

深度解密佛山传媒民生报道理念

为民生而谋

邵华泽题

wei
min sheng
er mou

序言

一是使命更是天职

民生报道的“政治攻略”

- 民生报道的政治氛围
- 民生报道的党报模式
- 重大报道的重点策划
- 应景报道的新闻策划

民生报道的“市场攻略”

- “双报头”策略
- “爆料奖”策略
- “无生有”策略
- “抓热点”策略
- “日调查”策略

民生报道的“品牌攻略”

83808380

24小时有奖爆料电话 — 83808380



广东省出版集团



新世纪出版社

为民生而谋

邵美泽题

wei sheng
min sheng
er mou

序言
一是使命更是天职

民生报道的“政治攻略”

- 民生报道的党报模式
- 民生报道的重点策划
- 应景报道的新闻策划

民生报道的“市场攻略”

- “双报头”策略
- “爆料奖”策略
- “无生有”策略
- “抓热点”策略
- “日调查”策略

民生报道的“品牌攻略”

83808380

24小时有奖爆料电话 — 83808380

· 广州 ·

广东出版集团

新世纪出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

为民生而谋/佛山日报社编. —广州: 新世纪出版社,
2009. 1

ISBN 978 - 7 - 5405 - 3918 - 4

I. 为… II. 佛… III. 新闻—作品集—中国—当代
IV. I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 206713 号

出 版 人: 陈锐军

责任编辑: 蒋鸣涛 陈中岳

责任技编: 陈静娴

为民生而谋

佛山日报社编

出版发行: 新世纪出版社

经 销: 全国新华书店

印 刷: 广东广彩印务有限公司
(广东省佛山市南海区盐步河东中心路)

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 11.5 印张

字 数: 230 千字

版 次: 2009 年 1 月第 1 版

印 次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5405 - 3918 - 4

定 价: 38.00 元

封面题字

邵华泽
中华全国新闻工作者协会名誉主席
北京大学新闻与传播学院院长

编辑委员会

主	任	戴晓军
副	主 任	宋卫东 李万军
主	编	陈晓大
副	主 编	罗聪灵 李永祥
责	编	江逸华 肖志威 叶小青
美	编	罗 灿 李振海

封面设计 黄珂展

序

是使命更是天职

□戴晓军

办报给谁看,办报为了什么,为谁解决问题……这一系列的设问,其实都是办报人从心灵到实践每日都不可避免的“必答题”。

由于新闻的性质,决定了新闻工作者必须是一个观察者、守望者、实践者。是观察者,就必须每时每刻认真地观察社会的变化,社会的发展,不放过有新闻价值的事物,通过准确报道事实,引导读者思想、社会舆论;是守望者,就要追求报道事实真相,维护社会公德,弘扬正气,协调各方利益,促进社会公平;是实践者,就要勇于捕捉社会热点,注重调查研究,善于发现问题,提出解决问题的办法和思路,沟通各个阶层,调动全社会的积极力量,推动社会进步,对整个社会发挥前瞻性的先知先觉的思想影响,并参与和到改造社会的伟大实践中来。

所以,在报人的心目中,必须非常明确:办报,说到底是为了广大群众。把党委、政府政治、经济、文化建设方针、政策,迅速、完整地宣传出去,实际上是为了让百姓及时了解党和政府的工作部署,形成社会合力;把民生问题报道出去,是为了解决老百姓的衣食住行问题,提高群众生活水平和幸福指数;把社会发展动态和各类生活资讯传递出去,是为了指导百姓投资和消费,使社会和谐、进步。

为了完成这个使命,报人应确立做新闻须遵循新闻规律的观念,不断强化为百姓服务的意识,制定报业发展战略与策略,并为之长年坚守,长年奋斗。否则,就是闭着眼睛走路,今天可能是东,明天可能是西,永远走不到群众中去,也就没法办一份受读者欢迎,能在市场上站得住脚,经受得起历史的检验,完成自己的使命的报纸——即使在强调媒体必须学会经营、自己养活自己的今天,也不能忘却这一点。

