

آیا «جماعت تبلیغ» را می توان
گروهی در خدمت اهداف وهابیت
دانست؟!

آیا «جماعت تبلیغ» را می توان گروهی در خدمت اهداف وهابیت دانست؟!

جماعت تبلیغی، از پر نفوذترین و فراگیرترین جنبش های اسلامی معاصر است که در 1305ش/ 1926 توسط مولانا محمد الیاس (متوفی 1323ش/1944) بنیان گذاری شد. این جنبش به منظور تبلیغ اسلام، از منطقه ای به نام میوات در نزدیکی دهلی کار خود را آغاز و بتدریج در سراسر هند و بعدها شبه قاره و حتی سایر کشورها گسترش یافت، به گونه ای که امروزه درجهان شناخته شده است. در این نوشتار، با توجه به اهمیت روش ها و نحوه عملکرد این گروه مهم تبلیغی اهل سنت، ابتدا به تفصیل در خصوص مؤسس، اصول کاری، ساختار اجرایی و .. این جماعت سخن گفته شده و در پایان، به این پرسش پاسخ داده می شود که آیا این گروه، در خدمت اهداف تبلیغی وهابیت می باشد. جماعت تبلیغی همانند بسیاری از جنبش ها و حرکت های مسلمانان هند در دوران استعمار انگلیس، ریشه در حرکت اصلاح طلبانه و احیاگرانه شاه ولی الله دهلوی دارد که هم زمان با آغاز سقوط قدرت سیاسی مسلمانان در هندوستان ظهور کرد. پس از آنکه انگلیسیها قیام مردم هند را که متأثر از حرکت پیروان شاه ولی الله بود، در 1857/1273 سرکوب کردند، اغلب علمای مسلمان از مبارزه مستقیم با استعمار دست کشیدند و به رفع انحطاط داخلی پرداختند؛ از جمله محمد قاسم نانوتوی مکتب مذهبی دثوبند را در 1284 تأسیس کرد و به دنبال آن، شبکه ای از مدارس مذهبی زیر نظر علمای این مکتب در بسیاری از مناطق هندوستان به وجود آمد

جماعت تبلیغی، از پر نفوذترین و فراگیرترین جنبش های اسلامی معاصر است که در 1305ش/ 1926 توسط مولانا محمد الیاس (متوفی 1323ش/1944) بنیان گذاری شد. این جنبش به منظور تبلیغ اسلام، از منطقه ای به نام میوات در نزدیکی دهلی کار خود را آغاز و بتدریج در سراسر هند و بعدها شبه قاره و حتی سایر کشورها گسترش یافت، به گونه ای که امروزه درجهان شناخته شده است. (مسعود، 2000 الف ص3-31؛ گابوریو، ص121-138؛ نیز رجوع کنید به مندویل، ص16).

در این نوشتار، با توجه به اهمیت روش ها و نحوه عملکرد این گروه مهم تبلیغی اهل سنت، ابتدا به تفصیل در خصوص مؤسس، اصول کاری، ساختار اجرایی و .. این جماعت سخن گفته شده و در پایان، به این پرسش پاسخ داده می شود که آیا این گروه، در خدمت اهداف تبلیغی وهابیت می باشد. جماعت تبلیغی همانند بسیاری از جنبش ها و حرکت های مسلمانان هند در دوران استعمار انگلیس، ریشه در حرکت اصلاح طلبانه و احیاگرانه شاه ولی الله دهلوی دارد که هم زمان با آغاز سقوط قدرت سیاسی مسلمانان در هندوستان ظهور کرد (عزیز احمد، ص15-16؛ موثقی، ص192-193). پس از آنکه انگلیسیها قیام مردم هند را که متأثر از حرکت پیروان شاه ولی الله بود (رجوع کنید به موثقی، ص189-214)، در 1857/1273 سرکوب کردند، اغلب علمای مسلمان از مبارزه مستقیم با استعمار دست کشیدند و به رفع انحطاط داخلی پرداختند؛ از جمله محمد قاسم نانوتوی مکتب مذهبی دثوبند را در 1284 تأسیس کرد و به دنبال آن، شبکه ای از مدارس مذهبی زیر نظر علمای این مکتب در بسیاری از مناطق هندوستان به

