

# 以雙元熱情模式探討運動博奕與賽事觀賞

胡婉玲博士 / 民視新聞部經理

# 以雙元熱情模式探討運動博奕與賽事觀賞

胡婉玲博士 / 民視新聞部經理

## 摘 要

娛樂博奕與運動賽事轉播皆為現代休閒產業的重要範疇，本研究援引 Vallerand 等 (2003)的雙元熱情模式，探索運動博奕者對運動簽注與賽事觀賞之熱情心理暨行為，亦為國內首度針對購買合法運彩與投注地下賭盤者進行之實證調查。338 份有效樣本的問卷調查分析，獲致結論：一、購買運彩者較能享受觀賞賽事的樂趣，而地下簽注群明顯偏執地熱愛博奕。二、偏執博奕熱情越高，則向地下賭盤簽注的程度越高；調和博奕熱情越高，則購買合法運彩的程度越高。三、檢驗博奕熱情與觀賽熱情關係，發現先有下注經驗者，其博奕熱情無法促發觀賽熱情，無助於擴大運動收視；反之，先有賽事觀賞經驗者，其觀賽熱情可以帶動博奕熱情，顯示運動節目收視群其實是開發運彩事業的潛力客群。

**關鍵詞：**博奕熱情、偏執型熱情、調和型熱情、雙元熱情模式、觀賽熱情

# Sports Lottery and Sports Broadcast Viewership

## – a Dualistic Model of Passion Approach

*Anne Wan-Ling Hu PhD. / Formosa TV News*

### **Abstract**

Recreational gambling and sports broadcasting are important elements of the modern recreational industry. This research uses the dualistic model of passion proposed by Vallerand et al. to analyze the passion and behavior of sports gamblers toward sports betting and broadcast viewership. It is also Taiwan's first empirical study to compare both legal sports lottery players and underground gamblers. Conclusions from analysis of 338 valid questionnaires included: 1. Sports lottery players take greater passion in watching sports broadcasts while underground gamblers have more obsessive passion for gambling; 2. The greater the obsessive passion for gambling, the more likely a person will participate in underground gambling; the greater the harmonious passion for gambling, the more likely a person will play sports lottery; 3. The relationship between gambling passion and sports viewing passion shows that when people form a gambling habit first, their gambling passion does not stimulate viewing passion, so it does not expand sports viewership. On the contrary, when people form a sports viewing habit first, their sports viewing passion can stimulate gambling passion. Therefore, sports program viewers are a potential target group for developing the sports lottery market.

Keywords: Gambling Passion, Obsessive Passion, Harmonious Passion, Dualistic Model of Passion, Sports Viewing Passion

## 壹、緒論

### 一、研究背景

娛樂博奕與運動賽事轉播皆為現代休閒產業的重要範疇。在台灣，民間各式賭風盛行且淵源已久，由於其對個人與家庭的負面影響時有所聞，為博奕烙印上負面刻板印象，也徒增台灣博奕產業的發展阻力。彩券，是台灣博奕產業中率先、也是唯一開放的項目，1950年即由政府開始發行愛國獎券，然而日漸猖獗的地下簽賭，尤以1970年代的大家樂，一度造成社會普遍沈陷病態博奕(瞿海源，1999)。在政府一連串的彩券制度變革中，2008年5月合法運動彩券正式上路，寄望對地下簽賭導之以正，並藉盈餘收入來振興體育、培育運動人才(行政院體育委員會，2007；高維良，2009)，然而運彩推出以來，尚難以取代賭金更大、賠率更高的地下簽賭，兩者猶然並存，運動簽賭客對合法與非法兩途徑選擇類的心理差異，不容忽視。

早期學界有關博奕議題的研究，多集中在探討博奕的負面後果，例如物質揮霍(substance abuse) (Wallish, 1993)、焦慮失望(Sommer, 1988)、自殺(Petry & Kiluk, 2002)等，逐漸地，開始有研究已經將博奕與正面後果相連結，包括區別出病態(pathological)博奕與娛樂型(recreational)博奕，並從正面認知研究娛樂型賭客動機(Jang, Lee, Park, & Stokowski, 2000; Loro, 2004; Platz & Millar, 2001)，以及肯定博奕活動對於老年人所能提供的玩樂、社會接觸功能(Hope & Havir, 2002; Vander Bilt, Dodge, Pandav, Shaffer, & Ganguli, 2004)。顯然博奕對是好是壞，端乎個人之心理狀態與需求。

再者，運彩不同於一般公益彩券或地下六合彩，所簽注項目皆為觀賞型運動賽事(spectator sports games)，包括棒球、籃球以及足球項目等，在需要運動專業知識與即時更新賽事資訊，簽賭客無可避免會接觸賽事轉播。有實證研究指出，台灣的棒球收視人口中，存在超過一成的簽賭客群(type of motivation of expending gratification with gambling)(Hu & Tang, 2010)，然而，這群簽賭客究竟是為了簽注資訊需求而觀賞，或者先是賽事收視群而後才參與簽注？其對簽注之熱愛程度是否等同其賽事觀賞熱情？此些皆引人關注好奇。

Vallerand 等加拿大學界 (2003)以運動與博奕實證基礎，發表雙元熱情模式(dualistic model of passion)，主張熱情是一種個體對自己喜歡、重視的活動，願投注時間、精力的強烈心理傾向，而且可以區分出差別性的調和型熱情(Harmonious passion, HP)與偏執型熱情(obsessive passion, OP)(Rousseau, Vallerand, Ratelle, Mageau, & Provencher, 2002；Vallerand, Mageau, Ratelle, & Leonard, 2003)。調和型熱情會導向個體專注於活動，也會陷入沈浸境界(in flow)，這份熱情會讓一個人因

