

Monic Sun

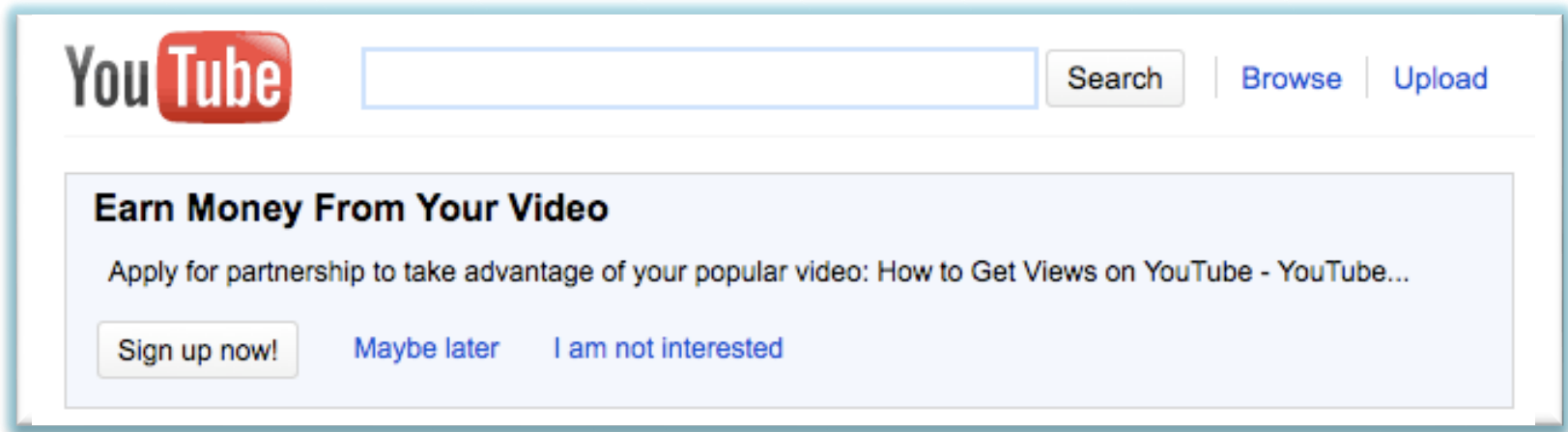
The Impact of Ad Revenue on User-Generated Content

Ads in Offline and Online Media



Ad Revenue Sharing Online

- YouTube



- Blogger, WordPress, etc.



Criticism of Ad-Sponsored Model

- Content vs. advertising (e.g., Godes, Ofek and Sarvary 2009; Kind, Nilssen and Sørsgard 2009)
 - Overproduction/duplication of popular content
 - Underserving viewers with niche preferences
- Popular content is often not important and may promote unintended social norms (e.g., Herman and McChesney 1997)
- The business model is destroying our culture and we are “amusing ourselves to death” (Postman 2005)

Literature

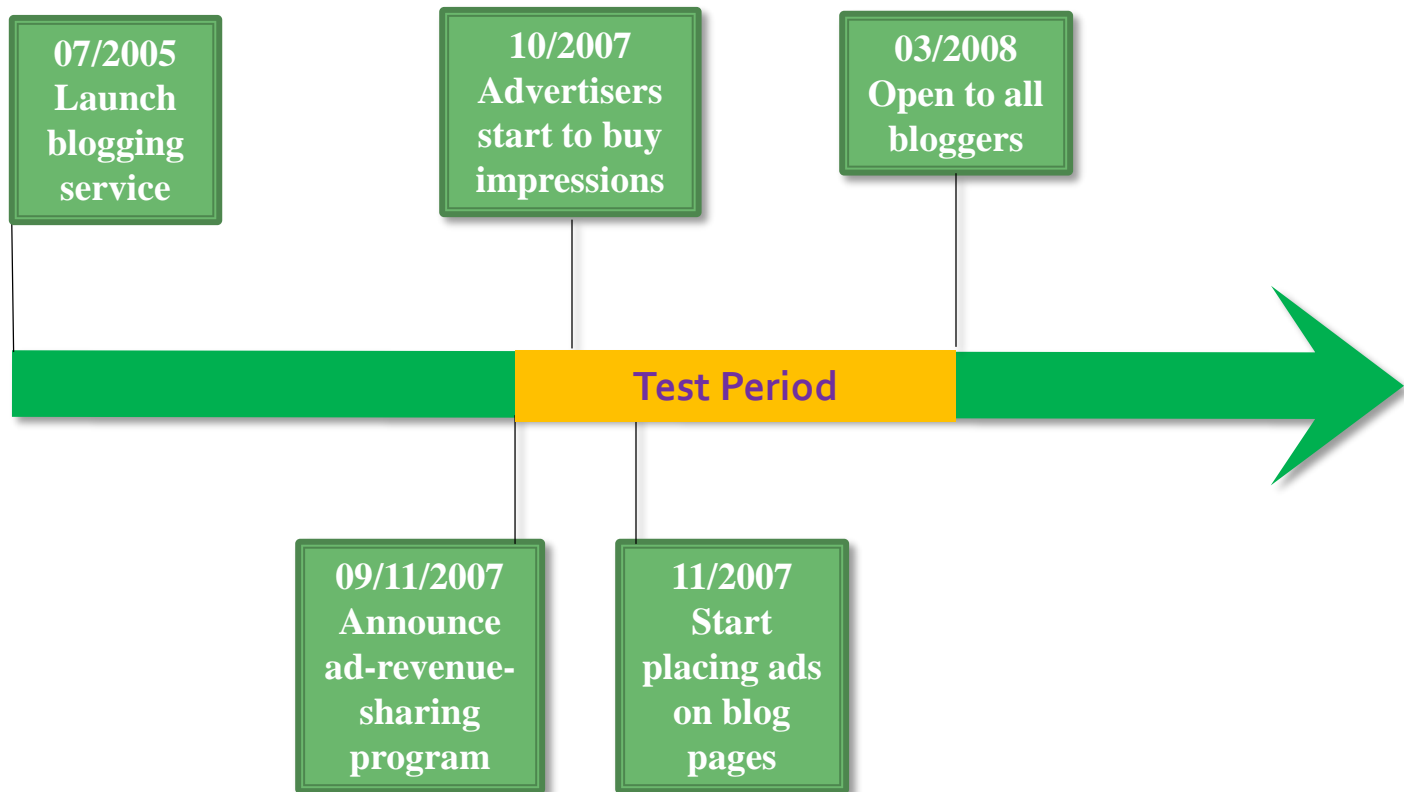
- Studies on how advertiser preference influences content (e.g., Wilbur 2008; Rinallo and Basuroy 2009)
- Theoretical models in economics (e.g., Steiner 1952; Beebe 1977; Spence and Owen 1977; Gabszewicz et al. 2006; Peitz and Valletti 2008)
- Little empirical evaluation of how ad-sponsored business models affect the incentives of content providers
 - Time consuming to collect and analyze data
 - Difficulty in establishing causal relationship

