

კროს-კულტურული ურთიერთობები  
საერთაშორისო ბიზნესში:  
მმართველობითი კულტურების  
თავისებურებები მსოფლიოს ქვეყნებში

თავი 8. კროს-კულტურული ურთიერთობების  
სპეციფიკა და მმართველობითი კულტურა ამე-  
რიკის შეერთებულ შტატებში

მსოფლიოს სოციალურ-ეკონომიკურ სისტემაში მკაფიოდ  
შესამჩნევად გამორჩეული ადგილი უკავია ამერიკის შეერთე-  
ბულ შტატებს როგორც ეკონომიკური, ასევე ბიზნესის ფუნ-  
ქციონირებისა და განვითარების კუთხით. განსხვავებულია  
ასევე ამერიკის შეერთებული შტატების მმართველობითი და  
მთლიანად საქმიანი კულტურა.



ნახ 27. ამერიკის შეერთებული შტატები ჩრდილოეთ ამერიკის რუკაზე  
(<https://www.google.ge>)

ამერიკის შეერთებული შტატები თავისი მონყობით  
წარმოადგენს ფედერაციულ სახელმწიფოს, რომელიც  
მოიცავს ორმოცდაათ თანაბარუფლებიან შტატს და ერთ  
ფედერალურ ოლქს (დედაქალაქის კოლუმბიის ფედერალურ  
ოლქს).

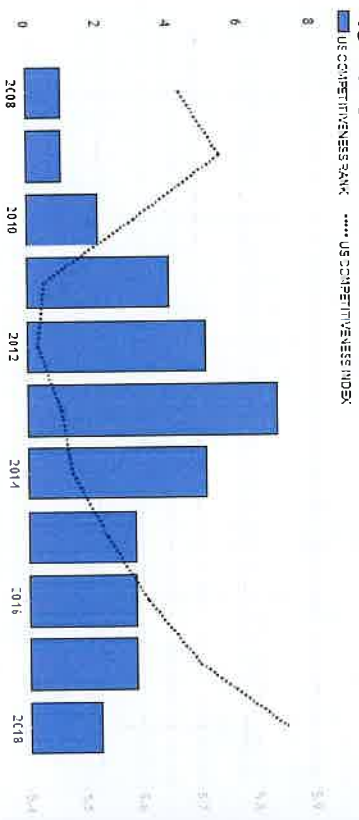


ნახ 28. ამერიკის შეერთებული შტატების ტერიტორიული  
ერთეულები (<http://www.mapsofworld.com/usa/>)

მისი ფართობი არის 9,842 მილიონი კვადრატული  
კილომეტრი (ტერიტორიით მეოთხე ადგილზეა მსოფლიოში),  
მოსახლეობით 325,719 მილიონი ადამიანი (2017 წლის  
შეფასებით - მესამე ადგილზეა მსოფლიოში).

ამერიკელი მოსახლეობის რელიგიური შემადგენლობა:  
69% ქრისტიანი, 2% იუდაიზმის მიმდევარი, 1% მუსლიმი, 1%  
ინდიუზმის და 1% ბუდიზმის მიმდევარი, 24% სარწმუნოების  
გარეშე. ასევე 2% სხვა რელიგიის წარმომადგენლები.

2017 წლის შეფასებით მთლიანმა შიგა პროდუქტმა მსყიდველუნარი უნარის პარიტეტით ამერიკის შეერთებულ შტატებში შეადგინა 19,390 ტრილიონი აშშ დოლარი, რითაც იგი არის მეორე ადგილზე მსოფლიოში (მოსახლეობის ერთ სულზე კი 59 501 აშშ დოლარით, მე-11 ადგილზე მსოფლიოში), ხოლო ნომინალური 19,390 ტრილიონი აშშ დოლარის მოცულობით - პირველზე. ადამიანისეული განვითარების ინდექსით 0,920 (2015 წ.) ამერიკის შეერთებული შტატები ეკუთვნის ძალიან მაღალ დონეს (მსოფლიოში მე-10 ადგილზე [76]). გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსით 5,85 (2017-2018წწ.) ამერიკის შეერთებული შტატები მეორე ადგილზეა მსოფლიოში [77] (ნახ. 29).



