



MAGDALENA  
ČEVELOVÁ

# 4 CESTY



DUŠE ŽIVLY  
V PODNIKÁNÍ

**Magdalena Čevelová**

# **4 CESTY DUŠE**

**Živly v podnikání**

Text © Magdalena Čevelová, 2022

<https://www.cevelova.cz>

Návrh obálky © Johana Kobzová, 2022

Grafická úprava a sazba © Lukáš Vik, 2022

2. vydání © Lukáš Vik, 2022

ISBN ePub formátu: 978-80-7536-346-6 (ePub)

ISBN mobi formátu: 978-80-7536-347-3 (mobi)

ISBN PDF formátu: 978-80-7536-348-0 (PDF)

Konverze do elektronických formátů:

Lukáš Vik: <https://www.lukasvik.cz>

*„Čtyři živly tvoří základ života a mají zásadní  
vliv na lidského ducha.“*

Rúmí

# OBSAH

## Jak jsem se potkal s živly (předmluva)

### 1. Úvod: Živly a já

### 2. Typologie podle živlů

- 2.1. Různé systémy
- 2.2. K čemu je to dobré
- 2.3. Živly v historii
- 2.4. Živlové korespondence
- 2.5. Kontaktní cyklus

### 3. Jak určit svůj živel

- 3.1. Test živlů
- 3.2. Jak číst výsledky

### 4. Živly v kostce

- 4.1. Aktivní a pasivní živly
- 4.2. Úkol nebo lidé
- 4.3. Protilehlé živly
- 4.4. Introverze a extraverze

### 5. Vzduch

- 5.1. Kvality vzduchu
- 5.2. Vzduch na první pohled
- 5.3. Vzduch – rizika a omezení
- 5.4. Vzduch v práci
- 5.5. Vzduch ve vztahu
- 5.6. Vzduch jako zákazník

### 6. Oheň

- 6.1. Kvality ohně
- 6.2. Oheň na první pohled
- 6.3. Oheň – rizika a omezení

- 6.4. Oheň v práci
- 6.5. Oheň ve vztahu
- 6.6. Oheň jako zákazník

## **7. Voda**

- 7.1. Kvality vody
- 7.2. Voda na první pohled
- 7.3. Voda – rizika a omezení
- 7.4. Voda v práci
- 7.5. Voda ve vztahu
- 7.6. Voda jako zákazník

## **8. Země**

- 8.1. Kvality země
- 8.2. Země na první pohled
- 8.3. Země – rizika a omezení
- 8.4. Země v práci
- 8.5. Země ve vztahu
- 8.6. Země jako zákazník

## **9. Živlové kombinace**

- 9.1. Vzduch – oheň
- 9.2. Vzduch – voda
- 9.3. Vzduch – země
- 9.4. Vzduch – vzduch
- 9.5. Oheň – voda
- 9.6. Oheň – země
- 9.7. Oheň – oheň
- 9.8. Voda – země
- 9.9. Voda – voda
- 9.10. Země – země
- 9.11. Kombinace v člověku

## **10. Stínové živly**

- 10.1. Stínový vzduch
- 10.2. Stínový oheň
- 10.3. Stínová voda
- 10.4. Stínová země

## **11. Jak být ve svém živlu**

- 11.1. Autenticita podle živlů
- 11.2. Jak přifouknout vzduch
- 11.3. Jak živit svůj oheň
- 11.4. Jak přilévat vody
- 11.5. Jak upevnit zemi

## **12. Živly v podnikání**

- 12.1. Vzduch jako podnikatel
- 12.2. Oheň jako podnikatel
- 12.3. Voda jako podnikatel
- 12.4. Země jako podnikatel

## **13. Živly ve firmách**

- 13.1. Vzduchové firmy
- 13.2. Ohnivé firmy
- 13.3. Vodní firmy
- 13.4. Zemské firmy