自願、認同而參與活動，並與個人生活其他活動是和諧、不衝突的；調偏執型熱情則是一種內化的壓力，會迫使個體太過固執於參與這項活動，也會與生活中其他活動發生衝突(Mageau, Vallerand, Ratelle, & Provencher, 2005)。按此，運動簽賭是建立在賽事上的賭注行為，理應同時擁有雙元博奕熱情和雙元賽事觀賞熱情(以下簡稱觀賽熱情)，那麼處於失望、壓力狀態下的高偏執博奕熱情簽注客是否也屬高偏執型觀賽熱情群？慣於購買合法運彩者和地下簽注者之間的熱情偏向亦可能有所差別，如此一來，博奕熱情(2)×觀賽熱情(2)×賭客形態(2)，多種類型實質存在，解析箇中熱情形態偏向，應極具學術研究價值與博奕產業管理意涵。

## 二、雙元熱情

調和型熱情與偏執型熱情在後果(outcomes)差異，呈現在情感(affective)層面與行為(behavioral)層面。其一，情感層面上，調和型熱情與正面情感連結，會導向可適應的後果(adaptive outcomes)，如活力(vitality)；而偏執型熱情則與負面感情連結，會使人從事活動後產生壞的結果(maladaptive outcomes)，如焦慮(anxiety)、失望(depression)等(Mageau et al., 2005；Philippe & Vallerand, 2007；Vallerand et al., 2003)。其二，行為後果上，其相同處在於當個體感受到所參加活動是有利的，這兩種熱情也都能發揮堅持的力量，然而一旦察覺參加活動會導致不利後果時，兩種熱情的差別就此展現，調和型會彈性和理性地做抉擇，甚至退出，唯獨偏執型熱情會不論後果、代價地繼續堅持參加下去(Vallerand et al., 2003；Vallerand & Miquelon, 2007)。

偏執型熱情與調和型熱情的關係一般界定為高度正相關，但兩者不具因果關係。在 Vallerand 一系列的實證分析中，相關係數都在.44 以上(Vallerand et al., 2003; Vallerand, Rousseau, Grouzet, Dumals, Grenier, & Blanchard, 2006)，國內方面，陳建瑋、季力康(2007)調查休閒網球運動員的熱情，相關係數達.74；胡婉玲(2009)的競技啦啦隊員，熱情相關係數為.62。Wang 與 Yang (2007) 的線上購物依賴和胡婉玲(2009)的競技啦啦隊員實證結果皆主張，調和型熱情與偏執型熱情是熱情密度強弱的接續，超過了調和型熱情才進入偏執型熱情狀態，亦即調和型熱情是偏執型的必要條件(necessity)。然而本研究質疑，既然偏執型會比調和型更能堅持，則對於病態(pathological)或會成癮(addicted)的活動，例如病態博奕，則可能出現高偏執低調和，亦即當事人不盡然愉快卻無法自拔的情境。

## 三、雙元熱情的行為後果

過去的研究多集中在驗證雙元熱情對心理後果(psychological outcomes)的影響，如焦慮、羞恥、幸福感等，較少具體檢驗對行為後果(behavioral outcomes)的影響，尤其是博奕熱情的行為後果，要取得實際博奕行為記錄，著實不易。本研

究突破取樣困境，檢視觀賽熱情→觀賽程度，博奕熱情→賭金多寡，以及觀賽熱情與博奕熱情間的因徑關係。

(一)、雙元觀賽熱情與觀賽程度 — 過去的研究已證實，當投注某項活動能夠獲益時，調和型和偏執型兩種熱情都展現堅持性(persistence)並大量投注該活動(Vallerand et al., 2006)，且基於偏執型熱情較能堅持到底的特質，偏執型熱情會比調和型熱情對後果(投注該項活動)的影響更大(Vallerand and Miquelon, 2007)，此立論已在國內競技啦啦隊員身上獲得驗證(胡婉玲, 2009)。故本研究主張越有觀賽熱情，賽事觀賞越多，兩種觀賽熱情都能促發觀賞賽事，並提出假說：1.偏執型觀賽熱情對觀賽程度的影響，大於調和型觀賽熱情。

(二)、雙元博奕熱情與簽賭程度 — 本研究將運動博奕行為設定為 1.投注合法運彩金額的大小，2.簽注地下賭金的大小。地下簽賭，台灣運彩的賠率較低，一般民眾購買的金額也不高，想藉簽注贏大錢的，通常會選擇地下賭盤，但也因此容易滋生賭債事端。已有研究舉證，偏執型熱情與問題賭博、大額賭博(Ratelle et al., 2004; Rousseau et al., 2002)、賭博金額、重度賭博等(Kim & Lee, 2004) 呈顯著相關，這些問題賭博皆與調和型熱情無顯著關係。也有文章支持娛樂型博奕為賭客所帶來的享樂性與自尊心(Jang et al., 2000; Platz & Millar, 2001)，包括在比較娛樂型博奕與病態博奕後指出，調和型熱情對娛樂型賭客賭博意圖的影響力較大，相對的，偏執型熱情對病態型博奕意圖的影響力較大(Back, Lee, & Stinchfield, 2011)。據此，本研究提出假說：2.偏執型博奕熱情正向影響地下簽注的程度。3.調和型博奕熱情正向影響購買運彩的程度。

(三)、運動博奕熱情與觀賽熱情 — 透過運動賽事的共同元素，理論上運動博奕熱情與觀賽熱情可以是高度相關。但按胡婉玲(2009)的棒球收視人口分群中，簽賭客畢竟只佔其中的 11.4% (Hu and Tang, 2010)，此數字理應不等同台灣簽注客的全部人數，而且尚有 88.6%的收視人口是不簽賭的。實際分析，一位熱愛收看運動節目的收視者，可能基於對體育的愛護而參與簽注，或者只為了觀賽助興，當然也可能有了下注經驗後而迷戀運動簽注。反之，先有下注習慣者，則有可能是純粹為了研究賽況而開始收看相關的運動賽事，熱愛觀看與否，有驗證的必要。根據前述，本研究推論：假說 4.先有賽事觀賞習慣者，其賽事觀賽熱情正向影響博奕熱情。假說 5. 先有下注習慣者，其博奕熱情正向影響觀賽熱情。

