



Завод за проучавање  
културног развитка

---

Издавач  
Завод за проучавање културног развитка  
Риге од Фере 4, Београд  
[www.zaprokul.org.rs](http://www.zaprokul.org.rs)

За издавача  
др Вук Вукићевић

Дизајн корица  
Синиша Стефановић

Штампа  
Retro print d.o.o.  
Душана Вукасовића 74/2, Београд

ISBN: 978-86-81529-64-5

---



Завод за проучавање културног развитка

Биљана Јокић  
Слободан Мрђа  
Драгана Мартиновић

**Праћење развоја  
манифестације Музеји Србије  
десет дана од 10 до 10: има ли  
промена 2017. године?**

Београд  
2017.



## Садржај

Увод .....	6
Предмет и циљеви истраживања .....	8
Метод .....	10
Резултати.....	13
Резиме и дискусија главних налаза .....	25
Литература .....	33

## Увод

Пројекат праћења развоја манифестације „Музеји Србије десет дана од 10 до 10“ путем анкетног истраживања посетилаца започет је 2015. године. Тада је манифестација реализована први пут, те је том приликом спроведено и пилот истраживање на пригодном узорку. Све активности планиране су и реализоване у консултацијама са Одбором манифестације, на чију иницијативу је и покренут истраживачки пројекат.

Током друге манифестације, 2016. године, реализовано је прво истраживање на репрезентативном узорку од укупно 2.472 испитаника, на 47 музејских локација у 28 градова у Србији. Испитана је информисаност о самој манифестацији, али такође и ставови и навике посећивања музеја уопште, што је омогућило упоредне анализе са резултатима ранијих истраживања о посетиоцима музеја и музејских манифестација (Јокић и Жежељ, 2013; Мартиновић, 2010; Мартиновић и Јокић, 2012). Основни резултати објављени су у оквиру редовне заводске издавачке делатности (Јокић, Мрђа и Мартиновић, 2016), а сложеније научне

анализе у посебним научним радовима (Јокић, 2016; Јокић и Мрђа, 2017).

Истраживање које смо спровели 2017. године такође је обухватило репрезентативан узорак од укупно 2.400 посетилаца манифестације у 24 града у Србији, тако да је било могуће начинити упоредне анализе резултата истраживања 2016. и 2017. године. У овој публикацији приказаћемо управо те упоредне анализе, док ћемо, као и до сада, у посебним научним радовима објавити сложеније анализе и испитати применљивост одабраних социопсихолошких теоријских модела.

Као и претходних година, истраживање је реализовано уз континуиране консултације са представницима организатора манифестације.

## Предмет и циљеви истраживања

Из богате грађе прикупљене у оквиру ранијих истраживања о посетиоцима музеја, на овом месту вреди издвојити пар кључних налаза, који су посебно важни, будући да су доследно потврђивани у различитим контекстима. Прво, утврђено је да постоји значајан проценат људи који немају навику да посећују музеје мимо манифестација – око 40% посетилаца музејских манифестација (без значајних разлика између Ноћи музеја 2012. и Музеја Србије 2016) локалне музеје посећује само током манифестација, иако је већи број програма могуће видети и осталим данима. Значај овог налаза огледа се у томе што је ову групу посетилаца музеја могуће третирати као потенцијалну музејску публику – дакле, публику коју је могуће подстаћи да у музеје долази чешће и кад манифестације нису у току, што је посебно анализирано у ранијим радовима (Јокић, 2016; Јокић и Жежељ, 2013). Друго, слика о музејима у јавности (бар у посебном делу који чине посетиоци музејских манифестација) је суштински непромењена годинама уназад – посетиоци Ноћи музеја 2012. и Музеја Србије 2016. оцењују их по сличном обрасцу: најпозитивнији аспекти су едукативна функција и

друштвена корисност, а најслабије стране то што нису довољно атрактивни, него су у већој мери досадни (Јокић и Мрђа, 2016).

Овако прецизно понављање поменутих налаза, с једне стране упућује на могуће правце деловања музејских стручњака који се баве развојем музејске публике, а с друге стране поткрепљује тезу о значају емпиријских истраживања као начина да се прецизно мере одређене појаве. С обзиром на тако јасно потврђене налазе, проценили смо да нема потребе да се и ове године поново подрбно бавимо анализом истих проблема, већ смо одлучили да наставимо да пратимо социо-демографска обележја посетилаца манифестације, као и њихову информисаност о самој манифестацији, те генерално интересовање за музеје уопште – како бисмо добили јаснију слику о посетиоцима баш ове манифестације (имајући у виду нпр. Ноћ музеја, НМ).

Општи циљ је био праћење развоја манифестације из угла посетилаца поређењем налаза 2016. и 2017. године. Посебни циљеви су били:

1. утврђивање социо-демографске структуре посетилаца МС;
2. утврђивање информисаности о МС;
3. навике посећивања музеја уопште.

## Метод

Истраживање смо дизајнирали као претходне године. Спроведена је анкета посетилаца манифестације са посебно креираним упитником у складу са постављеним циљевима.