是使命更是天职

佛山日报经过了长期的探索，找到了自己的角色定位，发展之“根”，明确了自己的神圣使命，每天都以自己的思考和行动，答着那道“必答题”。2003年，在迎来了党报长足发展之时，佛山日报也抓住了做好民生新闻的黄金机遇。时任省委常委、佛山市委书记的黄龙云，接二连三在干部大会上表示大力支持媒体做好民生新闻，并采取相应的得力措施加以推动。本报在集团的领导下，乘借东风，迅即确立党报对民生报道的指导思想，以更具权威的事实追踪、更具人性关怀的视角，更具监督张力的策划，更有利于解决民生问题的方式进行报道，成立专门队伍，扩大民生版面、增加民生报道，年复一年地把做民生新闻的探索，纳入到整体发展战略当中，竭尽全力去关注市计民生，帮助群众解决各种难题，真正把“关注民生，服务社会”落实到办报中去，从而大大地发挥出党报做民生新闻的优势，赢得了群众的认可，报社之“鱼”，也因此找到了群众之“水”，从此如鱼得水般顺畅发展，一天比一天壮大。

本书的写作，就是力图把党报开展民生新闻的报道经验总结得更具体一点，把那些散发着珍珠般光彩的民生报道策划思想串连起来，升华成理性认识，成为记者编辑的行动指南；另外，把党报的民生报道方向告知读者与社会，也是开门办报，把党报的优质品牌擦得更亮、用群众的力量巩固和提高党报的持久影响力、完成党报使命的一个途径。

在办报诸多经验中，有一条应该强调，媒体需要靠紧形势，敏锐地判断社会的需求和新变化，但不能趋时附势，媒体关注社会和民生是否得当，靠的是对社会是非的独立判断，靠的是宽广淳朴的济世情怀，靠的是对客观真实原则的坚守。至于是否到了发表各类报道的最佳时宜，那就要报人以高度的社会责任感，根据新闻规律和宣传规律来作出衡量。

使命是自外而内赋予的。对媒体来说，当然很需要努力去完成使命；而天职，是与生俱来就有的职责。为民生而谋，可以说是新时期新闻人的天职，更是党报从业人员的天职。

（作者为佛山传媒集团管委会副主任、佛山日报社社长）

CONTENTS | 目录

第一部分 民生报道的“政治攻略”

10	第一章 /
	民生报道的党报模式····· 陈晓大、杨秀峰

高明的领导善于借助现代媒体来管理现代社会;而现代的媒体尤其是都市新型党报,则善于借助与党政部门的互动来助力公共服务,以此赢得党委政府和广大受众的信任——这,就是一种“政治攻略”。在佛山,市委书记首倡民生报道氛围、将办好民生栏目写入党代会报告、民生报道“党报模式”的形成,以及媒政互动、理念互动、报网互动等等,无不昭示着民生报道“政治攻略”的核心内涵:以民为本。

26	第二章 /
	重大报道的重点策划·····
	·····陈晓大、李永祥、杨秀峰、朱志祥、田继贤

在重大突发事件、重大延展性事件、敏感事件、灾难事件报道中,地方党报究竟应该怎么做,才能既赢得社会分数、又获得政治分数?佛山日报在南海九江撞桥事故、三水烟花仓库大爆炸、汶川大地震、北京奥运等重大报道中,既交上令读者和政府满意的答卷,同时也在全国媒体中提升了知名度和影响力,关键在于重视和运用好了“政治攻略”。

56	第三章 /
	应景报道的新闻策划····· 罗聪灵、杨秀峰、朱志祥

节日报道的新闻策划、命题报道的新闻策划、互动专栏的新闻策划,这三种“应景式”策划,也是考验传媒人“政治攻略”的一个过程——既要找寻新闻与宣传的结合点而进行策划,又要在策划中达到“不着痕迹体现党政部门工作”的目的,确实需要下一番功夫。在策划过程中,我们一直坚守一个原则:我们有新闻策划,但我们不策划新闻。

目录 | CONTENTS

第二部分 民生报道的“市场攻略”

74 —— 第一章 /

“双头版”策略.....陈晓大、龙钰明

在应对激烈的报业市场竞争中,我们深感作为一张报纸“门面”的头版,经常很难同时将时政报道与民生报道进行突出处理:头版的时政报道做得不突出,市领导不满意;重大民生报道在头版若得不到体现,群众又不满意。怎么办?2004年10月18日,佛山日报推出了“双头版”策略;2008年8月6日,佛山日报再进一步,推出了封面导读版。

78 —— 第二章 /

“报料奖”策略.....罗聪灵

媒体的竞争,归根结底是新闻产品的竞争。而新闻产品的竞争,说到底又是信息源的竞争。谁第一时间掌握了信息,谁才有可能将它最快、最详尽、最深刻地传播给受众。然而,记者毕竟没有千里眼、顺风耳,对时刻发生着的最鲜活的事实不可能尽知。怎么办?2004年5月24日,佛山日报推出“报料奖”策略,正式开通了83808380民生报料热线。

