

## L'opportunità nel sistema radiotelevisivo pubblico: un ulteriore approfondimento

I servizi pubblici di televisione e radio sono esempi di beni pubblici: sono non rivali e non escludibili. Hanno milioni di spettatori e di ascoltatori. La PBS (Public Broadcasting System), una società di comunicazione privata e non profit, fornisce la gran parte dei programmi trasmessi dalle (circa) 330 stazioni televisive pubbliche degli Stati Uniti. Ogni settimana la televisione pubblica è vista da quasi 120 milioni di spettatori. La NPR (National Public Radio) è anch'essa una società privata e non profit, alla quale sono associate circa 1000 stazioni radio. L'audience è pari a 36 milioni di ascoltatori per settimana. La maggior parte di coloro i quali seguono tv e radio pubbliche sono free rider.

La NPR, ad esempio, dichiara che solo il 38% del suo finanziamento, infatti, proviene dagli utenti individuali, mentre il 18% deriva dai contratti commerciali, il 10% dalle fondazioni e il 16% dai vari livelli di governo.

Dunque, a causa del problema del free rider, i fondi per sostenere le trasmissioni pubbliche devono provenire da una varietà di altre fonti diverse dagli ascoltatori.