**Инструмент.** Упитник је обухватио три групе питања, које су биле заступљене и прошле године:

1. социо-демографска обележја: пол, старост, стручна спрема, радни статус, пребивалиште;
2. информисаност о МС: када су сазнали за МС, да ли су били на МС прошле године, да ли знају да се у оквиру МС одржава и НМ, да ли су знали да је улаз у музеје бесплатан током МС;
3. навике посећивања музеја уопште: колико пута су посетили неки музеј током протеклих годину дана, да ли имају навику да посећују музеје током боравка у иностранству.

Додатно, ове године смо питали и за омиљене музејске збирке (историјске, археолошке, етнографске, природњачке, научно-техничке,

уметничке, нешто друго, ништа посебно / све подједнако).

**Узорак и процедура.** Регионално стратификован случајни узорак посетилаца старијих од 14 година, на основу података о посећености музеја у оквиру истог догађаја претходне године, обухватио је: 42.1% испитаника са територије Града Београда, 25.6% са територије Војводине, 18.4% из Јужне и Источне Србије и 13.9% из Шумадије и Западне Србије, на укупно 46 музејских локација у 24 града ( $N = 2400$ ).

Прикупљање података на терену реализовали су обучени анкетари у периоду од 13. до 20. маја 2017. године.

Процедуром избора испитаника дефинисано је да се анкетање на свакој локацији одвија од 10 до 22 часа и то тако што је дефинисан број испитаника у првој фази (од 10 до 17 часова) и другој фази (од 17 до 22 часа). Изузетак је био последњи дан анкетања, 20.05.2017. године, када је предвиђено да анкетање почне у 18 часова и да траје док се локација не затвори за посетиоце (тог дана била и Ноћ музеја, па је планом био предвиђен већи број испитаника него осталим данима, у складу са подацима о посећености манифестације претходних година).

Додатно, анкетари су добили упутство да током сваког сата анкетају уједначен број испитаника, у складу с укупним бројем одређеним за тај дан.

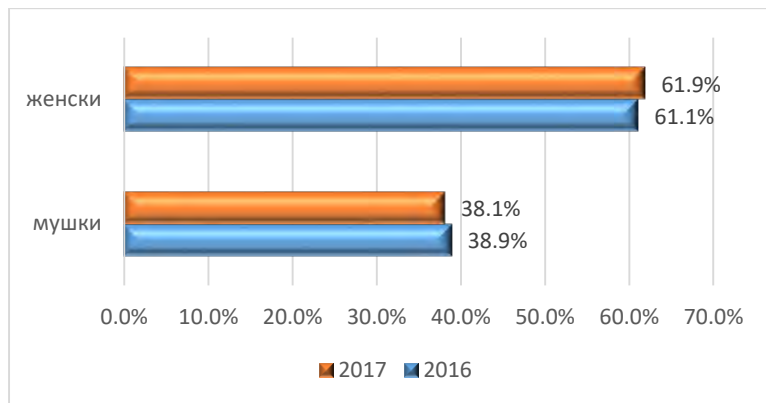
У одређено време на излазу из музејског простора одабран је сваки трећи посетилац. Уколико су у групи, група се бројала као један, тако да не буде укључено више испитаника из исте групе. У случају да одабрани испитаник није дошао сам, анкетари су наглашавали да је важно да упитник попуне без консултација са другима. Уколико се десило да изабрани испитаник одбије анкетање или не одговара критеријуму избора (ако није старији од 14 година или ако је раније током манифестације већ попунио упитник), бира се следећи. Испитаницима је препуштено да бирају да ли ће сами попунити упитник или желе да анкетар уписује њихове одговоре. Као и у ранијим истраживањима, већина је одабрала самостално попуњавање.

Процент одбијања учешћа у анкетању био је релативно низак (мање од 5% на свакој локацији), што је уобичајено у истраживањима у домену културне партиципације.

## Резултати

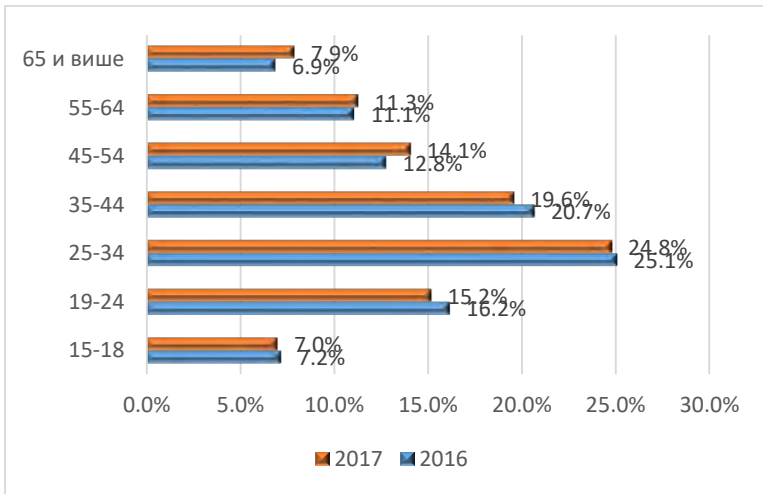
Да би било јасније каква је структура посетилаца, у којим доменима има или нема промена, те које промене се могу очекивати из године у годину, резултате смо приказали упоредо за 2016. и 2017. годину.

