

破圈“神曲”
火爆全网改编可以
但侵权不行

“你爱我，我爱你，蜜雪冰城甜蜜蜜。”这首歌词简单、旋律在很多人听来再熟悉不过的歌曲，本来是一首流传已久的美国民歌，如今却成火爆全网的催眠神曲。

《蜜雪冰城主题曲》作为广告曲，通过一些传播手段达到了一定的传播效果，也不失为一种成功。但从法律上来讲，虽然美国民歌《哦！苏珊娜》已不再受到版权保护，但作者的署名权、修改权、保护作品完整权的保护期不受限制。

“奶茶界”神曲“破圈”《蜜雪冰城主题曲》爆红

最近成功“破圈”《蜜雪冰城主题曲》发源于“奶茶界”，出自主打冰激凌和茶饮的连锁品牌蜜雪冰城，之后被迅速传播和广泛传唱，近期还登上B站的热搜排行榜，并且引发了大量各种类型的二次创作，不仅出现了粤语版、黄梅戏版、京剧版以及外语

填词的《蜜雪冰城主题曲》，还出现了拍摄在蜜雪冰城实体店门口唱主题曲的“社死”视频的潮流。

蜜雪冰城及其主题曲相关话题在短视频平台上的播放量更是惊人，甚至一度冲上QQ音乐热歌榜榜首和全民K歌翻唱榜前五。

美国“流行音乐之父”所创 歌曲版权仅卖了一百美元

这首连正经歌名都没有的作品，虽然在今天爆红于奶茶界，但实际上流传已久——它源自一首来自19世纪中期的美国民歌《哦！苏珊娜》。是被称为美国“流行音乐之父”的美国作曲家斯蒂芬·福斯特于1847年的一首歌，当时他还在匹兹堡担任仓库点收员。

21岁的福斯特发起并组织了一个业余男声五重唱团，其中有位团员的妻子叫苏珊，长相美丽动人，活泼、直率的性格也惹人喜爱。福斯特正是以苏珊为灵感，创作出这首曲子。

这首歌在匹兹堡的“雄鹰沙龙”上首次演出就引起轰动，成了流行“民歌”，也是淘金热

时期涌向西部的开发者们最喜爱的一支歌。

对音乐天生敏感的福斯特自学而成，一生写了近200多首美丽动人的歌曲，其中有160余首已出版，而且几乎全是自己创作歌词。如《哦！苏珊娜》《尼德叔叔》《故乡的亲人》《我的肯德基故乡》等。尽管福斯特的许多歌很快就流行了，但热衷艺术的他并没有意识到自己这些作品的价值，常被歌曲出版商占便宜。《哦！苏珊娜》就是被一个音乐出版商仅以一百美元就得到了版权。福斯特就用这笔钱开展了日后的创作，并且成为美国历史上第一位职业歌曲作者。但后来因为贫困和酗酒，福斯特疾病缠身，去世时年仅37岁。

《哦！苏珊娜》走进中国 马三立曾改编成相声作品

在《哦！苏珊娜》创作完成后的近100年，1932年，中国的“流行音乐之父”黎锦晖根据当时中国的历史文化环境，将这首歌译为《苏三不要哭》。同样都是“流行音乐之父”，《哦！苏珊娜》在中国的流传，这样的巧合也令人惊叹。

黎锦晖是中国儿童歌舞剧的创始人，今天人们熟悉的儿童歌舞音乐，是黎锦晖首创的。在半个世纪前的中国，他的名字如雷贯耳。在近现代中国的文化界，他是位多种成就集于一身的奇人。无论过去还是今天，音乐界都承认，他是中国流行音乐之父。

黎锦晖翻译的《苏三不要哭》一曲，只是他的代表之一，由时下顶流艺人王人美录制演唱。如同黎锦晖创作的很多歌曲一样，在上世纪30年代，《苏三不要哭》在上海的大街

和弄堂里随处都可以听到，在当时风靡一时，作家张爱玲还曾把《苏三不要哭》写进了她的两篇散文中：“中国人虽然考究怎样死，有些地方却又很随便，棺材头上刻着生动美丽的‘吕布戏貂蝉’，大出丧的音乐队吹打着《苏三不要哭》。”