#### 四、研究目的與問題

本研究目的在試圖透過實證研究途徑，(一)、調查國內合法與非法運動簽賭的熱情偏向。(二)、探討熱情對行為面之影響，包括博奕熱情對下注金額、賽事觀賽熱情對觀賞程度的檢驗。(三)、探究運動博奕熱情與賽事觀賽熱情之關連性。

## 貳、方法

### 一、研究對象與調查方法

本研究採取問卷調查法，於 2010 年 10 月初至 11 月 15 日期間執行，為蒐集到合法運彩購買者與地下簽注者兩類受測者，資料蒐集方式分二途徑進行：其一，針對購買運彩者，採立意抽樣，乃透過台北市、新北市、台中市、高雄市以及宜蘭等地，各洽尋二家運彩行同意，對自認為有購買運彩者，發放問卷調查。其二，針對地下簽賭客，乃透過滾雪球法，先探詢運彩行與研究者的周遭親友等人，尋得向地下賭盤簽注者，邀請填答問卷，完成填寫後，再徵詢意願、引介其他地下簽賭者，逐步擴大受測對象。

但由於下注涉及個人金錢運用之隱私，尤以地下簽賭尚屬非法行為，樣本收集不易，而且資料回收後，或有發現受測者因保留隱私，資料填達不完整，或有部份題項經檢驗，答案矛盾不實者，這些樣本即逕予刪除，但廢卷偏高。總共回收 425 份問卷，廢卷 87 份，有效樣本 338 份。

### 二、研究工具與問卷發展

本研究採結構式問卷，蒐集受測者對運動博奕熱情與觀賽熱情之評價，以及各種投注行為、觀賽行為。問卷各主要部份如下：

(一)、觀賽熱情變項：觀賽熱情量表以 Vallerand 等 (2003)發表的雙元熱情模式 (dualistic model of passion)14 題項為基礎，參考李焯煌、季力康、彭涵妮 (2007)；陳建璋、游鎮安 (2007)；胡婉玲 (2009) 等譯製之中文熱情量表，重新譯製。

(二)、博奕熱情變項：譯製自 Rousseau 等 (2002)所發表的雙元博奕熱情 10 題項，此 10 題項量表實際上乃精粹自 Rousseau 等自原始的 14 題熱情量表。本研究兩變項量表經台北體育學院休閒運動管理研究所師生翻譯後，共同反覆審閱、推敲文義，以符合「內容效度」與「表面效度」。

(三)、博奕行為後果：簽注行為部份有兩項，包括 1.購買合法運彩金額。2.購買地下賭盤金額。

(四)、觀賞行為後果：受測者自評觀看賽事的程度。

(五)、人口統計變項及其他：性別、年齡、習慣投注何種運動彩券之分類。

本問卷各量表題項表採李克特六點量表：「1」非常不同意、「2」不同意、「3」稍微不同意、「4」稍微同意、「5」同意、「6」非常同意。

### 三、因素分析與信效度檢定

一般線性結構模式所要求之信效度指標較其他統計分析工具嚴格。為檢驗本研究問卷量表之信效度，並發展出可被接受的衡量模式，本研究經 SPSS 執行探索性因素分析(EFA)與 Cronbach's  $\alpha$  值初探之後，再以 SmartPLS 2.0 執行驗證性因素分析(CFA)，檢驗模型結構的效度值。

#### (一)、信度與探索性因素分析

本研究將受測者自評之所有熱情題項進行探索性因素分析，設定選取特徵值大於 1、因素負荷量絕對值大於 .50 之門檻要求(Kaiser, 1974)。在刪除因素負荷量未達 .50 的 GHP1 以及未歸屬同一因素結構的 GHP2、VHP7 三個題項後，獲致四個因素構面，KMO 值為 .901，累積解釋變異量為 70.27%，接著以 Cronbach's  $\alpha$  值確認題項內部一致性，其值介於 .83~.93，顯示四種熱情構面已符合理想信度標準（表一）。

#### (二)、收斂效度

檢驗各構念之收斂效度，其中衡量個別構念一致性的組合信度(Composite Reliability, CR)應大於 .70，而平均變異萃取量(Average Variance Extracted, AVE)應大於 .50(Fornell & Larcker, 1981)。本研究四個熱情構念的 CR 值介於 .90~.94，AVE 值介於分別為 .65~.74。這些指標值顯示本研究量表已具有良好之收斂效度。

#### (三)、區別效度

各構念間之區別效度可以 AVE 之平方根與兩兩潛在變數間相關係數做評比，AVE 平方根之數值必須大於同一欄之相關係數值(Fornell & Larcker, 1981)。本研究各構念間之相關係數值則從 .34 至 .53 間，遠小於斜角線個別變數之 AVE 平方根值 .81~.86，故符合區別效度符合要求。

表一 熱情量表之因素分析與信效度指標

構面	題項	因素 負荷量	因素 負荷量	因素 負荷量	因素 負荷量
偏執型 觀賽熱情	VOP1 我的生活不能缺少這類運動賽事	.58			
	VOP2 我對這項運動比賽的需求很強烈，不能不看	.83			
	VOP3 我無法想像我的生活中不能觀賞這類賽事轉播	.87			
	VOP4 我的情緒上會受到這項運動賽事的牽動	.71			
	VOP5 控制自己不去觀賞這項運動比賽是困難的	.89			
	VOP6 我對這類運動賽事有一份著魔似的情感	.81			
	VOP7 能否觀賞這類運動賽事會影響我的心情	.85			
偏執型 博奕熱情	GOP1 我的生活不能沒有下注簽賭		.78		
	GOP2 我在情緒會受下注簽賭的影響		.64		
	GOP3 控制自己不去下注是困難的		.88		
	GOP4 對於下注簽賭，我有一份著魔似的情感		.96		
	GOP5 我想下注的慾望很強烈，我無法不玩		.87		
調和型 博奕熱情	GHP3 下注帶給我新奇的體驗，讓我喜愛它			.76	
	GHP4 透過下注，能展現我喜歡的自我個性			.89	
	GHP5 下注，使我的生活多彩多姿			.88	
調和型 觀賽熱情	VHP1 觀賞該類運動賽事讓我的生活多采多姿				.72
	VHP2 觀賞這運動賽事給我新體驗，讓我更喜愛它				.79
	VHP3 觀賞運動賽事讓我擁有難忘的體驗				.77
	VHP4 觀賞運動賽事，能展現我喜歡的自我個性				.62
	VHP5 觀賞這類運動賽事，和我生活中的其他活動是不衝突的				.76
	VHP6 觀賞這類運動賽事是基於一種熱情，而且我能自制				.82
特徵值		7.99	3.61	2.04	1.12
累積解釋變異量%		38.04	55.22	64.95	70.27
Cronbach's $\alpha$ 值		.93	.90	.83	.88
CR 值		.94	.92	.90	.90
AVE 值		.68	.71	.74	.65