**Социо-демографска структура.** Компаративна анализа показује да је структура посетилаца готово идентична у погледу социо-демографских параметара. Другим речима, манифестација привлачи практично исту структуру посетилаца: заступљеније су жене него мушкарци, доминирају запослени, са вишим нивоима образовања најчешће од 25 до 45 година, локално становништво (Графикони 1–5).

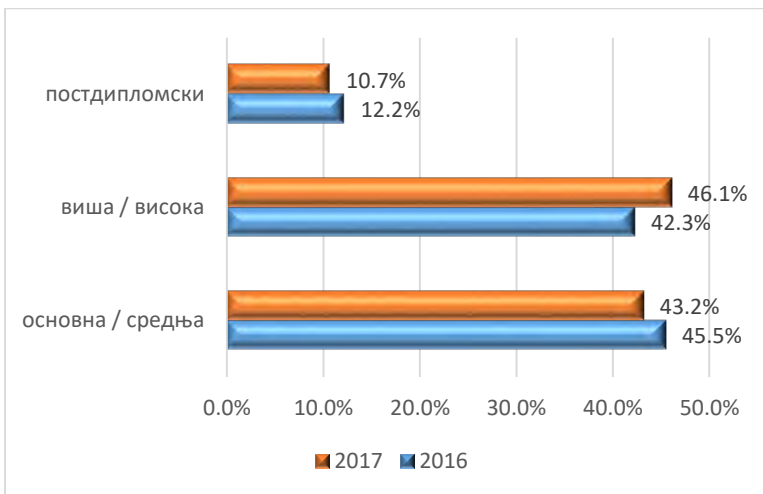


Графикон 1. Структура посетилаца манифестације по полу

Праћење развоја манифестације Музеји Србије десет дана  
од 10 до 10: има ли промена 2017. године?



Графикон 2. Структура посетилаца манифестације по старости

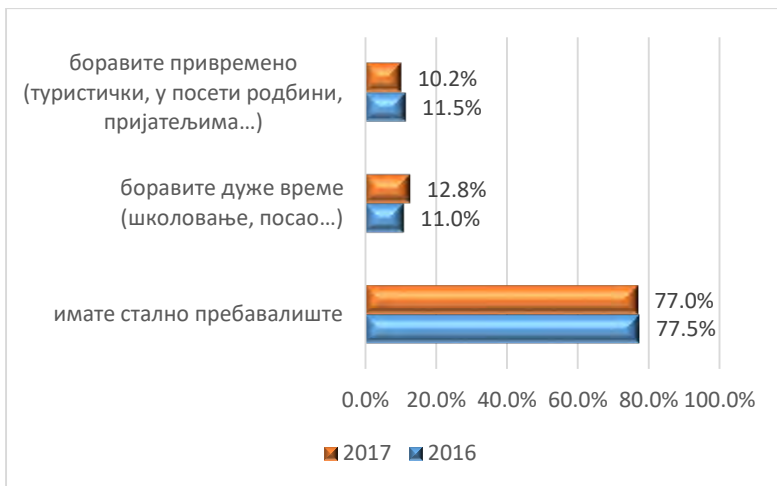


Графикон 3. Структура посетилаца манифестације по стручној спреми

Завод за проучавање културног развика  
Републике Србије



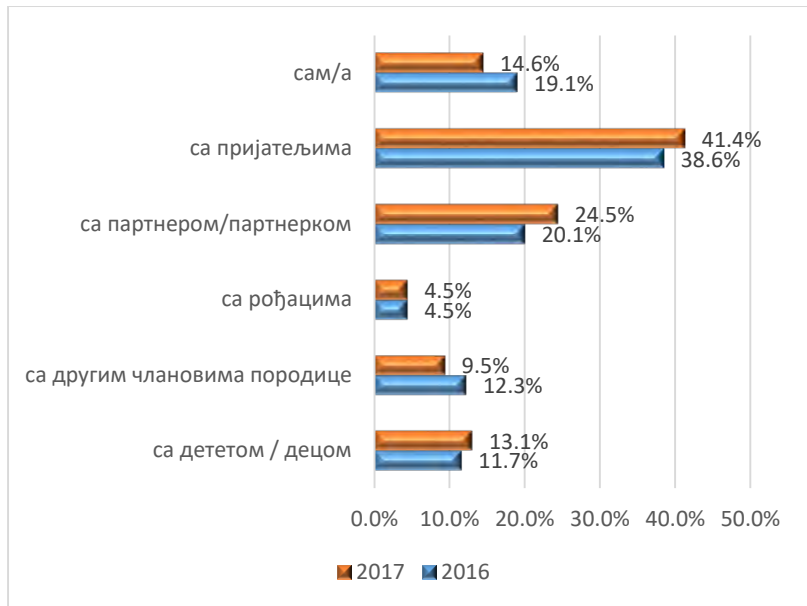
Графикон 4. Структура посетилаца манифестације по радном статусу



Графикон 5. Структура посетилаца манифестације по типу боравка у граду у ком се одвија актуелна музејска посета