黎锦晖填的歌词与原本英文歌词表达的悲壮感截然不同，“苏珊娜”唱成了“苏三”，有戏谑，有惊奇。因其中有的词颇有些艳俗，因此在新中国成立以后逐渐销声匿迹。

几十年后，《苏三不要哭》再次广为人知，是因为相声大师马三立将其作为了自己相声作品的素材。这也是马三立作品中少有的以唱歌为主的经典之作，唱得俏皮又自然，令《苏三不要哭》获得了别样的生命力。



被改编成“催眠神曲”

作者仍有署名权、修改权

多年以后，《苏三不要哭》又以广告歌曲的方式吸引大众，甚至成为催眠神曲，但很多人也许并不知道《哦！苏珊娜》的存在，只是被这首连歌名都没有、只是在品牌名后加了主题曲三个字的“神曲”所吸引，歌词也只是在简单地重复、魔性且催眠。

业内人士认为，《蜜雪冰城主题曲》的乐曲并非原创，在填词之后也谈不上是一首优秀的音乐作品，但其明快的旋律朗朗上口，再通过其歌词“蜜雪冰城甜蜜蜜”对品牌名简单粗暴的重复曝光，却也达到了一定的传播效果。

《蜜雪冰城主题曲》在传播过程中，并未提及乐曲的作者和出处，有网友质疑这样的改编是否涉及侵权。北京韬安律师事务所高成介绍，美国现行版权法规定的版权保护期为作者终生至其去世后70年（若是集体创作或1978年前发表，作品保护期限最高可至95年），国际条约《伯尔尼公约》和我国《著作权法》规定的版权保护期为作者终生及其死亡后50年。中美都是《伯尔尼公约》的签署国，因此美国作品在中国也受到中国《著作权法》保护。

《哦！苏珊娜》的作者斯蒂芬·福斯特1864年逝世，至今已过去157年，因此该曲进入公有领域，“蜜雪冰城”可以对其进行商业使用。但是根据我国《著作权法》22条规定，作者的署名权、修改权、保护作品完整权的保护期不受限制。因此在使用公有版权作品过程中仍然需要注意，不得对原作者署名、作品内容进行恶意篡改。（北京青年报）

央视《百年歌声》开播
致敬开天辟地伟人

“百歌颂百年，唱响新时代”，7月2日21点档，中央广播电视总台文艺节目中心为庆祝中国共产党成立100周年精心制作的特别节目《百年歌声》燃情开播，引发观众热议。旋律与咏史的双重激荡，歌曲和故事的动人组合，让人感受到了直抵人心的艺术魅力。

首期节目播出后网友纷纷表示，“中共一大召开的游船是这么小的一艘船，革命先辈真的太热血了。”“没想到港澳大桥的建设者和我们是同龄人”“李大钊先生牺牲的时候只有38岁，多么风华正茂的年纪啊！”节目聚焦于闪耀历史天空的英雄楷模故事，把百年进程中的感人故事通过多线并举的叙事手法，创造了“情景讲述+纪实采访+歌曲演绎”的舞台形式，让当代青年了解到了历史深处的震撼往事，实现了一场跨越时空的精神洗礼。

“回首千秋伟业，恰是百年风华”，《百年歌声》将继续满载时代赞歌燃情开唱，敬请锁定央视综艺频道CCTV-3，跟随《百年歌声》回望历史，致敬百年。（北青网）

《辽美旅拍》开播啦
感受不一样的辽宁

辽宁卫视《辽美旅拍》开播啦！辽宁卫视当家女主播心悦和新生代人气偶像姜京佐邀您一起慢品人间烟火气，闲观山河湖海长。两人初相遇就将共同踏上探寻之旅，用脚步丈量北方风物，用内心感知深厚人文。