## **14. Marketing podle živlů**

- 14.1. Živly a zákazníci
- 14.2. Marketingový mix
- 14.3. Vzduchový marketing
- 14.4. Ohnivý marketing
- 14.5. Vodní marketing
- 14.6. Zemský marketing
- 14.7. Marketingové nástroje

## **15. Kde živly použít**

- 15.1. Barva
- 15.2. Font
- 15.3. Grafika
- 15.4. Web
- 15.5. Tonalita komunikace
- 15.6. Zákaznický slib

## **16. Nákupní fáze podle živlů**

- 16.1. SEE = vzduch
- 16.2. THINK = země
- 16.3. DO = oheň
- 16.4. CARE = voda
- 16.5. Co s tím prakticky

## **17. Živly v praxi (místo závěru)**

## **18. Literatura a odkazy**

### **O autorce**

### **Příloha: off-line test živlů**

# Jak jsem se potkal s živly (předmluva)

*Můj hlavní živel je oheň, druhý mám zemi. Na to, že by se živly daly použít v podnikání, jsme s mojí ženou přišli na procházce lesem. Spoustu z toho, jak typologie podle živelů funguje dnes, jsme vymýšleli společně.*

*Živly používám i ve své práci. Prodávám a montuji handsfree sady, parkovací senzory a tažná zařízení do aut. Nemám žádné zaměstnance. Jednak jsem introvert, jednak si jako ohnivce rád dělám věci po svém.*

*Nejdřív jsem zkoušel odhadnout, jaký živel jsou moji zákazníci, a podle toho se k nim chovat. Velmi rychle jsem pochopil, že to není správná cesta.*

*Místo toho jsem začal používat ohnivý marketing. Ten spočívá v tom, že si představím ideální zakázku, a na tu se připravím. V hlavě zakázku přijmu a v realitě ji zvládnou dotáhnout do konce, odevzdám a nechám si za ni zaplatit.*

*Zákazníky nenaháním, ale čekám, až přijdou. Přesto mívám plno zhruba deset dní dopředu. Můj hlavní nástroj je web a SEO. Mám jasně nastavenou cenu za zakázku, která je napsaná na webu. O zakázce nepřemýšlím jako o celku, ale soustředím se na jednotlivé kroky její realizace. Říkám tomu „tlačit firmu hlavou“.*



*Na živlech mě baví, že jsou jednoduché a mají vnitřní logiku. Nejdůležitější podle mě je, že se lidé mají chovat podle živlu, který mají, a ne podle toho, který nemají. Mně to funguje. Třeba bude i vám...*

Miroslav Čevela, spoluautor

[www.telcar.cz](http://www.telcar.cz)

# 1. Úvod: Živly a já

Typologií podle živlů se zabývám už asi 14 let. Na kurzech a přednáškách jsem o ní za tu dobu vyprávěla už stovkám účastníků. Dalším desítkám podnikatelů jsem podle ní na konzultacích pomohla nastavit marketingovou strategii. A živlový test na mém webu už za tu dobu absolvovalo přes 7 000 lidí. Dlouho jsem uvažovala o tom, že všechno, co o živlech vím, shrnu do jednoho souvislého textu. Výsledek, který vznikl s přestávkami několik let, držíte v ruce.

Jak jsem se k živlům vlastně dostala? Pravděpodobně přes tarotové karty. V tarotu, podobně jako v běžné sadě na kanastu, existují čtyři barvy, a každá z nich odpovídá jednomu živlu. Hole zastupují oheň, poháry vodu, meče vzduch a disky zemi. Když jsem začala vnímat charakteristiky jednotlivých živlů, výklady se mi najednou propojily do úplně nových souvislostí.

Pak jsem se na kurzu obchodních dovedností pro podnikatelky potkala s barevnou manažerskou typologií. Rychle mi došlo, že je to vlastně totéž. Červená energie (director) zastupuje oheň, žlutý typ neboli socializátor vzduch, zelený podporovatel je voda a analytik (modrá) zase země. A že by se živly daly velmi dobře použít i v marketingu malých firem a volnonožců.

