

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Вязанкин В.С. Квест-комнаты как форма культурного и развлекательного туризма: к вопросу о классификации // Human Progress. 2025. Том 11, Вып. 6. С. 3. URL: [http://progress-human.com/images/2025/Tom11\\_6/Vyazankin.pdf](http://progress-human.com/images/2025/Tom11_6/Vyazankin.pdf) DOI 10.46320/2073-4506-2025-6a-11.

## **КВЕСТ-КОМНАТЫ КАК ФОРМА КУЛЬТУРНОГО И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА: К ВОПРОСУ О КЛАССИФИКАЦИИ**



**Вязанкин Вадим Сергеевич**  
старший преподаватель,  
Институт туризма и креативных индустрий,  
Тульский педагогический университет им. Л.Н. Толстого  
г. Тула, Российская Федерация

**Аннотация.** Статья посвящена систематизации квест-комнат как формы культурного и развлекательного туризма. Её цель – разработать универсальную типологическую модель, сопоставимую как с академическими, так и с рыночными классификаторами. Методология включает систематический обзор зарубежной и отечественной литературы, контент-анализ веб-сайтов крупнейших российских агрегаторов и операторов, кодирование > 700 карточек квестов по 40 параметрам, а также сравнительное сопоставление полученных данных с наиболее цитируемыми зарубежными моделями С. Николсона и М. Вимкера. В результате выявлена асимметрия: академические работы описывают формат на уровне жанров и «паспортных» показателей, тогда как рынок оперирует детализированными количественными шкалами («страшность», контактность, сервисная оценка). Предложена интегральная 16-осевая матрица, объединяющая технологические «поколения», уровни иммерсивности, архитектуру загадок и потребительские параметры; она обеспечивает совместимость научных исследований, структуру агрегаторов и практических нужд операторов. Модель позволяет: а) операторам – выявлять незаполненные тематико-технологические ниши и оптимизировать продуктовую линейку; б) агрегаторам – стандартизировать систему фильтров и рейтингов; в) туроператорам и региональным менеджерам – точно комбинировать квест-продукты для продления пребывания туристов; г) исследователям – проводить кросс-анализ рынка спроса. Сформулированы рекомендации: количественно валидировать уровни иммерсивности и страха, включить AR/VR-форматы и экономические показатели, а также изучить влияние

доминирования хоррора на структуру спроса. Таким образом, работа выводит квест-комнаты из разряда точечных кейсов в предмет системного анализа туризма впечатлений и открывает направления дальнейших прикладных и академических исследований.

**Ключевые слова:** экономика впечатлений, квест-комнаты, escape game, туристская индустрия, туристские услуги, квест в реальности.

**JEL коды:** L83, Z32.

## Введение

Туристская индустрия продолжает стремительно меняться под воздействием цифровизации, развития «экономики впечатлений» и растущего запроса на персонализированные формы досуга: современные туроператоры всё чаще продают не просто «пункты маршрута», а эмоционально ориентированный сценарий путешествия, осознавая, что «ценовая конкуренция не является единственным выходом» и что устойчивый рост обеспечивают именно впечатления, формирующие новую потребительскую ценность [9]. Это открывает возможности для появления новых видов услуг, способных продлить и углубить впечатления от посещения дестинации.

Сегодня туристы всё чётче разделяются на две группы: одни выбирают неспешный, но эмоциональный slow travel, другие – короткий, но насыщенный city-break. Такое расслоение во многом определяется ресурсными ограничениями самих путешественников: первый формат предпочитают люди, располагающие более гибким отпускным графиком и достаточным бюджетом, тогда как второй востребован у тех, чья постоянная работа и ограниченные финансовые ресурсы не позволяют выехать надолго.

Концепция slow travel («медленный туризм») стала одним из наиболее выразительных маркеров изменений в туристской индустрии. Она смещает акцент с количества посещённых объектов на качество впечатлений: «основными координатами медленного туризма становится скорость передвижения туриста и скорость освоения достопримечательности» [12]. Турист, практикующий медленное путешествие, стремится задержаться на месте, прочувствовать локальную атмосферу и осмыслить культурный контекст без спешки.

Наряду с этим сохраняет популярность формат city-break («городской отдых») – короткая, как правило от одного до четырёх дней, поездка, ориентированная на «самое главное» в новом месте. «То есть решение отлично подходит для людей, которые ненадолго приехали в другую страну. Но при этом они хотят охватить только основное, главное из того,

что есть в городе»<sup>1</sup>. Такой турист ищет компактные и яркие впечатления, которые позволяют максимально насыщенно провести ограниченное время.

Оба формата делают содержательное наполнение свободного времени ключевым фактором удовлетворённости: у сторонников *slow travel* образуются длительные «пустые окна», требующие глубины, тогда как участники *city-break* стремятся насытить жёсткий тайминг яркими впечатлениями.

Однако, несмотря на указанные и иные тенденции, российские пакетные туры по-прежнему оставляют сегмент свободного времени недостаточно структурированным: путешественники часто сталкиваются с ситуацией, когда они предоставлены самим себе, а локальные развлечения остаются вне их поля зрения. Это сужает возможности расширения туристического опыта и, как следствие, снижает конкурентоспособность как дестинации, так и турфирмы. Потребность в новых, структурированных формах организации свободного времени становится очевидной. Одним из перспективных решений представляются квест-комнаты – интерактивный формат, сочетающий игровую драматургию, технологичность и доступный хронометраж. Они оказываются универсальным решением для обеих стратегий потребления впечатлений: заполняют длинные «окна» углублённым, сюжетно насыщенным взаимодействием с локальной культурой, при этом дают компактный, эмоционально интенсивный эпизод, который легко вписывается режим насыщенного маршрута.

## **Цель, задачи и методы исследования**

В связи с отсутствием унифицированной классификации квест-комнат, объединяющей научные и практические подходы, цель настоящего исследования – систематизировать существующие зарубежные и отечественные типологии и, сопоставив их с реальными рыночными классификаторами, разработать интегральную модель, пригодную для дальнейших академических и прикладных исследований.