#### 四、分析工具

(一)、SPSS for Windows 12 程式執行描述性統計、探索性因素分析、ANOVA 檢定以及集群分析。

(二)、SmartPLS 2.0M3執行『偏最小平方法』(partial least squares, PLS)線性結構方程式(structural equation modeling, SEM)，以檢定驗證性因素分析相關指標值與變數關係模式。PLS乃以組成成份為基礎、適合偏小樣本數之線性結構分析工具。

#### 參、結果

##### 一、樣本描述與行為調查

本研究共獲得有效樣本 338 份，男性 310 人，女性 28 人。純粹下注合法運彩者 179 人，純粹地下簽注者 85 人，兩類都曾下注者 74 人，而這 74 人中，51 人明

確表示以地下簽注為主，34 人平常只消費運彩，故本研究歸計運彩購買者 202 人，地下簽注者 136 人。兩類型購買金額初步比較，購買運彩者每月消費最少 100 元，最多可達 20 萬元，佔比最大的金額為 1 千元（47 人，13.9%），其次是 2 千元（35 人，10%）；至於地下簽注者之下注金額較高，最少每月 300 元，最多者可達 50 萬元，佔比最大的金額為 1 萬元（26 人，7.7%），次高比例之金額為 5 千元與 2 萬元（皆為 15 人，4.4%）。

至於賽事期間，受測者自行評量所收看相關賽事的程度，按比例高低依序為：所下注的場次不一定全看完者佔 83 人（24.6%）；所下注的場次一定收看而未下注的就不看的有 74 人（21.9%）；會比所下注場次看得更多者有 72 人（21.3%）；收看賽事的場次遠超過下注場次者有 65 人（19.2%）；原則上不看轉播，只透過各類報導掌握戰果者有 30 人（8.9%）；完全不看轉播者有 14 人（4.1%）。

調查收看運動賽事與簽注經驗的先後次序，先有觀賞賽事轉播習慣者 275 人（81.4%），先有運動簽注習慣者 63 人（18.6%）。本調查在合法運彩推出 2 年半 3 後執行，而受測者自承其運動簽注經驗，5 年以上者達 43 人，其中超過 10 年經驗者有 5 人（見表二）。

表二 描述性統計與行為調查

性別		簽注與收視先後	
男	310(91.7%)	先觀賞賽事習慣	265 人(78.4%)
女	28(8.3%)	先有下注習慣者	73 人(21.6%)
簽賭類型		收看賽事程度	
純購買運彩	179(53.0%)	1 完全不看	14 人(4.1%)
純地下簽注	85(25.1%)	2.不看轉播過程，只看結果	30 人(8.9%)
混合型	74(21.9%)	3.只看下注場次，但不一定看完	83 人(24.6%)
運彩為主/地下為主	51/23	4.只看下注場，沒下注的不看	74 人(21.9%)
		5.稍微超過下注場次	72 人(21.3%)
		6.遠超過下注場次	65 人(19.2%)
合法運彩消費(月)		地下簽注消費(月)	
	最大值 20 萬		最大值 50 萬
	最小值 100 元		最小值 300 元
	最大比例依次		比例依次
	1000 元(47 人 13.9%)		1 萬(26 人 7.7%)
	2000 元(35 人 10.4%)		2 萬/5 千(15 人 4.4%)
	3000 元(33 人 9.8%)		1 千/3 千(14 人 4.1%)

## 二、雙元熱情差異

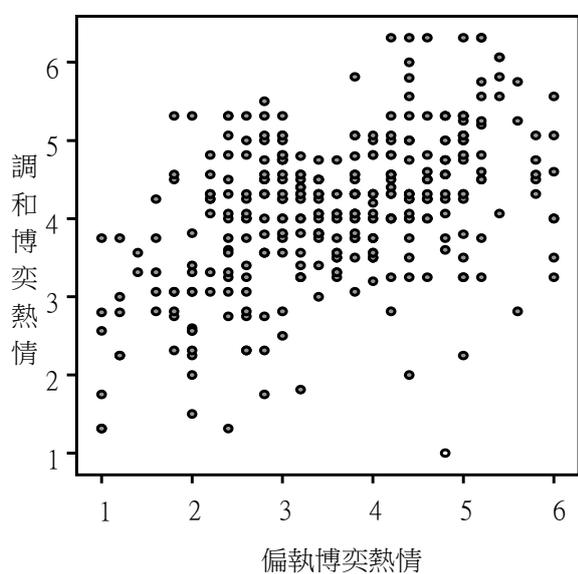
整體受測者對雙元熱情之自評分數，經成對樣本檢定，觀賽熱情的調和型熱情顯著高於偏執型熱情（ $t$  值 11.30，\*\*\* $p < .001$ ），博奕熱情的調和型亦高於偏執型（ $t$  值 5.99，\*\*\* $p < .001$ ）；從兩種熱情的偏執型平均數（觀賞偏執 3.62，標準