Proto jsem začala cíleně pátrat po dalších podobných typologiích. V Čechách se používá několik různých systémů, ale všechny mají tendenci trochu tlačit na vyrovnání jednotlivých žvlů v povaze. Jinými slovy říkají, že když máte některého žvlu málo, měli byste si ho doplnit. Podle mě to takhle nefunguje. Každý člověk je originál. Typologie mu má pomoci jeho výjimečnost a silné stránky přijmout a zvýraznit, ne ho zarovnat do krabičky jemu podobných.

Uznávám, zní to jako paradox. Ale když se dokážete zařadit k jednomu ze čtyř základních typů, obvykle vám to umožní snáze pustit role a způsoby chování, které k vám nepasují. Vaše rozhodovací paralýza se sníží a dokážete se lépe soustředit na to podstatné. Živly vás navedou i k tomu, co je vaše konkurenční výhoda, jaké jsou vaše silné stránky a které marketingové nástroje vám umožní komunikovat skutečně autenticky.

Podobně jako se to povedlo mně. Jsem kombinace vody se vzduchem, takže od sebe nečekám rychlá rozhodnutí, trpělivost ani ochotu riskovat. Zato si víc vážím své přizpůsobivosti, empatie a pochopení pro druhé.

Po přečtení téhle e-knihy se vám může přihodit totéž. Zabývá se konkrétně tím, jak typologii podle žvlů použít v podnikání. Zejména jste-li na volné noze nebo máte malou firmu. Nenaučí vás rychle se přizpůsobit

dominantnímu živlu zákazníka, abyste ho mohli lépe zmanipulovat k obchodu. Spíše je o tom, jak přitahovat klienty, kteří k vám opravdu patří a se kterými se vám bude oboustranně dobře spolupracovat.

Ze srdce přeji, ať se vám to daří.

Vaše marketingová čarodějnice

## 2. Typologie podle živlů

*„Je horká hlava.“ „Kam vítr, tam pláště.“ „Stojí nohama pevně na zemi.“ „Tichá voda břehy mele.“* Podobná rčení existují skoro ve všech evropských jazycích. Jejich základem jsou čtyři živly – **oheň, voda, země a vzduch**.

Živly byly od počátku věků předmětem **uctívání a náboženských rituálů**. Později se je lidé snažili filozoficky a pak i vědecky uchopit. Ve 20. století se vracejí jednak v moderních pohanských rituálech, jednak v podobě **různých typologií**, které se hojně využívají v personalistice, psychologii prodeje, vizážistice i v dalších oborech.

### 2.1. Různé systémy – Typologií podle živlů

Živlových typologií existuje celá řada, ale **všechny mají společný základ**. Jsou jím charakteristiky jednotlivých živlů, které znáte a dokážete si je snadno odvodit. Stačí si představit konkrétní živel v přírodě. Země je pevná, oheň živý a expanzivní, vzduch se nedá zachytit, voda zklidňuje...

Typologie podle živlů, o níž se píše v této knize, je jednoduchý a intuitivní systém, který vám pomůže lépe pochopit vaše zákazníky, kolegy, členy vaší rodiny i sebe sama. Vychází z předpokladu, že **v povaze každého**

**člověka převažuje jeden živel** (nebo kombinace dvou) **nad ostatními**. Dominantnímu živlu nebo živilům pak odpovídá chování, jednání i základní povahové rysy daného člověka.

Samozřejmě to neznamena, že například člověk s převažujícím živlem vody má v těle více skutečné vody než jeho kolega s dominantním živlem vzduchu. **Je to metafora**. Čtyři živly ve skutečnosti nejsou nic jiného než čtyři různé přístupy k životu nebo čtyři různé souhrny povahových vlastností.

**Jeden živel není lepší než druhý**. Každý z nich má své typické silné stránky i rizika a omezení. Jsou to karty, které vám byly rozdány na začátku života. Záleží na vás, jak s nimi dokážete hrát.