Для её достижения поставлены следующие задачи:

1. Провести критический анализ международной и российской научной литературы по типологии квест-комнат;

---

<sup>1</sup> Бондарь Е. Всё, что нужно знать о сити-брейк // Белорусский государственный экономический университет. Факультет коммерции и туристической индустрии. 2023. 11 сентября. URL: <https://fcti.bseu.by/en/2023/09/11/туризм-путешествия-сити-брейк/> (дата обращения: 29.05.2025).

2. Выявить классификационные признаки, фактически используемые российскими агрегаторами и операторами рынка;

3. Сопоставить академические и рыночные схемы, определить точки расхождения и взаимодополнения;

4. Предложить собственную интегрированную матрицу, отражающую ключевые аспекты и обеспечивающую сопоставимость научных исследований с практикой отрасли.

Научная новизна заключается в комплексной систематизации квест-комнат именно как туристского продукта; подобный подход ранее не был реализован в отечественных работах. Практическая значимость результатов заключается в разработке верифицированной матрицы классификационных признаков, которая служит универсальным инструментом для аудита и проектирования квест-комнат: она позволяет операторам выявлять незаполненные тематические и технологические ниши, агрегаторам – стандартизировать систему фильтров и рейтингов, а туроператорам и региональным менеджерам туризма – точно комбинировать квест-продукты под конкретные аудитории, тем самым расширяя спектр впечатлений и продлевая пребывание туристов на дестинации.

Обзор отечественных публикаций последних лет показал, что упоминания о квест-комнатах в России носят эпизодический характер: это преимущественно краткие рыночные обзоры или локальные кейсы без единой методик, вследствие чего отсутствует целостная типология и сравнительная статистика. Теоретическая база классификации в настоящем исследовании опирается главным образом на зарубежные работы, где уже предложены развёрнутые подходы и накоплен репрезентативный эмпирический материал.

Отсутствие официальной статистики и недоступность коммерческих маркетинговых отчётов обусловили выбор открытых цифровых источников: проанализированы сайты крупнейших федеральных сетей, ряда региональных операторов и агрегаторы бронирования. Для каждой квест-комнаты была собрана ключевая описательная информация и сведена в единую таблицу, которая послужила эмпирической базой исследования.

Методологически работа сочетает систематический анализ литературы (выявление терминов и типологических критериев), контент-анализ сайтов с кодированием по указанным параметрам и последующую обработку данных.

Выборка охватывает лишь площадки с активным онлайн-присутствием; офлайн-квесты без сайтов могли не попасть в анализ. Финансовые показатели операторов не рассматривались ввиду конфиденциальности, что, однако, не влияет на цели типологизации. Кроме того, недостаток комплексных отечественных исследований затрудняет прямое сопоставление полученных результатов с предыдущими работами.

## Теоретические основы и обзор типологий (зарубежные и отечественные)

Понятие escape room (квест-комната) неоднозначно. Данный термин можно определить как «командная игра в реальном времени, в которой участники находят подсказки, решают головоломки и выполняют задачи, чтобы достичь конкретной цели – обычно выбраться из комнаты – за ограниченное время» [2]. Стандартная сессия длится около часа; после истечения таймера игру останавливают независимо от остатка заданий, чтобы освободить площадку для следующей группы [3].

Анализ истории появления формата показывает, что ряд авторов называет Real Escape Game, созданную японской студией SCRAP в Киото (2007), «первой» офлайн-комнатой. Однако такой линейный взгляд критикуется: «явление не выросло из единственного прототипа, а формировалось параллельно в разных странах, черпая идеи из телешоу, LARP, point-and-click-квестов и театров-аттракционов» [1] т.е. стало результатом «конвергенции различных форм интерактивных развлечений, а не внезапной революции» [1]. Пентиль подчёркивает, что термин escape game охватывает и цифровые аналоги, но ключевое отличие физического формата – «пространственная изоляция игрока в реальном мире» [3].

Первые типологии делили комнаты лишь по жанрам (хоррор, детектив, приключения). Сегодня авторы предлагают уточнять, какова цель игры: побег, спасение персонажа, расследование, уничтожение артефакта и т. д. Отмечается, что «около 30 % игр вовсе не требуют побега как финальной цели» [2]. Такое разграничение снимает ограничения названия квест-комната и лучше отражает разнообразие сценариев.

В рамках данного исследования анализ типологии квест-комнат основывается на двух ключевых зарубежных работах. Во-первых, рассматривается эмпирическое исследование Скотта Николсона, представляющее собой обзор действующих в мире escape room-компаний. Несмотря на то, что публикация датирована 2015 годом, она остаётся актуальной благодаря следующим факторам:

- масштаб опроса (участники из разных континентов) позволил собрать репрезентативные данные о практических форматах и тенденциях индустрии;
- многие базовые классификационные критерии (жизненный цикл комнат, механика головоломок, уровни иммерсии) мало изменились за последнее десятилетие, а появившиеся в дальнейшем новшества скорее дополнили, чем полностью изменили изначальные категории.

Тем самым работа Николсона фиксирует фактическое многообразие форматов, реализованных операторами по всему миру.

Во-вторых, анализируется более теоретически ориентированное исследование Маркуса Вимкера, Эррола Элумира и Адама Клэра. Авторы уделяют внимание главным образом

дизайнерскому подходу к построению головоломок, архитектуре маршрута и системам подсказок; их работа меньше опирается на эмпирические опросы и больше на концептуальное описание возможных вариантов формата и игровых механик. Такой «теоретический» подход позволяет выявить критерии, которые не всегда явно прослеживались в полевых данных, а служат основой для проектирования новых типов комнат.

Ниже приведено описание ключевых категорий, выделенных в обоих исследованиях (табл. 1).

