Дата поступления рукописи в редакцию: 08.10.2025 г. DOI: 10.24412/2782-3830-2025-10-378-381
Дата принятия рукописи в печать: 05.11.2025 г.

ХАЙРОВА И.М.,
к.б.н., доцент кафедры хирургии, акушерства, микробиологии ФГБОУ ВО УрГАУ,
e-mail: khairova70@mail.ru

ИЛЬЯСОВ О.Р.,
д.б.н., профессор кафедры техносферной безопасности УрГУ ПС, профессор кафедры техносферной и экологической безопасности УрГАУ, ст. научный сотрудник Уральского научно-исследовательского ветеринарного института ФГБНУ УрФАНИЦ УрО РАН,
e-mail: ilyasov3@rambler.ru

РАЖИНА Е.В.,
к.б.н., доцент кафедры биотехнологии и пищевых продуктов ФГБОУ ВО УрГАУ,
e-mail: eva.mats@mail.ru

СМИРНОВА Е.С.,
к.с/х.н., доцент кафедры биотехнологии и пищевых продуктов ФГБОУ ВО УрГАУ,
e-mail: ekaterina-kazantseva@list.ru

БЫКОВА О.А.,
д.с/х н. доцент, профессор кафедры биотехнологии и пищевых продуктов ФГБОУ ВО УрГАУ,
e-mail: olbyk75@mail.ru

УКРОЖЕНКО Д.С.,
ассистент кафедры биотехнологии и пищевых продуктов, ФГБОУ ВО УрГАУ,
e-mail: darya.ukrozhenkozoo@mail.ru

РОЛЬ ВНЕШНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ В ФОРМИРОВАНИИ ОТНОШЕНИЯ К НЕМУ СО СТОРОНЫ АУДИТОРИИ

Аннотация*. В статье анализируется тема влияния внешности преподавателя на восприятие его целевой аудиторией. Внешность учителя рассматривается как одна из структурных компонентов наряду с ценностями, сильными сторонами, уникальностью, коммуникативностью и профессионализмом. Приводятся научные исследования отечественных и зарубежных учёных. Авторы статьи приходят к мнению, что внешность является одним из важных факторов в формировании первого впечатления, но в дальнейшем восприятии не имеет существенного значения.*

Ключевые слова*: внешность, учитель, целевая аудитория, восприятие.*

KHAIROVA I.M.,
PhD in Biology, Associate Professor of the Department of Surgery, Obstetrics, Microbiology Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education Ural State Agrarian University

ILYASOV, O.R.,
Doctor of Biological Sciences, Professor of the Department of Technosphere Safety at the Ural State University of Railway Engineering, Professor of the Department of Technosphere and Environmental Safety at the Ural State Agrarian University,

Senior Researcher at the Ural Research Veterinary Institute
of the Ural Federal Scientific Research Center
of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences

RAZHINA E.V.,
PhD in Biology, Associate Professor of the Department
of Biotechnology and Food Products Federal State Budgetary
Educational Institution of Higher Education
Ural State Agrarian University

SMIRNOVA E.S.,
PhD in Agriculture, Associate Professor of the Department
of Biotechnology and Food Products Federal State Budgetary
Educational Institution of Higher Education
Ural State Agrarian University

BYKOVA O.A.,
Doctor of Agricultural Sciences, Associate Professor,
Professor, Department of Biotechnology and Food Products,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
Ural State Agrarian University

UKROZENKO D.S.,
Assistant Professor, Department of
Biotechnology and Food Products,
Ural State Agrarian University

THE ROLE OF A TEACHER'S APPEARANCE IN FORMING THE AUDIENCE'S ATTITUDE TOWARDS HIM

Annotation. *This article analyzes the influence of a teacher's appearance on their perception by their target audience. A teacher's appearance is considered a structural component, along with values, strengths, uniqueness, communication skills, and professionalism. Research by Russian and international scholars is cited. The authors conclude that appearance is a significant factor in forming first impressions, but plays a minor role in subsequent perceptions.*

Key words: *appearance, teacher, target audience, perception.*

Восприятие внешности преподавателя целевой аудиторией является новой областью исследования в отечественной науке.

Цель статьи – изучить влияние внешности учителя на восприятие его целевой аудиторией на всех этапах развития профессиональных отношений. С жесткой конкуренцией на рынке труда, создание и поддержание личного стиля и имиджа учителя является важным условием успеха повысить свою ценность на рынке труда специалистов.

