

تُنقد النظريات النقدية وسائل الإعلام الجماهيرية باعتبارها أدواتٌ وظيفيةً لخدمة مصالح القوى المسيطرة، وتُركز على ظاهرة "الثقافة الجماهيرية" أو "صناعة الثقافة"، والتي تُعتبر خدعةً تلبي حاجات المنتجين للربح السريع بدلاً من حاجات الجمهور. فهي تُنمط المحتوى، وتُغلب التسلية والدعاية، وتُخضع العناصر الإيجابية في الثقافة الشعبية. يرى أدورنو أن الرأسمالية حولت منتجات الثقافة إلى سلعة، مما يؤدي إلى تشيؤ الجمهور وتعطيل قدرته النقدية. يُظهر هذا في التسابق بين القنوات على تقديم برامج ترفيهية وإعلانية، مما يُرسخ قيم الربح السريع ويهيمن على السلوك الاقتصادي للأفراد. وبالتالي، أصبحت وسائل الإعلام أكثر توظيفاً لفرض التنميط والتشيؤ.