### **Информисаност и посећивање „Музеја Србије“.**

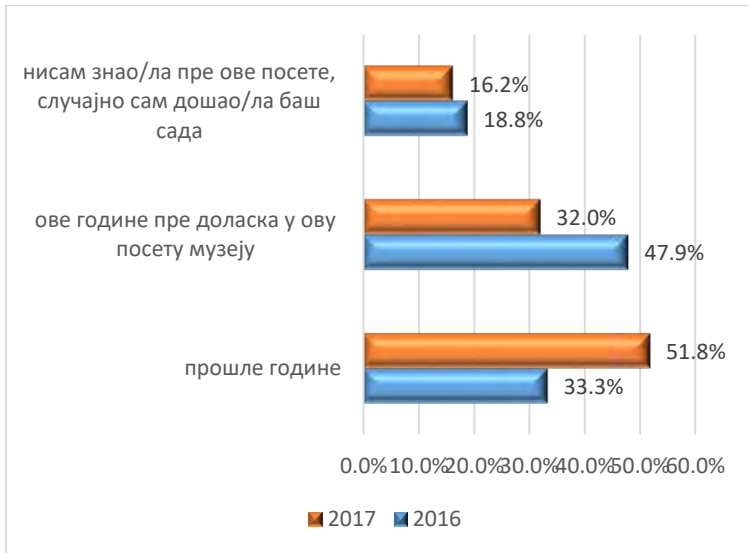
Као и претходне године, посетиоци МС долазе најчешће у друштву пријатеља или партнера. Није необично ни доћи сам, али и даље је релативно низак проценат оних који долазе са децом или са другим члановима породице (Графикон 6).



Графикон 6. Распдела одговора на питање: „С ким сте дошли у ову посету музеју?“ (вишеструки одговори)

Резултати показују да се у односу на 2016. годину променио тренутак кад су сазнали за

манифестацију: већи је проценат оних који су сазнали претходне године, али ипак није промењен проценат оних који су посетили манифестацију претходне године (Графикон 7).

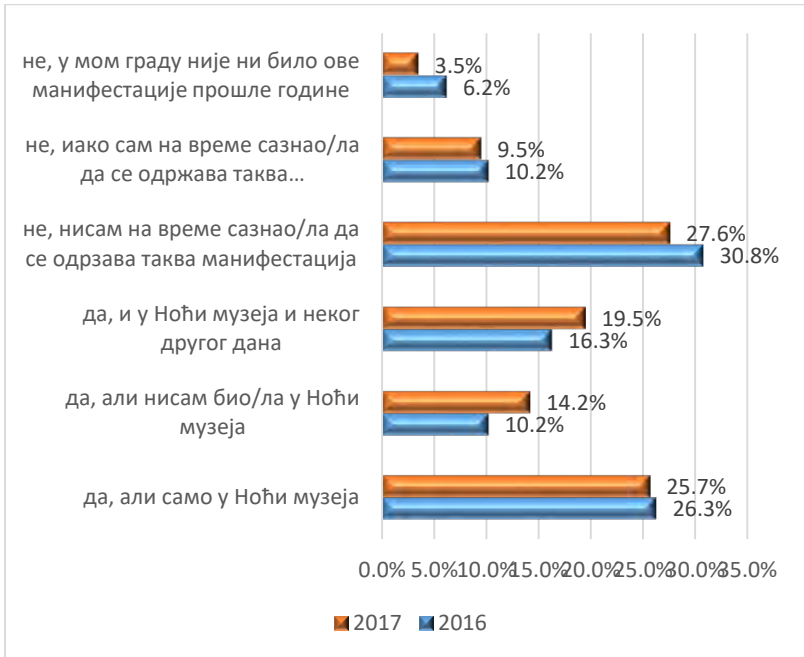


Графикон 7. Расподела одговора на питање: „Када сте сазнали за манифестацију Музеји Србије 10 дана од 10 до 10?“

Резултати откривају да и даље има нешто мање од трећине оних који прошле године нису посетили МС, јер нису на време сазнали да се ова манифестација одржава – што уједно иде у прилог томе да су ове године сазнали на време и дошли у музеј. Оквирно, претходне године је четвртина испитаника била у музеју само током Ноћи музеја,

Праћење развоја манифестације Музеји Србије десет дана  
од 10 до 10: има ли промена 2017. године?

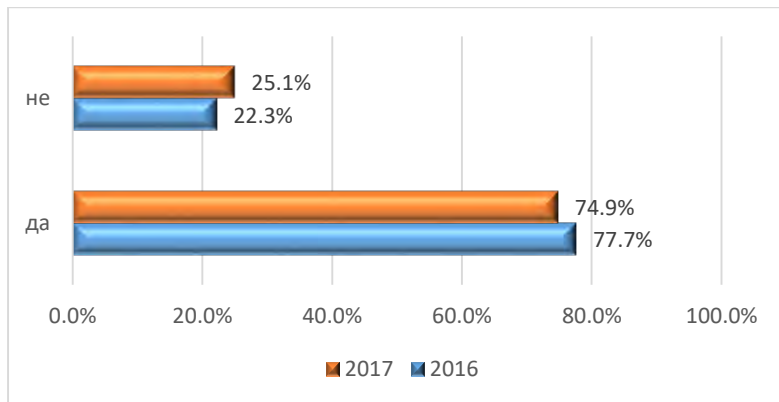
а једна петина је дошла и током НМ и неког другог дана (Графикон 8).



