## 题库

### **第二章 数据故事**

**一、单选题**

**1. 数据故事化是指将数据转换为令人难忘的故事形式，其目的是：**

A. 提高数据的可视化效果

B. 降低人们记忆数据的难度

C. 使数据更具有商业目的

D. 增加故事的趣味性

答案: B

解析: 根据提供的内容，数据故事化的目的之一是将数据转换为故事形式以降低人们记忆数据的难度。

1. **数据故事的金字塔模型中，以下哪个不是金字塔的层级？**

A. 业务需求

B. 数据

C. 受众行为

D. 分析洞察

答案: C

解析: 根据提供的内容，数据故事的金字塔模型包括业务需求、数据、分析洞察、故事模型、故事描述和故事叙述，而受众行为不是金字塔的层级。

1. **可视故事化主要强调的是：**

A. 故事的客观性

B. 数据分析在数据故事化中的重要地位

C. 故事叙述中可视化呈现的重要性

D. 故事的动态性、敏捷性和个性化

答案: C.

解析: 根据提供的内容，可视故事化强调的是故事叙述中可视化呈现的重要性。

1. **数据驱动型故事化与模型驱动的故事生成方式相比，强调的是：**

A. 故事的动态性、敏捷性和个性化

B. 数据分析在数据故事化中的重要地位

C. 故事的客观性

D. 数据故事的一种形式

答案: D

解析: 根据提供的内容，数据驱动型故事化与模型驱动的故事生成方式相比，是数据故事的一种特定形式。

1. **数据故事的作用主要包括以下哪三个方面？**

A. 演示、解读、鼓励

B. 吸引、解释、启发

C. 分析、展示、评估

D. 预测、比较、评估

答案: B

解析: 根据提供的内容，数据故事的作用主要是吸引（engage）、解释（explain）和启发（enlighten）。

1. **分析型故事化主要强调的是：**

A. 故事的动态性、敏捷性和个性化

B. 数据分析在数据故事化中的重要地位

C. 故事叙述中可视化呈现的重要性

D. 故事的客观性

答案: B

解析: 根据提供的内容，分析型故事化主要强调的是数据分析在数据故事化中的重要地位。

1. **用数据讲故事强调的是：**

A. 故事的客观性

B. 数据分析在数据故事化中的重要地位

C. 故事叙述中可视化呈现的重要性

D. 故事的动态性、敏捷性和个性化

答案: A

解析: 根据提供的内容，用数据讲故事强调的是故事的客观性，避免故事过于主观性。

1. **数字化故事化主要强调的是：**

A. 故事的动态性、敏捷性和个性化

B. 数据分析在数据故事化中的重要地位

C. 故事叙述中可视化呈现的重要性

D. 数字化技术在数据故事中的应用

答案: D

解析: 根据提供的内容，数字化故事化主要强调的是数字化技术在数据故事中的应用。

1. **数据故事化的主要目的是什么？**

A. 提高数据可视化效果

B. 降低人们记忆数据的难度

C. 创造趣味性的故事

D. 引发受众的情感共鸣

答案: B

解析: 根据提供的内容，数据故事化的主要目的是将数据转换为故事形式，从而降低人们记忆数据的难度。

1. **数据故事的金字塔模型中的哪个层级是基于业务需求出发的？**

A. 数据

B. 分析洞察

C. 故事描述

D. 受众行为

答案: D

解析: 根据提供的内容，数据故事的金字塔模型中，受众行为是基于业务需求出发的。

1. **数据故事化中的可视故事化强调的是什么？**

A. 数据分析在数据故事化中的重要地位

B. 故事叙述中可视化呈现的重要性

C. 故事的动态性、敏捷性和个性化

D. 数据故事的一种形式

答案: B

解析: 根据提供的内容，可视故事化强调的是故事叙述中可视化呈现的重要性，通过可视化方式让数据故事更具吸引力和表达力。

1. **数据故事化的动机主要是什么？**

A. 教育和娱乐需求