ნახ. 29 ამერიკის შეერთებული შტატების გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსის დინამიკა

<https://tradingeconomics.com/united-states/competitiveness-rank>

მსოფლიო ბანკის ჯგუფის მიერ გაანგარიშებული ბიზნესის კეთების სიადვილის ინდექსის მიხედვით (2017 წ.) ამერიკის შეერთებული შტატები არის მე-6 ადგილზე [78].

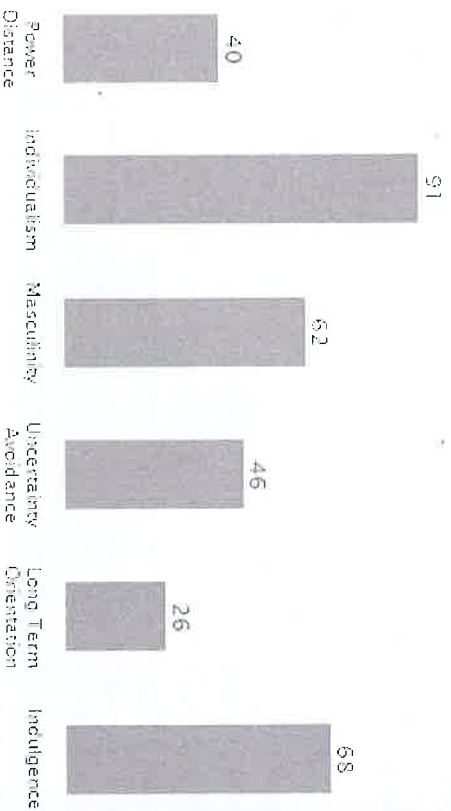


ნახ. 30. ამერიკის შეერთებული შტატები მსოფლიო რუკაზე

([https://en.wikipedia.org/wiki/United\\_States#/media/File:US\\_insular\\_areas\\_SVG](https://en.wikipedia.org/wiki/United_States#/media/File:US_insular_areas_SVG))

ამერიკის შეერთებული შტატების მმართველობითი კულტურის განხილვამდე, აღვნიშნავთ კარგად ცნობილ ფაქტს, რომ ეს ქვეყანა აღიარებულია მეცნიერული მენეჯმენტის ჩამოყალიბებისა და განვითარების სამშობლოდ. ხშირად ამერიკულ მენეჯმენტს უწოდებენ ყველაზე ძლიერ „მმართველობით ცივილიზაციას“. მართლაც გავრცელებული აზრის შესაბამისად, სწორედ ამერიკულმა მენეჯმენტმა მისცა სამუდამო ბა ამერიკის შეერთებულ შტატებს გამხდარიყო დასავლეთის განვითარებულ ქვეყნებს შორის მონინავე ლიდერი ქვეყანა. მიუხედავად იმისა, რომ მმართველობითი მოდელი ნებისმიერი ქვეყნის პირობებში თითქოს უნდა იყოს ერთმანეთის იდენტური და მიმართული მმართველობითი გადაწყვეტილებების პოზიტიური ეფექტის მაქსიმალური განხილვის მიზნით, ამერიკული მოდელია განსაკუთრებული, რომელიც განსხვავებით სხვა მოდულებსაგან, არ შეიცავს აღნიშნული მიზნობრივი ფუნქციის პირობებში არავითარ შეზღუდვას, გარდა ქვეყნისშიგა ეროვნული საკანონმდებლო და ზოგიერთი ეკოლოგიური ჩასაზღვრისა.

ამასთან ერთად გავრცელებულია ის აზრიც, რომ მართვის ამერიკული მოდელი მთელი სისრულით განხორციელებულია მხოლოდ ამერიკის შეერთებულ შტატებში, რაც განზირობებულია როგორც განსაკუთრებული გარემოთი, ასევე თვით ადამიანის (მართვის სუბიექტის) უნიკალური თვისებებით. ეს უკანასკნელი მართებულია, საზოგადოდ, ნებისმიერი სხვა ქვეყნისათვის. ამასთან გასათვალისწინებელია, ის თავისებურება, რომ ამერიკული ბიზნესგარემო განსაკუთრებულია თავისი ძალიან მაღალი აგრესიული კონკურენციით.



