MLIJo
Journal of Law and Islamic Thought
e-ISSN: 3124 - 9124
Volume 1, Issue 2, Juni 2026, Halaman: 1-14
Published by: Sharia Faculty
https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/MLIJo/index Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

# تحليل الأحاديث الزائفة في خطاب الوطنية وأخلاقيات العمل بالفضاء الرقمي

**Abdullah Ubaid**
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
*ubaid.rta@uin-malang.ac.id*
**Nasrulloh**
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
*nasrulloh@syariah.uin-malang.ac.id*
**Muh. Faruq**
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
*muh.faruq@uin-malang.ac.id*
**Al Lastu Nurul Fatim**
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
*allastufatim@gmail.com*
**Azzah Saniyyah**
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
*azzahsaniyyah@uin-malang.ac.id*

**Article History:**
Received : 17/06/2026
Revised : 20/06/2026
Published : 30/06/2026

**Keywords:**
*Arabic Language; Digital Religious Authority; Pseudo-Hadith; Social Media; Symbolic Authority.*

**Correspondence e-mail:**
*ubaid.rta@uin-malang.ac.id*

©author 2026
This work is licensed under a *Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.*

**Abstract:** This study examines the role of Arabic as a form of symbolic authority in the construction of pseudo-religious authority through the dissemination of pseudo-hadith within narratives of nationalism and work ethics in digital spaces. The study employed a qualitative approach using Critical Discourse Analysis (CDA) combined with takhrij al-hadith methods. The data consisted of digital religious content containing Arabic quotations collected from Instagram, Facebook, TikTok, and YouTube. Data were analyzed through text identification, hadith verification, and discourse interpretation. The findings reveal that Arabic possesses strong symbolic capital due to its association with the Qur'an, hadith, and the Islamic scholarly tradition, enabling it to generate religious legitimacy for messages circulated in digital media. Pseudo-hadith are utilized as instruments of symbolic legitimation to reinforce narratives of religious nationalism and Islamic work ethics, despite lacking authentic hadith status. Furthermore, social media contributes to the reproduction of religious authority through digital popularity, algorithmic visibility, and symbolic representation. This study concludes that the acceptance of pseudo-hadith in digital spaces is shaped not only by textual validity but also by the symbolic power of Arabic and the logic of digital information distribution that constructs contemporary religious legitimacy.

## مقدّمة

أصبحت ظاهرة الأحاديث المنسوبة زورا بين عامة الناس قضيةً بالغة الأهمية في الدراسات الإسلامية المعاصرة. وتُشير الأحاديث المنسوبة زورا إلى أقوال أو عبارات يُزعم أنها منسوبة إلى النبي محمد صلى الله عليه وسلم

دون أي أساس علمي موثوق في علم الحديث. وقد ساهم تطور التكنولوجيا الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في تسريع انتشار العبارات العربية التي تُعتبر أحاديث عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، مثل إنستغرام، وتيك توك، ويوتيوب، وفيسبوك، وغيرها. وبينما يُسهّل رقمنة الحديث وصول الجمهور إلى الأدبيات الإسلامية، فإنه يُتيح أيضاً فرصاً كبيرة لنشر معلومات دينية غير موثقة (Luthfi et al., 2018; Wahyuningsih, 2019). وفي هذا السياق، غالباً ما تنتشر الأحاديث المنسوبة زوراً على شكل صور ساخرة، واقتباسات قصيرة، ومقاطع فيديو للوعظ، وروايات تحفيزية، يتقبلها الجمهور بسهولة دون أي تدقيق علمي (Ahmad et al., 2022; Qudsy et al., 2021). تكتسب هذه الظاهرة أهمية متزايدة نظراً لانخفاض مستوى معرفة الحديث النبوي والمعرفة الرقمية في المجتمع، مما يجعل النصوص العربية أكثر قبولاً كمعرفة دينية صحيحة (Laugu et al., 2024; Supriyadi et al., 2020). ومن الناحية الأكاديمية، تكتسب هذه الظاهرة أهمية بالغة للدراسة لارتباطها بتحول المعرفة الدينية في العصر الرقمي، بينما تؤثر عملياً على فهم المجتمع للدين.

تناولت الأبحاث السابقة موضوع الأحاديث المنحولة من زوايا مختلفة. وتدرس بعض الدراسات التحديات التي تواجه صحة الأحاديث في العصر الرقمي واستخدام التقنيات مثل التعلم الآلي إلى جانب معالجة اللغة الطبيعية في تصنيف الأحاديث (Firmansyah & Lhaksmana, 2025; Refaee, 2022). وتؤكد دراسات أخرى على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الأحاديث وتبسيط الفهم الديني في العصر الرقمي (Qudsy et al., 2021). علاوة على ذلك، تُظهر دراسات الحديث أن ضعف قدرة الجمهور على التحقق من صحة الأحاديث يُعد عاملاً رئيسياً في انتشار الأحاديث غير الصحيحة (Supriyadi et al., 2020). من منظور آخر، صنفت الدراسات المتعلقة باللغة العربية اللغةَ كرمز للهوية الدينية ولغة مقدسة في المجتمع الإسلامي (Al Shlowiy, 2022; Nordin, 2026). مع ذلك، لا تزال هذه الدراسات تميل إلى الفصل بين دراسة الحديث، ووسائل الإعلام الرقمية، والقوة الرمزية للغة العربية.

يركز بحث أحمد وآخرون (Ahmad et al., 2022) على ظاهرة الأحاديث المنسوبة زوراً في الفضاء الرقمي، ولكنه لا يُبين دور اللغة العربية في بناء الشرعية الاجتماعية لهذه الأحاديث. في المقابل، يتناول بحث عارفيانتو وآخرون (Arifianto et al., 2025) اللغة العربية كرمز للهوية الدينية، دون ربطها بمسألة صحة الأحاديث. من جهة أخرى، ركزت الدراسات المتعلقة بالسلطة الدينية الرقمية على تحول الفاعلين والمنصات دون توضيح دور الرموز اللغوية في بناء الشرعية الدينية. لذا، لم يُجرَ أي بحث يجمع بين نقد الحديث، والسلطة الرمزية، وتحليل الخطاب النقدي لتفسير آليات قبول الأحاديث المنسوبة زوراً في المجتمع الرقمي.