**Таблица 1**

**Сравнительные категории типологий квест-комнат в исследованиях  
С. Николсона (2015) и М. Вимкера, Э. Элумира, А. Клэра (2015)**

<b>Категория</b>	<b>С. Николсон</b>	<b>М. Вимкер, Э. Элумир, А. Клэр</b>
Источники появления	Ролевая игра вживую; компьютерный квест «point-and-click»; поисковые игры и охота за сокровищами; интерактивный театр и дома с привидениями; приключенческие телешоу и фильмы; индустрия тематических развлечений.	Не рассматривается.
Географическая и демографическая разбивка	Разбивка по регионам и аудитории: Азия, Европа, Америка, Австралия; взрослые, молодёжь, семьи, корпоративные группы, гендерный состав команд.	Не рассматривается.
Количество и конфигурация комнат	Однокомнатные, многокомнатные комплексы (две, три, четыре и более комнат), зависимость от региона.	Общая схема: «одно пространство» (все задачи в одной комнате) и «несколько помещений».
Локация и формат помещения	Локации в торговых центрах, отдельно стоящие здания, необычные площадки (амбар, военная база, иглу и пр.).	Классификация физической конфигурации: «одно пространство», «несколько помещений», «модульные зоны», «тематические локации».
Интеграция темы и сюжета (уровни иммерсивности)	Уровни иммерсивности: без темы, тема без сюжета, есть предыстория и цель, полный сюжет.	«Поколения» иммерсивности: минимальное оформление; расширенные декорации и цифровые триггеры; мультисенсорное погружение (актёры, звук, запах, тактильность).
Тематика и сюжетные концепции	Квесты по темам: современность, исторические эпохи, ужасы, фэнтези, научная/лабораторная,	Примеры жанров: ужасы, мистика, приключения, научная фантастика, фэнтези,

	абстрактная, будущее/технологии, военная, детская/игровая, сезонная и др. Сюжеты: побег, расследование, обезвредить бомбу, шпионаж, спасение и пр.	исторические, триллеры, гибридные жанры.
Структура головоломок (архитектура прохождения)	Типы последовательности: ветвящаяся, последовательная, открытая. Упоминание гибридных форм.	Модели маршрута: линейный (одна задача за другой), открытый (несколько задач сразу, финал после всех), множественный линейный (параллельные цепочки, ведущие к общей цели), возможны гибриды.
Типы головоломок (механики решения)	Механики: физические (манипуляция объектами), поиск скрытых предметов, распознавание паттернов, подстановка символов/шифры, математические и логические задачи, аудио-визуальные эффекты, взаимодействие с актёрами, сенсорные (запах, вкус) и др.	Классификация: когнитивные (логические, шифры, анаграммы); физические (лабиринты, лазеры, механизмы); мета-головоломки (финальные задачи на основе предыдущих решений); социальные (командное взаимодействие); гибридные (совмещают когнитивный и физический элементы).
Дополнительные эффекты и персонажи	Варианты: – наличие неигровых персонажей (NPC); – использование компьютеров и электронных компонентов; – применение спецэффектов (звук, свет, пиро-эффекты, УФ-подсветка).	Технологические уровни: – отсутствие технологий (только замки и реквизит); – базовая электроника (электронные замки, датчики); – продвинутая электроника (программируемые сценарии, сенсоры, проекции); – актёры; – мультисенсорные эффекты.
Механизмы выхода	Варианты: дверь постоянно открыта, открытие через ключ или кнопку, запасной аварийный выход, выход по сигналу (открытие сотрудником снаружи).	Варианты: постоянно открытая дверь, запертая дверь, открывающаяся после решения головоломки, дистанционно управляемый выход (открывается удалённо); скрытый аварийный выход (незаметный для игроков).
Система подсказок	Варианты: отсутствие подсказок, подсказки по запросу, ограниченное число подсказок, механизмы обмена предметом на подсказки, вмешательства мастера через определённые интервалы, задержка между подсказками.	Варианты: фиксированное число подсказок, неограниченные подсказки, «зарабатываемые» подсказки (за выполнение задач), «подсказки с штрафом» (штрафное время или баллы), полное отсутствие подсказок. Способы передачи: устно, лично, письменно.

Уровень сложности и успех	Оценки успешности (в зависимости от сложности и региона). Упоминание, что разные операторы позиционируют комнаты для новичков (большое количество подсказок), для средних игроков и для опытных (ограниченные подсказки, рейтинги).	Делят опыт на три режима: «казуальный» (много подсказок, упор на развлечение), «стандартный» (средний уровень подсказок и сложности), «хардкор» (минимум подсказок, повышенная сложность, рейтинговая система).
Обучающий формат	Категория образовательных комнат: развлекательно-образовательные и чисто образовательные (по истории, географии, химии, астрономии и др.).	Образовательные форматы: наборы-квесты для школ и университетов (Breakout EDU), корпоративные тренинги (для развития Soft Skills), музейные квесты, языковые квесты.
Повторяемость (многократное прохождение)	Практики повторяемости: статический сценарий, использование сменных наборов головоломок, несколько концовок, рандомизация элементов (случайные комбинации).	Опции повторяемости: одноразовые сценарии, модульные головоломки с заменяемыми элементами, процедурная генерация задач, переменные концовки.
Гендерные предпочтения и аудитория	Предпочтения игроков: женщины чаще выбирают «спасательные миссии», мужчины — «шпионские» и «военные» темы; разнообразие команд: смешанные, однополые.	Сегментация аудитории: «казуальные игроки» (новички), «опытные игроки», корпоративные клиенты (тимбилдинг), образовательные группы (школы, университеты), семьи с детьми (облегчённые версии).
Операционные и управленческие аспекты	Практические вопросы: обучение и роль гейм-мастера, требования безопасности (запрет полностью запираить людей), техническое обслуживание (электроника, реквизит), время перезагрузки комнаты (reset).	Классифицируют операционные факторы: юридические требования и требования безопасности, персонал и обучение, обслуживание, масштабируемость (франчайзинг и т.п.).
Терминология жанра	Используются привычные названия «escape room», «живой квест» без выделения дополнительных терминов.	Перечисляют разные термины: «игра на выход» (escape game), «живой квест», «комната с головоломками», «игра в реальном времени», «приключенческая игра»; отмечают, что терминология отражает нюансы восприятия формата.

Источник: разработано автором

Сопоставление двух ключевых зарубежных работ показывает, что исследования Скотта Николсона и Маркуса Вимкера с соавторами образуют взаимодополняющую пару.