Empirical Setting



- Founded in 1998
- Registered users: 0.2 billion
- Daily page views: 1.4 billion
- News, emailing, blogging, photo and video-sharing, microblogging, instant messaging

Bloggging Service



Criteria for Participating

- More than 700 page views per week for 4 consecutive weeks prior to the application date
- Provide real identity and bank information (for direct deposit)
- Paid on a monthly basis when balance exceeds CNY 100 (about US\$15)
- A blogger makes about CNY 4.5 (US\$0.70) per 1,000 impressions



个人资料



秀辉

播客 微博

加好友 发纸条 写留言 加关注

博客等级: 24
博客积分: 2194
博客访问: 26,029,962
关注人气: 33,587

博主被推荐的博文



秀辉的这篇博文被推荐到新浪博客

此博主被推荐的博文:

- 日本飞机商务舱和经济舱餐...
博客首页
- 中国观光客出手阔绰令日本人...
新闻中心
- 为什么日本的饭字写作“丼”?
博客首页
- 日本真的流行露阴毛的蟑螂女...
博客首页
- 超级病菌突袭东京帝京大学医...
新浪首页

正文

字体大小: 大 中 小

精武英雄陈真其实是个虚构人物 (2010-10-03 11:13:15)

标签: 秀辉 中华魂 陈真 霍元甲 精武门 精武英雄 甄子丹 日本 李小龙 分类: 雅七雅八(零乱的文章) 杂谈

文/秀辉



(甄子丹版的单臂陈真)

最近,甄子丹主演的《精武风云·陈真》在香港上演。一时间,精武英雄陈真再次成为人们茶余饭后热议的英雄人物。中国人爱英雄、重英雄、敬英雄,尤其对打败日本武士的英雄最为尊敬。记得当年李小龙饰演的陈真在打败日本武林高手后,遭日本人伏击乱枪扫射而死的一幕,曾感动多少国人。

演过陈真的演员很多,李小龙、梁小龙(即电影《功夫》里面的“火云邪神”陈小龙等知名演员都饰演过陈真的角色。令人印象最深的自然是李小龙版的陈真,是跟李小龙划上等号的。而泡着香港电视剧长大的秀辉,对年轻时代的“火云”很深,当年的电视(香港亚视的前身)播放的电视连续剧《大侠霍元甲》和《陈真》,当年的秀辉和多数朋友一样,以为陈真跟霍元甲、黄飞鸿等武林高手一样,但随着对精武体育会认识的深化,才发现精武英雄陈真原来只是一个虚构的英雄。



徐静蕾新作
《快乐就是0负担》
盛大首映 麦当劳全力支持

5000个板烧鸡腿堡等你赢!

婉约云儿—眼中体育

<http://blog.sina.com.cn/wanyueyuner> [订阅] [手机订阅][首页](#) | [博文目录](#) | [图片](#) | [关于我](#)

个人资料



婉约云儿

播客

微博

加好友

发纸条

写留言

加关注

博客等级: 24

博客积分: 2913

博客访问: 20,890,945

关注人气: 40,101

博主被推荐的博文



婉约云儿的这篇博文被推荐到新浪博客

此博主被推荐的博文:

• 球“峰”媲美
博客首页• 罗伊还能制造奇迹吗?! ...
体育博客• 最美丽的亚运会篮球宝贝...
博客首页

正文

字体大小: 大 中 小

荐 胸猛妖娆 (2010-11-27 15:33:41)

+ 转载

标签: 刘梦梦 足球宝贝 篮球宝贝 体育 分类: 综合体育

今日爆出“童颜巨乳”美女宝贝刘梦梦,她不仅仅有完美的身材,她还是个多才多艺的美女,她精通英语、法语、钢琴、马术,刘梦梦的全才正是大家支持她的理由。在很多人眼里,或许刘梦梦这个名字感觉有点陌生,但是美丽而真善的梦梦却有着一道又一道的光环:多家门户网站官方合作模特;某网超模计划人气模特;某网铁血军模大赛冠军;某网“汽车宝贝”十佳。