يستخدم هذا البحث المفهوم من السلطة الرمزية *(symbolic authority)* وهو ما يتجذر في فكر بيير بورديو حول القوة الرمزية و رأس المال الرمزي بحسب بورديو، تعمل القوة الرمزية من خلال عملية الاعتراف الاجتماعي، مما يسمح بقبول رمز أو لغة أو تمثيل معين باعتباره شرعيًا وذا سلطة دون الحاجة بالضرورة إلى دليل عقلاني (Bourdieu, 1991). من هذا المنظور، لا تعمل اللغة كوسيلة للتواصل فحسب، بل كأداة للشرعية تُشكّل التصورات الاجتماعية للحقيقة والسلطة. في سياق المجتمعات الإسلامية، تتمتع اللغة العربية برأس مال رمزي كبير لارتباطها بالقرآن والحديث والتقاليد العلمية الإسلامية، ولذلك يُنظر إليها غالبًا كمصدر للشرعية الدينية. في

البيئة الرقمية، يمكن تعزيز هذا الرأس المال الرمزي من خلال آليات توزيع المعلومات والسلطة الدينية القائمة على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يسمح للرسالة باكتساب شرعية واسعة النطاق حتى وإن لم يتم التحقق من صحة مصدرها بشكل نقدي دائما .(Laugu et al., 2024; Qudsy et al., 2021)

تكمن جدة هذا البحث في شرحه للآليات الرمزية التي تُمكّن الأحاديث المنحولة من اكتساب شرعية اجتماعية من خلال استخدام اللغة العربية في الفضاء الرقمي. وخلافًا للأبحاث السابقة التي ركزت على توثيق الأحاديث أو تحويل السلطة الرقمية بشكل منفصل، تُبين هذه الدراسة كيف تعمل اللغة العربية كسلطة رمزية تربط بين النصوص الدينية والشرعية الاجتماعية وإعادة إنتاج السلطة الدينية الزائفة.

انطلاقا من ظاهرة الانتشار الواسع للأحاديث الزائفة في الفضاء الرقمي، تسعى هذه الدراسة إلى بحث العلاقة بين اللغة العربية والشرعية الدينية وبناء السلطة الدينية في المجتمع الرقمي. وتحديدا، تهدف الدراسة إلى الإجابة عن سؤالين رئيسيين، هما: (١) كيف تسهم اللغة العربية بوصفها رأس مال رمزيا في تشكيل سلطة دينية زائفة من خلال نشر الأحاديث الزائفة في الفضاء الرقمي؟ و(٢) كيف يُعاد إنتاج الأحاديث الزائفة وتوظيفها بوصفها أداة للشرعية الرمزية في خطاب الوطنية وأخلاقيات العمل داخل المجتمع الرقمي؟. تسعى هذه الدراسة إلى توضيح دور اللغة العربية كمصدر للشرعية الدينية التي تتيح للأحاديث المنحولة اكتساب قبول اجتماعي في المجتمع الرقمي، فضلا عن تحليل آليات إعادة إنتاج الأحاديث الزائفة ووظائفها في بناء خطابات القومية وأخلاقيات العمل عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي. وبالتالي، من المتوقع أن تقدم هذه الدراسة مساهمات نظرية لتطوير الدراسات المتعلقة بالسلطة الدينية الرقمية، مع توسيع فهم العلاقة بين اللغة والدين والقوة الرمزية في المجتمع الإسلامي المعاصر.

## منهج البحث

يستخدم هذا البحث منهجا نوعيا مع تصميم تحليل الخطاب النقدي (CDA) تهدف هذه الدراسة إلى فحص بناء السلطة الدينية الزائفة من خلال استخدام الأحاديث المنسوبة زورا في الفضاء الرقمي. وقد تم اختيار هذا النهج لأنه يسمح للباحثين بتحليل العلاقة بين اللغة والدين والسلطة ووسائل الإعلام الرقمية في عملية إنتاج وإعادة إنتاج الشرعية الدينية (Fairclough, 2013; Wodak & Meyer, 2016). نظريا، تجمع هذه الدراسة بين نموذج تحليل الخطاب النقدي لفيركلو ومفهوم *السلطة الرمزية* وهو أمر متجذر في النظرية القوة الرمزية و رأس المال الرمزي بيير بورديو لشرح كيف تعمل اللغة العربية كمصدر للشرعية الدينية في المجتمع الرقمي (Bourdieu, 1991; Thompson, 1991).

تتألف بيانات البحث من محتوى ديني رقمي يتضمن اقتباسات عربية يُزعم أنها أحاديث نبوية، وتُستخدم في خطابات القومية وأخلاقيات العمل. وقد جُمعت البيانات من منصات إنستغرام وفيسبوك وتيك توك ويوتيوب، ونُشرت بين يناير وديسمبر ٢٠٢٥. وتم اختيار البيانات باستخدام أسلوب المسح المقطعي *أخذ العينات الهادف* مع المعايير التالية: (١) احتواء نص عربي يُزعم أنه حديث أو قول منسوب للنبي؛ (٢) يتعلق بموضوع القومية أو

أخلاقيات العمل؛ (٣) تلقي تفاعل عام في شكل تعليقات أو إعجابات أو إعادة مشاركة؛ و(٤) نشره من قبل حسابات الدعوة الإسلامية أو الشخصيات الدينية أو وسائل الإعلام الإسلامية الرقمية.*أخذ العينات الهادف*تُستخدم هذه الطريقة لأنها تُمكّن الباحثين من اختيار البيانات ذات الصلة بأهداف البحث بشكل معمق (Palinkas et al., 2015). وبناء على هذه المعايير، تم الحصول على ٢٠ محتوى رقميًا، تتألف من ٥ منشورات على إنستغرام، و٥ مقاطع فيديو على تيك توك، و٥ مقاطع فيديو على يوتيوب، و٥ منشورات على فيسبوك، والتي تم تحليلها بشكل معمق باعتبارها وحدات التحليل في البحث.

جُمعت البيانات باستخدام تقنيات التوثيق الرقمي والملاحظة غير التشاركية. حدد الباحثون المحتوى وأرشفوه وصنفوه بناءً على المواضيع، واللغة العربية المستخدمة في عرضه، ومصادر نشره، ووظيفة الرسائل التي صاغوها. استُخدمت أساليب الملاحظة غير التشاركية لفهم ممارسات التواصل الرقمي دون تدخل مباشر مع المشاركين في البحث (Qudsy et al., 2021). علاوة على ذلك، جرى تتبع كل حديث يُزعم أنه صحيح باستخدام طريقة تخريج الحديث لتحديد المصدر والسند والجودة وحالة الأصالة من خلال الرجوع إلى كتب الحديث وأدبيات نقد الحديث ذات الصلة (bin Alhadri & bin Ramle, 2018).