Модель Николсона построена «снизу вверх» на основании опроса операторов и отражает реальные конфигурации рынка: она подробно фиксирует географию и аудиторию проектов, число и расположение помещений, практику подсказок, методы эвакуации, а также операционные аспекты – время перезагрузки комнат, требования безопасности, работу персонала. Подход Вимкера и соавторов, напротив, ориентирован «сверху вниз» и служит дизайнерским конструктором: авторы предлагают шкалу «поколений» иммерсивности от минимального оформления до мультисенсорного погружения, вводят четкие маршруты прохождения (линейный, открытый, множественный) и расширяют спектр головоломок, включая мета- и социальные задачи. В то время как Николсон показывает фактическое многообразие существующих форматов, Вимкер задаёт теоретические пределы возможного. При объединении эти две схемы перекрывают основные оси типологизации – пространство, сюжет, механики, технологии и аудиторию, – оставляя за пределами разве что AR/VR-форматы и экономические метрики. Тем самым их интеграция обеспечивает прочный каркас для дальнейшей классификации квест-комнат, пригодный как для академической валидации, так и для практического применения отрасли.

### Отечественные типологии и методология исследования

Отечественная типология квест-комнат пока формируется вокруг двух логик – организационно-потребительской и контентно-жанровой, описывающих соответственно, как проходит игра и о чём она. При этом она заметно отличается от зарубежных систем: последние прорабатывают сценарные цели, архитектуру головоломок, уровни иммерсивности и технологические «поколения» квестов. В российской литературе эти аспекты затрагиваются лишь фрагментарно, устанавливая два указанных принципа. Более подробный анализ представлен в таблице 2.

Таблица 2

#### Категории отечественной типологии квест-комнат

Категория	Варианты (виды)
Степень реальности	Реальные; виртуальные
Время проведения	Дневные; ночные
Продолжительность	Короткие; средние; длительные
Уровень сложности	Элементарные; продвинутые; сложные / гиперсложные
Возраст аудитории	Подростковые; молодёжные; универсальные (6+, 14+, 18+)
Способ передвижения	Пешие; автомобильные
Формат игры	Escape-room; квест-в-реальности; перформанс; экшн; VR; городской квест; веб-квест; «живой» квест; «Морфеус»
Жанр / тематический сюжет	Детектив; ужасы / хоррор; приключение; логический; исторический; постапокалипсис; триллер; фантастика; сказка;

	пиратский; спорт; катастрофа; мистика; ограбление; тюрьма; патриотический; детский и т.д.
<b>Тип активности</b>	Поисковые; интеллектуальные; спорт-экстрим
<b>Интерьер / стилистика</b>	Стили «фэнтези средневековье», «нуар», «дикий запад», авторские декорации и т.д.
<b>Пространственная модель</b>	Салонная; уличная; домашняя; туристская (с гидом / автономная / дистанционная)

Источник: разработано автором

Организационный блок сводится к «паспортным» переменным: степени реальности (офлайн / онлайн), времени суток, хронометражу, уровню сложности, возрастной маркировке и, реже, способу передвижения. Эти индикаторы легко операционализировать в анкетах и рекламных описаниях, поэтому они доминируют в прикладных исследованиях и позволяют быстро сегментировать аудиторию [13]. В совокупности они создают минимальный профиль квеста, необходимый для сравнения площадок и сценариев [10].

Контентный блок менее согласован. Одни авторы ограничиваются перечислением популярных сюжетов – детектив, хоррор, приключение и т. д. [8], другие дробят продукт по «форматам» – escape-room, перформанс, экшн, VR, «Морфеус» [5], [6], [7]. При этом жанровые и форматные шкалы редко объединяются в единую матричную систему: чаще это закрытые списки, отражающие локальные предпочтения.

Ряд работ добавляет специфические критерии, встречающиеся единично. Так, предлагается учитывать способ передвижения игроков – пешеходный или автомобильный формат, что актуализирует квесты-автопробеги и влияет на логику сценария [22]. Отдельно выделяется тип активности (поисковая, интеллектуальная, спорт-экстрим), позволяющий разграничивать когнитивные и физически ориентированные сценарии [4]. Встречается и классификация по интерьерно-стилистическому оформлению – «нуар», «дикий запад» и др., что обращает внимание на художественные приёмы иммерсии [11]. Наконец, подчеркнута пространственная модель (салонная, уличная, домашняя) и три формы туристского квеста – с гидом, автономная, дистанционная, что связывает игру с особенностями туристской инфраструктуры [11]. Эти критерии свидетельствуют о попытках расширить типологию за счёт логики и эстетики, однако остаются периферийными и не интегрированы в единую системную схему.

В совокупности наблюдается асимметрия в классификации: это указывает на необходимость дальнейшего теоретического расширения, особенно в части жанров, технологий и сценарно-перформативных форм.

## **Рыночные классификации и интегрированная матрица.**

После выявления базовых и вариативных оснований, предложенных в отечественной научной литературе, логично перейти к практической плоскости – к тем классификационным инструментам, которыми сегодня действительно пользуются российские квест-операторы и профильные агрегаторы.

Эмпирический срез необходим, чтобы оценить, какие параметры востребованы пользователями и бизнесом, какие остаются латентными, а какие вовсе не коррелируют с академическими моделями, тем самым уточняя рамки будущей, синтетической классификации.

Первичная систематизация проведена на основе карточек и расширенных фильтров крупнейших агрегаторов, а также витрин нескольких флагманских сетей. Таблица 3 суммирует те параметры, которые выступают явными основаниями классификации на сайтах: формат игры, жанровая/тематическая пометка, возрастной диапазон, размер команды, уровень сложности, шкала страха/контакта и сервисные признаки (Необходимо также подчеркнуть, что подавляющее большинство представленных игр ориентируется на хоррор-тематику; именно поэтому в агрегаторах столь заметны фильтры «страшность», «контактность» и смежные параметры. Доминирование жанра ужаса искажает общую картину спроса, поэтому тенденция требует отдельного, более детального исследования рынка).