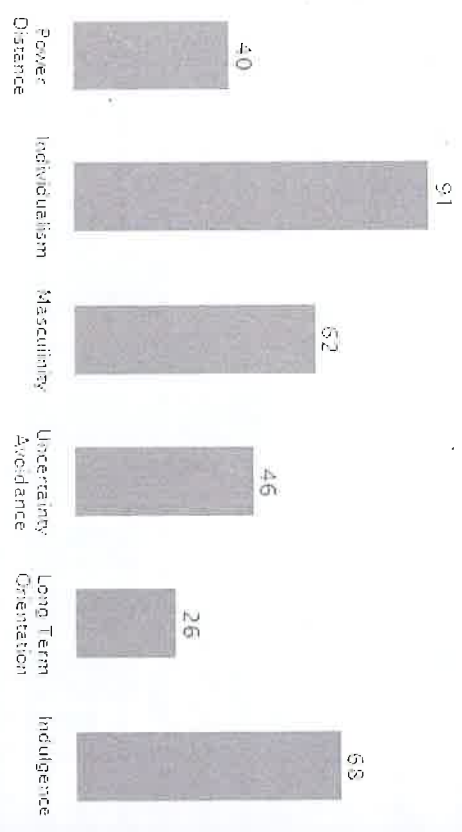
ნახ. 31. გ. ჰოფსტედეს კულტურული მოდელის მაჩვენებლები ამერიკის შეერთებული შტატებისათვის [38].

გ. ჰოფსტედეს საქმიანი კულტურის მოდელის მიხედვით, ამერიკის შეერთებული შტატები გამოირჩევა ძალაუფლების დაბალი დისტანციით, მასკულიზმის მაღალი დონით, ინდივიდუალიზმის უკიდურესად მაღალი ხარისხით, განუზღვრელობის მიმართ თავის არიდების დაბალი მაჩვენებლით, მოკლევადიანი ორიენტაციით და ინდულგენციის საკმაოდ მაღალი ზომით (ნახ 31).

როგორც აღნიშნავს კროს-კულტურული ურთიერთობების ცნობილი მეცნიერი და სპეციალისტი რიჩარდ ლუისი [17], ამერიკული ცხოვრების ტემპი არსებითად განსხვავდება სხვა ქვეყნების ცხოვრების ტემპისგან. როგორც ნესი, ამერიკელები ხასიათდებიან, მაღალი მიზანსწრაფულობით და შრომისუნარიანობით. ამასთან ერთად, საყოველთაოდ ცნობილია ისიც, რომ ამერიკელები ისტორიულად ყოველთვის გამოირჩეოდნენ წარმატების მიღწევის განსაკუთრებული წყურვილით ამერიკის შეერთებული შტატების განვითარების ყველა ეტაპზე, როგორც სასულ საუკუნეებში, ასევე დღესაც.

ბიზნესკომუნიკაციის კულტურული ფაქტორების დახასიათებისას პირველ რიგში საჭიროა აღინიშნოს, რომ ამერიკელი ბიზნესმენები ითვლებიან მსოფლიოში ყველაზე მკაცრ საქმიან ადამიანებად. მიუხედავად ამისა, მათთან საქმის დაჭერა საკმაოდ იოლია, რაც განპირობებულია იმით, რომ ამერიკული საქმიანი ფილოსოფია არის მარტივი. მათი მიზანია მიიღოს (გამომიშუშავოს) რაც შეიძლება მეტი და რაც შეიძლება მალე (მოკლე დროში). მათთვის ამ მიზნის მიღწევის ძირითადი საშუალებებია: დაუღალავი და ბეჯითი შრომა, სისწრაფე, ნებისმიერ ფასად საკუთარი ინტერესების მიყოლა და ძალაუფლება. საქმიანი გადაწყვეტილებების მიღებისას ამერიკელებისთვის არ არსებობს სენტიმენტები და ისინი თვლიან, რომ ფული არის ყოველისშემძლე. თუმცა, ამერიკელების ასეთი მიზანმიმართული სწრაფვა მოგებისკენ, ხშირად აღქმულია როგორც დაუნდობელი. ამერიკელი ბიზნესმენები წარმატებით თანამშრომლობენ ევროპელ პარტნიორებთან, რომელთა დიალბა და პირდაპირობა იმპონირებას იწვევს გულწრფელ ამერიკელებში, რომლებსაც ამავე დროს აღიზიანებთ რომანსული და აღმოსავლური