تم إجراء تحليل البيانات على أربع مراحل. أولاً، تحديد أشكال وخصائص استخدام الأحاديث المنسوبة زورا في المحتوى الرقمي. ثانيا، تنفيذ تخريج الحديث لتحديد وضع الأحاديث المستخدمة في الروايات الرقمية. ثالثًا، تحليل الخطاب النقدي باستخدام نموذج فيركلو الذي يتضمن تحليل النص والممارسات الخطابية والممارسات الاجتماعية (Fairclough, 2013). في هذه المرحلة، نحلل كيفية تمثيل اللغة العربية وإعادة إنتاجها واستخدامها لبناء الشرعية الدينية في الفضاء الرقمي. رابعا، يتم إجراء التفسير باستخدام مفهوم السلطة الرمزية لشرح العلاقة بين اللغة العربية والأحاديث المنحولة وتكوين سلطة دينية زائفة في المجتمع الرقمي (Bourdieu, 1991). وقد تم تعزيز مصداقية البيانات من خلال التثليث بين المصادر عن طريق مقارنة النتائج من مختلف المنصات الرقمية بالإضافة إلى نتائج تخريج الحديث ضد أدب الحديث الموثوق (Creswell & Poth, 2018).

## النتائج ومناقشتها

### النتائج

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن اللغة العربية تحتل مكانة رمزية بالغة الأهمية في ترسيخ المرجعية الدينية في المجتمع الرقمي. فمن خلال رصد محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، من ملصقات الوعظ الإسلامي ومحاضرات الفيديو والمنشورات الدينية على منصات إنستغرام وتيك توك وفيسبوك، تبيّن أن الجمهور يميل إلى قبول الاقتباسات العربية باعتبارها تمثل تعاليم إسلامية صحيحة حتى في غياب مصادر واضحة. وتُظهر هذه الظاهرة أن اللغة العربية لا تُفهم كوسيلة للتواصل فحسب، بل كرمز للقداسة والشرعية الدينية أيضاً. وترتبط هذه المكانة ارتباطاً وثيقاً بمكانة اللغة العربية كلغة القرآن الكريم ولغة الشعائر الدينية الإسلامية (Al Shlowiy, 2022).

في البيانات المُحللة، وُجدت عدة اقتباسات شائعة، مثل "حب الوطن من الإيمان" و"اعمل لدنياك كأنك تعيش أبدا"، والتي انتشرت على نطاق واسع دون أي توضيح لحقيقة كونها أحاديث نبوية أم لا. بعض المنشورات لم تعرض سوى نص عربي مصحوب بتصاميم بصرية دينية، كخطوط عربية وخلفيات مساجد ورموز إسلامية أخرى. عززت هذه الاستراتيجية البصرية الانطباع بالقداسة وزادت من قبول الجمهور للاقتباسات. تتوافق هذه النتيجة مع بحث بوتز وآخرون، الذي يُفسر أن اقتباسات الأحاديث في وسائل الإعلام الرقمية تُعد أداةً للشرعية التواصلية (Boutz et al., 2017).

**الجدول ١: أشكال تمثيل اللغة العربية في الوسائط الرقمية**

| الدالة الرمزية | صفات | نموذج المحتوى |
|---|---|---|
| الشرعية الدينية | نص عربي مهيمن، صور إسلامية | ملصقات إسلامية |
| تعزيز سلطة الوعاظ | اقتباسات عربية بدون مصادر | فيديوهات المحاضرات |
| الرسائل الدينية | أحاديث قصيرة وشائعة | ميمات تحفيزية |
| الهوية الدينية الرقمية | مزيج عربي إندونيسي | تعليقات وسائل التواصل الاجتماعي |

تُظهر البيانات الرصدية أيضا أن الناس يميلون إلى تفسير النصوص العربية كشكل من أشكال المرجعية الدينية التي لا تحتاج إلى التحقق. وفي مقابلات قصيرة مع عدد من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وُجد ميلٌ نحو القبول السلبي للاقتباسات العربية. قال أحد المشاركين: "إذا رأيت كتابة عربية، فأنا عادة ما أعتبرها حديثا أو نصيحة إسلامية، خاصةً إذا نُشرت من حساب دعوي". يُشير هذا القول إلى أن المرجعية الرمزية للغة العربية تنبع من الإدراك الجماعي لقدسية اللغة العربية كلغة دينية لدى المجتمع المسلم. يُوضح سعيد أن اللغة العربية تكتسب شرعيةً رمزيةً لارتباطها المباشر بكتاب الإسلام المقدس (Saeed, 2011). وفي العالم الرقمي، تتعزز هذه الشرعية من خلال خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي التي تُعطي الأولوية للمحتوى الرائج والصور الجذابة على حساب التحقق الأكاديمي (Lohlker et al., 2026)

استنادا إلى البيانات المذكورة أعلاه، تم تحديد ثلاثة أنماط رئيسية. أولا، تُستخدم اللغة العربية كرمز للأصالة الدينية، حتى في غياب مصادر موثوقة. ثانيا، يُعزز عرض النصوص العربية على وسائل التواصل الاجتماعي السلطة الرمزية من خلال الجماليات الدينية الرقمية. ثالثًا، يُسهّل انخفاض مستوى معرفة الحديث والمعرفة الرقمية على الناس قبول الاقتباسات العربية دون التحقق منها. وهكذا، تعمل اللغة العربية في الفضاء الرقمي كأداة لتشكيل سلطة دينية زائفة، تعمل بشكل رمزي وأدائي في المجتمع الإسلامي المعاصر، وخاصة في إندونيسيا.

### الأحاديث الزائفة في خطاب الوطنية

تُظهر نتائج البحث أن الأحاديث الزائفة تلعب دورا هاما في بناء خطاب الوطنية الدينية في المجتمع الرقمي. وكشفت البيانات التي جُمعت من خلال رصد وسائل التواصل الاجتماعي والوثائق الرقمية أن عبارة "حب الوطن من الإيمان" هي أكثر العبارات استخداما في محتوى الوعظ الإسلامي الذي يتناول مواضيع الوطنية والوحدة الوطنية والقومية الإسلامية. وتُنشر هذه العبارة على شكل ملصقات رقمية، ومنشورات على وسائل التواصل

الاجتماعي، ومحاضرات فيديو، وحتى مواد إحياء ذكرى اليوم الوطني. وعلى الرغم من شيوعها، فإن نتائج التخريج يدل ذلك على أن هذا التعبير ليس له سند قوي كحديث عن النبي، ويصنفه بعض العلماء على أنه حديث غير صحيح، ويمكن تفسيره على أنه يعني أن هذا التعبير ليس حديثا.