**Таблица 3**

**Классификации квест-комнат на ведущих российских агрегаторах и студийных сайтах**

Категория	Мир Квестов <sup>2</sup>	ТОП-квестов <sup>3</sup>	Quest-гид <sup>4</sup>	QuestInfo <sup>5</sup>	Студийные сайты <sup>6, 7, 8, 9</sup>	Типовые виды внутри категории
<b>Формат</b>	Квест в реальности; Перформанс; Экшн-игра; VR-квест; Он-лайн	Перформансы; VR; Экшн; Уличные; Он-лайн	Прятки; Перформанс; Морфеус; VR	VR; Выездные; выйти из комнаты	Стелс; Лофт; Прятки-бродилки	Classic escape, перформанс, экшн, VR, Морфеус, бродилка
<b>Жанр/тематика</b>	80+ тегов (детектив, хоррор, фэнтези, магия, космос и т.д.)	Хоррор, фантастика, детектив, мистика, романтика т.д.	25+ тегов (триллер, фэнтези, маньяки, ограбление т.д.)	90+ подборок (пиратские, военные, вампиры, демоны т.д.)	Страшные, маньяки, мистика, свидание т.д.	Условно-неограниченный тематический перечень
<b>Возраст</b>	6+ – 18+ (с/без сопров.)	0 – 25 (с шагом 1 год)	8 – 16 лет (поиск), допустимый возраст	Отдельные подборки для детей, для взрослых, для 1 класса ...	Детям, подросткам, 18+	Шкала 5+/6+.../18+
<b>Размер команды</b>	1 – 40	1 – 10+	2 – 10	0 – 8+	От 4-х; 12 по ...	Мало- и крупногрупповые
<b>Сложность</b>	1 – 3 (поиск: простые/средние/сложные)	Шкала 0 – 10 (простые/средние/сложные)	0 – 4 (элементарно)	Сложные подборки	Лайт/медиум/хард	Три- или пятибалльные шкалы

<sup>2</sup> ПО «Система подбора квестов»: информац. сервис «Мир Квестов»: сайт / разработано ООО «Мир Квестов С». Москва, 2018. URL: <https://mir-kvestov.ru> (дата обращения: 11.06.2025).

<sup>3</sup> Проект «ТОП Квестов»: сайт / индивидуальный предприниматель Новоселова А.А. Москва, 2015. URL: <https://topkvestov.ru> (дата обращения: 11.06.2025).

<sup>4</sup> КвестГид.рф: информац. площадка для поиска квестов: сайт / индивидуальный предприниматель Суслов А.В. Москва, 2015. URL: <https://квестгид.рф> (дата обращения: 11.06.2025).

<sup>5</sup> Квестинфо: агрегатор квестов в реальности: сайт / ООО «Квестинфо 2.0». Москва, 2020. URL: <https://www.kvestinfo.ru> (дата обращения: 11.06.2025).

<sup>6</sup> Claustrophobia: сеть квест-комнат: сайт / ООО «Клаустрофобия». Москва. Обновляется регулярно. URL: <https://claustrophobia.com> (дата обращения: 23.06.2025)

<sup>7</sup> PZDC-Quest: реалии-квесты хоррор: сайт / ИП Шлихтенмайер М.И. Москва. Обновляется регулярно. URL: <https://pzdc-quest.ru> (дата обращения: 23.06.2025)

<sup>8</sup> Quest Stars: сеть квест-комнат: сайт / ИП Царская Ю.А. Москва. Обновляется регулярно. URL: <https://quest-stars.ru> (дата обращения: 23.06.2025)

<sup>9</sup> Территория Мистики = Mystic Space: интеракт. театр-квест: сайт / ООО «Интертейментс». Санкт-Петербург. Обновляется регулярно. URL: <https://term.ru> (дата обращения: 23.06.2025). (Зарегистр. товар. знак № 619807).

<b>Страшность /контакт</b>	0 – 3 (и фильтр не страшный – очень страшный); с актёрами/без контакта	Страшные, хоррор, контактный/бесконтактный	Страшные, маньяки, хоррор	Страшные, хоррор, ночные	Режимы lite/medium/hard	Шкалы 0 – 5; с/без актёров
<b>Сервисные теги</b>	7 метрик качества (антураж, логика, ...); скидки, Black Friday, ГОСТ	Зона отдыха, онлайн оплата, English	Теги в карточке: онлайн-квиз, VR-AR...	Скидки, Подарочные сертификаты, Баллы	11-го по 12-го по 1500 руб., режимы игры	Маркетинг /сервис

Источник: разработано автором

Сопоставление табл. 3 с академическими типологиями показывает, что рынок ввёл ряд дополнительных измерений, которых не было в научных схемах. Таблица 4 фиксирует эти новации и уточняет, как именно они проявляются на сайтах-агрегаторах.

**Таблица 4**

**Рыночные параметры квест-платформ и их несоответствие академическим классификациям**

<b>Новая рыночная переменная</b>	<b>Как реализована на площадках</b>	<b>Замечание относительно академической типологии</b>
Уровень страха / тип контакта	Сквозные шкалы 0–3, 0–5; фильтры «бесконтактный», «touch-horror»	В литературе «хоррор» фигурирует лишь как жанр; интенсивность никогда не указывается
Сервисно-качественные КРІ	Независимые рейтинги «антураж», «логика», «технологичность», «сервис» (0–10)	Категорий качества в академических классификациях нет
Маркетинг-события	Подборки «Black Friday», «8 Марта», «корпоратив», «подарочный сертификат»	Сезонность и промо-поводы отсутствуют в теоретических моделях
Гибкие аудитории	Фильтры «для двоих», «для женщин», «для школьников 4 класс»	В статьях не столь подробные блоки: дети, подростки, универсальные и т.д.
Технологические форматы	VR/AR, онлайн-квизы, гибриды «прятки»	VR упоминался эпизодически, AR и онлайн-квизы не встречались (обусловлено вероятно временем проведения исследований)
Экстремальные режимы	«Морфеус», «бродилка-темнота», уровни lite-medium-hard	Сенсорная депривация описана только в двух академических работах

Источник: разработано автором

Агрегаторы стремительно нарастили число классификационных осей. Помимо традиционных параметров «сложность – возраст – формат», они используют шкалу страха, делят перформансы по степени телесного контакта, фиксируют сервисные рейтинги и вводят маркетинговые теги, приуроченные к праздникам и акциям. Тематический словарь расширился до сотен тегов, охватывающих поп-культуру, франшизы, сезоны и даже гендерные предпочтения. Сравнение с академическими типологиями свидетельствует, что контентный компонент отличается одновременно более высокой детализованностью и существенно большей насыщенностью. Организационный блок, напротив, был усложнён прежде всего количественными показателями (страх, качество, сервис), а не новыми конструктивными категориями.