差 1.12；博奕偏執 3.60，標準差 1.17）皆僅略高於李克六點尺度的中間值 3.5，初步顯示不少運動簽賭客並不特別偏執地熱愛觀賞賽事或簽賭賽事。

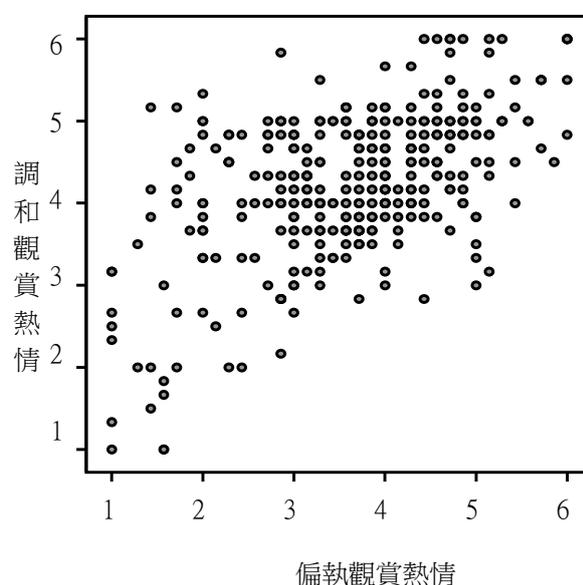
然而，經由 SPSS 更細部繪製的統計散佈圖，則清晰地顯示賽事觀賽熱情絕大多數分佈在 45°斜率帶狀線以上，亦即個別調和型熱情分數 $\geq$ 偏執型熱情分數（圖二）；博奕熱情的分布態樣則呈現迥異，出現在 45°斜率帶狀線以下，亦即博奕熱情的偏執型 $\geq$ 調和型的樣本不少，尤其低調和型 $<3.5$ ，高偏執型 $>3.5$  的人數達 35 人，此已初步證實有一群對博奕著魔、無法不玩的偏執賭客存在（圖一）。

### 三、分群簽注者之差異檢定

本研究接續將簽注者分為合法運彩群、地下簽注群以及兩者皆有的混合群，將這三群進行熱情心理與行為面的差異檢定。結果這三群在調和型博奕熱情、偏執型觀賽熱情以及觀賞賽事程度，這三項並無差異；惟合法運彩群的偏執型博奕熱情和實際地下簽注的行為，顯著低於其他兩群，顯示其買彩券重點不在於博奕；而地下簽注群的調和型觀賽熱情顯著低於其他兩群，這和他們購買合法運彩顯著最少以及地下簽注的金額顯著最高的結果相吻合，顯示其著重從地下簽賭贏錢而非賽事觀賞的狀態（見表三）。



圖一 簽注者之雙元博奕熱情



圖二 簽注者之雙元觀賽熱情

表三 熱情分群差異檢定表

分析項目	熱情項目	行為項目
------	------	------

方法		調和型 博奕熱情	偏執型 博奕熱情	調和型 觀賽熱情	偏執型 觀賽熱情	運彩購量	地下簽量	觀賽程度
平均數(標準差)		3.96(.94)	3.60(1.17)	4.23(.91)	3.62(1.12)			
成對樣本檢定		*** $p$ = .000 $t$ = 5.99		*** $p$ = .000 $t$ = 11.30				
簽賭類 型	(1)合法運彩	3.94(.933)	3.33(1.05)	4.39(.79)	3.59(1.05)	2.31(1.50)	1.11(.61)	4.07(1.35)
	(2)地下簽賭	3.99(.98)	3.94(1.16)	3.87(1.02)	3.52(1.16)	1.24(.92)	4.47(1.65)	3.78(1.49)
	(3)混合型	3.96(1.01)	3.87(1.20)	4.24(.94)	3.82(1.20)	2.18(1.62)	3.81(2.07)	4.31(1.37)
差異性 多重檢定		$p$ = .925	*** $p$ = .000 *** (2) > (1) *** (3) > (1)	*** $p$ = .000 *** (1) > (2) *** (3) > (2)	$p$ = .181	*** $p$ = .000 *** (1) > (2) ** (3) > (1) *** (3) > (2)	*** $p$ = .000 *** (2) > (1) ** (2) > (3) *** (3) > (1)	$p$ = .053

註: \* $p$  < .05 ; \*\* $p$  < .01 ; \*\*\* $p$  < .001

#### 四、變數關係檢驗

本研究接續採取PLS檢定整體模式中各潛在變數間關係，包括變數關係之顯著性與變數間關係強弱的顯示，模式一、二檢視熱情對行為後果的影響，模式三、四則檢視博奕熱情與觀賽熱情之因徑關係。

模式一以調和型與偏執型觀賽熱情作為外衍變項，檢驗它們對行為後果--賽事觀賞程度的影響。結果兩變項皆對賽事觀賞程度具有正向影響力，其中偏執型觀賽熱情的影響力略大於調和型觀賽熱情。假說一獲得支持。

模式二，則以調和型博奕熱情與偏執型博奕熱情作為外衍變項，檢驗對購買合法運彩、地下簽注與彩金續下程度之兩個行為後果變數關係。結果調和型博奕熱情只正向影響購買運彩的程度，而偏執型博奕熱情則正向影響地下簽注的程度，顯示調和型博奕熱情越高者，越會購買合法的運彩，而偏執型博奕熱情越高的人，則簽注地下賭盤的程度會越大。本研究假說二、三皆獲支持。

本研究接續將受測者區辨出先有賽事觀賞習慣者的群一，和先有簽注經驗者的群二，藉以檢驗觀賽熱情與博奕熱情的因徑關係。模式三以群一先有賽事觀賞經驗者資料，來建立從雙元觀賽熱情—雙元博奕熱情—博奕行為的路徑，結果產生三條路徑。效果最大的是偏執型觀賽熱情經由偏執型博奕熱情（參數值.56\*\*\*）影響地下簽注(.30\*\*);第二效果路徑是從調和型觀賽熱情經過調和型博奕熱情(參數值.39\*\*\*）再影響購買合法運彩(.21\*);第三條路徑亦可以從偏執型觀賽熱情經由調和型博奕熱情（參數值.23\*）再到合法運彩。這結果顯示，擁有觀賽熱情者確實可以透過博奕熱情而導向運動簽注行為。

