Развој друштвених мрежа
- 2.2 Појава „лајка“ као мере естетске вредности
- 2.3 Улога визуелног садржаја на друштвеној мрежи

##### **3. Архитектура и естетска економија**

- 3.1 Естетска економија савремене архитектонске праксе
- 3.2 Трендови – компромитовање аутентичности или промоција архитектуре?
- 3.3 Форма прати Инстаграм

##### **4. Визуелни атрибути Инстаграм објава**

- 4.1 Дефинисање особина које утичу на популарност објаве
- 4.2 Просечна вредност црвене (Р), зелене (Г) и плаве (Б) боје на објави
- 4.3 Тон, валер и засићеност просечне боје објаве
- 4.4 Аспекти боје: топлота и хладноћа просечне боје објаве
- 4.5 Црно-беле објаве
- 4.6 Перспектива архитектонског објекта на објави
- 4.7 План или удаљеност камере од објекта
- 4.8 Симетрија
- 4.9 Визуелна комплексност објаве
- 4.10 Ритам
- 4.11 Геометријска правилност објекта
- 4.12 Текстура приказаних материјала

- 4.13 Елементи евоцирања специфичних активности
- 4.14 Присуство људи на објави
- 4.15 Ефемерни елементи
- 4.16 Присуство извора вештачке светлости
- 4.17 Фотографија *версус* визуелизација
- 4.18 Приказано доба дана
- 4.19 Приказано годишње доба
- 4.20 Приказане временске прилике
- 4.21 Видљивост окружења објекта
- 4.22 Тип пејзажа
- 4.23 Јавни простори
- 4.24 Водена површина
- 4.25 Вегетација
- 4.26 Визуре
- 4.27 Приказ процеса градње објекта

## **5. Прикупљени подаци и релативна популарност објаве**

- 5.1 Конструкција узорка
- 5.2 Релативна популарност објаве
- 5.3 Поступак класификације објава према визуелним особинама

## **6. Истраживање података – корелација визуелних особина и популарности**

- 6.1 Релативна популарност објаве у односу на визуелне особине
  - 6.1.1 Релативна популарност објаве у односу на просечну вредност црвене боје на слици
  - 6.1.2 Релативна популарност објаве у односу на просечну вредност зелене боје на слици
  - 6.1.3 Релативна популарност објаве у односу на просечну вредност плаве боје на слици
  - 6.1.4 Релативна популарност објаве у односу на тон просечне боје објаве
  - 6.1.5 Релативна популарност објаве у односу на валер просечне боје слике
  - 6.1.6 Релативна популарност објаве у односу на zasiћеност просечне боје слике
  - 6.1.7 Релативна популарност објаве у односу на топлоту/хладноћу просечне боје објаве
  - 6.1.8 Релативна популарност црно-белих и објава у боји
  - 6.1.9 Релативна популарност објаве у односу на перспективу архитектонског објекта
  - 6.1.10 Релативна популарност објаве у односу на план/удаљеност камере од објекта
  - 6.1.11 Релативна популарност објава у односу на симетрију објаве
  - 6.1.12 Релативна популарност у односу на визуелну комплексност објаве
  - 6.1.13 Релативна популарност објаве у односу на присуство ритма на објави
  - 6.1.14 Релативна популарност објаве у односу на геометријску правилност објекта
  - 6.1.15 Релативна популарност објаве у односу на текстуру приказаних материјала
  - 6.1.16 Релативна популарност објаве у односу на присуство елемената евоцирања специфичних активности
  - 6.1.17 Релативна популарност објаве у односу на присуство људи на објави
  - 6.1.18 Релативна популарност објаве у односу на присуство ефемерних елемената на објави
  - 6.1.19 Релативна популарност објаве у односу на присуство извора вештачке светлости
  - 6.1.20 Релативна популарност фотографије *версус* визуелизације
  - 6.1.21 Релативна популарност објаве у односу на приказано доба дана

- 6.1.22 Релативна популарност објаве у односу на приказано годишње доба
- 6.1.23 Релативна популарност у односу на приказане временске прилике
- 6.1.24 Релативна популарност објаве у односу на видљивост окружења објекта
- 6.1.25 Релативна популарност објаве у односу на тип пејзажа
- 6.1.26 Релативна популарност објаве у односу на присуство јавних простора на објави
- 6.1.27 Релативна популарност објаве у односу на присуство водене површине
- 6.1.28 Релативна популарност објаве у односу на присуство вегетације
- 6.1.29 Релативна популарност објаве у односу на присуство истакнуте визуре
- 6.1.30 Релативна популарност објаве у односу на приказ процеса градње објекта