Рынок демонстрирует два ключевых расхождения теории и с практикой. Во-первых, усиливается маркетинговая метризация: каждая игра описывается десятками числовых индикаторов, тогда как академические авторы оперировали главным образом номинальными шкалами. Во-вторых, тематическая детализация достигла уровня брендовых и сезонных тегов, что выводит типологию за пределы жанровых «детектив/хоррор» и формирует динамический рубрикатор, меняющийся вместе с культурной модой.

Показательно, что ряд научных предложений не востребован площадками: средству передвижения (пешеходный / авто) уделяется минимум внимания, интерьерная стилистика («нуар», «стимпанк») не формализуется, а туристские формы («с гидом», «дистанционная») почти не фигурируют. Это свидетельствует о смещении акцента с организационных нюансов к эмоционально-потребительским характеристикам продукта.

Таким образом, реальный сегмент российского рынка квест-комнат оперирует многоуровневой системой фильтров, в которой базовые оси (формат, жанр, возраст, команда, сложность, страх/контакт, сервис, маркетинг-теги) задают пользовательскую навигацию по сотням сценариев. По сравнению с академическими классификациями такая система одновременно более детальна (за счёт количественных и сервисных шкал) и менее устойчива (тематические теги меняются вместе с культурным трендом).

После сопоставления зарубежных и отечественных схем становится очевидным: рынку и исследователям необходим единый понятийный каркас. Предлагаемая матрица (таб. 5) объединяет технологические уровни, степень иммерсивности и архитектуру загадок (широко описанные в англоязычной литературе) с разработанными в России шкалами страха, контактности и сервисных показателей. Такая интеграция обеспечивает одновременно научную сопоставимость, полную пользовательскую ориентацию агрегаторов и прозрачные

ориентиры для разработчиков, позволяя увидеть, какие параметры уже перешли в разряд стандартов, а какие остаются зоной эксперимента.

**Таблица 5**

**Ключевые оси интегрированной типологии квест-комнат**

<b>Категория-основание</b>	<b>Подвиды (основной набор)</b>	<b>Назначение фильтрации / анализа</b>
<b>Формат проведения</b>	Классическая комната-побег; спектакль-квест; динамическая игра; VR-квест; прятки-бродилка; игра вслепую (Морфеус)	Отражает технологию и пространство
<b>Степень иммерсивности</b>	Базовая декорация; частичное проживание роли; полное проживание роли	Сравнивает глубину вовлечения
<b>Интеграция темы и сюжета</b>	Без темы; тема без сюжета; сюжет с предысторией и целью; полный сюжет, раскрываемый через задачи	Задаёт уровень нарратива и связности опыта
<b>Технологическое поколение</b>	Механические замки; электронные триггеры; киберфизические механизмы; XR / ИИ-решения	Фиксирует уровень техники
<b>Архитектура загадок</b>	Линейная; разветвлённая; сеточная; модульная	Анализирует логику прохождения
<b>Типы головоломок</b>	Когнитивные; физические; мета-головоломки; социальные; гибридные	Определяет игровой механический спектр
<b>Система подсказок</b>	Без подсказок; по запросу; ограниченные; «зарабатываемые»; подсказки с штрафом	Регулирует сложность и темп игры
<b>Степень страха / контакт</b>	Семейный; лёгкий; пугающий; экстремальный	Определяет психологическую нагрузку
<b>Сложность задач</b>	Начальная; средняя; высокая; экспертная	Балансирует команды
<b>Длительность сеанса</b>	Краткая ( $\leq 60$ мин); стандартная (70–90); расширенная (90–120); марафон ( $> 120$ )	Учитывает тайм-менеджмент и ценообразование
<b>Мобильность проведения</b>	Стационарная; городская пешеходная; автомобильная; выездная (на площадке заказчика)	Отражает географию и логистику
<b>Жанрово-тематическая линия</b>	Детектив; ужас; фэнтези; научная фантастика; историческое приключение; романтическая история; комедийное развлечение	Связывает продукт с культурным контекстом

<b>Размер команды</b>	Одиночный; пара; малая (3–4); средняя (5–7); расширенная (8–12); большая (13+)	Задаёт вместимость
<b>Целевая аудитория</b>	Дети 6–9; подростки 10–15; семейные группы; взрослые 18+; корпоратив; парное свидание; крупная команда	Определяет маркетинговое позиционирование
<b>Обучающий формат</b>	Развлекательно-образовательный; чисто образовательный (школьный, музейный, корпоративный)	Отделяет training-и edutainment-комнаты от развлекательных
<b>Сервисные атрибуты</b>	Зона отдыха; онлайн-бронирование; игра на иностранном языке; круглосуточный режим; соответствие ГОСТ	Повышает доверие и удобство

Источник: разработано автором

Матрица закрывает главный пробел, обнаруженный в отечественных работах: кроме базовых «паспортных» показателей (возраст, сложность, длительность) она включает сценарно-нарративные и технологические параметры, принятые в международной литературе и давно работающие в индустрии. Появились уровни иммерсивности – от простой декорации до полного «проживания роли» (иммерсивность здесь понимается как ощущение физического и эмоционального присутствия, создаваемое декорациями, звуком, запахами и игрой актёров); архитектура загадок, описывающая логику прохождения; система подсказок как инструмент тонкой настройки темпа; а также шкала страха / контактности, уже привычная пользователям агрегаторов.