وجود آمد (عزیز احمد، ص20؛ نیز رجوع کنید به دثوبندی)

تأسیس جماعت تبلیغی

این جماعت در اوضاع آشفته سیاسی و اجتماعی جامعه مسلمانان هند پس از پایان جنگ جهانی اول ظهور کرد. در آن زمان میان رهبران مذهبی و سیاسی مسلمانان هند تفرقه وجود داشت. در این شرایط، مولانا محمد الیاس که دوری از دین را عامل همه بدبختی های مسلمانان می دانست و معتقد بود که باید تمام توان را برای تبلیغ دین به کار بست و تا زمانی که دینداری در میان مسلمانان عمومیت پیدا نکند، نباید هیچ گونه فعالیت دیگری، از جمله فعالیت سیاسی، صورت گیرد، به تأسیس گروه «جماعت تبلیغ» همت گماشت. (ندوی، ص249-250). او معتقد بود که اصلاح و پیشرفت از طریق به دست گرفتن حکومت، شیوه پیامبر اسلام نبود، بلکه پیامبر از روش اصلاح فردی استفاده نمود. او نیز همین روش را آموزه بنیادین تبلیغی جماعت قرار داد (مسعود، 2000، ص86-87).

وی هم چنین فعالان تبلیغی جماعت را رسماً از داشتن گرایش فرقه ای بر حذر می داشت. روشی که او برای تبلیغ دین ابداع کرد، مبلغان را موظف می نمود که از هر گونه مشاجره با مخاطبان خودداری کنند و حتی با تحمل توهین و ناسزا کار دعوت و تبلیغ خود را ادامه دهند. بدین ترتیب او با تبیین مفهوم و روش خاص تبلیغ، کار خود را آغاز کرد و موفقیت های بسیاری به دست آورد. (ندوی، ص235-241)

او معتقد بود که تبلیغ باید مانند روزگار پیامبر اکرم (صلی الله علیه وآله وسلم) به صورت فردی باشد و رسانه های جدید نباید در امر تبلیغ واسطه قرار گیرند (رامان، 2001 الف).

آغاز و نحوه کار جماعت

الیاس، تبلیغ اصول اساسی اسلام را در میان مردم میوات هند (زادگاه خود) آغاز نمود و پس از مدتی از میان همین مردم جماعت هایی تشکیل داد و آنها را در داخل و خارج از میوات برای تبلیغ دین اعزام کرد. در این کار ابتدا واحدهای سیار حداقل ده نفره سازماندهی می شد و سپس این واحدها که «جماعت» نامیده می شدند، برای تبلیغ دین با برنامه ای مشخص به مناطق مختلف اعزام می شدند (ممتاز احمد، 1998، ص173). هر جماعت پس از رسیدن به مقصد خود، در یکی از مساجد آنجا مستقر می شد و تبلیغ را در قالب برنامه ای ساده آغاز می کرد. این برنامه مشتمل بر پانزده نکته بود که بعداً در این شش اصل خلاصه شد.

شش اصل جماعت

1) کلمه طیبه (شهادتین: لا اله الا الله، محمد رسول الله): طبق این اصل هر مسلمان باید بتواند کلمه طیبه را به عربی درست بخواند و هم چنین از معنی و مفهوم آن آگاهی پیدا کند و در زندگی عملی خود لوازم آن را رعایت کند. (بلند شهری، ص12-37؛ مسعود، 2000 الف، ص21-24).

2) نماز مسلمان باید نماز را از هر جنبه بدرستی یاد بگیرد و این وظیفه را طبق دستور اسلام بجا آورد (بلندشهری، ص16-20؛ مسعود، 2000 الف، ص21-22).

3) علم و ذکر: مسلمان باید دستورهای اسلام را فراگیر کرد. همچنین در زبان او باید ذکر خدا همواره جاری گردد و بهترین شکل آن این است که توجه بنده در همه حال به سوی خدا باشد (بلند شهری، ص20-26؛ مسعود، 2000 الف، ص22).