- 6.2 Експериментална провера утицаја визуелних особина на релативну популарност
- 6.3 Корелација и асоцијација између особина и релативне популарности
  - 6.3.1 Спирманов коефицијент корелације
  - 6.3.2 Крамерова В мера асоцијације
  - 6.3.3 Ета квадратни коефицијент (корелациони размер)
- 6.4 Графички приказ комбинованих коефицијената корелације и асоцијације

## **7. Формирање модела предикције популарности објаве**

- 7.1 Селекција предиктивног модела
- 7.2 Алгоритам к-најближих суседа
- 7.3 Логистичка регресија
- 7.4 Екстремно градијентно појачавање
- 7.5 Стабло претраге
- 7.6 Случајна шума
- 7.7 Компарација модела и матрица конфузије
- 7.8 Оптимизација финалног модела
- 7.9 Интерпретација модела
- 7.10 Емпијска валидација – анкетно испитивање корисника Инстаграма

## **8. Закључна разматрања**

- 8.1 Могућности даљих истраживања

Главни део дисертације садржи укупно осам поглавља (од 1 до 8) и има укупно 142 странице текста (од 1 до 142). Списак литературе и извора приказан је на укупно 16 страница текста (од 143 до 158). Попис илустрација – 83 слике, је дат на 6 страница (од 158 до 163). Попис табела – 9 табела, је приказан на једној страници (164). Индекс имена и појмова је дат на две странице (од 165 до 166). На самом крају дисертације се налазе додаци који садрже графиконе расподеле података, алгоритам коришћен при креирању модела предикције, резултате анкете, као и табеларне приказе улазних података.

## V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

У оквиру рада истичу се две целине које су структуриране кроз 14 поглавља. У раду након уводног дела, прву целину чине поглавља која су теоријског карактера, док су у другој целини приказани практични резултати.

Прво поглавље, (**Увод**) чине предмет и проблем истраживања, потреба за истраживањем, састав радних хипотеза, циљеви истраживања, преглед литературе коришћене у истраживању, примењене научне методе и структура рада.

У другом поглављу, (**Преглед развоја друштвених мрежа**) је дат хронолошки преглед развоја најзначајнијих друштвених мрежа, а потом и разматрање појаве „лајка“ као мере естетске вредности објава. Поглавље се такође бави улогом визуелног садржаја на друштвеним мрежама.

Треће поглавље, (**Архитектура и естетска економија**) позиционира савремену архитектонску праксу у оквиру контекста формираног естетском економијом. Разматра се појам трендова на друштвеним мрежама, као и њихове непосредне импликације на архитектуру, односно, уочава се постојање дилеме око питања да ли трендови компромитују аутентичност или промовишу архитектуру. Такође се идентификује појава специфичног пројектовања архитектонских објеката и ентеријера са циљем постизања популарности на друштвеним платформама – другим речима, могуће је уочити принцип по коме се трендови остварују у савременој архитектонској продукцији. Поглавље је закључено дискусијом о амбивалентним ефектима популарне естетике са друштвених мрежа у пољу архитектуре.

У оквиру четвртог поглавља, (**Визуелни атрибути Инстаграм објава**) дефинисане су визуелне особине које утичу на популарност објаве. Ове особине се деле у четири основне категорије: боје и композиција, обликовање, експресивни садржај и контекст приказане архитектуре. Прва категорија укључује анализу просечне вредности црвене, зелене и плаве боје на објави, као и тон, валер и засићеност просечне боје. Потом, топлоту/хладноћу просечне боје, перспективу архитектонског објекта, план, симетрију и визуелну комплексност објаве. Категорија обликовања подразумева геометријску правилност објеката, ритам и текстуру приказаних материјала. Експресивни садржај објаве укључује детекцију елемената евоцирања специфичних активности, присуство људи, ефемерних елемената и извора вештачке светлости на објави, као и категоризацију објава у фотографије или визуелизације. У оквиру категорије контекста се анализира приказано доба дана, годишње доба, временске прилике, окружење објекта, тип пејзажа, приказани јавни простори, водене површине, вегетација, визууре и приказ процеса градње објекта. За сваку од наведених категорија је дат детаљан опис, те кроз примере илустрован принцип разврставања објава.