تُظهر هذه النتائج أن الأحاديث الزائفة لا تُستخدم كنصوص دينية فحسب، بل كأدوات لإضفاء الشرعية الأيديولوجية على ربط القيم القومية بالهوية الدينية للمسلمين الإندونيسيين. في العديد من المنشورات الرقمية، تُقرن هذه الأقوال برموز وطنية كالعلم الأحمر والأبيض، وصور الأبطال الوطنيين، وصور المساجد أو طلاب المدارس الإسلامية الداخلية. تُعزز هذه الاستراتيجية البصرية دمج الدين بالهوية الوطنية. تتوافق هذه الظاهرة مع بحث رياني وآخرون، الذي يُوضح أن الروايات الثقافية والرموز الجماعية تُستخدم غالبا لغرس الوطنية والهوية الوطنية (Riani et al., 2025).

**الجدول ٢: توزيع محتوى الأحاديث القومية الزائفة**

| الشكل البصري | الموضوع المهيمن | نوع المحتوى |
|---|---|---|
| الأعلام والخط العربي | حب الوطن | ملصقات إسلامية |
| رجال الدين ورموز الدولة | القومية الإسلامية | فيديوهات المحاضرات |
| اقتباسات عربية قصيرة | وحدة الشعوب والأمم | تعليق على انستغرام |
| مزيج من النص العربي والشعار الوطني | الوطنية الدينية | ميمات دينية |

تُظهر البيانات الرصدية أن معظم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يقبلون الاقتباس على أنه حديث صحيح دون التحقق من مصدره. قال أحد المشاركين: "أرى هذا الاقتباس كثيرًا في يوم الاستقلال. ولأنه مكتوب باللغة العربية ونطقه أحد رجال الدين، أعتقد أنه حديث عن النبي". يُبين هذا القول أن السلطة الرمزية للغة العربية تُسهم في تعزيز شرعية القومية الدينية. فالجمهور يفهم اللغة العربية على أنها تمثيل مباشر للتعاليم الإسلامية، مما يجعل الاقتباسات العربية أكثر قبولًا دون نقد أكاديمي. في هذا السياق، يُستخدم الدين لتعزيز الهوية الوطنية والتضامن الاجتماعي، كما أوضحت ذلك العديد من الدراسات حول العلاقة بين الدين والهوية الوطنية في مختلف المجتمعات الدينية (Dang et al., 2024; Nilan & Wibowanto, 2021).

علاوة على ذلك، تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا هامًا في إعادة إنتاج الأحاديث ذات الطابع القومي الزائف. تشجع الخوارزميات الرقمية على انتشار المحتوى العاطفي والرمزي الذي يسهل إعادة مشاركته. يميل المحتوى الذي يتمحور حول القومية الدينية إلى توليد تفاعل كبير لأنه يجمع بين المشاعر الدينية والوطنية. وهذا يؤكد نتائج سابقة مفادها أن وسائل الإعلام الرقمية يمكن أن تكون بمثابة فضاء لإعادة إنتاج السلطة الدينية وساحة لنشر المعلومات الدينية غير الموثقة (Fauzi et al., 2026; Lohlker et al., 2026).

استنادا إلى البيانات المتاحة، تم تحديد ثلاثة أنماط رئيسية. أولا، تُستخدم الأحاديث المنحولة لدمج الهوية الدينية والقومية رمزيا. ثانيا، يُعزز استخدام اللغة العربية والصور الدينية شرعية الرسائل القومية. ثالثا، تُسرّع وسائل التواصل الاجتماعي من انتشار الأحاديث المنحولة عبر آليات الانتشار الرقمي السريع. وهكذا، لا تقتصر

وظيفة القومية القائمة على الأحاديث المنحولة على كونها رسالة أخلاقية فحسب، بل تتعداها لتكون أداة لتشكيل هوية جماعية وسلطة دينية في الفضاء العام الرقمي.

## الأحاديث الزائفة في خطاب أخلاقيات العمل

تشير نتائج الدراسة إلى أن الأحاديث النبوية غير الصحيحة تلعب دورًا هامًا في تشكيل أخلاقيات العمل الإسلامية في المجتمع الرقمي. وبناءً على ملاحظات محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، ومقاطع الفيديو التحفيزية الإسلامية، وملصقات الدعوة الرقمية، وُجد أن الأحاديث النبوية التحفيزية تُستخدم على نطاق واسع لغرس قيم الإنتاجية والانضباط والعمل الجاد كجزء من العبادة. ومن بين أكثر العبارات شيوعًا في المحتوى ذي الطابع التحفيزي للعمل: " اعمل لدنياك كأنك تعيش أبداً واعمل لآخرتك كأنك تموت غدا ". وعلى الرغم من شيوعها، فإن نتائج التخريج تدل على أن صحة هذا التعبير لا تزال محل خلاف، ولا يملك نفس سلسلة النقل التي يملكها الحديث الصحيح، لذلك يمكن الاستنتاج أن هذا التعبير ليس حديثا.

تُظهر بيانات البحث أن الأحاديث النبوية التحفيزية تُستخدم لبناء ثقافة عمل إسلامية لا تقتصر على المكاسب المادية فحسب، بل تشمل أيضًا أهدافًا روحية كابتغاء مرضاة الله وأداء واجب الخليفة في الأرض. ويتوافق هذا مع بحث سيف الله وكادر، اللذين يُوضحان أن دافعية العمل في الإسلام تُبنى من خلال دمج القيم الروحية كالصدق والثقة والصب (Cader, 2016; Saefullah, 2012). وفي السياق الرقمي، تُقدَّم هذه الرسائل ببساطة وبأسلوب بصري ليسهل فهمها ومشاركتها من قِبل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

**الجدول ٣: أشكال الأحاديث المنحولة في روايات أخلاقيات العمل**

| الخصائص البصرية | الموضوع الرئيسي | نوع المحتوى |
|---|---|---|
| الخط العربي ورسومات العمال | العمل عبادة | ملصق تحفيزي |
| اقتباسات عربية وترجماتها | إنتاجية المسلمين | مقاطع فيديو للوعظ |
| تصميم بسيط وموجز | أخلاقيات العمل | الثدي الإسلامي |
| مزيج عربي-إندونيسي | الدافع الروحي | تعليقات وسائل التواصل الاجتماعي |

علاوة على ذلك، أظهرت الأبحاث أن الناس يميلون إلى قبول الأحاديث التحفيزية دون التحقق منها، لأنها تُعتبر وثيقة الصلة باحتياجاتهم العاطفية وحياتهم اليومية. قال أحد المشاركين: "إذا شاركتُ حديثا عن العمل الجاد، فإنني عادة ما أشاركه فورا لأن مضمونه مُحفِّز وقريب من واقع الحياة". يُشير هذا القول إلى أن قبول الناس للأحاديث التحفيزية يتأثر بوظائفها العملية والعاطفية أكثر من تأثره بصحة السند. وكثيرا ما تُستخدم الأحاديث الضعيفة في سياقات التحفيزية وفضائل الأعمال. لأنها تُعتبر ذات فوائد أخلاقية للمجتمع. وفي الإعلام الرقمي، يتعزز هذا المفهوم بثقافة الاستهلاك السريع للمعلومات المرئية، لذا غالبا ما تُفهم الرسائل الدينية بعبارات بسيطة (Qudsy et al., 2021).