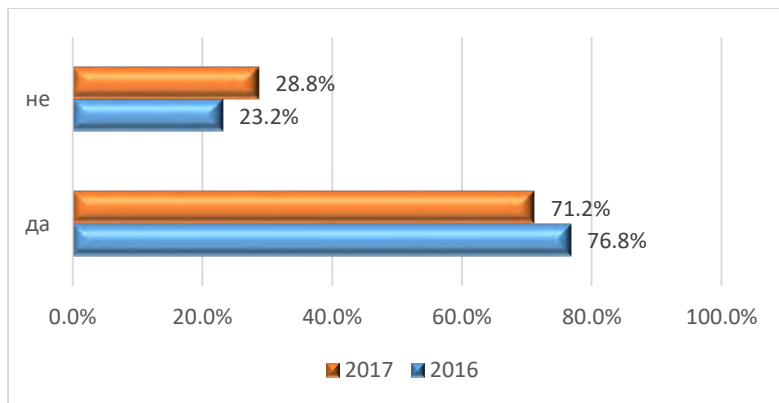
Графикон 8. Распдела одговора на питање: „Да ли сте прошле године посетили неки музеј у оквиру манифестације Музеји Србије 10 дана од 10 до 10?“

У поређењу с претходном годином, нешто је мањи проценат оних који нису знали да се у оквиру МС обележава и Ноћ музеја, али је то и даље нешто више од петине овогодишњих посетилаца МС (Графикон 9). И коначно, приближно исто толики проценат испитаника, опет без промене у односу

на претходну годину, није знао да је улаз у музеје бесплатан током МС (Графикон 10).



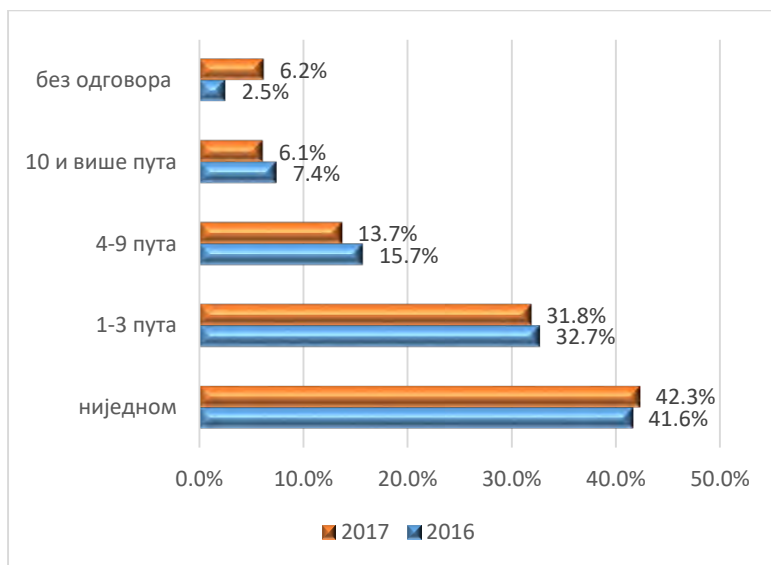
Графикон 9. Расподела одговора на питање: „Да ли знате да се у оквиру манифестације Музеји Србије 10 дана од 10 до 10 обележава и Ноћ музеја?“



Графикон 10. Расподела одговора на питање: „Да ли знате да је улазак у музеје бесплатан током трајања манифестације Музеји Србије 10 дана од 10 до 10, укључујући и Ноћ музеја?“

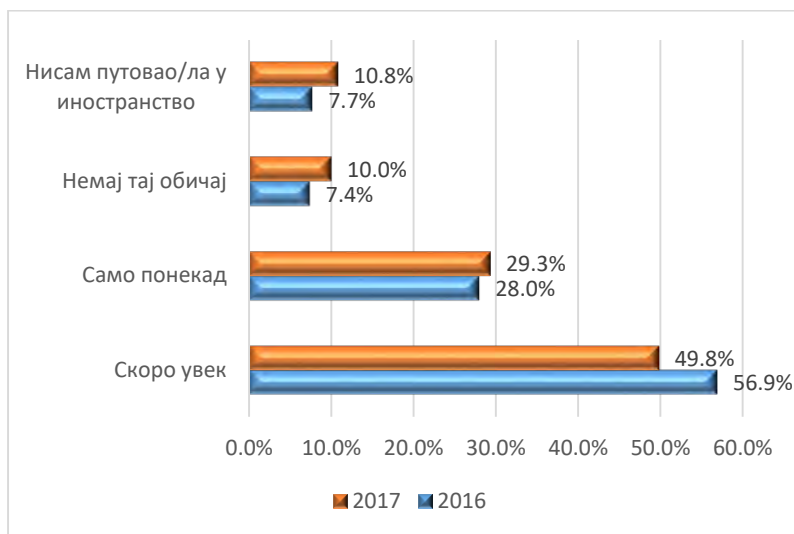
### Посећивање музеја мимо манифестација.

