

美国的天气预报服务侧面

一、美国的天气预报公司

美国的天气预报公司，是不可忽视的气象服务单位。他们以气象台的基础资料为基础，按地区或按使用目的制成天气预报，向订有合同的使用者提供。一般向企业提供的预报是按使用目的制作的。美国有 80 多个天气预报公司，向牧场、农场、滑雪场、面包公司、煤气公司、电力公司等企业出售天气预报。预报错了马上就会影响到公司的经营。宾夕法尼亚州的“准确的天气公司”，是东部最大的天气公司。聘有 35 名气象专家，职员 60 名，主顾很多。不仅东部，连佛罗里达柑桔园也与它订有合同。据说最近还有个人订合同的，每月付 25 美元。

但在美国有这样一个不成文的规定，如预报将受到龙卷、飓风、局地暴雨、寒潮等天气灾害侵袭时，不能使用天气公司的预报，必须准确地传送气象台发布的预报。

二、活跃于美国电视上的气象员

在宣传工具中，现在影响最大的是电视上的天气预报。美国电视台在天气预报节目上花了很大功夫。例如在 30 分钟的新闻节目里插入 7、8 分钟的天

报。其内容是从美国全境的实况和邻近州的部分区段范围的天气趋势到局地的实况，预报得很细，如气温、风向风速，在沿岸地区也报浪高和海水温度等，内容丰富。

以佛罗里达州坦帕市的 WTVT 电视台为例，就有与气象台同样的观测设备，直接接收气象卫星资料，并引进一部用电子计算机将卫星图片变成动画的装置。不只这个电视台，在美国有气象雷达的电视台也很多。

美国电视台有专职“气象员”，全权负责天气预报工作。气象员的人数一般一个台约有 3—4 人，多的也有 6、7 人的。他们分析从气象台传送来的大量资料，自己做预报。所以美国的电视台是播送各自编制的天气预报。气象员经常报错是要追究责任的。相反如某一气象员得到好评，就容易被其他台拉过去，收入也一下子多起来。但得到观众的好评也不那么容易。如果不具备丰富的专门知识，不通晓电视手段的特点，而且提供给使用者与生活结合紧密的可靠的情报，这项工作也难以长期坚持下去。

马鸣宇根据日本《气象》1980年1月号

“美国天气服务一瞥”摘编