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا في تشكيل أخلاقيات العمل لدى المجتمع المسلم من خلال خوارزميات تُروّج لمحتوى مُلهم وسريع الانتشار. ويحظى المحتوى الذي يحمل شعار "العمل عبادة" بتفاعل كبير لأنه يجمع بين القيم الدينية والدافع الشخصي. وتؤكد هذه النتيجة بحثًا أجراه لولكر ووحيد، والذي يشير إلى أن السلطة الدينية في العصر الرقمي تتأثر بشكل متزايد بوسائل الإعلام وشعبية المحتوى (Lohlker & Wahid, 2026).

استنادا إلى البيانات المتاحة، تم تحديد أربعة أنماط رئيسية. أولا، تُستخدم الأحاديث النبوية التحفيزية لدمج الروحانية مع الثقافة المعاصرة. ثانيا، تُعزز النصوص العربية الشرعية الأخلاقية لرسائل العمل الجاد. ثالثًا، تُبسط وسائل الإعلام الرقمية الأحاديث النبوية إلى شعارات تحفيزية يسهل على عامة الناس استيعابها. رابعًا، يؤدي انخفاض مستوى معرفة الحديث إلى تركيز المجتمع على الفوائد العملية بدلا من صحته العلمية. وهكذا، تعمل الأحاديث المنسوبة زورًا في سرديات أخلاقيات العمل كأدوات لتشكيل أخلاقيات العمل الإسلامية وإعادة إنتاج السلطة الدينية الرقمية.

**السلطة الدينية في الفضاء الرقمي**

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أوجدت نموذجا جديدا للسلطة الدينية يتسم بالسطحية والتأثر الشديد بالانتشار الرقمي. فقد كشفت الملاحظات التي أجريت على حسابات الدعوة الإسلامية الشهيرة على منصات إنستغرام وتيك توك ويوتيوب وفيسبوك أن الشرعية الدينية لم تعد تعتمد فقط على التعليم الديني الرسمي، بل أيضًا على قدرة الفرد على بناء علاقات عاطفية وثيقة، وجاذبية بصرية، وشعبية. وتُظهر هذه الظاهرة ظهور سلطات دينية زائفة تكتسب نفوذًا من خلال الأداء الرقمي وإعادة إنتاج الرموز الدينية في الفضاء الرقمي.

في معظم المحتوى الذي تم تحليله، استخدم المؤثرون الدينيون اقتباسات من الأحاديث النبوية، والنصوص العربية، والروايات التحفيزية لكسب ثقة جمهورهم. وقد تعززت هذه الاستراتيجية باستخدام التصميم البصري الديني، وأسلوب التواصل غير الرسمي، والنهج الشخصي الذي خلق رابطًا عاطفيًا مع الجمهور. تتوافق هذه النتائج مع تفسير كامبل بأن وسائل الإعلام الرقمية قد أدت إلى ظهور مبدعين رقميين دينيين، أي شخصيات دينية تكتسب نفوذها من خلال مهارات التواصل الرقمي، وليس فقط من خلال القنوات التقليدية (Campbell et al., 2020).

**الجدول ٤: خصائص السلطة الدينية الرقمية**

| التأثير على الجمهور | شكل التمثيل | صفات |
|---|---|---|
| زيادة الشرعية | عدد المتابعين والمشاهدات | الشعبية الخوارزمية |
| إعطاء انطباع بالسلطة | اقتباسات من الأحاديث النبوية والخط العربي | رموز اللغة العربية |
| التقارب العاطفي | لغة مريحة ومحفزة | الأسلوب الشخصي |
| تعزيز الهوية الدينية | مسجد، كتاب، ملابس شرعية | صور دينية |

تُظهر بيانات المقابلات أن الجمهور غالبًا ما يُقيّم مصداقية الدعاة الرقميين بناءً على شعبيتهم على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من كفاءتهم العلمية. قال أحد المشاركين: "إذا كان للواعظ عدد كبير من المتابعين ويظهر باستمرار على صفحة "لك"، فأنا عادةً ما أعتبره أكثر جدارة بالثقة". يشير هذا القول إلى أن خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا في تشكيل تصورات السلطة الدينية. لم تعد السلطة الدينية في الفضاء الرقمي تعتمد فقط على الأدلة العلمية، بل تتأثر بمنطق الانتشار السريع والتفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي. يدعم هذا الاستنتاج بحث أندوك، الذي يُشير إلى أن وسائل الإعلام الإلكترونية تُغير نمط السلطة الدينية ليصبح أكثر مرونة ولا مركزية (Andok, 2024).

أظهرت هذه الدراسة أيضًا أن الانتشار السريع للنصوص الدينية قد أدى إلى تراجع مستوى معرفة الحديث النبوي في المجتمع. إذ يُعرض الكثير من محتوى الحديث على شكل صور ساخرة، أو مقاطع فيديو قصيرة، أو تعليقات موجزة دون توضيح لسلسلة الرواة، أو السياق، أو المصادر. يدفع هذا الوضع الناس إلى التركيز على الرسائل الأخلاقية المباشرة أكثر من تركيزهم على صحة الحديث من الناحية العلمية. ويُطلق قدسي وزملاؤه على هذه الظاهرة اسم "إعلامية الحديث"، وهي تبسيط لفهم الحديث نتيجةً لثقافة رقمية تُعطي الأولوية للسرعة والوضوح البصري (Qudsy et al., 2021).

تم تحديد أربعة أنماط رئيسية في البيانات. أولاً، تُشكّل وسائل التواصل الاجتماعي السلطة الدينية بناءً على الشعبية الرقمية. ثانياً، تُستخدم الرموز العربية لتعزيز الشرعية الدينية للمؤثرين. ثالثاً، يُشجع الانتشار السريع للمحتوى الديني على تبسيط الأحاديث النبوية وتحويلها إلى شعارات رقمية. رابعاً، يُسهّل انخفاض مستوى الوعي الرقمي والحديثي قبول الناس للأحاديث المنسوبة دون التحقق من مصادرها وصحتها. وهكذا، لا يصبح الفضاء الرقمي مجرد ساحة لنشر الدين، بل أيضاً فضاءً لإعادة إنتاج سلطة دينية زائفة تعمل من خلال المنطق الخوارزمي والرموز العربية وثقافة الانتشار السريع على وسائل التواصل الاجتماعي.

