1. Журавський В., Кучеренко О., Михальченко М. Політична еліта
України: теорія і практика трансформації. - К.: Логос, 1998.- 264 с.
2. Кривошеїн В. В. Іміджова складова політичного світосприйняття: структура елементарного рівня. *Грані*. 2002. № 4. С. 117 - 121.
3. Кривошеїн В. В. Політичний імідж як феномен масового сприймання. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави:* Матер. Другої Всеукр. наук. конф. 15-16 листоп. 1997 р. К: AT „Реклама", 1997. С. 328 - 329.
4. Нарижный Д. Ю., Сурмин Ю. П. Проблемы имиджей кандидатов в президенты Украины. *Гуманитарный. журнал.* 1999. № 2. С. 66 - 75.
5. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. 2-е изд., испр. и доп. К.: ИСО МО Украины, НВФ „Студцентр", 1998. 256 с.
6. Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз. К: АДЕФ-Украина, 1997. 328 с.
7. Почепцов Г. Имидж-мейкер: Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов - К: Рекламное агенство Губерникова, 1995. 235 с.
8. Почепцов Г.Г. Имиджелогия: теория и современного американского общества, практика. К: Адеф, 1998. М.: Наука, 1990.
9. Старовойтенко Р. Імідж політичної партії як чинник електорального вибору*. Нова політика*. 2001. № 2. С. 57.
10. Супрун А., Янова Н. Политический маркетинг: новый взгляд на рейтинг. *Социологические исследования*. 2000. № 2.