Као што је већ више пута у ранијим истраживањима утврђено, и у овом истраживању показало се да 41.6% посетилаца једноставно нема навику да посећује музеје, али ипак то чини током манифестације. Од оних који јесу посетили неки од домаћих музеја, већина је то учинила 1–3 пута што их чини ретким посетиоцима, односно и даље их није могуће третирати као активну музејску публику (Графикон 11).



Графикон 11. Расподела одговора на питање: “Колико пута сте посетили неки музеј у Србији не рачунајући манифестације Музеји Србије и Ноћ музеја?”

Ипак, када је реч о навикама посећивања музеја у иностранству, овога пута је чак више од половине посетилаца МС одговорило да то чини скоро увек, а близу трећине да то чине понекад (Графикон 12).



Графикон 12. Распдела одговора на питање: „Да ли посећујете музеје током боравка у другој земљи?“

Конечно, у овом истраживању питали смо и за музејске збирке за које су испитаници највише заинтересовани.

Укупно посматрано, најпопуларније су уметничке и историјске збирке, док нешто мање од петине посетилаца нема издиференциран укус, те их

Праћење развоја манифестације Музеји Србије десет дана  
од 10 до 10: има ли промена 2017. године?

---

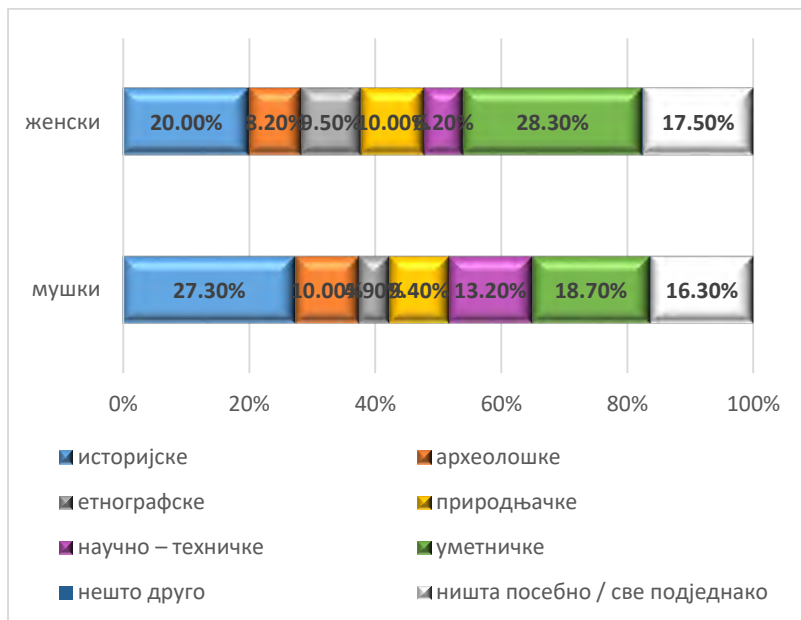
занима све у подједнакој мери или ништа посебно  
(Графикон 13).



Графикон 13. Расподела одговора на питање: „Које музејске збирке Вас највише занимају?“

Међутим, када се резултати детаљније анализирају, откривају се значајне разлике по полу: уметничке збирке су нешто популарније међу женама, а историјске међу мушкарцима (Графикон 14).

Завод за проучавање културног развјатка  
Републике Србије



Графикон 14. Преференција музејских збирки према полу

Додатно, посматрано по старости, опажа се да опада проценат оних који немају издиференциран укус, те им је све подједнако занимљиво, док истовремено расте интересовање посебно за уметничке збирке, али и за историјске (Табела 1).

Праћење развоја манифестације Музеји Србије десет дана од 10 до 10: има ли промена 2017. године?

Табела 1. Преференција музејских збирки према категоријама старости.

		Категорије старости						
		до 18	19–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65 +
Омиљене збирке	историјске	17.7	22.6	25.6	22.9	22.7	22.8	21.0
	археолошке	12.2	7.5	8.9	10.6	9.1	6.7	7.0
	етнографске	4.9	5.3	6.7	8.90	10.30	10.4	9.7
	природњачке	9.1	8.7	10.3	11.70	9.70	6.0	9.7
	научно – техничке	12.2	12.0	8.6	8.70	7.60	7.1	5.4
	уметничке	18.9	27.9	23.5	21.90	22.40	28.7	32.3
	нешто друго	0.6	0.0	0.5	0.00	0.00	0.0	0.0
	ништа посебно	24.4	15.9	16.0	15.40	18.40	18.3	15.1
		100	100	100	100	100	100	100

*Напомена.* У табели су приказани проценти унутар категорија старости.

## Резиме и дискусија главних налаза

Истраживање о посетиоцима манифестације Музеји Србије десет дана од 10 до 10 реализовано је са циљем да се прати развој манифестације – да ли и на који начин се мења структура посетилаца, у којој мери су информисани о манифестацији и заинтересовани за музеје уопште.