何洁发表的微博(1351)

以下是我想说的：我觉得悲哀远远多过我的愤怒，不管是始作俑者还是转载的还是看热闹的，我想说，人不能这样污蔑另一个人，人不能全无道德感的活着，

[煤炭\(93\)](#) [收藏](#) [评论\(164\)](#)

我和朋友调侃的根本不是郭敬明这件事，最近一直在出差这篇新闻稿不说我还真不知道这个事。请媒体不要多花接木断章取义了，新闻真假假是会伤人的！同时也希望有媒体能追踪报道我发的这条围脖，不要把话乱说了伤了人，作案的就扬长而去了。P.S这篇微博我所指的对象是某些无聊媒体，请不要随意瞎猜

何洁微博回应

艳照门在娱乐圈当中以不是新鲜事，更有甚者自爆艳照以求成名。今日在网络上流传着疑似何洁的不雅照再次引起轰动，艳照尺度堪比阿娇等，但目前还未证实照片的真实性。光从照片上看疑似非常不平常之态，随后何洁在微博声称，这是不法之徒的诬陷，照片也是经过处理的，自己感觉到非常的悲哀，这样真须有的污蔑一个人，毫无道德感可言。娱乐码头认为，刚刚发片，电影《刁蛮外传》即将上映，何洁此次的不雅照完全是自找炒作，何洁回应不雅照，只是为了下一轮炒作而做铺垫，事实真相如何看来只有当事人清楚。自从出道以来，露点、走光、半裸出镜、整容，不雅照曝光光大出道的何洁正式晋升绯闻女王。

人间总是充满了杯具何洁更是逃脱不了命运，超女出身的何洁一向以大胆走光为傲甚至表示拍摄一组何洁版的裸照照片来寻求刺激，在业内评论何洁堪比薛璐。无巧不成书，何洁博客近日流传了何洁不雅照b1种子下载链接迅速引起了围观，其中何洁在不雅照中的尺度堪比AV，甚至一些动作在日本AV都无法见议，何洁不雅照给力程度远超非诚勿扰薛璐。就这样何洁博客裸照在成名女星中成为空前绝后的第一。

人怕出名猪怕壮何洁也是一样，在何洁博客每天都带来数千人的浏览时竟然看到了何洁博客中的不雅艳照照片的b，种种外泄令人大跌眼镜。外界一致认为艳照中的女主角正是当年红遍大江南北的超女何洁，何洁接受采访时表示自己与香哥她们不一样之处是自己敢于暴露，看来何洁真是应验了诺言，露露才会红。一些网友还对何洁一些照片上的模糊处理感到质疑，或许这就是炒作公司的聪明之处竟可以不揭伤疤的名誉又可以让她彻底走红何乐而不为呢。

何洁的一组牲畜高潮不雅视频照照被疯狂传播，这一批何洁艳照共计125P照片其中大多数都是何洁与某男子高潮时的画面堪称近年艳照门的经典之作。何洁是如何从一个天使级的超女坠入为一个骚女令人唾弃呢，令人不解的是何洁博客中为何会出现何洁视频不雅照的下载地址值得我们深思，明星隐私不被尊重的问题。

何洁终于没把持住终于犯事了，何洁同学护照被媒体曝光，一组何洁一丝不挂的全裸照片被论坛爆出，大家纷纷讨论这个人到底是不是何洁。虽然何洁的经纪人出来否认，但是经纪人一般首先会推卸不是旗下艺人所为，此次何洁经纪人也是一般。但是说谎话就不怕脸红，何洁身材与脸蛋与照片中女子极度相似，难道此人还与何洁是双胞胎不成，看来何洁不止欠大众一个道歉更欠一颗说在直话的心。

更多原创美文：



踢爆柏芝瘦身内幕

柏芝又瘦，再曝減肥招！

赵薇首爆减肥很轻松

赵薇首曝：减肥很轻松

李湘产后瘦身大揭密

李湘产后瘦身大揭秘！！



Advantages of Setting

- Pay-per-impression business model with a fixed rate per impression
- Abrupt change of business model
- Not all bloggers participate
- Complete historical data from birth of blog

Dataset

- IDs of all participants by end of 01/09 & their enrollment dates
- Participants: 4,200; Nonparticipants: 26,974
- Time period: May 2007 – January 2009
- Total number of blog posts: 4.4 million
- Information from each blog post; aggregate on a monthly basis for each blogger

Title
Date and Time

得到的永远比失去的多 (2010-01-05 17:37:49)

标签： 步伐 初中同学 成功与失败 列国 道理 深圳 情感

+ 转载

Tags



2009年最后一天，和几个5年以上没见的初中同学在深圳南山中心区的大街上走。感慨时光的匆忙，5年，生命长河中说长不长、说短不短的时间，言谈间，21世纪第一个年代已悄然走远。有朋友发短信问，2009年过得怎么样。我想回复说，糟透了，幸好它走了。