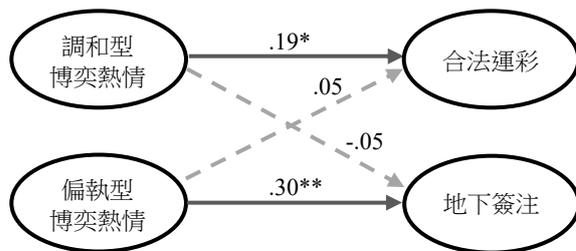
模式四則針對先有簽注習慣之群二，建立雙元博奕熱情—雙元觀賽熱情—觀賞行為的路徑。經 PLS 程式分析，各路徑皆呈現不顯著關係，亦即對早已有簽注習慣者而言，他們的博奕熱情並不會挑動他們的賽事觀賞熱情，當然也就無關乎

後續的觀賞行為了。

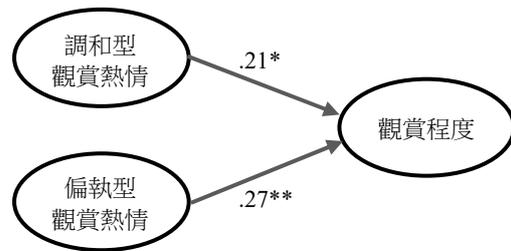
表四 本研究之結構模式係數與測量結果

	模式一	模式二	模式三	模式四
	整體效果	整體效果	先觀賞習慣	先簽注習慣
調和博奕熱情 → 合法運彩	.19(1.92) *			
偏執博奕熱情 → 合法運彩	.05(0.45)			
調和博奕熱情 → 地下簽注	-.05(-0.37)			
偏執博奕熱情 → 地下簽注	.30(2.89) **			
調和觀賽熱情 → 觀賞程度		.21( 1.94) *		
偏執觀賽熱情 → 觀賞程度		.27( 2.64) **		
調和觀賽熱情 → 調和博奕熱情			.38( 3.44)***	
偏執觀賽熱情 → 調和博奕熱情			.22( 2.06) *	
調和觀賽熱情 → 偏執博奕熱情			-.15(-1.23)	
偏執觀賽熱情 → 偏執博奕熱情			.54(5.66)***	
調和博奕熱情 → 合法運彩			.21(2.21)*	
偏執博奕熱情 → 合法運彩			.02(0.18)	
調和博奕熱情 → 地下簽注			-.07(-0.64)	
偏執博奕熱情 → 地下簽注			.30(2.78)**	
調和博奕熱情 → 調和觀賽熱情				.12(1.09)
偏執博奕熱情 → 調和觀賽熱情				-.03(-0.23)
調和博奕熱情 → 偏執觀賽熱情				.04(0.36)
偏執博奕熱情 → 偏執觀賽熱情				.20(1.61)

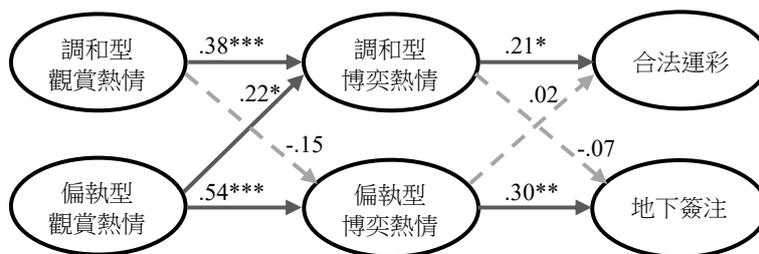
註：單尾檢定， $|t| > 1.645$ ,  $*p < .05$ ;  $|t| > 2.326$ ,  $**p < .01$ ;  $|t| > 3.090$ ,  $***p < .001$



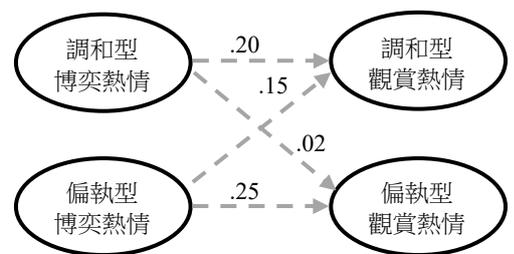
模式一 博奕熱情對簽注行為之路徑分析圖



模式二 觀賞熱情對行為之路徑分析圖



模式三 先有賽事觀賞習慣者之路徑分析



模式四 先有簽注習慣者之路徑分析

## 肆、討論

### 一、結論

娛樂博奕與運動賽事轉播皆為現代休閒產業的重要範疇，本研究援引 Vallerand 等 (2003) 的雙元熱情模式，探索國內運動博奕者對運動簽注與賽事觀賞之熱情心理暨行為，此亦為國內首度針對購買合法運彩與投注地下賭盤者進行之實證調查。從 338 份有效樣本的問卷調查分析，獲致結論包括：一、購買運彩者較能享受觀賞賽事的樂趣，而地下簽注群明顯比較偏執熱愛博奕。二、偏執博奕熱情越高，則向地下賭盤簽注的程度越高；調和博奕熱情越高，則購買合法運彩的程度越高。三、偏執觀賽熱情對收看賽事程度的影響力，大於調和觀賽熱情。四、檢驗博奕熱情與觀賽熱情關係，發現先有下注經驗者，其博奕熱情無法促發觀賽熱情，無助於擴大運動收視；反之，先有賽事觀賞經驗者，其觀賽熱情可以帶動博奕熱情，顯示運動節目收視群其實是開發運彩事業的潛力客群。