По мнению ряда авторов: Миллер Д.Е. (2020), Казакова Е.В. (2020), Музыкант В.Л. (2022), личным брендом учителя является результат объединения его профессиональных навыков, опыта, личностных качеств и имиджа, а также укрепление своих позиций в образовательном сообществе [1,2,5]. Другими словами: под личным брендом понимается сумма уникальных качеств, профессиональных навыков и опыта учителя, которые помогают ему выделиться среди коллег, создавая свою личную идентичность в контексте образовательного процесса [3]. Согласно, выше сказанного, видно, что внешность является компонентом личного бренда учителя, и она не может не влиять на восприятие его целевой аудиторией.

Со слов авторов: Бутовому Л.А., Бычковой Е.С., Лыткиной А.В. (2019), восприятие представляет собой одну из психических функций, которая включает в себя сложный процесс получения и обработки сенсорной информации. Этот процесс приводит к формированию субъективного целостного образа объекта, который воздействует на наши анализаторы. Восприятие основывается на совокупности ощущений, возникающих под влиянием данного объекта. Таким образом, восприятие можно рассматривать как

активное взаимодействие человека с окружающим миром, где информация, поступающая от органов чувств, преобразуется в осмысленный образ, который мы воспринимаем [4].

Восприятие внешности учителя – это процесс приема и переработки учениками, родителями и коллегами информации об учителе как о профессионале и личности. Согласно, научной литературы выделяют 4 этапа:

1) Осознание. Целевая аудитория начинает осознавать и замечать учителя как личность. Важным фактором на этапе является внешний вид, оказывающий решающее влияние на первое впечатление.
2) Формирование мнения. На основе предоставленной информации и их собственного опыта целевая аудитория начинает формировать свое мнение об учителе. Факторы, влияющие на формирование мнения, включают профессиональные навыки и знания, методики обучения, отношение к целевой аудитории и коммуникативные качества.
3) Установление связи. Целевая аудитория начинает устанавливать эмоциональное и психологическое «слияние» с учителем. Важная роль на этом этапе отведена взаимодействию и взаимопониманию.
4) Удержание. Целевая аудитория устанавливает продолжительные отношения с учителем и проявляет лояльность к его внешнему виду.

Психологи отмечают, что первое впечатление о человеке, на 70% зависит от его внешности [4]. Культурные стереотипы внешности влияют на восприятие себя и других, также они могут влиять на самооценку и оценку людьми других людей [2].

При анализе научной литературы, есть сведения, что внешность учителя может иметь воздействие на образовательный процесс. Так, авторы Smith J., Johnson A. (2018); Brown S., Jones M.(2017) и Thompson A., Anderson B. (2015), отметили решающую роль внешности учителя на процесс построения доверия, взаимопонимания с учениками и вовлеченностью их в исследовательскую работу [7,8,10]. Авторы Williams L. и Davis R. (2020), изучили влияние внешнего вида учителя на положительное участие родителей в образовательном процессе [9]. Интересный факт, указывают авторы Welner K., Malcolm S. (2021) на результаты исследования взаимосвязи между внешностью учителя и учащихся в классе, где мотивация повышается с приходом учителя, имеющего наиболее привлекательную внешность [11]. Все выше перечисленное доказывает, что внешность учителя может быть задействована педагогом для достижения эффективности в профессиональной деятельности.

Восприятие имиджа учителя целевой аудиторией представляет собой сложный процесс приема и переработки информации об учителе как о профессионале и личности. Оно зависит от множества причин и играет важную роль в формировании отношений и успехов в образовательном процессе.

Изучая требования родителей учеников в отношении учителя, выделяются другие качества, такие как профессионализм, его хорошее отношение к ученику и личностные характеристики [6]. Таким образом, восприятие личного бренда учителя и внешность не играет существенной роли для родителей. Восприятие целевой аудиторией внешности учителя имеет значение только на этапе формирования первого впечатления.

Выводы Личный бренд учителя выступает инструментом повышения его ценности на рынке труда и в образовательной сфере. Это позволяет учителю не только повысить свою профессиональную компетентность, но и укрепить свою позицию в образовательном сообществе. Таким образом, внешность учителя играет важную роль в восприятии его личного бренда у целевой аудитории на начальном этапе, однако на других этапах значимость внешности уступает место другим категориям личного бренда. Для создания эффективного имиджа учителю важно создать положительное впечатление в самом начале, однако поддержание и укрепление его требует проявления педагогических навыков и проявления профессиональных качеств.

Список литературы:

[1] Миллер, Д. Е. Расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились [Текст]: учеб. метод. пособие // М.: Альпина Паблишер, 2020. – 232 с.