这时，一个30岁出头的男子在我身边大声唱着什么歌，迈着不成规则的步伐，再看后面有三个可能是他的同伴互相搀扶在他后面走，显然都是醉醺醺的，只是这个男子更开心无拘，一直唱着什么。发现我在打量他后，他竟然迈着不规则的步伐向我走来，眼看就要踉跄摔倒，我下意识地扶着他。果然满身酒味，不过我竟然没有厌恶，因为他看上去开心得像个天真的小孩子。他乐呵呵地说：“小伙子，我觉得你很优秀，很不错！”接着顿了顿，说：“Happy new year! 2009年过去了，新年又来了！祝你新年如意！”然后伸开手臂要跟我拥抱一下，我很真诚地配合了一下。看着他继续迈着不规则的步伐、唱着歌往前走时，突然觉得他像个天使，似乎告诉了我一个很深刻的道理。

于是，我马上若有所思地回短信给朋友：“2009年，得到的永远比失去的多。祝你新年快乐！”

2009年，我离开了在我成长过程中第一家很重要的公司，失去了很多，伤感了许久；但我又马上自己创业了，并且从艰辛创业中收获了更多的东西，可能没挣到什么金钱，但给自己的未来有了更明确的规划。2009年，从广州来到了深圳，失去了广州的很多东西，甚至在深圳也没有获得更好的发展，还受到不少委屈和挫折；但是，我马上开始更加独立地去学着整合资源去创造属于自己的事业，并在不断前行中积累了一些人脉、朋友、资源、渠道等，或许依旧不那么成熟，但毕竟迈出了更重要的步伐，也逐渐领会了积聚力量再前行的意义。

几乎所有人都会患得患失，可人还是有层次高低之分，道理很简单，有些人活得更轻松，是因为他们知道得到的永远比失去的多。就像我妈今天给我发的短信：人生就是大舞台，无所谓成功与失败；成功里不全是幸福，失败里不都是悲哀；态度决定人生的厚度，心态决定幸福的指数。

末了，看到某旅游公司的一个文案，好像说的也是同样一个道理，与大家分享下：

只要半个平米的价格，日韩新马泰都玩了一圈，一两个平米的价格，欧美列国也回来了，下一步只好策划去埃及南非这些更为神奇的所在，几年下来，全世界你都玩遍，可能还没花完一个厨房的价，但是那时候，说不定你的世界观都已经变了，生活在于经历，而不在于平米；富裕在于感悟，而不在于别墅。

of Page Views
of Comments
of Bookmarks

分享

阅读 (259) | 评论 (8) | 收藏 (4)