在每期节目中，心悦和姜京佐这对旅拍客将前往一个辽宁地标性的景点。在当地，他们会拜访几位有故事的辽宁人，以年轻化的视角重新解读辽宁别具特色的文化，并完成一条城市特色黄金名片的拍摄。

在5日的第一期节目中，他们一起来到了姜京佐的老家，也是本次姐弟旅行的第一个城市——鞍山。两人初次见面的地点是小姜“精心”选择的，就是为了让你悦姐姐感受一下鞍山人的热情。

最后，两人还在节目中跟着国家级非物质文化遗产岫岩皮影传承人——吕正业老师学习皮影戏舞台表演，与非遗文化大师交流人生感悟。（北青网）

《极限挑战宝藏行》
聚焦生态文明建设

《极限挑战宝藏行·绿水青山公益季》集结“极限男团”成员和新嘉宾，去往内蒙古、福建、新疆、长三角等地寻找山水宝藏、文化宝藏、人物宝藏、精神宝藏，探访秀美山川和民俗文化；身体力行宣传“绿水青山就是金山银山”的环保理念，展现国家决战脱贫后的经济社会发展新面貌。

今年是“十四五”的开局之年，《极限挑战宝藏行·绿水青山公益季》将践行生态文明建设精神，嘉宾们通过徒步、自驾、露营等方式，身体力行地倡导绿色低碳生活方式，探访绿色产业建设的典型地区。与此同时，节目通过讲述经济与生态效益双丰收的典型故事，展现生态治理对于打造经济绿洲的实际推动意义。

水绿山隐隐，人在画中行。《极限挑战宝藏行·绿水青山公益季》全方位展示生态文明建设的重要成果，以综艺助力公益，体现了媒体忠于观察、记录、发声的责任与担当。（中国青年网）



江苏卫视推益智 IP 新品

《超脑少年团》探索“未来之力”

你的脚下是现在，你的眼前是未来。近年来，随着AI技术的迅猛发展，对孩子创造性思维的培养，越发受到重视。江苏卫视全新沉浸式烧脑真人秀《科大讯飞AI学习机·超脑少年团》提出“八大未来力”的概念，以期通过高科技的硬核智力挑战，让人类与AI的交互碰撞出全新的火花。

“八大未来力”即指抽象能力、逆行力、协作力、分解力、评估能力、创造力、担当力、解析能力。节目中，24位“神奇少年”将被分成两组，以团体比拼、积分挑战的形式，角逐仅有的8个进入“AI未来营”的名额。进入到“AI未来营”的选手，将有机会探访国际顶尖人工智能实验室，并与世界上最优秀、最杰出的科学家面对面。

与过往的益智类综艺不同的是，《超脑少年团》的挑战项目，虽然难度系数极高，但并没有所谓的“标准答案”。少年们需要以创造性思维激发想象力，利用从纸笔到编程的一切工具破解难题，从而唤醒大脑活力，去抵达从未抵达的科学“秘境”。

江苏卫视素有深耕益智类综艺的传统，节目不仅关注选手们临场的解题能力，还关注少年们在参与过程中能力的提升与延展，更为脑力竞技这一题材提供独特的“破题思路”。

在项目的表现力方面，节目组也下足了功夫，通过剧情性极强的节目设定，让观众切实感受到“超脑舰队”在宇宙中不断遨游探索。有了舞台的高度沉浸感，还有赛制的多样性丰富。为了全面的测试这些“超脑少年”们应对难题的能力，节目组准备了许多“加试”，当选手们以为项目结束可以松一口气时，突然的加试常常让选手和观众都目瞪口呆，而如此具有临场感和紧张感的设置，也正是《超脑少年团》独有的“沉浸式”魅力。

用脑力实现未来畅想，用AI书写未来篇章。7月16日起，每周五晚，江苏卫视《科大讯飞AI学习机·超脑少年团》，看少年们用实力证明——天生热爱，我很未来。（光明网）