Popisy živilů, uvedené v této knize, na vás také nemusí sedět stoprocentně. V některých aspektech se najdete, v jiných ne tak docela. Typologie ukazuje **převládající směry a tendence**, neříká v úplnosti, jací jste nebo jací byste dokonce měli být.

Kromě živilů, které máte v povaze dominantní, je zajímavé věnovat pozornost i tzv. **stínovému živlu**, což je ten, kterého máte nejméně. Ukazuje vám slepé skvrny, skryté slabé stránky a stínové aspekty osobnosti. Všechno to, s čím je pro nás obtížné se smířit, i co nás ohrožuje nebo děsí.

Populární nauka Feng Shui nebo čínská medicína pracují s východní tradicí, kde je prvků pět: voda, dřevo, oheň, země a kov. „Naše“ typologie podle živel vychází ze **západní, evropské tradice**, která má **živly čtyři**. Jedná se o dva rozdílné myšlenkové systémy, které spolu navzájem nijak nesouvisí.

Převaha jednotlivých živel většinou **nemá spojitost ani s astrologickým znamením**. I když jednotlivá znamení horoskopu lze k živelům přiřadit, každý Kozoroh není automaticky země, Beran oheň, Rak voda a Blíženec vzduch. Lepší než spolehnout se na výpočet z data narození je **pozorovat chování a jednání daného člověka**, a teprve z něj vyvozovat převažující tendence.

I když v celém příběhu zřejmě hraje nějakou roli genetika, živlová dominance se přímo **nedědí po rodičích**. Dva lidé s převahou země klidně mohou mít třeba ohnivého potomka. Nebo se do rodiny, kde převládá živel vzduch, narodí jedno vodní dítě. Povahové rozdíly se pak stávají zdrojem rodinné dynamiky.

## 2.2. K čemu je to dobré

Znalost typologie podle živel vám může do života přinést celou **řadu užitečných benefitů**. Tím prvním, ale nejméně zjevným, je **sebepoznání**. Jako všechny osobnostní typologie vás živly upozorní na to, v čem

jsste jedineční a co si zaslouží pozornost. Dokážete lépe ocenit své silné stránky a na ty „slabé“ pohlížet s větší laskavostí. Pochopení vlastního živlu vás nevyhnutelně povede také k postupnému přijetí sebe sama.

Živly se hodí i **ve vztazích**. Díky nim lépe porozumíte nejen sobě, ale i ostatním. Najednou začnete vnímat, že to, čím vás váš partner vytáčí, vám nedělá schválně. Ale prostě to patří k jeho živlu a jeho povaze. Pochopíte, že ohnivci je zbytečné říkat „*nerozčiluj se*“, voda neocení vaše „*neber si to tak osobně*“ a přemlouvání zemi ke spontánnímu rozhodnutí je stejné jako očekávat od vzduchu, že bude vždycky chodit všude včas. Místo toho to prostě **vezmete tak, jak to je**, a bude pro vás snazší s lidmi kolem vás lépe vycházet.

Mě na živlech nejvíc baví jejich přínosy pro byznys. Když **přizpůsobíte podnikání svému živlu** a tomu, co vám vyhovuje, spousta věcí vám půjde snadněji a lépe od ruky. Nebudete se trápit s pracovními postupy a marketingovými nástroji, které k vašemu živlu nepatří. Rychleji dokážete rozpoznat problematické zákazníky. Zbavíte se zahlcenosti a svou energii, čas a talent zaměříte tam, kde to dává největší smysl.

Při přímém prodeji snadno určíte, **k jakému živlu patří váš zákazník** a jaké argumenty mu nejspíše předložit. Podle živelů můžete také sestavovat efektivní pracovní



týmy, řešit konflikty, rozdělovat účinně práci nebo správně motivovat své zaměstnance.

