

Il Paradigma di Conferma/Disconferma può essere interpretato alla luce di due teorie: la Teoria dell'Assimilazione e la Teoria del Contrasto.

La Teoria dell'Assimilazione<sup>8</sup> parte dal presupposto che gli individui difficilmente riconoscono alcune divergenze dalle posizioni sostenute inizialmente, quindi tendono ad assimilare il loro giudizio finale (nel nostro caso di soddisfazione/insoddisfazione) alle posizioni originali; le Aspettative sono una sorta di linea-base intorno alla quale ruotano i giudizi di conferma/disconferma e di soddisfazione/insoddisfazione: più alte (o più basse) sono le Aspettative, più alto (o più basso) sarà il successivo giudizio di soddisfazione, a parità di tutte le altre condizioni naturalmente.

La Teoria del Contrasto<sup>9</sup> parte invece dal presupposto che ogni individuo tende ad amplificare il divario tra le proprie attitudini e quelle degli altri; secondo tale teoria nell'ambito della CS/D una performance al di sotto delle aspettative sarà valutata più negativamente ed una performance al di sopra delle aspettative sarà valutata ancor più positivamente di quel che è in realtà.

Fin qui si è supposto che le valutazioni fossero fatte a livello di singolo attributo del prodotto/servizio, tanto nella formazione delle Aspettative quanto nei giudizi di conferma/disconferma, facendo confronti del tipo "migliore di/peggiore di".

In effetti le valutazioni possono basarsi anche su giudizi di congruità/incongruità<sup>10</sup>, cioè su confronti della performance del prodotto/servizio rispetto ad uno "schema" che ciascun individuo ha memorizzato sulla base di informazioni ed esperienze precedenti dirette e/o indirette; in particolare sul continuum del costrutto di congruità/incongruità si sono individuati tre punti discreti: Congruità, Incongruità Moderata e Incongruità Estrema.

Secondo l'impostazione di MANDLER la Disconferma è il risultato di un confronto non più del tipo *migliore di / peggiore di (quanto atteso)*, ma del tipo *simile a / diverso da (quanto atteso)*; risulta chiaro in tal caso che la CS/D può essere influenzata non solo da inaccurate aspettative, ma anche da inadeguate rappresentazioni schematiche del prodotto/servizio di cui usufruisce l'individuo.

Una variante del Paradigma di Conferma/Disconferma assume come standard di confronto non la Performance Attesa ma alcune **Norme** formulate sulla base dell'esperienza. Nel paradigma tradizionale l'esperienza si riferisce al prodotto o al servizio realmente acquistato e usato mentre, in effetti, un individuo può avere un'esperienza molto più ampia all'interno di una stessa categoria di prodotto/servizio: ciò implica che egli potrebbe utilizzare più di uno standard per valutare la performance ed esprimere il giudizio finale di soddisfazione/insoddisfazione. Le *Norme di Performance* possono essere stabilite da ciascun individuo sulla base della propria esperienza e del tipo di prodotto/servizio o di marchio conosciuti, ciò però impedisce la loro generalizzazione e favorisce la formazione di più Norme di riferimento.

Ad esempio si distingue tra Norme basate sul Marchio (quando nell'esperienza di un consumatore con più marchi uno di questi domina su tutti gli altri) e Norme basate sul Prodotto (quando un consumatore ha provato marchi diversi di uno stesso tipo di prodotto e nessuno di questi è emerso come marchio desiderabile).

<sup>8</sup> Carl I. Hovland; O.J. Harvey; Muzafer Sherif; Assimilation and Contrast Effects in Reactions to Communication and Attitude Change, in "Journal of Abnormal and Social Psychology", 55 (July) 1957, p.244-252.

<sup>9</sup> Robyn M. Dawes; David Singer; Frank Lemons; An Experimental Analysis of the Contrast Effect and its Implications for Intergroup Communication and the Indirect Assessment of Attitude; in "Journal of Personality and Social Psychology"; 21 (March) 1972; pp.281-295.

<sup>10</sup> George P. Mandler; "The structure of value: accounting for taste"; in *Affect and Cognition: the 17th Annual Carnegie Symposium on Cognition*; ed. Margaret S. Clarke and Susan T. Fiske; Hillsdale; 1982; NJ: Earlbaum; pp. 3-36.