ამასთან ერთად გავრცელებულია ის აზრიც, რომ მართვის ამერიკული მოდელი მთელი სისრულით განხორციელებულია მხოლოდ ამერიკის შეერთებულ შტატებში, რაც განპირობებულია როგორც განსაკუთრებული გარემოთი, ასევე თვით ადამიანის (მართვის სუბიექტის) უნიკალური თვისებებით. ეს უკანასკნელი მართებულია, საზოგადოდ, ნებისმიერი სხვა ქვეყნისათვის. ამასთან გასათვალისწინებელია, ის თავისებურება, რომ ამერიკული ბიზნესგარემო განსაკუთრებულია თავისი ძალიან მაღალი აგრესიული კონკურენციით.



ნახ. 31. გ. ჰოფსტედეს კულტურული მოდელის მაჩვენებლები ამერიკის შეერთებული შტატებისათვის [38].

გ. ჰოფტედეს საქმიანი კულტურის მოდელის მიხედვით, ამერიკის შეერთებული შტატები გამოირჩევა ძალაუფლების დაბალი დისტანციით, მსკუღრილობის მაღალი დონით, ინდივიდუალიზმის უკიდურესად მაღალი ხარისხით, განუზღვრელობის მიმართ თავის არიდების დაბალი მაჩვენებლით, მოკლევადიანი ორიენტაციით და ინდულგენციის საკმაოდ მაღალი ზომით (ნახ 31).

როგორც აღნიშნავს კროს-კულტურული ურთიერთობების ცნობილი მეცნიერი და სპეციალისტი რიჩარდ ლუისი [17], ამერიკული ცხოვრების ტემპი არსებითად განსხვავდება სხვა ქვეყნების ცხოვრების ტემპისგან. როგორც ნესი, ამერიკელები ხასიათდებიან, მაღალი მიზანსწრაფულობით და შრომისუნარიანობით. ამასთან ერთად, საყოველთაოდ ცნობილია ისიც, რომ ამერიკელები ისტორიულად ყოველთვის გამოირჩეოდნენ წარმატების მიღწევის განსაკუთრებული წყურვილით ამერიკის შეერთებული შტატების განვითარების ყველა ეტაპზე, როგორც სასულ საუკუნეებში, ასევე დღესაც.

ბიზნესკომუნიკაციის კულტურული ფაქტორების დახასიათებისას პირველ რიგში საჭიროა აღინიშნოს, რომ ამერიკელი ბიზნესმენები ითვლებიან მსოფლიოში ყველაზე მკაცრ საქმიან ადამიანებად. მიუხედავად ამისა, მათთან საქმის დაჭერა საკმაოდ იოლია, რაც განპირობებულია იმით, რომ ამერიკული საქმიანი ფილოსოფია არის მარტივი. მათი მიზანია მიიღოს (გამომიშუავოს) რაც შეიძლება მეტი და რაც შეიძლება მალე (მოკლე დროში). მათთვის ამ მიზნის მიღწევის ძირითადი საშუალებებია: დაუღალავი და ბეჯითი შრომა, სისწრაფე, ნებისმიერ ფასად საკუთარი ინტერესების მიყოლა და ძალაუფლება. საქმიანი გადაწყვეტილებების მიღებისას ამერიკელებისთვის არ არსებობს სენტიმენტები და ისინი თვლიან, რომ ფული არის ყოველისშემძლე. თუმცა, ამერიკელების ასეთი მიზანმიმართული სწრაფვა მოგებისკენ, ხშირად აღქმულია როგორც დაუნდობელი. ამერიკელი ბიზნესმენები წარმატებით თანამშრომლობენ ევროპელ პარტნიორებთან, რომელთა დიაობა და პირდაპირობა იმპონირებას იწვევს გულწრფელ ამერიკელებში, რომლებსაც ამავე დროს აღიზიანებთ რომანული და აღმოსავლური

ქვეყნების ბიზნესმენების არაპირდაპირი და „ცბიერი“ მანერა (იქვე).