## مناقشة النتائج

تشير نتائج التحليل إلى أن اللغة العربية لا تقتصر وظيفتها على كونها وسيلة للتواصل الديني فحسب، بل هي أيضا مصدر لرأس المال الرمزي يُضفي هذا المفهوم شرعية دينية على الفضاء الرقمي. فمن منظور بورديو (Bourdieu, 1991)، يكتسب الرمز سلطة عندما يُعترف به جماعيا في المجتمع ويُقبل كتمثيل للحقيقة دون الحاجة إلى دليل متواصل. وفي سياق المجتمع الإسلامي، يُضفي ارتباط اللغة العربية بالقرآن والحديث والتقاليد العلمية الإسلامية عليها مكانةً رمزيةً راسخة. ويؤدي هذا إلى قبول اجتماعي واسع النطاق للعديد من الاقتباسات العربية، بما فيها الأحاديث المنحولة التي تفتقر إلى أساس موثوق، واعتبارها جزءًا من التعاليم الإسلامية. وتُبين هذه النتيجة أن الشرعية الدينية في الفضاء الرقمي لا تتحدد فقط بصحة المصدر، بل أيضًا بالقوة الرمزية للغة المستخدمة وآليات نشر المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

يمكن فهم هذه النتيجة في ضوء مفهومي رأس المال الرمزي والسلطة الرمزية عند بورديو (Bourdieu, 1991). فبحسب بورديو، يكتسب الرمز سلطةً عندما يُعترف به ويُقبل جماعيًا كتمثيل للحقيقة أو الشرعية الاجتماعية. وفي سياق المجتمع الإسلامي، تتمتع اللغة العربية برأس مال رمزي كبير لارتباطها بالوحي والحديث والتقاليد العلمية الإسلامية. ويُنتج هذا الرأس المال الرمزي أثرًا شرعيًا عندما تُقبل اقتباسات عربية مختلفة، بما فيها الأحاديث المنحولة، باعتبارها مرجعًا دينيًا، حتى وإن لم تكن تستند دائمًا إلى أساس أصيل قوي. ومن منظور تحليل الخطاب النقدي، لا تقتصر وظيفة اللغة على كونها وسيلة للتواصل فحسب، بل هي أيضًا أداة لإنتاج المعنى والسلطة اللذين يُشكلان فهم المجتمع للواقع الاجتماعي (Fairclough, 2013; Hjelm, 2014). ولذلك، فإن استخدام الأحاديث المنحولة في خطابات القومية وأخلاقيات العمل لا ينقل رسائل أخلاقية فحسب، بل يُعيد إنتاج مزاعم السلطة الدينية التي تُعزز قبول الجمهور لهذه الرسائل.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج أحمد وآخرون (Ahmad et al., 2022) وقدسي وآخرون (Qudsy et al., 2021)، الذين أثبتوا أن الأحاديث المنحولة تُعاد صياغتها بشكل متزايد عبر وسائل الإعلام الرقمية، وغالبًا ما يقبلها الجمهور دون التحقق الكافي. كما تدعم هذه الدراسة نتائج أخرى تتعلق بتحول المرجعية الدينية في العصر الرقمي، والتي تُظهر أن الشرعية الدينية تتأثر بشكل متزايد بالانتشار الإعلامي، وشعبية الحسابات، والتفاعلات الخوارزمية، أكثر من تأثرها بالمرجعية العلمية التقليدية (Andok, 2024; Laugu et al., 2024). ومع ذلك، تُبين هذه الدراسة أن قبول الأحاديث المنحولة لا يتحدد فقط بمنطق وسائل الإعلام الرقمية. وتشير النتائج إلى أن اللغة العربية تُشكل رأس مال رمزي يُعزز الشرعية الدينية للرسالة، مما يجعلها أكثر قبولًا كتمثيل للتعاليم الإسلامية. وبالتالي، توسع هذه الدراسة نطاق دراسة الأحاديث الزائفة والسلطة الدينية الرقمية من خلال إظهار أن إعادة إنتاج السلطة الدينية الزائفة يحدث من خلال التفاعل بين الرموز اللغوية والتمثيلات الدينية وآليات توزيع المعلومات في الفضاء الرقمي.

تشير التغيرات في أنماط توزيع المعلومات الدينية في الفضاء الرقمي إلى تحول في آلية بناء السلطة من أساس علمي إلى أساس تمثيلي رمزي. فبينما تُبنى سلطة الحديث في التراث الإسلامي العلمي من خلال السند (سلسلة الرواة)، ونقد النص (المتان)، واعتراف مجتمع العلماء، فإن الشرعية الدينية في البيئة الرقمية تتأثر بشكل متزايد بالتمثيل الرمزي، وشعبية الحسابات، والظهور الخوارزمي. ومن منظور تحليل الخطاب النقدي، تشير هذه التغيرات إلى تحول في الممارسات الخطابية يسمح للرسالة باكتساب السلطة ليس فقط بسبب صحة مصدرها، بل أيضًا بسبب فعالية تمثيلها في الفضاء الرقمي العام. ويتجلى هذا في استخدام الأحاديث المنحولة في خطابات القومية وأخلاقيات العمل، حيث تعمل النصوص العربية كمصادر للشرعية الرمزية التي تربط القيم الاجتماعية بالسلطة الدينية. من خلال هذه الآليات، تكتسب روايات حب الوطن شرعية دينية عبر اقتباسات مثل "حب الوطن من الإيمان"، بينما تُعزز قيم الإنتاجية والعمل الجاد من خلال أحاديث نبوية ملفقة تحفيزية تُصاغ كجزء من التعاليم الإسلامية. وهكذا، لا تقتصر وظيفة الأحاديث الملفقة على كونها وسيلة لنقل الرسائل الأخلاقية، بل تتعداها لتصبح أداة لإعادة إنتاج السلطة الدينية التي تعمل من خلال القوة الرمزية للغة العربية ومنطق التوزيع عبر وسائل الإعلام الرقمية.

من منظور اجتماعي، تُتيح هذه الظاهرة فرصًا وتحديات في آنٍ واحد في تكوين المعرفة الدينية. فمن الناحية العملية، يُمكن أن يُسهم استخدام الأحاديث المنحولة في نشر قيم أخلاقية مفهومة بسهولة، كالوطنية والعمل الجاد والمسؤولية الاجتماعية. إلا أنه من الناحية غير العملية، قد تُضعف هذه الممارسة معرفة الحديث وتُحوّل المرجعية الدينية من أساس أكاديمي إلى منصة رقمية. وهذا الوضع قد يزيد من خطر انتشار المعرفة الدينية غير الموثقة ويُثير ارتباكًا معرفيًا بين المجتمعات الإسلامية (Abdulrahman, 2024).