B. 脱离具体业务的需求

C. 满足特定业务需求

D. 数据驱动的需求

答案: C

解析: 根据提供的内容，数据故事化的动机是满足特定的业务需求，具有显著的业务导向性。

1. **数据故事化与文学故事化的内容区别在于：**

A. 数据故事必须基于真实的业务数据，文学故事可以虚构

B. 数据故事与业务耦合度高，文学故事脱离具体业务需求

C. 数据故事内容只需建立在数据分析上，文学故事有更多创造性

D. 数据故事需要借助可视化，文学故事不需要

答案: A

解析: 根据提供的内容，数据故事是基于真实的业务数据，必须忠于原始数据；文学故事可以虚构或修正真实内容。

1. **数据故事化的生成过程中，以下哪个过程是数据故事化独有的？**

A. 数据加工

B. 故事建模

C. 叙述与交互

D. 持续改进

答案: B

解析: 根据提供的内容，数据故事化的生成过程包括数据理解、明确目的、了解受众、数据加工、故事建模、叙述与交互、持续改进。其中，故事建模是数据故事化独有的过程。

1. **数据故事化的理论基础主要包括以下哪些领域？**

A. 数据科学、信息图、认知科学、意义构建理论

B. 文学、宗教、哲学、民俗

C. 计算机科学、人工智能、大数据技术

D. 社会学、心理学、传媒学

答案: A

解析: 根据提供的内容，数据故事化的理论基础主要包括数据科学、信息图、认知科学和意义构建理论。

1. **在数据故事的感知阶段，以下哪个感觉器官在数据故事化中起到重要作用？**

A. 嘴巴

B. 耳朵

C. 手

D. 腿

答案: B

解析: 根据提供的内容，数据故事的感知是叙述者的故事化叙述通过视觉感觉器官（耳朵、眼睛等）在人脑中产生直接反映的过程，其中人的视觉感觉系统较为发达。

1. **数据故事的认知阶段是指受众对故事化感知信息的进一步加工处理过程，包括以下哪些活动？**

A. 故事信息的抽取、转换、存储、简化、合并、理解和决策

B. 故事创作、编写、出版和传播

C. 故事观赏、欣赏和评论

D. 故事收藏、保存和分享

答案: A

解析: 根据提供的内容，数据故事的认知是受众对故事化感知信息的进一步加工处理过程，包括故事信息的抽取、转换、存储、简化、合并、理解和决策等活动。

1. **数据故事的行动阶段是指受众在倾听数据故事后采取的行动。数据故事的行动与文学故事的行动有何区别？**

A. 数据故事的行动更具业务导向性，而文学故事的行动更具教育性

B. 数据故事的行动更具正相关性，而文学故事的行动更具负相关性

C. 数据故事的行动需要受众参与，而文学故事的行动是单向传播

D. 数据故事的行动周期较短，而文学故事的行动周期较长

答案: C

解析: 根据提供的内容，数据故事的行动是受众在倾听数据故事后采取的行动，受众需要参与到叙述者的叙事活动之中；文学故事的行动是单向传播，受众很难也没有必要参与到叙述者的故事叙事活动之中。

1. **数据故事化的生命期相对较短，而文学故事的生命期更长。这是因为数据故事化的生命周期受到什么因素的限制？**

A. 相关业务的有效期

B. 数据故事化的技术手段

C. 目标受众的需求

D. 叙述者的创作能力

答案: A

解析: 根据提供的内容，数据故事的生命期较短，往往受到相关业务的限制，当业务结束时，对应数据故事也将失去意义。而文学故事的生命期更长，可以脱离于业务，长时间存在。

1. **数据故事与文学故事的区别主要体现在以下哪个方面？**

A. 动机和目的

B. 内容和故事线索

C. 生成技术和过程

D. 受众范围和互动程度

答案: A

解析: 根据提供的内容，数据故事与文学故事的区别主要体现在动机和目的上，数据故事的动机是满足具体业务需求，具有业务导向性，而文学故事的动机往往是脱离具体业务，以教育、娱乐、消遣等为主要目的。