Svému dominantnímu živlu můžete **přizpůsobit i logotyp, barvy a vizuální identitu**. Váš živel se může promítat do designu webu, tiskovin i interiéru vaší kanceláře či provozovny. Jelikož kvality každého živlu podporuje něco jiného a každému živlu také něco jiného sluší, v neposlední řadě se pomocí živelů dá **obléknout, učesat a nalíčit**, jako to dělá Carol Tuttle v systému [Dressing Your Truth](#).

Konečně – živly se dobře hodí i **v kreativní tvorbě**. Všimněte si, jaký charakter mají postavy v dobře napsaných příbězích. Hlavní hrdinové jsou většinou ztělesněním různých živelů, které se navzájem doplňují, nebo naopak vytvářejí konflikt. Při psaní beletrie, povídek nebo filmových scénářů si na to zkuste vzpomenout.

Část veřejnosti se k typologiím staví odmítavě. S tím, že vedou ke škatulkování a schematickému pohledu na druhé lidi a na svět. Podle zkušenosti to ale **funguje úplně opačně**, než by člověk očekával. Lidstvo se vám neomezí na pouhé čtyři typy. Místo toho si začnete **intenzivněji všimat rozdílů mezi lidmi**. Situací, kde se chovají, jednají nebo smýšlí stejně nebo naopak úplně jinak než vy. Místo schematismu tak typologie podle

živlů často přinese rozšíření obzorů a uvědomění, že na svět se lze dívat minimálně čtyřmi různými způsoby.

## 2.3. Živly v historii

Už antičtí filozofové se přeli o to, který živel tvořil prazáklad světa. Zřejmě první nauku o živlech formuloval **Empedoklés kolem roku 444 před naším letopočtem**. Na něj pak navázal „otec medicíny“ **Hippokrates**, který pochopil, že živly nejsou ani tak vnější, jako spíše vnitřní povahy. Čtyři principy nazval **čtyřmi temperamenty** a pojmenoval je po tělních tekutinách. Jeho rozdělení na sangviniky, choleriky, flegmatiky a melancholiky občas používáme dodnes.

Křesťanské vidění světa, které v Evropě přetrvávalo po celý středověk, na živly pozapomnělo. Renesanci přinesl až **začátek 20. století** a s ním zájem o tradiční myšlenkové systémy a duchovní nauky.

Švýcarský psychiatr a zakladatel analytické psychologie **C. G. Jung kolem roku 1920** zjistil, že většina zdánlivě náhodných rozdílů v lidském prožívání a chování se dá vysvětlit rozdíly v psychologických postojích a funkcích. Popsal myšlení, pocity, intuici a vnímání jako dimenze, které posléze využila typologie [MBTI \(Myers-Briggs Type Indicator\)](#), barevná manažerská typologie, [DISC](#)

Williama Moultona Marstona, jakož i další typologie a systémy.

## 2.4. Živlové korespondence

Když se rozhlédnete kolem sebe, zjistíte, že řada věcí v přírodě se vyskytuje **v základním počtu čtyř**. Máme čtyři roční období, čtyři světové strany, čtyři denní doby a čtyři měsíční fáze. Ženský menstruační cyklus se skládá ze čtyř částí. I samotný život člověka jako by se dělil na čtyři etapy – dětství, mládí, dospělost a stáří.

*„Přistoupí-li čtvrtá veličina ke třem jiným,  
vzniká jedno, jež symbolizuje celost.“*

C. G. Jung

Věci dělitelné čtyřmi vnímáme jako **celistvé a úplné**. Se čtyřkou jako základním číslem pracuje **majorita lidských modelů**. Znamení zvěrokruhu v astrologii lze vždy po třech přiřadit ke čtyřem živlům. V tarotu i v obyčejných hracích kartách najdeme čtyři barvy. A na adventním věnci každý rok zapalujeme čtyři svíčky.

Matice a diagramy se nejčastěji skládají ze čtyř polí. Rovněž většina běžně užívaných **typologií má čtyři dimenze**, nebo pracuje s jejich násobky (8, 12 nebo