有關本研究發現之各要點，進一步分析討論如下。

### 二、理論意涵

#### (一)、熱情本質

本研究同時檢運動驗簽賭客的觀賽熱情與博奕熱情，實證結果確認觀賽熱情顯著高於博奕熱情，但整體而言，這兩種熱情平均數 (3.60~4.23/李克六點尺度) 都明顯低於國內競技啦啦隊員熱情平均數 4.46~5.12/李克六點尺度 (胡婉玲, 2009)、休閒網球運動熱情平均數 4.6~5.71/李克七點尺度 (陳建瑋和季力康, 2007)。尤其偏執觀賽熱情平均數 3.62 與偏執博奕熱情的 3.60，都只略微超過中間值 3.5，加上調和觀賽熱情的平均數達 4.23 來看，本研究已可推論，受測運動簽賭客大多抱持愉悅調和的熱情來觀賞運動賽事，有很多人並不會過度熱衷、偏執地參加運動簽注或觀賞賽事。

進一步比較觀賽熱情和博奕熱情的分布態樣，賽事觀賞熱情絕大多數分佈在 45° 斜率帶狀線上或以上，較吻合過去學界主張：調和型熱情是偏執型熱情的必要條件的論點。然而，博奕熱情的分布態樣則出現一些偏執型  $\geq$  調和型的樣本，尤其低調和型  $< 3.5$ ，高偏執型  $> 3.5$  的人數達 35 人，數量不算大，但此結果已證實有一群高偏執/低調和博奕熱情，亦即對運動博奕著魔、無法自拔卻又不覺得感受歡愉的賭客存在。本研究推翻 Wang 與 Yang (2007) 和胡婉玲 (2009) 所主張：調和型熱情與偏執型熱情是熱情密度強弱的接續，超過了調和型熱情才進入偏執型熱情狀態。本研究經由運動簽賭項目證明，調和型熱情不一定是偏執型的必要條件 (necessity)，主張對於會陷入病態 (pathological) 熱愛或成癮 (addicted) 的活動，可能會出現偏執型高於調和型的群體。

## (二)、熱情與行為後果

本研究經線性結構模式分析觀賽熱情對行為後果，證實偏執型和調和型觀賽熱情都正向顯著影響賽事觀賞的程度，其中以偏執型的影響較大，此結果再次驗證 Vallerand 與 Miquelon (2007)與胡婉玲 (2009)的主張：偏執型熱情比調和型較能堅持到底，對行為後果的影響較大。

至於博奕熱情對行為後果的影響，本研究設定博奕的行為後果為賭金大小，結果偏執型影響地下簽注金額，而調和型熱情則影響合法運彩的購買程度。在台灣，地下簽注不屬於合法活動，賭客多半透過網路下注，但因為可先下注再事後結帳，且賠率比運彩大，因此吸引了賭興大、有心贏錢者參與，例如偏執熱情者就可能將簽下金額超越他有能力支付的範圍，結果一旦不中獎，形成積欠賭金、滋生事端，調和型熱情理應會做理性抉擇，避免循非法管道購買運動簽注，即使循地下非法簽注管道，下注也會適可而止，也不會越熱情就下注金越大。至於運彩，賠率相對較低，且顧客在合法店家下注時，必須當場付現，因此口袋有多少錢，就只能買多少運彩，購買者只能適可而止，較適合為添增樂趣而購買者，而偏執型熱情者可能因賠率小而興趣缺缺，且現場購買會受限於自身的金錢支付能力，無法隨興採購。分析台灣運動簽注情境，大致可將純運彩歸為娛樂型博奕，純地下簽注歸為潛在的問題博奕，復以本研究實證結果，吻合 Back et al. (2011)所主張：調和型熱情對娛樂型賭客的博奕意圖影響力較大，而偏執型熱情對病態型博奕意圖的影響力較大。

## 三、管理意涵

### (一)、區辨分群簽賭者

本研究經調查，證實台灣運動簽賭者有三種群體。其一為純買運彩者，其二是純地下簽注者，其三是兩者皆參加的混合型。經差異檢定，純買運彩者的偏執博奕熱情果然顯著低於其他兩群，其調和觀賽熱情又顯著最高，由此可看出到運彩行購買合法運彩群主要目標不在於贏大錢，而在於享受觀賞賽事的樂趣。至於地下簽注群明顯比較偏執熱愛博奕，而且其調和觀賽熱情又顯著低於其他兩群，顯示其執著於簽賭而較不能愉快地享受賽事觀賞的樂趣。值得注意的是，在兩種通路都會下注的混合群，經分析，還是以向地下賭盤簽注的比例居多，向地下賭盤下注的金額也比較多，也因此其偏執博奕熱情不遜於非法群，他們不只是購買合法運彩金額的最大宗客戶，向地下賭盤下注的金額，也只略遜於地下簽注型。這三分群的差異，值得未來加入博奕動機因素，進一步探究。

本研究具體尋得習慣向非法賭盤下注的運動簽注者，尤其簽注者向地下簽賭的金額確實遠大於合法運彩，足證地下運動簽注賠率高的誘惑力，證明非法運動簽注依舊猖獗，實已為拓展合法運彩之羈絆。此皆應為主事當局加以重視。

## (二)、觀賽熱情與博奕熱情之關連

釐清觀賽熱情與博奕熱情關係，別具管理意涵。本研究區別出先有賽事觀賞習慣和先有下注習慣者兩群，分別建立線性結構模式，結果兩組模式呈現迥異效果。先有賽事觀賞習慣者的模式檢定結果，雙元觀賽熱情都能發揮效果，偏執觀賽熱情可透過偏執博奕熱情正向影響地下簽注，或者透過調和博奕熱情正向影響購買運彩；另外，調和觀賽熱情則逕自透過調和博奕熱情，再影響購買合法運彩。由此看來，運動節目收視人口十足運動簽注的潛力群，越愛看轉播的，越可能捧場運動簽注，因此想要帶動運彩銷售業績，應從這些運動收視人口優先著力。