რ. ლუისის მრავალწლიანი დაკვირვებიდან და განზოგადებიდან გამომდინარე, შეიძლება გამოიყოს საქმიან შეხვედრებზე ამერიკელებისთვის დამახასიათებელი შემდეგი ქცევა [16:17]:

- ისინი არიან ინდივიდუალისტები და მათ მოსწონთ დამოუკიდებელი მოქმედება, სათავო ოფისთან შეთანხმების გარეშე პრინციპით - შეიძლება ყველაფრის გაკეთება. თუ ეს არ არის აკრძალული.
- ისინი მაშინვე მოქმედებენ არაფორმალურად, მავალითად, იხდიან პიჯაკს, მიმართავენ მოსაუბრეს სახელით, განიხილავენ პირად ცხოვრებას (ოჯახს).
- ისინი ტოვებენ ვითომ მიამიტი ადამიანების შთაბეჭდილებას, ფლობენ რა მხოლოდ ინგლისურ ენას, მაშინვე ახდენენ ნდობის დემონსტრირებას განსაკუთრებული მეგობრულობით.

• ყველგან, სადაც კი მხოლოდ შესაძლებელია, ისინი მოიშველიებენ იუმორს, თუნდაც პარტნიორს არ მიაჩნდეს ეს სახუმაროდ.

• საუბრის დანწყობისთანავე ისინი ხსნიან მკაფიოდ თავის მიზნებს, ახმოვანებენ მოლოდინებს და შემდეგ აგრძელებენ საუბარს საკუთარი შემოთავაზებებით და კონტრემოთავაზებებით, ამგვ დროს ისინი განიცდიან სიძნელეებს, როცა თანამოსაუბრე არ ამუღავნებს თავის განზრახვებს.

• ისინი მიდიან რისკზე, მაგრამ შეიმუშავენ მკაფიო ფინანსურ გეგმას, რომლის თანმიმდევრულ მიყოლასაც ისინი თვლიან აუცილებლად.

• პირველი შეხვედრისთანავე ისინი ისწრაფვიან პარტნიორისგან თანხმობის მიღებას სიტყვიერად „შევთანხმდით“, თუმცა მერე მხარე ხშირად არაა ამისთვის მზად საკითხის ბუნებრივი სირთულის გამო.

• მათ სურთ პრინციპული თანხმობის მიღება, ხოლო დეტალები, როგორც თვლიან ისინი, გაირკვევა მოგვიანებით. თუმცა, არიან მკაცრები დეტალების განხილვაში, მიუხედავად მოჩვენებითი ნდობისა.

• ისინი თავისას აღწევენ ნებისმიერ ფასად და დაუფიქრებლად მიდიან რისკზე.

• მათ ხშირად არ ყოფნით მოთმინება და იმისათვის, რომ საქმე დაიწყონ, მიდიან პროვოკაციული ან გამაღიზიანებელი წინადადების წამოყენებაზე („ჯეროვნად შეფასეთ ჩვენი გულუხვი წინადადება“).

• ისინი არიან შეუპოვარნი და თვლიან, რომ ამოცანის (პრობლემის) გადაწყვეტა აუცილებლად მოიძებნება, ხოლო ჩიხში შესვლისას გადასინჯავენ იქიდან გამოსვლის ყველა შესაძლო გზას.

• ისინი დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ სიტყვებს. ამასთან, მათ მიაჩნიათ, რომ ისეთი სიტყვები, როგორცაა: „სამართლიანი“, „დემოკრატიული“, „პატიოსანი“, „კარგი შემოთავაზება“, „ფასეულობა“, „დასაშვებია“ გაიგება პარტნიორის (მოსაუბრის) მიერ ისევე ცალსახად, ეს იმიტომ, რომ ამერიკის შეერთებული შტატების სუბკულტურებში (მაგალითად, ჩეხებს, გერმანელებს, პოლონელებს) მათი ესმით.

• ისინი არიან უხეშები და როდესაც არ არიან თანახმანი, პირდაპირ ამბობენ ამის შესახებ. ასეთი პირდაპირობით ამერიკელები იწვევენ, მაგალითად, იაპონელი, არაბი და იტალიელი ბიზნესმენების დაბნეულობას.