4) اکرام مسلمان: در اصول شش گانه تبلیغی جماعت، این اصل دارای جایگاه ویژه ای است و علاوه بر زندگی عادی، رعایت این اصل در طی مسافت های تبلیغی اهمیت خاصی دارد. بدین ترتیب که از یک سو احترام و رعایت حقوق هم سفران، تأثیر عمیقی بر روی فرد فرد اعضای

جماعت می گذارد و از سوی دیگر رعایت این اصل در جریان کار تبلیغ، مبلغان را ملزم به تحمل توهینها و ناسزاها می کند. این اصل دارای جنبه اجتماعی است، اما پنج اصل دیگر جنبه فردی دارند. از دیدگاه بزرگان جماعت اگر در امر تبلیغ این اصل رعایت نگردد، ممکن است هزاران فتنه ایجاد شود (بلند شهری، ص 26-30؛ مسعود، 2000 الف، ص 22-23)

(5) اخلاص نیت (تصحیح نیت): بر مسلمان فرض است که در انجام هر گونه عمل، فقط رضایت خداوند را در نظر داشته باشد و از تصور هر گونه سود دنیوی پرهیز نماید (بلند شهری، ص 30-34؛ مسعود، 2000 الف، ص 23).

(6) تفریغ وقت برای تبلیغ (دعوت و تبلیغ): هر مسلمان باید قسمتی از وقت خود را برای فراگرفتن احکام دین و آموزش به دیگران بگذارد. تبلیغ دین از طریق تفریغ (خالی کردن) وقت تحقق پیدا می کند که لازمه آن «خروج» است، یعنی خارج شدن از خانه و قرار گرفتن در یکی از جماعت ها برای تبلیغ در دیگر مناطق (بلند شهری، ص 34-37؛ مسعود، 2000 الف، ص 23-24).

بزرگان جماعت بر رعایت نکات دیگری مانند اطاعت از امیر جماعت و به جا آوردن آداب سفر و خوردن خوابیدن نیز تأکید کرده اند.

استمرار حیات جماعت و گسترش آن

پس از درگذشت محمد الیاس، تنها پسرش مولانا محمد یوسف، امیر جماعت گردید و پس از وفات او نیز، مولانا انعام الحسن سومین امیر جماعت شد. با تلاش های انعام الحسن در دوره امارت سی ساله اش، تبلیغی جماعت به جنبشی جهانی تبدیل گردید. پس از فوت انعام الحسن در 1374ش در دهلی، امیری برای جماعت تعیین نشد و اداره امور جماعت، به شورایی واگذار گردید.

تشکیل جماعت (خروج)

یکی از وظایف اصلی مبلغان جماعت پس از ابلاغ پیام، آماده ساختن مخاطبان برای «خروج» است. مدت خروج نسبتاً اختیاری است و فرد بنا به امکان می تواند سه روز در هفته، چهل روز در سال (چله) یا حداقل چهار ماه در تمام عمر، به منظور تبلیغ خروج نماید. («خروج برای چله»؛ (حافظ نیا ص 238-239). خروج را می توان هسته اصلی تبلیغی جماعت شمرد. هم چنین یکی از معیار های اصلی ارزیابی کار جماعتها، تعداد افرادی است که به دعوت خروج پاسخ مثبت می دهند (مسعود، 2000 ب، ص 106؛ کوپل، ص 198، 193). به عقیده الیاس این روش تبلیغ مبنی بر خروج، زمینه را برای تحمل سختیها و تقویت خصوصیات اخلاقی و روحانی فرد آماده می کند (ندوی، ص 252) این روش در گسترش و تداوم کار تبلیغی جماعت نقش اساسی داشته است (مسعود، 2000 الف، ص 27).

مردان و زنان تبلیغی

سران جماعت تبلیغی هیچ شرطی برای شرکت فرد در فعالیت های جماعت و تبلیغ دین، به جز آشنایی با اصول شش گانه قایل نشده اند و افراد عادی نیز می توانند حتی با دانش اندک مبلغ شوند و لازم نیست قبل از اعزام، آموزش خاصی ببینند. در انتخاب مخاطب نیز جماعت پایبند به اصول خاصی نیست.

جماعت در مورد فعالیت های تبلیغی زنان برنامه مشخصی ندارد، با این حال زنان نیز در برخی از فعالیت ها، بویژه اجتماعات تبلیغی و خروج زنان با شوهران یا اقوام نزدیک خود شرکت می نمایند (متکاف، 1996).