Анализа резултата показала је да 2017. године на највећем броју индикатора није дошло ни до каквих промена у односу на претходну годину – резултати су готово идентични у поређењу са онима из претходне године, што с једне стране указује на значај емпиријских истраживања уопште и прецизност мерења у овом конкретном случају, али с друге стране открива проблем спорних промена у сегментима у којима је промене могуће очекивати једино уколико су предузете посебне мере. На пример, структура посетилаца у погледу социо-демографских обележја је непромењена: најзаступљенији су запослени, старости од 25 до 45 година, локално становништво, са вишим нивоима образовања, док у релативно малом проценту на ову манифестацију долазе старији, односно пензионери, али и млађи, односно студенти и

средњошколци. Такође, у релативно малом проценту присутне су особе с децом, па и са другим члановима породице, изузев партнера. Пошто узорком нису обухваћене организоване школске посете, овај податак не говори ништа о генералном присуству деце школског узраста међу посетиоцима, али говори о томе да ово није манифестација породичног карактера. Она то наравно не мора нужно да буде, али из перспективе развоја публике уопште, па и музејске публике, јесте битно да се културне потребе развијају у детињству и то не само укључивањем школа у тај процес, него се посебно истиче улога породице, те навика да се програми посећују са члановима породице (Cvetičanin, 2007).

У прошлогодишњем извештају нагласили смо да је препоручљиво – у зависности од циљева музеја и организатора манифестације – осмислити посебне маркетиншке и промотивне активности како би се привукле друштвене групе, које су слабије заступљене. Посебно је важно то што је ова манифестација првенствено локалног карактера: посећује је у највећој мери локално становништво. Имајући то у виду, као и десетодневно трајање манифестације,

осмишљавањем посебних програма не само што је могуће плански привлачити одређене друштвене групе, него је могуће и одржавати привлачност музеја током целокупног трајања манифестације и пројектовати активности тако да посетиоци манифестације наставе да посећују музеј и након завршетка.

Потенцијал који манифестација има, о чему смо и раније писали, огледа се у поново потврђеном податку о оквирно 40% посетилаца манифестације који немају обичај да дођу у музеј након што се манифестација заврши. Додатно, сваки трећи испитаник посетио је неки музеј у Србији 1–3 пута током протеклих годину дана, што значи да нема основа да се третирају као редовна музејска публика.

О томе смо објавили више радова (Јокић и Жежељ, 2013; Јокић, 2016, Јокић и Мрђа, 2017), па се на овом месту нећемо подробније бавити овим проблемом, али јесте важно поново истаћи оно што је кључно, а то је значај тзв. потенцијалне музејске публике. Генерално, не само када је реч о музејским програмима, него и о програмима осталих установа културе (позоришта, галерије, биоскопи итд.), постоје људи који их никада не посећују и које такви програми једноставно

уопште не занимају, већ воле на други начин да проводе своје слободно време. На њих нема смисла утицати, јер су мале или никакве шансе да се постигне жељени ефекат, те да ти људи постану (нпр. музејска) публика. Такође, постоје људи који воле да посећују одређене програме установа културе, те на њих нема разлога посебно утицати, јер ће они то свакако чинити. Међутим, постоје они који немају развијене навике, али ипак се деси да под одређеним околностима дођу у музеј – можда случајно, јер су имали вишак времена и видели да се нешто догађа у музеју, можда су кренули неком да праве друштво, иако немају посебна интересовања, можда су чули од познаника и пријатеља да се у музеју догађа нешто (и при том је бесплатно), можда би и иначе били заинтересовани али се једноставно не сете да посете музеј, који им је током манифестације само видљивији итд. Они чине групу која може да се означи као потенцијална публика: нису публика, али могу то да постану (Дигл, 1998). Ипак, да би то постали неопходно је предузети посебне активности да се такви људи мотивишу да дођу поново, осим што је свакако битно да им искуство те посете буде позитивно. Уколико се такве активности не предузму, мале су шансе да ће они доћи поново.

Имајући у виду резултате овогодишњег истраживања, дакле, може се претпоставити да нису предузете посебне мере током или након прошлогодишње манифестације: структура посетилаца према социо-демографским параметрима је готово идентична као прошле године, а такође је непромењен проценат посетилаца који у локалне музеје долази само током манифестација. Овај феномен утолико је занимљивији што се односи само на навике посећивања музеја у Србији, док су резултати (опет као и прошле године) оптимистичнији када је реч о посећивању музеја у иностранству: око половине наводи да посећује музеје скоро увек током боравка у иностранству (не знамо колико често путују), а око трећине да то чине понекад.

Укратко, може се рећи да већина посетилаца манифестације јесте бар у некој мери заинтересована за музејске садржаје генерално, али већина ипак нема навику да посећује музеје у Србији.

Кад је реч о интересовању за музејске садржаје, ове године поставили смо и питање за које збирке су испитаници првенствено заинтересовани. Посматрано на целокупном узорку, највеће је интересовање за историјске и уметничке збирке.

Открили смо разлике по старости и полу: са старошћу долази до диференцијације укуса, па опада проценат оних које занима све подједнако (или ништа посебно), а расте интересовање за историјске и уметничке збирке – и то тако што су мушкарци нешто више заинтересовани за историјске, а жене за уметничке збирке.