1. **数据故事的内容要求遵循以下原则之一：**

A. 忠于原始数据，不能虚构

B. 可以脱离真实数据进行创作

C. 通过想象力和创造力进行内容编排

D. 依据业务需求选择性地使用数据

答案: A

解析: 根据提供的内容，数据故事的内容要求遵循忠于原始数据的原则，不能虚构。数据故事必须基于真实的业务数据进行叙述。

1. **数据故事与文学故事在生成过程上的区别在于：**

A. 数据故事需要进行数据分析和建模

B. 文学故事需要进行数据可视化和互动设计

C. 数据故事需要进行文学创作和修正

D. 文学故事需要进行数据分析和挖掘

答案: A

解析: 根据提供的内容，数据故事的生成过程需要进行数据分析和建模，而文学故事的生成过程是文学创作过程。

1. **数据故事的认知阶段包括以下哪些活动？**

A. 感知、认知、行动

B. 感知、处理、存储

C. 处理、理解、行动

D. 理解、记忆、决策

答案: A

解析: 根据提供的内容，数据故事的认知阶段包括感知、认知和行动，即数据故事认知的PCA模型。

1. **数据故事的受众范围与文学故事的受众范围有何不同？**

A. 数据故事的受众更具专一性，文学故事的受众更具广泛性

B. 数据故事的受众更具广泛性，文学故事的受众更具专一性

C. 数据故事的受众与文学故事的受众范围相同

D. 数据故事的受众与文学故事的受众范围没有明显区别

答案: A

解析: 根据提供的内容，数据故事的受众范围更具专一性，即针对具体业务及其利益相关者；而文学故事的受众范围更具广泛性，不受业务限制，可以跨越不同的业务、机构、地区和国家。

**二、简答题**

1. **为什么将数据转换为故事可以提高人们对数据的记忆和理解？**

答案: 将数据转换为故事可以提高人们对数据的记忆和理解，因为**故事更符合人类天生的认知特征**。人们更容易通过故事来理解和记忆信息，故事能够激发情感共鸣，帮助人们将抽象的数据转化为有意义的情境和经验。

解析: 根据提供的内容，故事相对于数据更为令人难忘，故事更符合人类天生的认知特征。人们更容易通过故事来理解和记忆信息，因此将数据转换为故事可以提高人们对数据的记忆和理解。

1. **数据故事化的过程中的两个主要过程是什么？**

答案: 数据故事化的过程中的两个主要过程是**分析过程和创造过程**。分析过程包括对数据进行分析，发现有意义的洞察或证明某一观点；创造过程将数据分析的结果关联至具体业务场景或商业目的，通过创造性设计思维将数据分析结果转换为受众的某一行为。

解析: 根据提供的内容，数据故事化的过程中的两个主要过程是分析过程和创造过程。分析过程是将数据进行分析，发现洞察和证明观点；创造过程是将数据分析结果与业务场景或商业目的关联起来，通过创造性的设计思维将数据转换为受众的行为。

1. **数据故事化中的三个作用分别是什么？**

答案: 数据故事化的三个作用分别是**吸引（engage）、解释（explain）和启发（enlighten）**。吸引作用是通过叙事和可视化方式吸引受众的注意；解释作用是通过叙事方式解释数据中的事实和信息；启发作用是通过可视化展示帮助受众从数据中获得新的认识和洞见。

解析: 根据提供的内容，数据故事化的三个作用是吸引（engage）、解释（explain）和启发（enlighten）。吸引作用是通过叙事和可视化方式吸引受众的注意；解释作用是通过叙事方式解释数据中的事实和信息；启发作用是通过可视化展示帮助受众从数据中获得新的认识和洞见。这三个作用共同促使数据故事化能够达到其目的。

1. **数据故事化的动机是什么？为什么数据故事化具有业务导向性？**

答案: 数据故事化的动机是**满足具体业务需求**。数据故事化具有业务导向性，是因为数据故事化的目的是为了开发数据产品，通过数据故事化将数据转化为可行动的信息，以满足特定的业务需求和目标。