ظاهر مبلغان جماعت

سران تبلیغی جماعت تأکید می کنند که مسلمانان ظاهر خود را به ظاهر پیامبر اکرم(صلی الله علیه وآله وسلم) و صحابه - آنگونه که خود ترسیم می کنند - شبیه کنند و لذا ظاهر مبلغان جماعت را می توان بدینگونه به تصویر کشید: لباس بسیار ساده معمولا با رنگ سفید، پیراهن بلند و گشاد، شلوار گشادی که لبه آن بالاتر از قوزک پا قرار می گیرد، سر پوشیده با کلاه یا عمامه مخصوص، ریش بلند و معمولا سبیل‌های تراشیده، و حمل لوازم خواب بر روی شانه ها و ساک به دست با ظرف هایی برای غذا خوردن و آشپزی هنگام سفر تبلیغی (رجوع کنید به خان، ص 5-6)

برخی اصول جماعت

برخی اصول که رهبران جماعت بر آن تأکید دارند عبارتند از:

نفی دخالت بر سیاست؛

خود سازی از طریق ریاضت به عنوان پیش شرط تبلیغ؛

دیگر سازی انفرادی به روش وعظ؛

قابل بودن به نقش ایمان؛

نفی اختلاف بین فرق اسلامی و پرهیز از طرح مسائل تفرقه انگیز؛

آزادی حضور علاقه مندان به برنامه های جماعت از کلیه فرق اسلامی؛

احساس تکلیف نسبت به سرنوشت کفار؛

پرهیز از تجمل گرایی؛

نفی استفاده از رسانه ها و وسایل ارتباطی جدید (حافظ نیا، ص 229-230)

تعیین امیر

یکی از ویژگی های مهمی که تبلیغی جماعت را به لحاظ ساختاری از دیگر گروه های مذهبی و سیاسی متمایز می سازد، فقدان مقررات یا آیین نامه مدون در این جماعت است (دایره المعارف جهان اسلام آکسفورد) هم چنین این جماعت با وجود گسترش فعالیت های خود مدعی است که هیچ گونه تشکیلات رسمی به وجود نیاورده است، البته برای اداره امور مهم، بزرگان جماعت از طریق مشورت غیر رسمی، امیر مرکزی را به صورت مادام العمر تعیین می نمایند و او نیز شورایی برای مشورت در موارد ضروری بر می گزیند. در هر کشور یک امیر تعیین می شود که وی امرا را تعیین می کند. جماعتی که برای تبلیغ اعزام می شوند نیز از بین خود امیری انتخاب می کنند (همانجا؛ مسعود، 2000 الف، ص 28-30)

مسجد دفتر کار جماعت

سران تبلیغی جماعت، از دایر کردن دفتر در مناطق مختلف خودداری می کنند. آنها مسجد را مرکز فعالیت هایشان می شناسانند. در این مساجد هیچگونه تشکیلات اداری وجود ندارد و هرکس می تواند به عضویت جماعت درآید و هرگاه اراده کند جماعت را ترک گوید.

نشریات جماعت

مولانا الیاس مخالف استفاده از هر گونه نوشته در امر تبلیغ بود و معتقد بود که روش عملی به طرز موثری می تواند در اذهان تحول ایجاد کند. با وجود این، جماعت، نوشته های برخی افراد را تأیید کرده و از آنها استفاده می کند، مثل حیات المسلمین اثر مولانا اشرف علی تانوی و تعلیم الاسلام از مفتی کفایت الله و آثار مولانا محمد زکریا (مسعود، 2000 ب، ص 80)

در برگزاری اجتماعات میلیونی جماعت نیز رسانه ها هیچ گونه فعالیتی ندارد (حافظ نیا، ص 233-234) و حتی اطلاعیه ای برای دعوت مردم به شرکت در این اجتماعات چاپ نمی کنند، بلکه از روش شفاهی استفاده می نمایند. (خان، ص 62)

پایگاه های اصلی جماعت

امروزه هند، پاکستان و بنگلادش، پایگاه های اصلی جماعت اند تا جایی که این جماعت در جهان به نام «جنبش تبلیغی شبه قاره» شناخته شده است. شناخته شده است. بزرگترین اجتماعات سالانه جماعت نیز در همین سه کشور برگزار می شود. اغلب جماعت های تبلیغی از همین سه کشور به دیگر کشورهای جهان می روند و در آن کشورها نیز هسته های اصلی تبلیغی جماعت را اتباع مهاجر همین سه کشور تشکیل می دهند (ممتاز احمد، 2001)