Када је реч о самој манифестацији, без промене у односу на прошлу годину, сваки четврти посетилац није знао да се у оквиру ове манифестације одржава и Ноћ музеја, а нешто мање од трећине није знало ни да је улаз у музеје бесплатан током трајања манифестације. Значајна промена у односу на прошлу годину забележена је на питању о томе када су сазнали за манифестацију: повећан је проценат оних који су за манифестацију сазнали претходне године (оквирно сваки други посетилац овогодишње манифестације). Овај налаз јесте очекиван, с обзиром на то да је прва манифестација 2015. године организована у веома кратком року, па је 2016. године практично први пут манифестација реализована уз вишемесечно планирање. У том смислу, може се очекивати и даљи пораст процента посетилаца који су раније сазнали за манифестацију.

С обзиром на већи број прецизно поновљених, односно непромењених резултата, било да они одражавају неминовно спори ритам промене када је реч о испитиваним феноменима или одражавају одсуство конкретних мера које би и довеле до промена, из истраживачког угла може се препоручити пауза у праћењу манифестације како би се оставило више времена да се неке значајније промене и догоде. У том смислу, препоручљива је интензивнија сарадња не само у оквиру музејске заједнице, него и активније укључивање других актера: органа управе, медија, спонзора итд, будући да ова манифестација није битна само за музеје, већ има генерални значај за унапређење културне партиципације у Србији.

Подсетимо се емпиријских података који показују да су на нивоу опште популације, било какве активности из области културе и уметности слабо заступљене (а опет најзаступљеније је посећивање фестивалских догађаја); свега 9% матураната посети неки културни догађај у своје слободно време; свега 9.3% младих људи посету културним садржајима сврстава међу три омиљене активности (Опачић и Субашић, 2016; Субашић и Опачић, 2013). Такође, у било каквим

културним активностима (повремено или активно) учествује само 8.5% средњошколаца. При томе, програме установа културе уопште не посећује више од трећине средњошколаца (30% уопште не посећује биоскопе, 39.4% позоришта, 42.4% музеје; Мрђа, 2011). У светлу оваквих резултата, интересовање за музејске фестивале има посебан значај – као један од ресурса за развој музејске публике и као допринос развоју културне партиципације уопште.

Иако се образовање показује као једна од најзначајнијих социо-демографских варијабли (Мрђа, 2016), неопходно је деловати у правцу развоја културних потреба и навика посебно у детињству, али такође деловати у правцу формирања (или промене) ставова о посећивању музеја, те пројектовати полако њихову слику у правцу пожељних места за провођење квалитетног слободног времена.

## Литература

- Digl, K. (1998). *Marketing umetnosti*. Beograd: Clio.
- Јокић, Б. (2016). Предиктори намера и понашања: Могу ли музејски фестивали повећати популарност музеја? *Култура* 152, 331–349.
- Јокић, Б. и Жежељ, И. (2013). Зашто посећеност Ноћи музеја не предвиђа посећеност музеја током године: однос ставова и понашања. *Култура*, 140, 445–469.
- Јокић, Б. и Мрђа, С. (2017). Однос ставова и понашања у домену културне потрошње: случај музејских фестивала. *Социолошки преглед*, 51, 255 – 275.
- Јокић, Б., Мрђа, С. и Мартиновић, Д. (2016). *Истраживање у функцији развоја манифестације „Музеји Србије десет дана од 10 до 10“*. Београд: Завод за проучавање културног развитка.
- Мартиновић, Д. (2010). *Музејска публика*. Београд: Завод за проучавање културног развитка.
- Мартиновић, Д. и Јокић, Б. (2012). *Ноћ музеја као друштвени и културолошки феномен у Србији*. Београд: Завод за проучавање културног развитка.
- Мрђа, С. 2016. *Демократске вредности и културна партиципација у Србији – Политиколошко – културолошки приступ*. Необјављена докторска дисертација. Факултет политичких наука: Универзитет у Београду.

- Мрђа, С. (2011). *Културни живот и потребе ученика средњих школа у Србији*. Београд: Завод за проучавање културног развитка
- Опачић, Б. и Субашић, Б. (2016). *Културне потребе и навике грађана Србије*. Београд: Завод за проучавање културног развитка.
- Субашић, Б. и Опачић, Б. (2013). *Вредности и културни активизам матураната Србије*. Београд: Завод за проучавање културног развитка.
- Светићанин, Р. (2007). *Kulturne potrebe, navike i ukus građana Srbije i Makedonije*. Niš: OGI.

CIP - Каталогизација у публикацији  
Народна библиотека Србије, Београд

069:06.078(497.11)"2016/2017"

7.079.073(497.11)"2016/2017"

06.07:316.73(497.11)"2016/2017"

ЈОКИЋ, Биљана, 1973-

Праћење развоја манифестације Музеји Србије десет дана од 10 до 10 : има ли промена 2017. године? / Биљана Јокић, Слободан Мрђа, Драгана Мартиновић. - Београд : Завод за проучавање културног развитка, 2017 (Београд : Retro print). - 33 стр. : табеле, граф. прикази ; 21 cm

Тираж 100. - Библиографија: стр. 32-33.

ISBN 978-86-81529-64-5

1. Мрђа, Слободан, 1970- [аутор] 2. Мартиновић, Драгана, 1968- [аутор]

а) Музеји Србије, десет дана од десет до десет - Србија - 2016-2017 б) Музејска публика - Истраживања - Србија - 2016-2017 COBISS.SR-ID 253189900