解析: 数据故事化的动机在于通过故事化的叙述方式将数据转化为可行动的信息，以满足具体的业务需求。数据故事化具有业务导向性，意味着数据故事化的过程和结果都与特定的业务相关，旨在为业务提供支持和决策依据。

1. **数据故事与文学故事在内容上有何区别？**

答案: 数据故事的内容基于真实的业务数据，要求忠于原始数据；而文学故事的内容可以虚构或修正真实内容，不受具体业务数据的限制。

解析: 数据故事的内容要求基于真实的业务数据，不能虚构，因为数据故事的目的是通过数据叙述实际发生的事实和信息。而文学故事的内容可以虚构或修正真实内容，更注重教育、娱乐、消遣等高层需求。

1. **数据故事的认知阶段包括哪些活动？为什么数据故事的认知是实现行动的关键？**

答案: 数据故事的认知阶段包括**感知、认知和行动**。数据故事的认知是实现行动的关键，因为只有受众对故事化感知信息进行加工处理并理解故事的含义，才能在最终采取相应的行动。

解析: 数据故事的认知阶段包括感知、认知和行动。感知是受众对故事叙述的直接反映过程，认知是受众对故事信息的进一步加工和理解过程。数据故事的认知是实现行动的关键，因为只有受众理解故事的含义并从中获得洞见，才能在最终采取相应的行动，实现数据故事的目标和效果。

1. **数据故事化在数据科学项目中的应用是什么？为什么将数据分析结果进行故事化呈现给目标受众是重要的？**

答案: 数据故事化在数据科学项目中的应用是解决数据科学的“最后一英里”问题，即**将数据分析结果以较为用户友好的方式呈现给目标受众**。将数据分析结果进行故事化呈现给目标受众是重要的，因为它提高了数据分析结果的呈现和解释的效果和效率，帮助受众更好地理解和利用数据洞见。

解析: 数据故事化应用于数据科学项目的"最后一英里"，即将数据分析结果呈现给目标受众。数据分析结果可能包含复杂的数据和模型，通过故事化的叙述方式，可以将这些结果以更加用户友好的方式呈现，使目标受众更易于理解和利用数据洞见。故事化的叙述可以帮助受众更好地跟随故事的线索，抓住核心信息，从而提高数据分析结果的传达效果和吸引力。

1. **数据故事化如何提升数据的可认知和可记忆能力？举例说明一个可视故事化案例。**

答案: 数据故事化通过**可视化和故事化**的方式，使数据更易于被理解和记忆。一个例子是"牛仔裤之旅"的可视故事化案例，它通过故事化的方式讲述了牛仔裤的历史、价格、一生和二手市场，使受众更容易理解牛仔裤的相关信息。

解析: 数据故事化利用可视化和故事化的手法，将数据以更直观、有趣的方式呈现给受众，提升了数据的可认知和可记忆能力。"牛仔裤之旅"是一个可视故事化的案例，通过将牛仔裤的历史、价格、一生和二手市场等信息以故事的形式进行叙述，通过图表、图像和文字的结合，使受众更容易理解和记忆相关的数据和洞见。这种故事化的叙述方式能够引起受众的兴趣和共鸣，提高对数据的认知和记忆。

1. **数据故事化如何推动数据洞见转化为用户行动？举例说明。**

答案: 数据故事化不仅可以帮助从数据中发现洞见，还可以将这些洞见转化为用户行动。例如，通过将数据和故事相结合来描述产品，比仅仅使用数据进行描述更能吸引受众的兴趣，增强说服力，并更容易转化为用户的行为，如购买行为。

解析: 数据故事化通过结合数据和故事的方式，将数据洞见转化为用户行动。通过以故事的形式描述产品或服务，引发受众的情感共鸣和兴趣，增强说服力。与仅使用冷冰冰的数据进行描述相比，故事化的叙述更能激发受众的情感需求和购买欲望，促使他们采取行动，如购买产品或参与某项活动。数据故事化的叙述能够更好地连接数据洞见与用户行动之间的桥梁。