Такое объединение делает академическую типологию совместимой с реальными интерфейсами бронирования: оператор может сразу увидеть, какие комбинации признаков (например, XR-решение с мета-головоломкой и экстремальным уровнем контакта) на рынке ещё редки, а исследователь – проверять гипотезы о востребованности тех или иных сочетаний. При этом каждое основание независимо: матрица даёт возможность анализировать только технологию, только целевые аудитории или любые их пересечения без перестройки системы.

## Заключение

Исследование заполнило методологический пробел в российской литературе о квест-комнатах: из разрозненных академических и рыночных источников выстроена единая типология из 16 осей, охватывающая технологию, нарратив, логику задач и потребительский профиль. Диагноз рынка показал асимметрию: агрегаторы оперируют детализированными

количественными шкалами (страх, качество, сервис), тогда как научные работы ограничивались номинальными жанрами и базовыми «паспортными» параметрами. Доминирование хоррора определило популярность фильтров «страшность» и «контактность», что искажает видимую структуру спроса и требует отдельных исследований.

Интегральная матрица делает академическую классификацию совместимой с практикой: операторы получают чек-лист для позиционирования и поиска незанятых ниш, агрегаторы – стандарт фильтрации, туроператоры – инструмент подбора продукта под аудиторию и тайм-слот, а исследователи – основу для кросс-рынка сопоставлений. Ограничения (неполный охват офлайн-площадок, отсутствие финансовых данных, необходимость валидировать уровни иммерсивности и страха количественно) очерчивают последующие шаги. В перспективе метод следует расширить на AR/VR-форматы, интегрировать экономические метрики и проверить устойчивость категории «полного проживания роли» на репрезентативной выборке игроков.

Остаются задачи для доработки: необходимо операционализировать границы между «частичным» и «полным» проживанием роли, уточнить количественные индикаторы уровня страха и встроить экономические метрики. Тем не менее предложенный каркас уже выполняет заявленную цель исследования – создаёт универсальную, верифицируемую и пригодную для практики классификацию квест-комнат.

Тем самым работа выводит квест-комнаты из разряда точечных кейсов в предмет системного анализа туризма впечатлений и открывает дорожную карту для дальнейших прикладных и академических исследований.

### Список литературы

1. Nicholson S. Emergence or Convergence? Exploring the Precursors of Escape Room Design [Electronic resource] // Analog Game Studies. 2016. March 7. Available at: <https://analoggamestudies.org/2016/03/emergence-or-convergence-exploring-the-precursors-of-escape-room-design/> (accessed: 29.04.2025).
2. Nicholson S. Peeking behind the locked door: A survey of escape room facilities [White paper]. 2015. Available at: <http://scottnicholson.com/pubs/erfacwhite.pdf> (last updated: 24.05.2015; accessed: 29.04.2025).
3. Penttilä K. History of Escape Games Examined through Real-Life and Digital Precursors and the Production of Spygame: Master's thesis in Digital Culture. Turku: University of Turku, School of History, Culture and Arts Studies, Faculty of Humanities, July 2018. DOI: 10.13140/RG.2.2.14112.43523. Available at:

[https://www.researchgate.net/publication/327498281\\_History\\_of\\_Escape\\_Games\\_examined\\_through\\_real-life-and\\_digital\\_precursors\\_and\\_the\\_production\\_of\\_Spygame](https://www.researchgate.net/publication/327498281_History_of_Escape_Games_examined_through_real-life-and_digital_precursors_and_the_production_of_Spygame) (accessed: 29.04.2025).

4. Барабанщикова Н.А., Белова Е.С. Понятие «квест-комната и ее интерьер» // Евразийский союз ученых. 2020. № 4-1(73). С. 6-9. EDN USATPG.
5. Зотова М.В., Сычева В.О. Экономическое обоснование организации квест-проектов как популярного направления развития анимационного сервиса на региональном рынке // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. № Т11. С. 2151-2155. EDN WDPMKH.
6. Казначеева С.Н., Емельянова А.М. Маркетинговое исследование предпочтений потребителей на рынке квестов // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2018. № 2. С. 86-94. EDN UUCNKQ.
7. Карасев И.Е. Определение, история развития понятия «квест» и его реализация в туристской сфере // Социально-культурная деятельность: векторы исследовательских и практических перспектив: Материалы Международной электронной научно-практической конференции, посвященной 50-летию Казанского государственного института культуры, Казань, 24 мая 2019 года. Казань: Без издательства, 2019. С. 414-417. EDN GCJHGK.
8. Колотова К.В., Порфиьева А.О., Возмилов И.Д. Исследование спроса на реалити-квесты на рынке Екатеринбурга с помощью социологического исследования // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования: сборник материалов конференции, Екатеринбург, 17-18 марта 2016 года / Редакционная коллегия.
9. Грунт Е.В., Меренков А.В., Рыбцова Л.Л., Старшинова А.В. Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2016. С. 2466-2473. EDN WXZGEJ.
10. Пайн Б.Дж., Гилмор Дж.Х. Экономика впечатлений: Работа как театр, а каждое предприятие – сцена: пер. с англ. М.: Альпина Пабlishер, 2020. 400 с.
11. Перфильева Н.И. Инновационные формы организации культурно-досуговой деятельности молодежи: на примере квест-игр или «квест в реальности» // Дизайн, мода, культурные индустрии: Материалы VI Международной научно-практической конференции, Чита, 11-12 ноября 2019 года / Отв. редактор М.И. Гомбоева. Чита: Забайкальский государственный университет, 2019. С. 250-257. EDN INSLGY.
12. Ребека Д.А., Ильин К.С. Квест-комнаты. Развитие и перспективы // Новые идеи нового века: материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ. 2019. Т. 3. С. 144-149. EDN PVBTMD.

13. Сущинская М.Д. Медленный туризм: координаты и факторы развития в условиях пандемии Covid 19 // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2021. № 3(11). С. 21-24. DOI 10.18572/2686-858X-2021-11-3-21-24. EDN PWGQRS.