84 —— 第三章 /

“无生有”策略.....李永祥

《道德经》说:“天下万物生于有,有生于无”。而对于传媒人而言,所谓“无生有”,指的是媒体结合国内国际发生的重大事件,挖掘其中与本地读者相关联的切入点,并对这部分内容进行放大,从而体现媒体的地方特色,这也就是我们常说的“重大新闻本土化”。此种策略,能够扬长避短,也避免了与同城媒体在本地新闻竞争中陷入同质化的泥潭。

92 —— 第四章 /

“抓热点”策略.....李永祥

社会的热点一旦形成,往往也是各种坊间传言四起之时。这个时候,也是老百姓最需要权威媒体站出来一锤定音的时候。这也就成了媒体攻

占市场、确立自身江湖地位的关键时刻。因此,这个时候媒体的表现如何,会直接影响到其在读者心目中的形象;而对于媒体而言,赢得这种关键时候的一役,往往会比在日常报道中打赢上百场“常规战争”效果更加明显。

98 — 第五章 / “日调查”策略.....曾伟荣

传播是一个双向、互动的过程,要完成传播并达到传播效果,受众的意见反馈是必不可少的过程。心理学上有“心理呕吐”的说法,让老百姓将自己关心的问题向媒体倾诉就是“心理呕吐”的一个很好途径。如果说,民生报料热线是一个被动接受读者倾吐的平台,那么发行员对订户意见的搜集则是一种主动出击的举措。

第三部分 民生报道的“品牌攻略”

104 — 第一章 / 一年打造一个广东新闻奖名专栏.....陈晓大

近几年来,佛山日报创造了“一年打造一个广东新闻奖名专栏”的“奇迹”,“百姓点题·政府解难”、“民生日志”、“城事”、“爱心佛山”四个专栏获得广东新闻奖,其中“百姓点题·政府解难”获得一等奖。在竞争激烈的报业市场,佛山日报是如何完成这个奇迹的?

110 — 第二章 / 四年四本特刊成就民生热线品牌.....罗聪灵

自“83808380”民生热线 2004 年 5 月 24 日诞生以来,佛山日报就将其作为一个品牌加以经营,开通四年来每年均推出一本纪念特刊,使重要的报道形成“滚雪球”的效应,不断增添新元素,使民生热线越来越深入人心。那么,特刊策划应具备怎样的方法论?佛山日报的做法或许会让你眼前一亮。

目录 | CONTENTS

- 120 — **第三章** /
- “百姓点题”:这一“点”点石成金…………… 朱志祥
- 2007 年年初,佛山日报《百姓点题·政府解难》栏目荣获 2006 年度广东新闻奖一等奖。《百姓点题·政府解难》栏目为何能获得评委们的青睐?从呱呱坠地到脱颖而出,这个只创办了一年多的栏目有哪些“优良基因”?该栏目如何“精耕细作”?有哪些妙招最终点石成金?
- 126 — **第四章** /
- “民生日志”:民情点滴,滴水穿石…………… 张小宁
- 佛山日报 2004 年 6 月 2 日推出《民生日志》栏目,至 2008 年 9 月已推出约 1360 期,解决各类民生问题数百件,赢得群众的赞誉、部门的支持及领导的重视,成为佛山众多民生栏目中深受百姓喜爱的一个品牌。那么该栏目是怎样诞生的?在老百姓中的良好口碑是如何形成的?
- 132 — **第五章** /
- “爱心佛山”:凝聚爱心深得民心…………… 张映红
- 2003 年 6 月,一个叫《爱心佛山》的专栏在佛山日报呱呱坠地;一年半以后,这个新生栏目获得 2004 年度广东新闻奖。这个每周一期、每期一个版的栏目,从开栏那天起,就充当起一个“爱心大使”的角色,播撒阳光雨露。5 年来,“爱心佛山”如何演变成“爱心大使”?在她的沐浴下,又有着怎样的感人故事?
- 138 — **第六章** /
- “民生视点”:在争议和冲突中凸显人文关怀…………… 杨秀峰
- 2005 年 8 月 10 日,佛山日报“民生视点”专栏正式推出。她以“大民生、大视角”为目标,从人文关怀的角度探讨有争议和冲突的事件或话题。那么“民生视点”是如何去发现争议和冲突?如何去挖掘争议冲突深层次的原因?又是如何去引导这些争议冲突的?