У петом поглављу, (**Прикупљени подаци и релативна популарност објаве**) приказан је поступак конструкције узорка на коме се одвија истраживање. Затим је дата дефиниција релативне популарности објаве, која даље фигурира као основни показатељ успешности објаве на друштвеној мрежи Инстаграм. Ово поглавље такође објашњава процес класификације објава према анализираним визуелним особинама.

Шесто поглавље, (**Истраживање података – корелација визуелних особина и популарности**) илуструје процес истраживања података, односно тражења међузависности визуелних особина објаве и њихове релативне популарности. Статистичком обрадом података добија се увид у тачне вредности корелације свих категорија са популарношћу, као и категорија међусобно. У завршном делу поглавља је дат графички приказ јачине повезаности анализираних особина и релативне популарности.

Практични резултати су приказани у оквиру седмог поглавља (**Формирање модела предикције популарности објаве**), које отпочиње применом пет различитих модела предикције на исти скуп података. Надаље се врши компарација перформанси, те одабир финалног модела. Потом следи оптимизација, односно, процес сужавања листе визуелних особина које су неопходне за предикцију релативне популарности. Као финални модел је одабран алгоритам случајне шуме, а затим и интерпретиран. Поглавље је закључено емпиријском валидацијом модела, односно анкетним испитивањем корисника друштвене мреже, у циљу поређења могућности предикције перцептивно и рачунарски.

У осмом поглављу су представљена закључна разматрања и могућности даљих истраживања.

У деветом, десетом, једанаестом и дванаестом поглављу су приказани попис литературе, илустрација, табела и индекс појмова.

Тринаесто поглавље садржи додатке, који су приказани кроз 4 дела (додаци А-Д), а који садрже графиконе расподеле података, алгоритам коришћен при креирању модела предикције, резултате анкете, као и табеларне приказе улазних података.

Рад је закључен биографијом кандидата.

## **VI СПИСАК НАУЧНИХ И СТРУЧНИХ РАДОВА КОЈИ СУ ОБЈАВЉЕНИ ИЛИ ПРИХВАЋЕНИ ЗА ОБЈАВЉИВАЊЕ НА ОСНОВУ РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА У ОКВИРУ РАДА НА ДОКТОРСКОЈ ДИСЕРТАЦИЈИ**

### **СУА 1.5**

**Деспотовић Јелена:** „Стан за савременог човека“, приказано на међународној изложби „ARCHI-SEGMENTS 2016“, 03.03.2016.-17.03.2016., Уметничка Алијанса Србије, Београд, Србија, и објављено у двојезичном каталогу изложбе са рецензијама, селекциони одбор са члановима из 5 држава, стр. 72-73, ISBN 978-86-80520-00-1, Издавач: Уметничка Алијанса Србије, Курсулина 16, Београд, Србија, 2016.

Доступно на:

<http://kabinet505.ftn.uns.ac.rs/wp-content/uploads/PDF/archi%20segments%202016%20katalog%20.pdf>

### **СУА 1.5**

**Атанацковић Јеличић Јелена; Деспотовић Јелена; Ецет Дејан; Капетина Мирна; Мараш Игор; Медић Саша; Рапаић Милан:** „Algorithm 2012-2018“, приказано на међународној изложби „Newness“, 15.04.2019.-25.04.2019., Генерални конзулат Републике Србије у Њујорку, САД: Њујорк, и објављено у двојезичном каталогу изложбе са рецензијама, селекциони одбор са члановима из 5 држава, стр. 127-131, COBISS.SR-ID 329697287, ISBN 978- 86-6022-183-6, Издавач: Департман за архитектуру и урбанизам, Факултет техничких наука, Универзитет у Новом Саду, Нови Сад, Србија, 2019.

Доступно на:

<http://kabinet505.ftn.uns.ac.rs/wp-content/uploads/PDF/newness.pdf>

### **СУА 1.5**

**Атанацковић Јеличић Јелена; Деспотовић Јелена; Ецет Дејан; Гргић Станислав; Јањушевић Тихомир; Којић Радомир; Мараш Игор; Медић Саша; Мишкељин Бојана; Мишкељин Ивана; Пилиповић Драгана; Радовић Миленко; Ткаченко Саша; Тодоров Марко; Топић Алберт:** “And tonight, I see tomorrow” приказано на међународној изложби „Међупростор 505“, 24.10.2018.-07.11.2018., Галерија ликовне уметности поклон збирка Рајка Мамузића, Нови Сад, и објављено у двојезичном каталогу изложбе са рецензијама, селекциони одбор са члановима из 5 држава, стр.14-25, COBISS.SR-ID 327499527, ISBN 978-86-6022-134-8, Издавач: Департман за архитектуру и урбанизам, Факултет техничких наука, Универзитет у Новом Саду, Нови Сад, Србија, 2018.