14. Чистякова К.В. Причины популярности квестов как формы досуга современных россиян // Человек в мире культуры. 2013. № 2. С. 20-22. EDN QYSFLP.

## ESCAPE ROOMS AS A FORM OF CULTURAL AND ENTERTAINMENT TOURISM: TOWARDS A CLASSIFICATION

**Vyazankin Vadim Sergeevich**

Senior Lecturer

Institute of Tourism and Creative Industries

Tolstoy Tula Pedagogical University

Tula, Russian Federation

**Abstract.** This article systematizes escape rooms as a form of cultural and entertainment tourism. Its aim is to develop a universal typological model that is compatible with both academic and market classifications. The methodology comprises a systematic review of international and Russian literature, content analysis of the websites of major Russian aggregators and operators, coding of over 700 escape-room listings across 40 parameters, and comparative alignment of the resulting data with the most-cited international models by S. Nicholson and M. Wiemker. The study reveals an asymmetry: academic work typically describes the format at the level of genres and “passport” variables, whereas the market operates with detailed quantitative scales (fear intensity, degree of physical contact, service-quality ratings). The paper proposes an integrated 16-dimensional matrix that combines technology generations, levels of immersion, puzzle architecture, and consumer-facing parameters; it ensures compatibility of academic research with aggregator structures and the practical needs of operators. The model enables (a) operators to identify unoccupied thematic–technological niches and optimize product portfolios; (b) aggregators to standardize filtering and rating systems; (c) tour operators and regional tourism managers to tailor combinations of quest products to extend tourists’ length of stay; and (d) researchers to conduct cross-market demand analysis. Recommendations are formulated to quantitatively validate immersion and fear levels, incorporate AR/VR formats and economic indicators, and examine how the dominance of the horror genre shapes demand. Overall, the study moves escape rooms from isolated case descriptions toward a subject of systematic analysis within the experience economy and outlines directions for further applied and academic research.

**Key words:** experience economy, escape rooms, escape game, tourism industry, tourism services, real-life (live-action) quest.

**JEL Code:** L83, Z32.

### References

1. Nicholson S. Emergence or Convergence? Exploring the Precursors of Escape Room Design [Electronic resource] // Analog Game Studies. 2016. March 7. Available at: <https://analoggamestudies.org/2016/03/emergence-or-convergence-exploring-the-precursors-of-escape-room-design/> (accessed: 29.04.2025).
2. Nicholson S. Peeking behind the locked door: A survey of escape room facilities [White paper]. 2015. Available at: <http://scottnicholson.com/pubs/erfacwhite.pdf> (last updated: 24.05.2015; accessed: 29.04.2025).

3. Penttilä K. History of Escape Games Examined through Real-Life and Digital Precursors and the Production of Spygame: Master's thesis in Digital Culture. Turku: University of Turku, School of History, Culture and Arts Studies, Faculty of Humanities, July 2018. DOI: 10.13140/RG.2.2.14112.43523. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/327498281\\_History\\_of\\_Escape\\_Games\\_examined\\_through\\_real-life-and\\_digital\\_precursors\\_and\\_the\\_production\\_of\\_Spygame](https://www.researchgate.net/publication/327498281_History_of_Escape_Games_examined_through_real-life-and_digital_precursors_and_the_production_of_Spygame) (accessed: 29.04.2025).
4. Barabanshchikova N.A., Belova E.S. The concept of a «quest room and its interior» // Eurasian Union of Scientists. 2020. № 4-1(73). P. 6-9. EDN USATPG.
5. Zotova M.V., Sycheva V.O. Economic justification of the organization of quest projects as a popular direction for the development of animation services in the regional market // Scientific and methodological electronic journal «Concept». 2016. № T11. P. 2151-2155. EDN WDPMKH.
6. Kaznacheeva S.N., Yemelyanova A.M. Marketing research of consumer preferences in the quest market // Bulletin of Tver State University. Series: Economics and Management. 2018. № 2. P. 86-94. EDN UUCNKQ.
7. Karasev I.E. Definition, history of the development of the concept of «quest» and its implementation in the tourism sector // Socio-cultural activities: vectors of research and practical perspectives: Materials of the International electronic Scientific and Practical Conference dedicated to the 50th anniversary of the Kazan State Institute of Culture, Kazan, May 24, 2019. Kazan: Without publishing House, 2019. P. 414-417. EDN GCJHGK.
8. Kolotova K.V., Porfieva A.O., Vozmilov I.D. A study of the demand for reality quests in the Yekaterinburg market using sociological research // Culture, personality, society in the modern world: methodology, empirical research experience: conference proceedings, Yekaterinburg, March 17-18, 2016 / Editorial Board.
9. Grunt E.V., Merenkov A.V., Rybtsova L.L., Starshinova A.V. Yekaterinburg: Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, 2016. P. 2466-2473. EDN WXZGEJ.
10. Pine B.J., Gilmore J.H. The economy of impressions: Work as a theater, and every enterprise as a stage: translated from English. Moscow: Alpina Publisher, 2020. 400 p.
11. Perfilieva N.I. Innovative forms of organizing cultural and leisure activities of youth: on the example of quest games or «quest in reality» // Design, fashion, cultural industries: Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference, Chita, November 11-12, 2019 / Editor-in-chief M.I. Gomboeva. Chita: Zabaykalsky State University, 2019. P. 250-257. EDN INSLGY.
12. Rebeka D.A., Ilyin K.S. Quest rooms. Development and prospects // New ideas of the new century: proceedings of the international scientific conference FAD TOGU. 2019. Vol. 3. P. 144-149. EDN PVBTMD.
13. Sushchinskaya M.D. Slow tourism: coordinates and development factors in the context of the Covid-19 pandemic // Professorial Journal. Series: Recreation and Tourism. 2021. № 3(11). P. 21-24. DOI 10.18572/2686-858X-2021-11-3-21-24. EDN PWGQRS.
14. Chistyakova K.V. The reasons for the popularity of quests as a form of leisure for modern Russians // Man in the world of culture. 2013. № 2. P. 20-22. EDN QYSFLP.