144——第七章 /**“新闻调查”：在调查中彰显社会责任…………… 朱志祥**

若你要问，我们在子夜时分直面明晃晃的杀牛尖刀时害怕吗？答案是：我们害怕。若你要问，我们介入利益争斗的漩涡要踢爆黑幕时担心吗？答案是：我们担心。若你要问，我们涉足“雷区”要踩在某部门某官员的痛脚上时顾虑吗？答案是：我们顾虑。若你还要问，我们为什么还要执着前行？答案是：责任。在你所看到的每一期《新闻调查》背后，有你看不到的惊心动魄和血脉贲张。

154——第八章 /**“城事”：在传统与现代间描绘都市风云…………… 陈丽燕**

2006年10月28日，佛山日报《城事》专栏应运而生。2008年4月，《城事》荣获广东新闻奖。阅读每期《城事》，许多读者经常在轻松中收获文化的厚重，在品味中收获感同身受的浸润，在空灵中收获抚肌亲肤的快意。她为何会获得读者认同？她又是如何将新闻与文学、图片完美地融合一起？

162——第九章 /**“人间万象”：新闻故事，人生镜鉴…………… 罗聪灵**

作为传统的纸质媒体，面对网络新兴媒体的海量信息和零时差传播，我们的优势在哪里？答案不外乎两个字：深度。然而，在纸质媒体深度报道满天飞的情势下，作为地市级新型都市党报的突围之路又在哪呢？我们又交出了怎样的答卷？2007年11月5日，定位为“新闻故事，人生镜鉴”的《人间万象》栏目由此面世。

166——第十章 /**十大民生新闻评选：为什么评的是“民生新闻”…………… 李永祥**

佛山日报每年度的“十大民生新闻”评选从2004年底开评以来，已成功举办了4届。4年里，每次在和同行私下交流时，同行们问得最多的问题，就是：其他媒体评的都是“十大新闻”，为什么佛山日报偏偏要搞“民生新闻”的评选？

第一部分

民生报道的“政治攻略”

MINSHENG BAODAO DE
ZHENGZHI GONGLUE

历史不会忘记这一天:2004年5月17日。正是从这一天起,在时任省委常委、佛山市委书记黄龙云的倡导下,佛山各级党委政府对民生报道的认识和重视程度,被提升到了一个前所未有的高度。

历史同样会记住这一天:2004年5月24日。正是从这一天起,以佛山日报开通24小时民生热线“83808380”为标志,佛山传媒人掀起了前所未有的民生报道的热潮。

两年半以后,在2006年12月召开的佛山市第十次党代会上,市委书记林元和工作报告时明确提出:“要充分发挥新闻媒体构建和谐社会的作用,继续办好‘民生栏目’。”

将办好民生栏目写入党代会报告,这在全国并不多见。然而,佛山人对此并不感到惊讶——因为在此期间,无论是领导换届,还是传媒整合,对于“民生”两字的“解读”,党委、政府、媒体,都没有动摇;不仅如此,经过数年的努力,佛山解决民生问题的政治氛围初步形成,佛山党政部门与新闻媒体的“民生互动”有了工作机制,以此为基础,佛山媒体助力公共服务、提升民生报道的“佛山模式”也悄然成型。

在中国办报,最大的难题往往不在于市场份额,不在于读者数量,而在于政治环境,这是圈内皆知的秘密。这也就不难解释:为何许多地方的民生报道,如今仍然是媒体唱独角戏。

在中国施政,如今最大的难题,往往不在于GDP的单方面增长,不在于财政收入的快速增加,而在于如何以人为本,在科学发展的同时妥善处理一个又一个民生问题。

因此,高明的领导善于借助现代媒体来管理现代社会;而现代的媒体尤其是都市新型党报,则善于借助与党政部门的互动来助力公共服务,以此赢得党委政府和广大受众的信任——这,就是一种“政治攻略”。

具体就媒体而言,所谓的“政治攻略”,就是在进行民生报道时,适当运用多种策略,呼应党政部门工作,兼顾社会效应和政治效应,使百姓和政府两头都满意。本来,党报姓“党”,党管媒体是天经地义的事情;但党报是办给老百姓看的,对于民生问题或事件如果“失语”,党报就会在读者心目中“失位”。要取得突破,地方党政领导的民主开明态度固然重要,媒体自身努力推动新闻生态环境也是一门“必修课”。作为地方媒体,运用好“政治攻略”,有几方面的好处显而易见:

1. 为媒体自身赢得更多的话语权。如果在报道每一件民生问题或事件时,媒体能够主动呼应党政部门工作,突出党政部门作为,配合政府安抚民心,一仗一仗打下来,就会赢得地方党政部门信任,不会在一些重大民生报道推出前被“一棒子打死”,

为以后的报道赢得更多的话语权。

2. 为媒体报道赢得权威的信息源。许多民生问题或事件,离不开党政部门权威的信息。如果信息被封锁或半封锁,报道的效果就会大打折扣。如果地方媒体能够与当地党政部门形成紧密沟通的联动机制,在重大民生问题或突发事件面前就会赢得主动,对于信息的掌握就能逼近核心,避免挂一漏万。

3. 为媒体发展赢得有利的新空间。地方媒体的发展,离不开当地党委政府的支持。在许多民生问题或事件面前,如果每一次报道都能适度体现当地党政部门作为,媒体就能逐渐积累丰富的政务资源,从而为媒体赢得有利的发展新空间。当然,这种做法不能以牺牲社会责任、迁就当地政绩为前提。

在佛山,近五年来较好运用“政治攻略”的“开山之作”,莫过于对撤消收费站的“惊天一呼”。时间上溯到2003年3月。时任广东省委常委、佛山市委书记的黄龙云,上任伊始,就面临着佛山行政区划大整合的历史使命。当时佛山境内,收费站林立。收费站不撤消,不仅阻碍经济社会的发展,而且会使区域的整合成为一句空话。但收费站的撤消,表面上看来,最早推动的不是政府,而是发端于佛山日报头版头条的一封记者来信。这封来信在痛斥珠三角密度最高的收费站在给经济和社会生活带来种种不便之后,“引起了党委政府的高度重视”,也引发了对撤消收费站的大讨论。最终,佛山于当年3月15日凌晨零时起,撤消了境内43个路桥收费站中的28个,打通了各区之间快速往来的通道,全省哗然。

可以说,这是一次手法高明的策划,也是佛山的媒体与党政部门互动推动改革的一种“政治攻略”。事实上,在一个城市之内大幅度减少路桥收费站,党政领导如果没有魄力和决心,单靠媒体的一封“来信”,是难以有如此大的作为的;而借力于媒体推动改革,确实也收到了事半功倍的“放大效果”。此后,此类手法被广泛运用于解决一个又一个民生问题,由此掀开了佛山民生报道新的一页。

市委书记首倡民生报道氛围

2004年5月17日,时任省委常委、佛山市委书记的黄龙云与市直各媒体民生栏目负责人等进行座谈时,多次谈及“民生问题无小事”,要求各级党委政府对民生问题给予更多关注。他说,媒体关注的民生问题,其实也是各级政府所需要解决的问题;加强党政部门与媒体的互动,更好地为群众分忧解难,提高城市的管理水平,让百姓安居乐业,这是各级党委政府践行“三个代表”重要思想、落实以人为本科学发展观的体现。

这是佛山的主要领导首次将对民生报道的认识提升到一个前所未有的高度,从而带头创造了一个有利于媒体的政治环境。事实上,随着经济社会的发展,民生问题日益突出。解决民生问题,党委政府是核心。而要解决好民生问题,政府就要处理好宏观筹划与日常资源配置的问题,要从全能政府向有效政府转变。而政府职能的转变和效能的提升,离不开媒体尤其是党委机关报的监督与推动;而媒体要在此过程中发挥作用,则需要有一个较好的舆论环境。

在黄龙云与市直各媒体民生栏目负责人座谈之后一周,以佛山日报宣布开通24小时民生热线“83808380”为标志,佛山本地媒体纷纷组建或扩编以报道民生新闻为己任的采编队伍,并增辟民生栏目;一个月后,佛山市召开新闻媒体民生栏目总结推广大会,要求各党政部门安排一名领导作为本单位与市直新闻媒体互动、解决民生问题的负责人,要求在与新闻媒体互动中,党政部门不得借故推诿,对借故推诿的单位、领导,要批评教育,造成重大社会影响的,要追究领导责任。随后,民生报道开始受到前所未有的广泛关注,各级党委政府对民生报道重视程度空前高涨。

