"马太效应"来自圣经中马太福音的一个故事，是指“富者越富，贫者越贫”或"优胜劣汰"的现象，在虚拟世界中同样普遍存在。以下是几个具体的表现。

1. 在社交媒体上：热门的 influencers 或名人通常会获取更多的关注和赞赏，使他们的影响力进一步增强。而对于新的、不太知名的 influencers 来说，他们可能很难获得相应的注意力，即使他们发布的内容可能很有价值或具有吸引力。

2. 在电子商务领域：已知的大品牌或者知名电商平台往往能吸引更多的消费者，而且消费者还会更愿意对他们做出正面的评价，这则使得这些大品牌或知名电商平台更容易吸引新的消费者。相对的，对于小的电商平台来说，它们可能会找到打造品牌和吸引消费者更为困难。

3. 在线游戏里：强大的玩家或团队会不断积累资源和能力，而弱小的玩家或团队则很难赶超。

马太效应的出现主要有以下几个原因：

1. 信息不对称：在网络环境下，尤其是电子商务和社交媒体领域，用户往往对信息的接收和处理有限，会选择已知的、熟悉的或好评率高的选择，这就加剧了马太效应的发生。

2. 经济驱动：例如，在电子商务中，大公司可能有更多的资源进行广告宣传，或能提供更好的产品和服务，这就使他们更能吸引和保留消费者。

3. 网络效应：一个组织或个人的价值经常取决于网络中的其他用户。例如，在社交网络中，人们可能因为其他人在关注某个名人或评价某个产品而对其产生了兴趣，这就形成了一种正反馈循环，也就能加速马太效应的出现。

4. 行为心理作用：人类的从众心理和效仿心理也是导致马太效应产生的一个重要原因，比如人们往往喜欢追蹤人气高的社交网络账号。

以上，虚拟世界中的马太效应来源于各种因素，包括信息不对称、经济驱动、网络效应等，这些因素往往相互作用，加重了马太效应的影响。