اجتماع بین المللی و سالانه

یکی از برنامه های مهم جماعت، برگزاری اجتماعات بزرگ است. در این گونه اجتماعات علاوه بر مرور عملی اصول شش گانه، برای فعالیت های تبلیغی آینده برای برنامه ریزی می شود. شرکت در این اجتماعات اهمیت خاصی دارد و اغلب، مقامات بلند پایه دولتی و شخصیت های مذهبی و سیاسی در مراسم «آخرین مناجات» شرکت می نمایند. تعداد شرکت کنندگان در بنگلادش در اول فوریه 2000 در مراسم آخرین مناجات به سه میلیون تن رسید. اولین تجمع بزرگ تبلیغی جماعت در 1320 ش/1941 با شرکت 25000 تن در میوات برگزار شد (خان، ص 17)

اجتماع رایوند در پاکستان

پس از استقلال پاکستان، در این کشور نیز مرکز تبلیغی در منطقه ای به اسم رائیوند در سی کیلومتری شرق شهر لاهور در ایالت پنجاب به وجود آمد. در این مرکز علاوه بر اجتماعات ادواری، تجمع سالانه بین المللی تبلیغی جماعت در پاکستان، دو سال پس از استقلال آن (1949) در همین محل برگزار شد (حافظ نیا، ص 220-226). تعداد شرکت کنندگان در تجمع سالانه رائیوند معمولاً بیش از یک میلیون تن، تقریباً از سرتاسر دنیا بوده است. این مراسم پس از حج، دومین اجتماع بزرگ مسلمانان به شمار آمده است (رامان، 2001 الف).

اجتماع بنگلادش

در بنگلادش مرکز تبلیغی جماعت ابتدا در یکی از مساجد داکا بود (گابوریو، ص 127) و نخستین اجتماعات در همین مسجد برگزار می شد، اما در 1346 ش/1967 مرکز تبلیغی در شهر صنعتی تونگی در سی کیلومتری داکا به وجود آمد و سرزمینی به وسعت 150 جریب در کنار شرقی رود توراج برای آن اختصاص یافت. تا فوریه 2000 تعداد شرکت کنندگان در تجمع سالانه این مرکز، که به زبان بنگلادشی «بشوا اجتماع» (اجتماع بین المللی) نامیده می شود، تقریباً به دو میلیون تن رسید که چند هزار تن از آنها هشتاد کشور دیگر جهان در آنجا شرکت می کردند. کنگره تبلیغی با مناجات برای صلح جهان پایان می یابد. بشوا اجتماع در سال 2000 نیز با همین کیفیت برگزار شد و در پایان این تجمع تقریباً یک هزار جماعت (هر جماعت حداقل ده تن برای اعزام به نقاط مختلف دنیا (خروج) به منظور تبلیغ تشکیل گردید.

ازدواج های دسته جمعی

یکی از ویژگی های این اجتماع، مراسم ازدواج ها به طور دسته جمعی است که بدون شرایط سنگین مرسوم (جهیزیه و مهریه و...) انجام می شود. در سال های اخیر تعداد اینگونه ازدواج ها به نود مورد رسیده است.

فعالیت جماعت در ایران، آفریقا، اروپا و آمریکا

در مناطق سنی نشین ایران نیز این جماعت فعالان بسیار دارد و آنان به مراکز تبلیغی رائیوند در پاکستان رفت و آمد می کنند. در اجتماع سال 1373 ش در رائیوند، حدود پانصد تن از ایران شرکت کردند (حافظ نیا، ص 243). بسیاری از مسلمانان قاره آفریقا نیز در برنامه های جماعت

شرکت می کنند. (رجوع کنید به ابراهیم موسی، ص 206-221). در میان کشور های اسلامی، جماعت کمترین نفوذ را در منطقه خاورمیانه دارد و اعراب بندرت از آن استقبال کرده اند. در اروپا و آمریکا نیز جماعت از طریق اصول شش گانه خود، مسلمانان را برای داشتن ارتباط مستمر با دین ترغیب می نماید. در انگلستان فعالان جماعت از تشکیلات منسجمی برخوردارند. تجمع جماعت در اروپا و آمریکا برنامه ای است که در آن بیشترین تعداد مسلمانان آن مناطق جمع می شود (رجوع کنید به رامن، 2001 الف مسافران ایمان؛ ص 121-239؛ رضا ص 29-30)