Доступно на:

<http://kabinet505.ftn.uns.ac.rs/wp-content/uploads/PDF/Medjuprostor505.pdf>

### **СУА 1.5**

**Атанацковић Јеличић Јелена; Деспотовић Јелена; Ецет Дејан; Којић Радомир; Мараш Игор; Медић Саша; Мишкељин Ивана; Радовић Миленко; Тодоров Марко; Ткаченко Саша:** Објекат мешовите намене – три студије, приказано на Међународној изложби „Мапа 10“, 21.10.2019.-21.11.2018., Галерија „Ђура Којић“, Департман за архитектуру и урбанизам, Факултет техничких наука, Нови Сад, и објављено у двојезичном каталогу изложбе са рецензијама, селекциони одбор са

члановима из 5 држава, стр. 8-15, COBISS.SR-ID 327499271, ISBN 978-86-6022-135-5, Издавач: Департман за архитектуру и урбанизам, Факултет техничких наука, Универзитет у Новом Саду, Нови Сад, Србија, 2018.

Доступно на:

<http://kabinet505.ftn.uns.ac.rs/wp-content/uploads/PDF/MAPA10.pdf>

### **СУА 1.5**

**Атанацковић Јеличић Јелена; Мараш Игор; Радовић Миленко; Деспотовић Јелена; Медић Саша; Гргић Станислав; Еџет Дејан:** „Београд ноћу“ приказано на Међународној изложби "Macrointeriors", 06.11.2015.-13.11.2015, Галерија центра за очување амбијенталне целине Кула Гардош, Београд, и објављено у двојезичном каталогу изложбе са рецензијама, селекциони одбор са члановима из 5 држава, стр. 20-21, COBISS.SR-ID 218747660, ISBN 978-86-7466-579-4, Издавач: Академска мисао, Београд, 2015.

Доступно на:

[http://kabinet505.ftn.uns.ac.rs/wp-content/uploads/PDF/Macro%20interiors\\_katalog.pdf](http://kabinet505.ftn.uns.ac.rs/wp-content/uploads/PDF/Macro%20interiors_katalog.pdf)



## **VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА**

Кандидат Јелена Деспотовић у закључку своје докторске дисертације под насловом **Архитектонска продукција и друштвене мреже: модел предикције популарности објаве** даје одговоре на постављена истраживачка питања, приказује резултате истраживања и потврђује хипотезе дефинисане у уводном делу докторске дисертације.

Кандидат је формирао модел за предикцију популарности објаве из области архитектуре на друштвеној мрежи Инстаграм и детектовао конкретне визуелне особине које имају највише утицаја релативну популарност.

Релативна популарност објаве се доминантно заснива на визуелним особинама попут изражене текстуре, правилних геометријских облика и ритмично распоређених елемената. Даље, у степену популарности такође фигурира мала визуелна комплексност објаве, која подразумева мали број приказаних елемената, малу разноврсност и правилност просторне организације. Потом, присуство људи и ефемерних елемената на објави и коначно, фаворизовање визуелизација у односу на фотографије. Закључак овог дела дисертације идентификује хипертрофирану нарацију, декоративне, ефемерне елементе и графичке сензације као основне визуелне чиниоце популарности објаве.

Фаза рада у оквиру које је извршено моделовање подразумева израду и тестирање пет различитих предиктивних модела, као и њихову компарацију, са циљем одабира модела са најтачнијом предикцијом. Финални модел се заснива на бази алгорита случајне шуме, који предвиђа популарну објаву у области архитектуре са тачношћу од 86.09%. Након тестирања могућности оптимизације модела и на основу графикана сатурације, изведен је закључак да је од анализираних тридесет особина објаве, за успешну предикцију довољно само седам, што значајно олакшава процес примене овог модела у оквиру будућих истраживања и другачијег скупа података.