反之，先有下注習慣者，無論是其偏執型或調和型博奕熱情皆不顯著影響觀賽熱情，亦即早已有運動簽注習慣者，並不因為他們的博奕熱情越高，就越越熱愛觀賞賽事，在此情況下，無論運彩如何蓬勃發展，或是地下簽注如何猖獗，都無法提升這群人的觀賞賽事轉播的熱情，對擴大運動節目收視群或收視率，並無直接助益。推廣運彩事業的主要效益，還是在於所得盈餘增加政府收支後，如何運用和分配的價值了。

## 四、研究限制與研究建議

本研究雖突破困難，覓得地下簽注者填寫問卷，但囿於地下簽注乃非法行為，一般不願自我承認，故此類受測數量難以擴大，為本研究限制之一。地下簽注因付款方式不同於合法運彩，可先下注後付款，部份受測者因下注太大又為中獎、陷入積債困境，在簽注行為題項的填答可能有所保留，乃本研究限制之二。

本研究經資料蒐集，獲致各種博奕熱情與觀賽熱情對行為後果之影響，惟囿於篇幅，並未調查合法、非法以及混合型運動簽注者三類之博奕動機，進行調查分析，建議未來可繼續執行這方面之實證研究。

## 參考文獻

- 李焯煌、季力康、彭涵妮（2007）。熱情量表之建構效度。《體育學報》，40（3），77-88。
- 陳建瑋、季力康（2007）。休閒網球運動者的運動熱情與運動依賴之相關研究。《大專體育學刊》，9（3），57-65。
- 胡婉玲（2009）。雙元熱情對競技啦啦隊員之影響。《台灣體育運動管理學報》，8，55-74。
- 陳建瑋、游鎮安（2007）。運動熱情之探討。《大專體育》，93，113-118。
- 行政院體育委員會（2007）。推動運動彩券發行政策-促進運動發展，提升社會活力。《國民體育季刊》，36（2），4-6。
- 高維良（2009）。台灣運動彩券發行相關課題初探。《大專體育》，101，40-46。

- 瞿海源 (1999)。樂透熱，冷處理！，*科學月刊*，33 (3)，197-201。
- Back, K.-J., Lee, C.-K., & Stinchfield, R. (2011). Gambling Motivation and Passion: A Comparison Study of Recreational and Pathological Gamblers. *Journal of gambling studies*, 27(3), 355-370.
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Hope, J., & Havir, L. (2002). You bet they're having fun! Older Americans and casino gambling. *Journal of Aging Studies*, 16, 177-197.
- Hu, A. W. L., & Tang, L. R. (2010). Factors motivating sports broadcast viewership with fan identification as a mediator. *Social Behavior and Personality*, 38(5), 681-690.
- Jang, H. C., Lee, B. K., Park, M. K., & Stokowski, P. A. (2000). Measuring underlying meanings of gambling from the perspective of enduring involvement. *Journal of Travel Research*, 38(February), 230-238.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrics*, 39, 31-36.
- Kim, Y. H., & Lee, Y. H. (2004). Study on reliability and validity of gambling passion scale. *The Korean Journal of Clinical Psychology*, 23(4), 999-1009.
- Loroz, P. S. (2004). Golden-age gambling: psychological benefits and self-concept dynamics in aging consumers' consumption experiences. *Psychology and Marketing*, 21(5), 323-349.
- Mageau, G. A., Vallerand, R. J., Ratelle, F. L., & Provencher, P. J. (2005). Passion and gambling: Investigation the divergent affective and cognitive consequences of gambling. *Journal of Applied Social Psychology*, 35, 100-118.
- Petry, N.M., & Kiluk, B.D. (2002). Suicidal ideation and suicide attempts in treatment-seeking pathological gamblers. *Journal of Nervous and Mental Diseases*, 190, 462-469.
- Platz, L., & Millar, M. (2001). Gambling in the context of other recreation activity: a quantitative comparison of casual and pathological student gamblers. *Journal of Leisure Research*, 33(4), 383-395.
- Philippe, F., & Vallerand, R.J. (2007). Prevalence rates of gambling problems in Montreal, Canada: A Look at old adults and the role of passion. *Journal of Gambling Studies*, 23, 275-283.
- Ratelle, C. F., Vallerand, R. J., Mageau, G. A., Rousseau, F. L., & Provencher, P. (2004). When passion leads to problematic outcomes: a look at gambling. *Journal of*

- gambling studies*, 20(2), 105-119.
- Rousseau, F. R., Vallerand, R. J., Ratelle, C. F., Mageau, G. A., & Provencher, P. J. (2002). Passion and gambling: on the validation of the gambling passion scale (GPS). *Journal of Gambling Studies*, 18(1), 45-66.
- Sommers, I. (1988). Pathological gambling: estimating prevalence and group characteristics. *International Journal of Addictive Behaviors*, 23, 477-490.
- Vallerand, R. J., Rousseau, F. L., Grouzet, F. M. E., Dumals, A., Grenier, S., & Blanchard, C. M. (2006). Passion in sport: A look at determinants and affective experiences. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 28, 454-478.
- Vallerand, R. J., Mageau, G. A., Ratelle, C., & Leonard, M. (2003). Les passions de l'ame: On obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 756-767.
- Vallerand, R. J. (2006). Prevalence rates of gambling problems in Montreal, Canada: A look at old adults and the role of passion. *Journal of Gambling Studies*, 23(3), 275-283.
- Vallerand, R. J., & Miquelon, P. (2007). Passion for sport in athletes. In D. Lavalle, & S. Jowett (Eds.), *Social Psychology in Sport* (pp. 249-262). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Vander Bilt, J., Dodge, H.H., Pandav, R., Shaffer, H.J., & Ganguli, M. (2004). Gambling participation and social support among older adults: A longitudinal community study. *Journal of Gambling Studies*, 20, 373-390.
- Wallish, L.S. (1993). *Gambling in Texas: 1992 Texas survey of adult gambling behavior*. Austin, TX: Texas Commission on Alcohol and Drug Abuse.
- Wang, C.-C., & Yang, H.-W. (2007). Passion and dependency in online shopping activities. *CyberPsychology & Behavior*, 10, 296-298.