[2] Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом [Текст]: учеб. метод. пособие // М.: РИОР: ИНФРА-М, 2022. – 316 с.

[3] Хайрова, И.М., Лопаева, Н.Л., Ильясов, О.Р., Лазарева, А.А., Филиппова, Н.Г., Стахеева, Л.М. Ведение блога как инструмент развития личного бренда преподавателя [Текст] // Право и управление. 2024. № 12. С. 484-487.

[4] Бутова, Л.А., Бычкова, Е.С., Лыткина, А.В. Исследование психоэмоциональных и поведенческих компонентов эмоционального выгорания у педагогов с различным стажем работы [Текст] .// Известия ВГПУ. – 2019. – No2. – С. 16-21.

[5] Казакова, Е. В. Маркетинг личности [Текст] // Маркетинг и реклама. – 2020. – No 2. – С. 5 6-61.

[6] Хайрова, И.М., Ильясов, О.Р., Лопаев, Н.Л., Галушина, П.С., Синько, В.Н., Шиловцев, А.В. Влияние родительского воспитания на формирование личности учащихся в процессе выбора будущей профессии [Текст] // Российский научный вестник. 2025. № 4. С. 363-367.

[7] Smith. J., Johnson. A. The Impact of Teacher Appearance on Student Perceptions and Achievement [Text] // Journal of Education and Human Development. – 2018. – Vol.7(2). – P. 45-55.

[8] Brown. S., Jones. M. The Role of Teacher Appearance in Building Trust and Rapport with Students [Text] // Journal of Educational Psychology. – 2017. – Vol.109(3). – P. 432-445.

[9] Williams. L., Davis. R. The Influence of Teacher Appearance on Parental Involvement in Education [Text] // Educational Research Quarterly. – 2020. – Vol.40(2). – P. 123-136.

[10] Thompson. A., Anderson. B. Teacher Appearance and Student Engagement: A Case Study in Secondary Schools [Text] // Journal of School Psychology. – 2015. – Vol. 25(1). – P. 67-78.

[11] Welner. K., Malcolm. S. Teachers as market influencers: Towards a policy framework for teacher brand ambassador programs in K-12 schools [Text] // Education Policy Analysis Archives. – 2021. – Vol. 29(109). – P. 2-35

References:

[1] Miller, D. E. Tell your brand in a way that makes you fall in love with it [Text]: tutory. method. allowance//M.: Alpina Publisher, 2020. - 232 s.

[2] Musician, W. L. Branding. Brand Management [Text] Tutorial allowance//M.: RIOR: INFRA-M, 2022. - 316 s.

[3] Khairova, I.M., Lopaeva, N.L., Ilyasov, O.R., Lazareva, A.A., Filippova, N.G., Stakheeva, L.M. Blogging as a tool for developing a personal brand of a teacher [Text]//Law and management. 2024. № 12. S. 484-487.

[4] Butova, L.A., Bychkova, E.S., Lytkina, A.V. Study of psychoemotional and behavioral components of emotional burnout in teachers with various work experience [Text] .//News of the VSPU. – 2019. – No2. - S. 16-21.

[5] Kazakova, E.V. Marketing Personality [Text]//Marketing and Advertising. – 2020. – No 2. - S. 5 6-61.

[6] Khairova, I.M., Ilyasov, O.R., Lopaev, N.L., Galushina, P.S., Sinko, V.N., Shilovtsev, A.V. The influence of parental education on the formation of the personality of students in the process of choosing a future profession [Text]//Russian Scientific Bulletin. 2025. № 4. S. 363-367.

[7] Smith. J., Johnson. A. The Impact of Teacher Appearance on Student Perceptions and Achievement [Text] // Journal of Education and Human Development. – 2018. – Vol.7(2). - R. 45-55.

[8] Brown. S., Jones. M. The Role of Teacher Appearance in Building Trust and Rapport with Students [Text] // Journal of Educational Psychology. – 2017. – Vol.109(3). – P. 432-445.

[9] Williams. L., Davis. R. The Influence of Teacher Appearance on Parental Involvement in Education [Text] // Educational Research Quarterly. – 2020. – Vol.40(2). – P. 123-136.

[10] Thompson. A., Anderson. B. Teacher Appearance and Student Engagement: A Case Study in Secondary Schools [Text] // Journal of School Psychology. – 2015. – Vol. 25(1). – P. 67-78.

[11] Welner. K., Malcolm. S. Teachers as market influencers: Towards a policy framework for teacher brand ambassador programs in K-12 schools [Text] // Education Policy Analysis Archives. – 2021. – Vol. 29(109). – P. 2-35