Кроз анкетно испитивање пратилаца Инстаграм налога архитектонских бироа, закључено је да се и на први поглед може релативно успешно проценити каква објава боље пролази на овој друштвеној мрежи – другим речима, закључено је да је у оквиру испитане популације формиран јасно одређен укус, односно, естетске преференције у области архитектонске фотографије и визуелизације.

Закључак који је везан за централни део истраживања, се односи на постојање амбивалентности поводом чињенице да се трендови могу, не само детектовати, већ и активно преликати на савремену архитектонску продукцију. Инхерентна особина трендова јесте њихова пролазност и променљивост, што имплицира да естетске преференције могу значајно еволуирати кроз време, као и да зависе од испитане популације. Полазећи од дуготрајности, као једне од важних особина архитектонских дела, јасно је да прибегавање површним, графичким сензацијама, из категорије савремених естетских трендова, може резултирати умањењем вредности таквог дела, у моменту када се тренд промени. Стога би савремена архитектонска продукција требало да буде усмерена ка искуству корисника простора и формирању аутентичности.

Кандидат у закључним разматрањима наглашава да је модел могуће модификовати са циљем побољшања перформанси и веће тачности предикције, и то употребом другачијих визуелних параметара, који се могу одабрати на основу корелација добијених у оквиру постројећег модела. Такође, кандидат истиче могућност истраживања скупова података из других области архитектуре, попут фотографија и визуелизација ентеријера. Додатно унапређење модела је могуће кроз проверу тачности предикције без употребе табеларних података о објавама, односно, само на основу визуелног садржаја.

Комисија са задовољством изјављује како је кандидат испунио све задатке које је поставио у пријави дисертације, и тиме остварио оригиналан и значајан допринос у подручју архитектуре.

## **VIII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА**

Након пажљиве, детаљне и свеобухватне анализе, Комисија је начин приказа и тумачење резултата истраживања спроведеног у оквиру докторске дисертације Јелене Деспотовић под насловом **Архитектонска продукција и друштвене мреже: модел предикције популарности објаве** оценила као веома квалитетан, а сам рад као значајан допринос разматрању међуусловљености савремене архитектонске продукције и друштвених мрежа, па тиме и непосредних импликација које трендови са друштвених платформи остварују у области архитектонског пројектовања данас.

Рад је проверен у софтверу за детекцију плагијаризма *iThenticate*, у Библиотеци ФТН-а, о чему је Комисија извештена путем електронске поште.

## **IX КОНАЧНА ОЦЕНА ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

Комисија за оцену докторске дисертације Јелене Деспотовић под насловом „Архитектонска продукција и друштвене мреже: модел предикције популарности објаве“, након пажљиве, детаљне и свеобухватне анализе, закључује следеће:

1. Дисертација је написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме ове докторске дисертације;
2. Дисертација садржи све битне елементе неопходне за позитивну оцену дисертације;
3. Дисертација представља оригиналан допринос науци;
4. Комисија није уочила битне недостатке дисертације, па тиме ни њихов утицај на резултате истраживања.

**X ПРЕДЛОГ:**

На основу укупне оцене дисертације, комисија предлаже:

да се докторска дисертација кандидата Јелене Деспотовић под насловом **Архитектонска продукција и друштвене мреже: модел предикције популарности објаве** прихвати, а кандидату одобри јавна одбрана дисертације.

У Новом Саду, 26. новембар 2020.

**Др Радивоје Динуловић**, редовни професор,  
Архитектонско/урбанистичко планирање, пројектовање и теорија,  
Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду;  
Председник комисије;

**Др Игор Мараш**, ванредни професор,  
Архитектонско/урбанистичко планирање, пројектовање и теорија,  
Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду;  
Члан комисије;

**Др Бојан Тепавчевић**, ванредни професор,  
Теорије и интерпретације геометријског простора у архитектури и урбанизму,  
Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду;  
Члан комисије;

**Др Ксенија Лаловић**, ванредни професор,  
Урбанистичко и просторно планирање,  
Архитектонски факултет Универзитета у Београду;  
Члан комисије;

**Др Јелена Атанацковић Јеличић**, редовни професор,  
Архитектонско/урбанистичко планирање, пројектовање и теорија,  
Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду;  
Ментор рада;

**Др Милан Рапаић**, ванредни професор,  
Аутоматика и управљање системима,  
Факултет техничких наука Универзитета у Новом Саду;  
Ментор рада.