

„Weźmy coś tak niewinnego jak gładkość [dokonywania zakupów]. Dla Toniego Reida z Amazona, oznacza ona wygodę. [...] Adam Greenfield, urbanista, widzi ją jako egzystencjalne zagrożenie: jej celem jest wyeliminowanie myślenia z konsumpcji, »skrócenie procesu refleksji, stojącego między rozpoznaniem przez kogoś swojej potrzeby, a jej zaspokojeniem przez rynek«”.

źródło: Judith Shulevitz, *Alexa, Should We Trust You?*, „The Atlantic”, 2018