它反映着富的更富、穷的更穷 [1]，一种两极分化的社会现象。马太效应在虚拟世界中的表现主要体现在资源的累积和网络影响力的不均衡分配，具体如下：

1. 社交媒体上的关注度累积：在社交媒体平台上，拥有大量粉丝的用户更容易得到更多的关注，因为他们的帖子有更高的可见性，更容易被推荐给其他用户。这导致他们的影响力和关注度呈现出自我增强的趋势。

2. 内容推荐系统的偏好：搜索引擎和内容推荐算法往往偏向于推荐那些已经受到较多关注的内容或产品。这意味着那些已经流行或评价较高的内容更容易获得更多的曝光，而新内容或未被发现的内容则更难被用户看到。

3. 在线市场中的销售优势：在电子商务平台上，有良好评价和高销量的卖家更容易吸引买家，因为潜在买家倾向于购买其他买家已经验证过的商品。这导致热卖商品和商家的成功进一步被强化。

4. 信息过载下的注意力竞争：由于用户的注意力有限，而信息量巨大，用户往往只关注那些已经获得一定关注度的信息，导致那些已经有一定基础的个体或内容更容易获得更多的注意力。

马太效应在虚拟世界中出现的原因包括：

1. 网络效应：产品或服务的价值随着使用者数量的增加而增加。在虚拟世界中，这意味着一旦某个平台或个体开始获得关注，他们就更有可能继续吸引更多的用户和关注，从而形成正反馈循环。

2. 算法偏差：搜索和推荐算法往往根据用户的行为和流行趋势来优化结果，这可能导致那些已经流行或活跃的内容和个体获得更高的可见性，而较不活跃的则被边缘化。

3. 社会认知：人们倾向于关注那些已经被认为是成功或受欢迎的个体和内容。这种“从众效应”进一步加剧了资源和关注度的不均衡分配。

4. 首动者优势：在许多虚拟领域，早期的成功可以为个体或企业带来持久的优势，因为他们可以建立起品牌认知度和用户忠诚度。

5. 用户习惯：一旦用户习惯于使用某个服务或关注某个个体，他们可能不愿意改变，即使有新的或可能更好的选项出现。