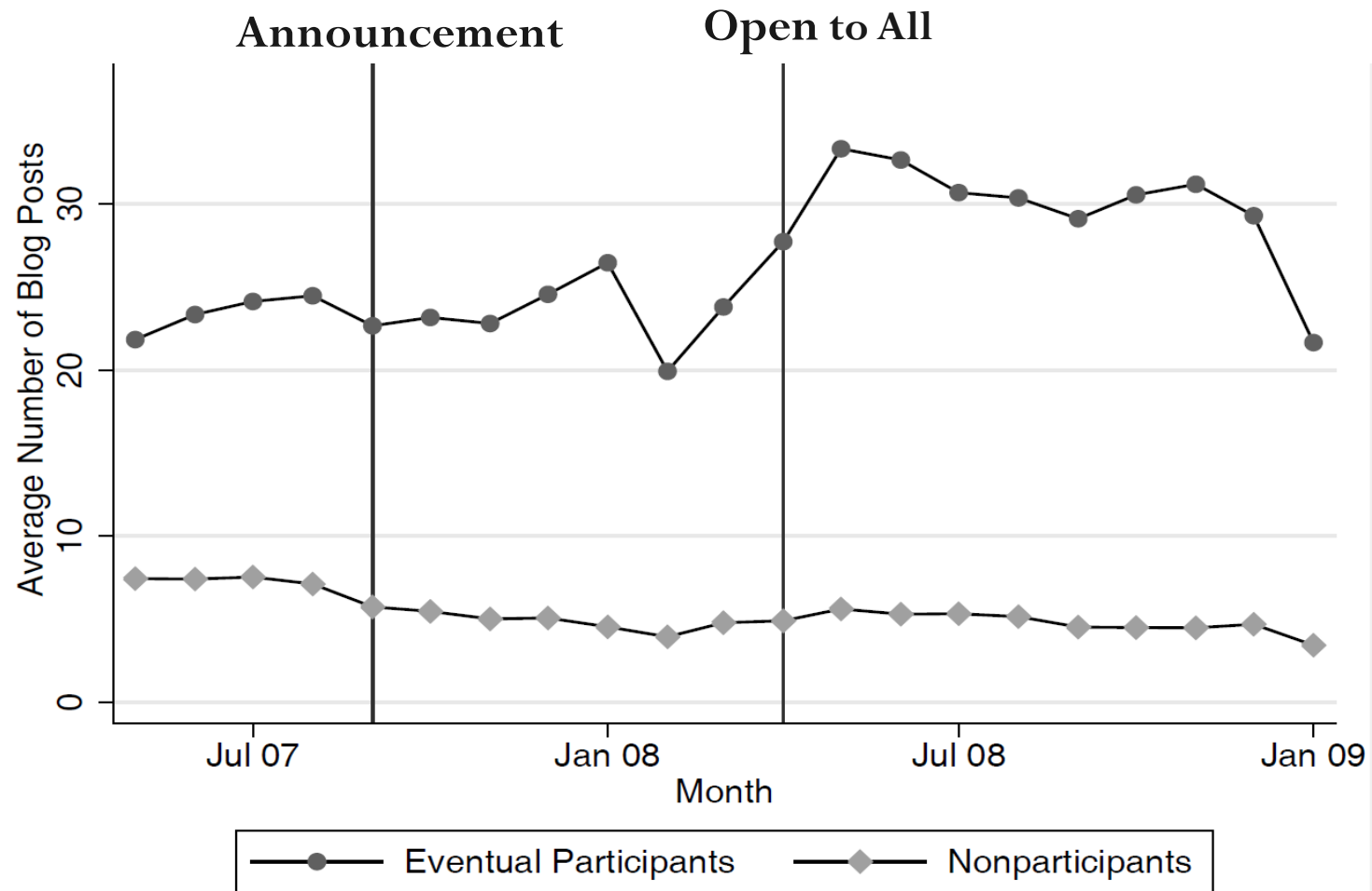
转载 (0) | 顶 | 打印 | 举报

0

顶

已投稿到： 排行榜 圈子

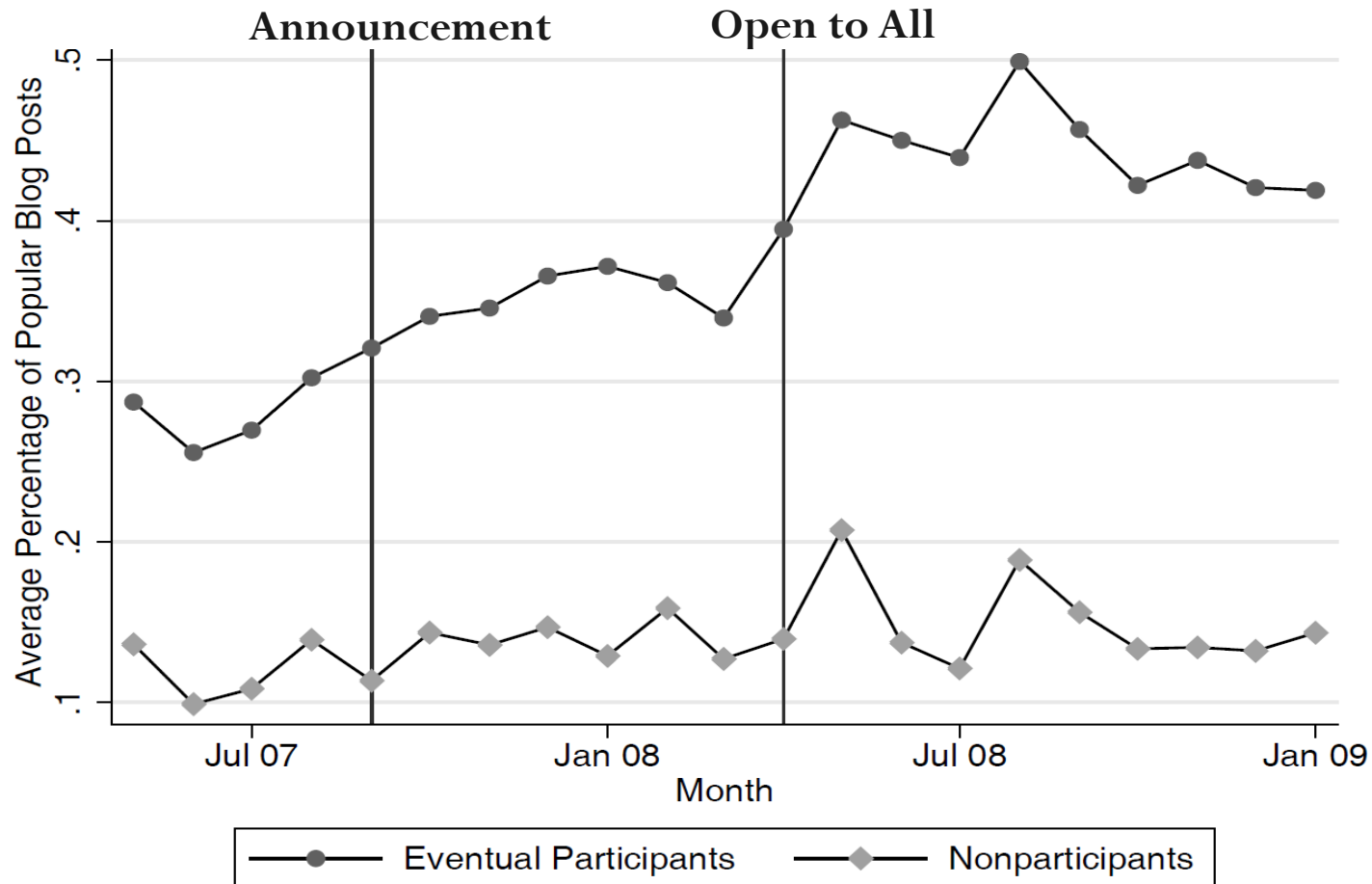
Average # of Blog Posts



Measure Content Popularity

- Measure a tag's popularity by the total number of page views of blog posts containing this tag in each month
- Define top 150 tags in each month as “popular” tags
- A post is “popular” if it has a popular tag: 23% posts are popular, with 63% of total page views

Percentage of Popular Posts



Regression Analysis

$$\% \text{ Popular}_{it} = \beta_0 + \beta_1 EP_i + \beta_2 EP_i \times \text{After}_{it} + \sum_{j=2}^{21} \gamma_j \text{MonthDummy}_j + \epsilon_{it}$$

- Endogeneity in joining the program
 - Fixed effects at blogger level
 - Instruments
 - How many months since a blogger starts blogging
 - Average # of posts in the past
- Program may take effect before enrollment
 - Take 9/2007 as break point for all participants