في هذا السياق، بات تعزيز معرفة الحديث النبوي والمعرفة الرقمية ضرورة ملحة. فالتأثير الرمزي القوي للغة العربية، وانتشار الأحاديث المنحولة، يشيران إلى أن التحقق من المصادر الدينية أصبح ضرورة ملحة في مجتمع رقمي. لذا، ينبغي تطوير معرفة الحديث النبوي والمعرفة الرقمية بشكل متكامل من خلال المؤسسات التعليمية والمنظمات الدينية ومنصات التواصل الاجتماعي. ولا تهدف هذه الجهود إلى تحسين قدرة الجمهور على التمييز بين الحديث الصحيح والحديث المنحول فحسب، بل إلى بناء وعي نقدي بمختلف أشكال الشرعية الرمزية المتداولة في الفضاء الرقمي. علاوة على ذلك، يمكن أن يكون استخدام التكنولوجيا الرقمية، بما في ذلك قواعد بيانات الحديث الإلكترونية وأنظمة التحقق المدعومة بالذكاء الاصطناعي، بديلاً لتوسيع نطاق وصول الجمهور إلى معلومات دينية أكثر دقة وموثوقية. وهكذا، لا يقتصر دور الفضاء الرقمي على نشر المعرفة الدينية فحسب، بل يتعداه إلى تعزيز الوعي الديني النقدي القائم على التحقق العلمي.

## خاتمة

يُبين هذا البحث أن للغة العربية وظائف تتجاوز دورها كوسيلة للتواصل الديني. ففي الفضاء الرقمي، تُعدّ العربية مصدرًا للسلطة الرمزية القادرة على إضفاء الشرعية الدينية على مختلف الخطابات الاجتماعية، بما في ذلك القومية وأخلاقيات العمل. وتُظهر نتائج البحث أن قبول الجمهور للأحاديث المنحولة لا يتحدد فقط بصحة السند والمتان، بل أيضًا بالقوة الرمزية للغة العربية المرتبطة بالقرآن والحديث والتقاليد العلمية الإسلامية. ونتيجةً لذلك، تحظى اقتباسات عربية مختلفة تفتقر إلى صفة الحديث الصحيح بشرعية اجتماعية وتنتشر على نطاق واسع عبر وسائل الإعلام الرقمية.

كشفت هذه الدراسة أيضًا أن وسائل التواصل الاجتماعي قد غيّرت آليات إنتاج وتوزيع المرجعية الدينية. فلم تعد المرجعية تُبنى فقط من خلال الكفاءة العلمية والسلطة التقليدية، بل أيضًا من خلال الانتشار الخوارزمي، والشعبية الرقمية، والقدرة على استخدام الرموز الدينية. وتشير هذه النتائج إلى أن التحدي الرئيسي في العصر الرقمي لا يقتصر على توثيق النصوص الدينية فحسب، بل يشمل أيضًا عملية بناء الشرعية الاجتماعية التي تسمح بقبول الرسالة كمرجع ديني في البيئة الرقمية.

من الناحية النظرية، يُسهم هذا البحث في تطوير دراسات السلطة الدينية الرقمية من خلال دمج نقد الحديث، وتحليل الخطاب النقدي، ونظرية السلطة الرمزية. وخلافًا للأبحاث السابقة التي تميل إلى فصل دراسة الأحاديث المنحولة، واللغة العربية، والسلطة الرقمية، تُبين هذه الدراسة أن اللغة العربية يُمكن أن تعمل كآلية

شرعية رمزية تُتيح للأحاديث المنحولة اكتساب قبول اجتماعي في المجتمع الرقمي. أما من الناحية العملية، فيُثري هذا البحث دراسات الحديث المعاصرة من خلال تحليل استخدام الأحاديث المنحولة في سرديات القومية وأخلاقيات العمل، وهي مواضيع لا تزال تُناقش بشكل نادر نسبيًا في الأدبيات الأكاديمية.

يُعاني هذا البحث من عدة قيود. أولًا، ركزت الدراسة حصرًا على الأحاديث المنحولة ضمن سياقات القومية وأخلاقيات العمل، مستبعدةً بذلك مواضيع أخرى كالصحة والتعليم والسياسة والعلاقات الاجتماعية، والتي تنتشر أيضًا على نطاق واسع في وسائل الإعلام الرقمية. ثانيًا، اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي، ما حال دون قياس مستوى قبول الأحاديث المنحولة أو تأثيرها على السلوك الديني كميًا. ثالثًا، استُقيت بيانات البحث من الفضاء الرقمي، ما لا يعكس بشكل كامل ديناميكيات قبول الأحاديث المنحولة في المجتمعات الواقعية. لذا، يُمكن للبحوث المستقبلية استخدام منهج مختلط، وتوسيع نطاق المنصات والمواضيع، ودراسة دور خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي وأنظمة التحقق الرقمي في تشكيل المرجعية الدينية في المجتمعات الإسلامية المعاصرة.

## قائمة المراجع


Abdulrahman, M. A. (2024). Cultural and Social Influences on Hadith Classification: An Analytical Study of Historical Transformations. *Journal of Ecohumanism*, *3*(8), 2783–2791. https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.4926

Ahmad, K., Ariffin, M. F. M., & Nasir, M. K. M. (2022). The Modern Bogus Hadith and Its Form in Current Reality. *AlBayan*, *20*(3), 399–417. https://doi.org/10.1163/22321969-12340121

Al Shlowiy, A. S. (2022). Language, religion, and communication: The case of Islam and Arabic in the Asia-Pacific. *Journal of Asian Pacific Communication*, *32*(2), 198–213. https://doi.org/10.1075/japc.00040.shl

Andok, M. (2024). The Impact of Online Media on Religious Authority. *Religions*, *15*(9). https://doi.org/10.3390/rel15091103

Arifianto, M. L., Aminah, S., Izzudin, I. F., Mujahidah, Z. A., Muthmainnah, F., & Rahma, H. L. (2025). The Influence of Arabic in Malang: Exploring the Role of Linguistic Landscapes in Shaping Religious and Cultural Identity. *International Journal of Interdisciplinary Social and Community Studies*, *20*(2), 91–114. https://doi.org/10.18848/2324-7576/CGP/v20i02/91-114

bin Alhadri, A. L., & bin Ramle, M. R. (2018). A critical analysis of prophetic narrations mentioned in KAFA JAKIM's'Aqīdah textbooks. *Journal of Social Sciences Research*, *2018*(Special Issue 6), 1264–1271. https://doi.org/10.32861/jssr.spi6.1264.1271

Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Polity Press. https://monoskop.org/images/4/43/Bourdieu_Pierre_Language_and_Symbolic_Power_1991.pdf

Boutz, J., Brugman, C., & Lancaster, A. (2017). Quoting the prophet online: Communicative functions of hadith quotations in web based Arabic discourse. *Journal of Arab and Muslim Media Research*, *10*(1), 3–23. https://doi.org/10.1386/jammr.10.1.3_1

Cader, A. A. (2016). Towards an Islamic model of work motivation. *Intellectual Discourse*,

*24*(1), 83–109. https://doi.org/https://doi.org/10.31436/id.v24i1.750

Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*. https://doi.org/10.1177/1744987120927206

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications, Inc. https://books.google.co.id/books?id=DLbBDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

Dang, P. M. T., Nguyen, D. T., Bui, H. T., & Nguyen, T. T. (2024). THE ROLE OF BUDDHISM IN THE SOCIAL DEVELOPMENT OF VIETNAM: PAST, PRESENT, AND FUTURE. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, *18*(6). https://doi.org/10.24857/RGSA.V18N6-061

Fairclough, N. (2013). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (2nd ed.). Routledge. https://coehuman.uodiyala.edu.iq/uploads/Coehuman library pdf/English libraryكتب الانكليزي/linguistics/Critical Discourse Analysis The Critical Study of Language (.pdf

Fauzi, M. L., Mustofa, I., Maliki, I. A., & Husaini, F. (2026). The Digital Minbar: Repositioning Religious Authority and the Dynamics of Islamic Law in Contemporary Egypt's Virtual Landscape. *MILRev: Metro Islamic Law Review*, *5*(1), 178–209. https://doi.org/10.32332/milrev.v5i1.11109

Firmansyah, K. R., & Lhaksmana, K. M. (2025). Classification of Hadith Authenticity Using ArabicBERT. *2025 International Conference on Data Science and Its Applications, ICoDSA 2025*, 1003–1008. https://doi.org/10.1109/ICoDSA67155.2025.11157495

Hjelm, T. (2014). Religion, Discourse and Power: A Contribution towards a Critical Sociology of Religion. *Critical Sociology*, *40*(6), 855–872. https://doi.org/10.1177/0896920513477664

Laugu, N., Arianto, M. S., & Mustafa, A. (2024). Correlative Effects Between Digital Literacy and Religious Authority Among Academic Communities in Indonesia. *International Journal of Media and Information Literacy*, *9*(1), 142–160. https://doi.org/10.13187/ijmil.2024.1.142

Lohlker, R., & Wahid, S. H. (2026). The Transformation of Islamic Religious Authority. *Religions*, *17*(4). https://doi.org/10.3390/rel17040493

Lohlker, R., Wahid, S. H., Abdulrahman, M. A., Wahid, S. H., Abdulloh, S., Daoudi, O., Qudsy, S. Z., Abdullah, I., Pabbajah, M., Brown, J. A. C., Arifianto, M. L., Aminah, S., Izzudin, I. F., Mujahidah, Z. A., Muthmainnah, F., Rahma, H. L., Ahmad, K., Ariffin, M. F. M., Nasir, M. K. M., … Shamsi, M. I. (2026). The Future of Hadith Studies in The Digital Age: Opportunities and Challenges. *European Journal of Social Sciences*, *20*(1), 253–280. https://doi.org/10.31920/2634-7644/2026/v7n1a14

Luthfi, E. T., Suryana, N., & Basari, A. H. (2018). Digital hadith authentication: A literature review and analysis. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, *96*(15), 5054–5068.

Nilan, P., & Wibowanto, G. R. (2021). Challenging islamist populism in indonesia through catholic youth activism. *Religions*, *12*(6). https://doi.org/10.3390/rel12060395

Nordin, M. Z. F. (2026). ARABIC LANGUAGE IN THE SOCIOLOGY OF LANGUAGE AND RELIGION IN MALAYSIA, 1981–2022. *Kajian Malaysia*, *44*(1), 237–260. https://doi.org/10.21315/km2026.44.1.11

Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015).

Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, *42*(5), 533–544. https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y

Qudsy, S. Z., Abdullah, I., & Pabbajah, M. (2021). The Superficial Religious Understanding in Hadith Memes: Mediatization of Hadith in the Industrial Revolution 4.0. *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, *20*(60), 92–114. https://thenewjsri.ro/index.php/njsri/article/view/104/41

Refaee, E. A. (2022). Detecting Hadith Authenticity Using a Deep-learning Approach. *Scientific Journal of King Faisal University Basic and Applied Sciences*, *23*(1), 80–84. https://doi.org/10.37575/b/sci/210084

Riani, R., Setiyanto, E., Rahim, H. F., Musayyedah, M., Indra, J., Ratnawati, R., Sumadi, S., Rahayu, R., & Purnami, W. H. (2025). Exploring the relationship between the eighteen character values in Indonesian National identity and East Borneo folklore. *Cogent Arts and Humanities*, *12*(1). https://doi.org/10.1080/23311983.2025.2559517

Saeed, A. (2011). Authority in Qur'ānic interpretation and interpretive communities. In *Communicating the Word: Revelation, Translation, and Interpretation in Christianity and Islam* (pp. 115–123). Georgetown University Press. https://findanexpert.unimelb.edu.au/scholarlywork/346722-authority-in-qur%27ānic-interpretation-and-interpretive-communities

Supriyadi, T., Julia, J., Aeni, A. N., & Sumarna, E. (2020). Action research in hadith literacy: A reflection of hadith learning in the digital age. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, *19*(5), 99–124. https://doi.org/10.26803/ijlter.19.5.6

Thompson, J. B. (1991). Editor's Introduction. In *Language and Symbolic Power*. Harvard University Press. https://monoskop.org/images/4/43/Bourdieu_Pierre_Language_and_Symbolic_Power_1991.pdf

Wahyuningsih, S. (2019). The hadith digitization in millennial era: A study at center for hadith studies, Indonesia. *Qudus International Journal of Islamic Studies*, *7*(1), 25–44. https://doi.org/10.21043/qijis.v7i1.4900

Wodak, R., & Meyer, M. (2016). *Methods of Critical Discourse Studies* (3rd ed.). Sage Publications. https://www.researchgate.net/publication/284725923_Methods_of_Critical_Discourse_Studies_3rd_edition