马太效应在虚拟世界中的表现及其出现的原因

首先我们要先明确什么是马太效应。1968年，美国科学史研究者罗伯特·莫顿提出这个术语用以概括一种社会心理现象：“相对于那些不知名的研究者，声名显赫的科学家通常得到更多的声望；即使他们的成就是相似的，同样地，在一个项目上，声誉通常给予那些已经出名的研究者”。后来，罗伯特·莫顿归纳“马太效应”为：任何个体、群体或地区，在某一个方面（如金钱、名誉、地位等）获得成功和进步，就会产生一种积累优势，就会有更多的机会取得更大的成功和进步。也就是所谓的强者恒强，弱者恒弱。

随着社会的发展和科技的进步，虚拟世界现在非常火热，马太效应在其中也表现的越来越明显。比如，在淘宝上购物时，我们往往会选择那些口碑好，销量高的大商铺，而很少回去选择小店铺，因此大店铺的人流量越来越高，也能拥有更多的资金进一步扩大规模，而小店铺呢，因为人流量少，利润就低，导致入不敷出，规模越来越小，甚至会倒闭。

虚拟世界中的马太效应其实本质上就是人们的从众心理，毕竟人是社会动物，往往倾向于从大众中寻求安全感。尤其在虚拟世界中众人往往相当陌生，联系彼此只是我们在其中所发布的信息。因此，我们才会更加倾向于从众。因为在陌生地虚拟世界中，多往往意味着好。此外，虚拟世界中的信息繁多，我们在进行信息选择时，往往会选择那些热度高的信息，这些信息通常情况下是来自于“强者”，他们在某些方面具备比我们更高的理解，因此这些信息是具有一定价值的，可以一定程度上提高信息选择的效率。这同样也影响着马太效应。所以，当虚拟世界中的某些信息（视频，评论，商品等等）拥有高热度时，便会吸引更多的人，然后热度更高，吸引更多地人，热度再次变高，如此正循环下去，最终实现，强者恒强，赢家通吃的局面。