• ისინი თვლიან, რომ მოლაპარაკების ყველა მხარე ტექნიკურად კომპეტენტურია და იმედი აქვთ გაიმარჯვონ

თავისი ტექნიკური მომზადებით. თუმცა ავიწყდებათ, რომ, ზოგჯერ ყველაზე გადამწვევტი შეიძლება იყოს მეორე მხარის დელეგაციის ხელმძღვანელის სტატუსი.

• ისინი მოლაპარაკებას უყურებენ როგორც პრობლემის გადაჭრის პროცესს კომპრომისებისა და ურთიერთდათმობის გზით ძალთა თანაფარდობის გათვალისწინებით. მათთვის მიუღებელია, როდესაც საკონსპირაციო მხარეს აქვს პრობლემის გადაჭრის მხოლოდ ერთი ვარიანტი.

• ამერიკელები თვლიან, რომ ისინი არიან საუკეთესოები, მაგრამ მოლაპარაკების წარმატებით განხორციელებისათვის საჭიროა თავისი ოპონენტის კულტურული სამყაროს გაგება. ბევრი ამერიკელი თვლის, რომ ამერიკული წესები ერთადერთი და სწორია.

• ეს იწვევს მათში სხვა კულტურების მიმართ უინტერესობას, შესაბამისი ქცევის ან ტანსაცმლის მორგების, ფორმალური ეტიკეტებისა და თავაზიანობის მანერების (რაც მნიშვნელოვანია არაბებისთვის, ბერძნებისთვის, ესპანელებისთვის და სხვ) არასაკმარის ცოდნას.

მიუხედავად ამერიკული საქმიანი კულტურის აღნიშნული თავისებურებებისა და სიმკაცრისა, შეიძლება გამოიყოს (რ. ლუისის რჩევებით) რეკომენდაციები იმის შესახებ თუ როგორ განვანყოთ მოლაპარაკებების დროს ამერიკელი პარტნიორები პოზიტიურად ჩვენს მიმართ [17].

აღსანიშნავია, რომ წყნარი და პრაგმატული ბრიტანელები, ჰოლანდიელები, სკანდინავები და კანადელები საქმაოდ კარგად არიან შეთანხმებული ამერიკელების ზემოთმოყვანილ თავისებურებებთან. ისინიც შეჩვეული არიან არაფორმალურ ქცევას, სახელით მიმართვას, იუმორის გამოყენებას, ისინიც არიან გულმოდგინელები, სწორხაზოვანი და შესაბამისად ტექნიკურად კომპეტენტური, წინადადებებისა და კონტ-

რწინადადებების საფუძველზე მოლაპარაკებების წარმართვის უნარიანი და მიღწეული შეთანხმების შესაბამისად სიტყვის შემსრულებელი. ისინიც ასევე ანიჭებენ უპირატესობას ურთიერთმისაღები შეთანხმების მიღწევას ზედმიტომ და რთული პროცედურების გარეშე. ამასთან, როგორც აღნიშნავს რ. ლუისი, ამერიკელები საუბრობენ ინგლისურად სწრაფად და საჭიროა დიდი ყურადღებით მოსმენა, რომ შემთხვევით არ იყოს გამოჩენილი მოლაპარაკების მნიშვნელოვანი დეტალი. ამავე დროს, საჭიროა განსაკუთრებული ყურადღება მიექცეს კონტრაქტის ყოველ დეტალს, რომელიც ამერიკელის მხრიდან ყოველთვის ექვემდებარება მკაცრ იურიდიულ კონტროლს. გასათვალისწინებელია ის, რომ თქვენს მიერ ხელმოწერილი კონტრაქტის ტექსტიდან ნებიმიერი პუნქტის დაარღვევა, მიუხედავად თავდაპირველი მაღალი ნდობისა თქვენს მიმართ, შეიძლება იყოს ამერიკელი პარტნიორისთვის სასამართლოსთვის მიმართვის საფუძველი.

ამერიკელ პარტნიორებთან საჭიროა პირდაპირობა, პატიოსნება, მაგრამ, ამავე დროს, საქმაო სიმკაცრე მათთან საქმიანი მოლაპარაკებების დროს. ყოველივე ამას (მოქნილობას, ღიაობას, არგუმენტირებულ კამათს, მოსაუბრის ძლიერ მხარეებს) ამერიკელები აღიქვამენ შესაბამისი პიროვნების მიმართ პატივისცემით. ამერიკელებს არ უყვართ საკითხის (პრობლემის) გარშემო სიარული (როგორც ეს ჩვევიათ, მაგალითად, იაპონელებს ან იტალიელებს). ამერიკელისთვის კარგ შეითხვად ითვლება „დაიხ, მაგრამ რა იქნება, თუ...“ („Yes, but what if...“).