Change in Content Popularity

Model Dep. Var.	Enrollment dates as Break Points			9/2007 as the Break Point		
	(1) % Popular	(2) % Popular	(3) % Popular	(4) % Popular	(5) % Popular	(6) % Popular
EP	0.220*** (0.004)			0.158*** (0.005)		
EP × After	0.071*** (0.004)	0.070*** (0.004)	0.078*** (0.004)	0.096*** (0.004)	0.093*** (0.004)	0.130*** (0.017)
Month Dummies	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	544,209	544,209	544,209	448,973	448,973	448,973
Adjusted R-squared	0.097	0.016	0.016	0.093	0.017	0.016
Number of IDs		31,174	31,174		21,792	21,792
Specification	OLS	FE	FE/2SLS	OLS	FE	FE/2SLS

* significant at 10%; ** significant at 5%; *** significant at 1%

Content popularity goes up by 13.0 percentage point.

Shift in Topics

- Stock market, salacious content, celebrities

Model Dep. Var.	(1) % Stock	(2) % Stock	(3) % Salacious	(4) % Salacious	(5) % Celebrity	(6) % Celebrity
EP × After	0.012*** (0.002)	0.024** (0.012)	0.024*** (0.002)	0.026*** (0.007)	0.014*** (0.002)	0.016* (0.009)
Month Dummies	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973
Adjusted R-squared	0.002	0.001	0.003	0.003	0.001	0.001
Number of IDs	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792
Specification	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS

* significant at 10%; ** significant at 5%; *** significant at 1%

Content shifts by 6.6 percentage points towards the three domains.

Quality of Blog Posts

- Average % of bookmarks
- Average # of characters, pictures, video clips

Model	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Dep. Var.	% Bookmark	% Bookmark	Num Chars	Num Chars	Num Pics	Num Pics	Num Videos	Num Videos
EP × After	0.054*** (0.003)	0.094*** (0.010)	0.854*** (0.032)	1.181*** (0.146)	1.392*** (0.039)	1.973*** (0.138)	0.001*** (0.000)	0.001* (0.001)
% Popular	0.009*** (0.001)	0.008*** (0.001)	3.138*** (0.021)	3.130*** (0.021)	0.907*** (0.024)	0.893*** (0.024)	0.002*** (0.000)	0.002*** (0.000)
% Stock	0.028 (0.021)	0.026 (0.021)	1.638*** (0.088)	1.619*** (0.088)	−0.706*** (0.062)	−0.740*** (0.064)	−0.002*** (0.000)	−0.002*** (0.000)
% Salacious	0.003 (0.003)	0.002 (0.003)	1.462*** (0.044)	1.454*** (0.044)	0.330*** (0.058)	0.316*** (0.058)	−0.001 (0.001)	−0.001 (0.001)
% Celebrity	0.000 (0.003)	−0.001 (0.003)	1.336*** (0.063)	1.326*** (0.064)	1.018*** (0.090)	1.001*** (0.090)	0.004*** (0.001)	0.004*** (0.001)
Month Dummies	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973
R-squared	0.006	0.005	0.161	0.161	0.031	0.030	0.003	0.003
Number of IDs	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792
Specification	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS

* significant at 10%; ** significant at 5%; *** significant at 1%

Robustness Checks

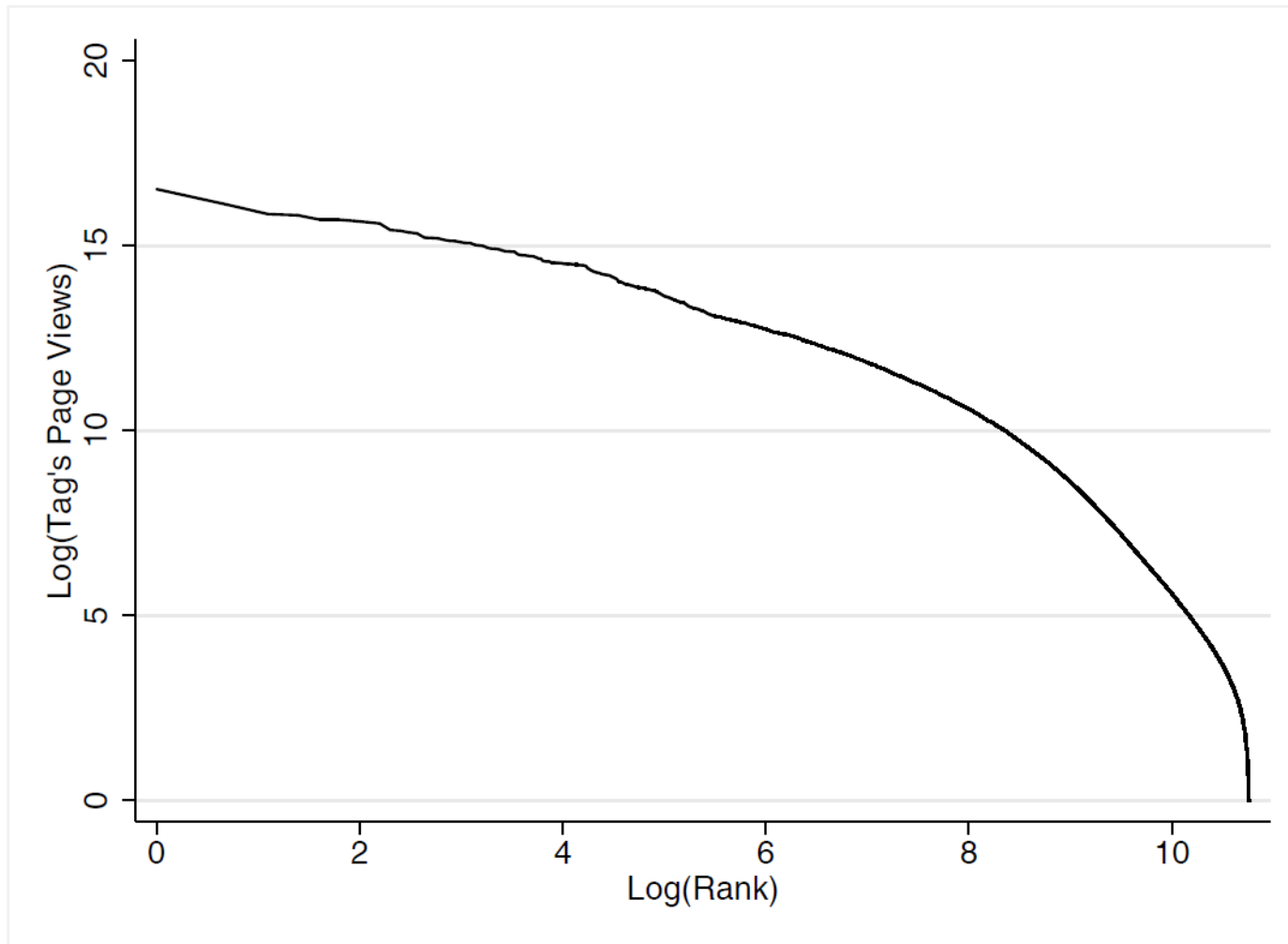
- Selection problem
 - [Propensity matching](#) & Rosenbaum bounds
 - The [AET](#) (Altonji, Elder and Taber 2005) method
 - Pre-trend analysis
- Alternative definitions of popular tags
 - Use tags from nonparticipants
 - Use body text of each post to generate tags
- Effects stronger for [moderately popular blogs](#) and [persist over time](#)

Summary

- Ad revenue increases percentage and quality of popular content
- Ad revenue also increases amount and quality of niche content, top niche-content contributors even increase percentage of niche posts
- Is the proliferation of ad-sponsored business models worrisome?
 - Online vs. offline media
 - Pay per impression vs. pay per click

Thank you!

Tags' Page Views & Ranks



Propensity-Matched Results

Model	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Matching Var.	$\Delta\%$ Popular	$\Delta\%$ Stock	$\Delta\%$ Salacious	$\Delta\%$ Celebrity	$\Delta\%$ Bookmark	Δ Num Chars	Δ Num Pics	Δ Num Videos
No Matching	0.095*** (0.003)	0.012*** (0.001)	0.025*** (0.001)	0.014*** (0.001)	0.038*** (0.002)	0.557*** (0.035)	1.496*** (0.028)	0.001*** (0.000)
$Page\ Views_i^{pre}$	0.099*** (0.005)	0.014*** (0.002)	0.028*** (0.002)	0.015*** (0.002)	0.038*** (0.005)	0.629*** (0.043)	1.604*** (0.050)	0.001** (0.000)
All Variables	0.158*** (0.006)	0.018*** (0.002)	0.032*** (0.003)	0.022*** (0.002)	0.038*** (0.005)	0.292*** (0.045)	1.126*** (0.043)	0.001*** (0.000)



Results from the AET Approach

Model	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Dep. Var.	$\Delta\%$ Popular	$\Delta\%$ Stock	$\Delta\%$ Salacious	$\Delta\%$ Celebrity	$\Delta\%$ Bookmark	$\Delta\text{Num Chars}$	$\Delta\text{Num Pics}$	$\Delta\text{Num Videos}$
$\hat{\alpha}$	0.140*** (0.004)	0.021*** (0.002)	0.042*** (0.002)	0.029*** (0.002)	0.055*** (0.002)	0.818*** (0.022)	1.141*** (0.045)	0.001*** (0.000)
Bias	-0.060*** (0.008)	-0.019*** (0.007)	-0.014*** (0.002)	-0.014*** (0.002)	-0.002*** (0.001)	-0.126*** (0.016)	0.274* (0.163)	-0.002 (0.005)



Effects on Different Participants

Panel A: Popularity and Topic Domains

Model Dep. Var.	(1) % Popular	(2) % Popular	(3) % Stock	(4) % Stock	(5) % Salacious	(6) % Salacious	(7) % Celebrity	(8) % Celebrity
Below Threshold	0.148***	0.153***	0.019***	0.024***	0.041***	0.042***	0.025***	0.025***
× After	(0.009)	(0.009)	(0.004)	(0.004)	(0.004)	(0.004)	(0.003)	(0.003)
Above Threshold	0.073***	0.129***	0.009***	0.021*	0.018***	0.027***	0.010***	0.016
× After	(0.005)	(0.018)	(0.002)	(0.011)	(0.002)	(0.008)	(0.002)	(0.010)
Month Dummies	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973
Adjusted R-squared	0.017	0.016	0.002	0.001	0.003	0.003	0.002	0.001
Number of IDs	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792
Specification	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS

Panel B: Quality

Model Dep. Var.	(9) % Bookmark	(10) % Bookmark	(11) Num Chars	(12) Num Chars	(13) Num Pics	(14) Num Pics	(15) Num Videos	(16) Num Videos
Below Threshold	0.056***	0.090***	1.496***	1.545***	0.902***	0.955***	0.001*	0.001*
× After	(0.003)	(0.011)	(0.078)	(0.080)	(0.056)	(0.059)	(0.001)	(0.000)
Above Threshold	0.048***	0.051***	0.617***	1.086***	1.572***	2.087***	0.000	0.000
× After	(0.008)	(0.009)	(0.030)	(0.154)	(0.049)	(0.149)	(0.000)	(0.001)
% Popular	0.009***	0.008***	3.134***	3.127***	0.910***	0.902***	0.002***	0.002***
	(0.001)	(0.001)	(0.021)	(0.021)	(0.024)	(0.024)	(0.000)	(0.000)
% Stock	0.028	0.027	1.628***	1.612***	-0.699***	-0.716***	-0.002***	-0.002***
	(0.021)	(0.022)	(0.087)	(0.087)	(0.062)	(0.062)	(0.000)	(0.000)
% Salacious	0.003	0.002	1.457***	1.451***	0.334***	0.327***	-0.001	-0.001
	(0.003)	(0.003)	(0.044)	(0.044)	(0.058)	(0.058)	(0.001)	(0.001)
% Celebrity	0.000	-0.001	1.329***	1.322***	1.023***	1.015***	0.004	0.004
	(0.003)	(0.003)	(0.063)	(0.063)	(0.090)	(0.090)	(0.001)	(0.001)
Month Dummies	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973
Adjusted R-squared	0.006	0.005	0.161	0.161	0.032	0.031	0.003	0.003
Number of IDs	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792
Specification	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	FE



Persistency of Program Effects

Panel A: Popularity and Topic Domains

Model Dep. Var.	(1) % Popular	(2) % Popular	(3) % Stock	(4) % Stock	(5) % Salacious	(6) % Salacious	(7) % Celebrity	(8) % Celebrity
EP × After	0.090*** (0.004)	0.111*** (0.013)	0.009*** (0.001)	0.016** (0.008)	0.025*** (0.002)	0.024*** (0.005)	0.014*** (0.002)	0.011*** (0.004)
EP × Num Months Enrolled	0.002** (0.001)	0.001 (0.001)	0.002*** (0.000)	0.001*** (0.000)	−0.000 (0.000)	−0.000 (0.000)	0.000 (0.000)	0.000 (0.000)
Month Dummies	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973
Adjusted R-squared	0.017	0.016	0.003	0.003	0.003	0.003	0.001	0.001
Number of IDs	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792
Specification	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS

Panel B: Quality

Model Dep. Var.	(9) % Bookmark	(10) % Bookmark	(11) Num Chars	(12) Num Chars	(13) Num Pics	(14) Num Pics	(15) Num Videos	(16) Num Videos
EP × After	0.035*** (0.003)	0.048*** (0.008)	0.807*** (0.032)	1.192*** (0.130)	1.001*** (0.033)	1.213*** (0.101)	0.000 (0.000)	0.000 (0.001)
EP × Num Months Enrolled	0.012*** (0.001)	0.011*** (0.001)	0.029*** (0.006)	0.013* (0.008)	0.241*** (0.011)	0.230*** (0.012)	0.000*** (0.000)	0.000** (0.000)
% Popular	0.009*** (0.001)	0.009*** (0.001)	3.137*** (0.021)	3.129*** (0.021)	0.904*** (0.024)	0.900*** (0.024)	0.002*** (0.000)	0.002*** (0.000)
% Stock	0.024 (0.021)	0.023 (0.021)	1.627*** (0.088)	1.612*** (0.088)	−0.799*** (0.064)	−0.806*** (0.064)	−0.002*** (0.000)	−0.002*** (0.000)
% Salacious	0.003 (0.003)	0.003 (0.003)	1.463*** (0.044)	1.454*** (0.044)	0.338*** (0.058)	0.333*** (0.058)	−0.001 (0.001)	
% Celebrity	−0.000 (0.003)	−0.001 (0.003)	1.335*** (0.064)	1.325*** (0.064)	1.012*** (0.090)	1.007*** (0.090)	0.004* (0.001)	
Month Dummies	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	
Observations	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	448,973	
Adjusted R-squared	0.011	0.011	0.161	0.161	0.041	0.041	0.003	
Number of IDs	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	21,792	
Specification	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	FE/2SLS	FE	



AR and Niche Content: Data

- Niche tags defined by Pareto Principle
 - Niche posts: assc. only with niche tags
 - Alternative def: outside top 2000 by page view
 - tag manipulation
- Top niche contributors: # niche posts, # niche page views both above 75th percentile



Descriptive Statistics

Panel A: Popularity and Topic Domains

Variable	Mean	Std. Dev.	Min	Max
% Popular	0.169	0.288	0	1
% Stock	0.013	0.091	0	1
% Salacious	0.031	0.117	0	1
% Celebrity	0.016	0.085	0	1

Panel B: Quality

Variable	Mean	Std. Dev.	Min	Max
% Bookmark	0.000	0.002	0	0.518
Num Chars	553.190	1177.973	0	215,927.700
Num Pics	0.884	2.312	0	106.667
Num Videos	0.001	0.023	0	1.100

Panel C: Instrumental Variables

Variable	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Blogging Age	13.850	8.813	0	
Blogging Freq	8.010	35.936	0	