此后两年多时间里,时任市委书记的黄龙云,不管在大会小会,均多次提到媒体民生栏目及民生报道的重要意义,认为其代表了社会强烈的呼声,在解决人民群众日常生活的困惑方面,发挥了很大作用,“比市委书记、市长讲话还管用”。他还多次就如何办好民生栏目提出了殷切期望,对未能及时解决民生问题的相关部门予以严厉批评。

在黄龙云的倡导和推动下,佛山的党政部门基本达成“三个共识”:

一是随着改革开放的不断深入和社会快速发展,民生问题已不仅仅是柴米油盐酱醋茶,而是涉及社会、经济、政治、文化的诸多方面,其内涵和外延都已极大拓宽;

二是“群众利益无小事”,涉及群众利益的事情,与老百姓生活密切相关的事情,都是大事情;

三是并非互动工作做得多问题就多,与媒体互动解决民生问题,是党政部门执政能力增强的表现,是执政为民的重要体现。

为充分发挥民生栏目在沟通党委政府和广大群众中的桥梁作用,佛山还从工作架构和工作机制上加以“强化”:

首先,是搭建民生互动工作架构。市委办、市府办专门指定一位副秘书长,负责收集市直媒体民生栏目所反映的各类民生问题,并形成市委办、市府办各一名副主任具体跟进,市委办信息科、市府办督查科、市委宣传部宣传科牵头,各党政部门及市新闻媒体积极参与的工作架构。

其次,是规范民生互动工作机制。两年中,有关部门下发了三个文件:2004年,市

委办、市府办联合下发《关于印发党政部门与市新闻单位加强互动认真解决民生问题的工作方案通知》，就互动工作提出了具体要求；之后，又印发《关于进一步完善我市舆论监督的政府回应机制的意见》，并确定每年对民生报道的优秀作品、优秀记者和最佳互动单位进行表彰奖励；2006年，市委办、市府办又下发了《关于在构建和谐佛山中充分发挥我市新闻媒体重要作用的意见》，对如何推动佛山市民生报道及互动工作提出了明确的意见。

为把媒体反映的问题落到实处，市委办、市府办还建立了督办机制，由专人落实各问题的处理情况，并及时作出反馈。各部门也纷纷指定专人，经常主动与新闻媒体进行日常沟通和互动，市公安局还特意对佛山日报、佛山电台、佛山电视台等新闻单位安装民生专线电话，专线电话免拨号10秒内直通市局110报警服务台。此后，全市各党政机关都安排了一名领导作为本单位与新闻媒体互动解决民生问题的新闻发言人，并指定了相关业务科室负责人作为新闻联络员具体落实。这种做法不但提高了民生问题的解决效率，还确保将民生问题层层落到实处。

此外，为使这种机制更好地落实，市委宣传部等部门还多次请来国新办的专家，为佛山的新闻发言人“洗脑”。此后，佛山更是尝试通过推行新闻发布会制度，来通报以人为本的施政理念，而带头人正是市委书记林元和。

2008年3月2日，一场由市委书记亲自上阵的新闻发布会，首次在佛山新闻中心召开。会上，林元和向来自中央、省、港澳等22家媒体及本市媒体通报佛山发展的一系列新思路新举措。谈到解放思想时，林元和说：“解放思想无止境，看准问题要赶快着手。什么问题最紧迫？就是老百姓关心的难点、热点问题。”而面对记者一个又一个的提问，林元和笑说：“我老是说，我开一万个人的会，不如找五六个记者，这是我这个小领导用现代媒体管理好社会的重要办法。”

其实，利用媒体更好传播施政理念、借力媒体表达对民生问题的关注，早在2006年12月林元和上任伊始就已有提及。当时，在市第十次党代会闭幕之际，新任佛山市委书记林元和在与佛山传媒负责人座谈时，就要求媒体“多宣传一些广大市民所关心的、与民生关切的事情，让市民满意”。林元和说：“党政机关每天发生很多重大的政治事情，媒体应该报道；但是我主张，我们这样的城市，领导一般性的工作不用报道。”

林元和上任后，首抓的就是维稳和环境治理工作。“打蛇打七寸”，佛山的经济发展迅速，但治安和环境问题也日益严峻，市委书记上任第一件事就抓治安和治污，可谓抓中了要害，而这也是“为民生而谋”的最大“政治攻略”。对此，在2007年8月22日佛山市委工作会议上，林元和曾有过阐述：“群众最关心的不是GDP增长，也不是财政收入，最关心的是自己的生存条件和环境，政府的工作一定要从解决群众最关心的现实问题入手。”