ამასთან გასათვალისწინებელია ისიც, რომ თუ პარტნიორი ხშირად ავლენს სიმკაცრეს მოლაპარაკებების დროს, ამერიკელმა შეიძლება მიმართოს უხეში ფორმით, რაც, ასევე აღ-

ქმულ უნდა იქნას, როგორც მთლიანი „თამაშის“ ნაწილი, რამეთუ მასაც ხომ (ამერიკულ მხარეს) სურს შეთანხმების მიღწევა.

კიდევ ერთი საყურადღებო დეტალი: ამერიკელი პარტნიორი ხშირად აჩქარებს შეთანხმების მიღწევის პროცედურას (რადგანაც, ცნობილია, რომ მას, როგორც ამერიკელს, აქვს რისკის მიმართ მაღალი ტოლერანტობა), მიზანშეწონილია მასთან შესაძლო დადებით პასუხზე მინიმუმბა, ხოლო რეალურად საკუთარი რისკების მკაფიოდ წარმოდგენა და მხოლოდ ამის შემდეგ საბოლოო გადაწყვეტილების მიღება.

ამერიკელ პოტენციურ პარტნიორებთან მოლაპარაკებისას გასათვალისწინებელია ისიც, რომ მათთვის მთავარია სწრაფი მოგება მაშინ, როცა, მაგალითად, იაპონელისთვის მთავარია ბაზარზე გასვლა. ამერიკელის მხრიდან მეგობრულობა, როგორც შენიშნავს რ. ლუისი, არის მხოლოდ ურთობის სასიამოვნო ფორმატი და არაფერს არ ნიშნავს - შეთანხმების მიღწევის შემდეგ რამდენიმე დღის მერე შესაძლოა მას პარტნიორის სახელიც კი არ ახსოვდეს.

ძლიერი მხარეა ამერიკელ პარტნიორთან ურთიერთობისას მისი ქვეყნის ისტორიისა და კულტურის ცოდნა, ზომიერი თავმდაბლობა, არა მარტო ინგლისური ენის ცოდნა, არამედ ამერიკული და ბრიტანული საქმიანი ინგლისური ენების განსხვავებულობის ხედვა. ცნობილი ამერიკული სწორხაზოვნება და ბრიტანული თავმდაბლობა აისახება ლინგვისტურად შესაბამის საქმიან ლექსიკაზეც. მაგალითად, თუ ამერიკელი იტყოდა „თქვენ ალბათ ხუმრობთ“ (You gotta be kidding), ბრიტანელი იგივე უარს გამოხატავდა შემდეგნაირად: „ჰმ, ეს საინტერესო იდეაა“ (Hmm, that's an interesting idea).

მიუხედავად იმისა, რომ ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნების ბიზნესმენები საკმაოდ კარგად არიან ადაპტირებული ამერი-

კის სკეციფიკას (როგორც ენობრივი, ასევე საქმიანი კულტურის თავისებურებების მხრივ), ისინი ხშირად უშეგებენ შეცდომას, როდესაც აიგივებენ ბრიტანულ და ამერიკულ ბიზნეს- და სოციო-კულტურულ გარემოს ერთმანეთთან. როგორც აღნიშნავს არაერთი სპეციალისტი, ამერიკელები ცხოვრობენ რა სხვა ნახევარსფეროში და სამყაროში, ისინი ყველაფერს აკეთებენ თავისებურად. საინტერესო და მნიშვნელოვანი დეტალები - ამერიკელებს აქვთ შრომის ეთიკის მაღალი ნორმები და მათ სძულთ, როდესაც ადამიანები მიდიან შევლებულბაში მნიშვნელოვან პროექტზე მუშაობისას; ამერიკელებს უსაზღვროდ მოსწონთ გამოგონებები და სიახლეები (ინოვაციები); ამერიკელებს უფრო მეტად აინტერესებთ მომავალი, ვიდრე თქვენი (პარტნიორის) წარსული [17].