عقیده و مذهب جماعت

تبلیغی جماعت مدعی است که هیچ مذهب و عقیده اسلامی خاصی را تبلیغ نمی کند و اصول شش گانه آن حاوی مشترکات مذاهب اسلامی است. این ادعا مشابهت بسیاری با تفکر شاه ولی الله مبنی بر تلفیق مذاهب اسلامی دارد، اما فعالان جماعت به لحاظ عقیدتی از مکتب دیوبند پیروی می کنند و همانند دیوبندیها مخالف اموری مانند تکریم اولیا و رفتن به زیارتگاهها می باشند. سنیهای بریلوی که از مهم ترین مخالفان (دایره المعارف جهان اسلام آکسفورد، همانجا) تبلیغی جماعت اند، معتقدند که این جماعت مروج عقیده دثوبندی و وهابی اند.

موضع جنبش در قبال تشیع

موضع جنبش شاه ولی الله دهلوی در قبال تشیع خصمانه بود، اما تبلیغی جماعت اغلب مخالفت آشکاری نسبت به این مذهب نشان نداده است، با اینحال بسیاری از افراد و گروه هایی که تفکر ضد شیعی دارند، مانند اعضای جمعیت العلمای اسلام پاکستان پیوسته با جماعت ارتباط دارند و فعالان جماعت نیز در انتخابات مختلف پاکستان معمولاً به همین حزب رأی می دهند (دایره المعارف جهان اسلام آکسفورد، همانجا)

موارد انتقاد برانگیز

از موارد عمده انتقاد برانگیز در کار این گروه عبارت اند از:

- 1- روش جماعت برای تبلیغ
- 2- احترام پیامبر گونه به مولانا الیاس
- 3- گرایش های فرقه ای
- 4- نظام مرموز مالیاتی
- 5- شرکت نکردن در امور سیاسی و جهادی و اعتقادشان به نقش محدود زنان در جامعه.
- 6- هم چنین اینکه این جماعت به جای قرآن و حدیث، اصول شش گانه را اساس کار تبلیغی قرار داده و به نوعی دین را در این اصول خلاصه نموده است.
- 7- کم اهمیت جلوه دادن علما و مدارس مذهبی
- 8- با مبلغانی کم اطلاع و براساس احادیث ضعیف عمل می کند و با استناد به همین احادیث ضعیف روش خود را توجیه می نماید
- 9- خط مشی جماعت مبنی بر دوری از سیاست نیز همسو با خواسته های دشمنان اسلام پنداشته شده است (امیر علی، ص 5-7)

سیاستمداران مشهور و مهم جماعت

تبلیغی جماعت از اوایل تأسیس، خود را از امور سیاسی دور نگهداشت و مدعی است که هنوز این روش را ادامه می دهد (رجوع کنید به مندویل، ص 17، 116، 130؛ هاشمی، ص 104)، با این حال برخی از فعالان جماعت توانسته اند به مناصب مهم دولتی دست یابند، مثلاً:

- 1- ذاکر حسین رئیس جمهور اسبق هند (1346-1348 ش / 1967-1969) از فعالان جماعت بود و

1. اولین مأموریت تبلیغی در لندن به رهبری وی صورت گرفت (قادری، ص 150؛ گابوریو، ص 128)
2. در پاکستان تبلیغی جماعت، به دلیل غیر سیاسی بودن، برای فعالیت در میان نیرو های مسلح با هیچ مانعی روبرو نیست.
3. بویژه در زمان ضیاء الحق، جماعت از طریق فعالیت های تبلیغی، نفوذ بسیاری در میان نظامیان پیدا کرد. برخی از افسران عالی رتبه ارتش که از فعالان جاعت به حساب می آیند، مسئولیت های مهمی در دولت های مختلف داشته اند (رامان، 2001 ب).
- 3- محمد شریف، پدر نواز شریف نخست ویز اسبق پاکستان نیز از فعالان مهم جماعت است.
- 4- نواز شریف در زمان نخست وزیری (1376-1378 ش / 1997-1999) گاهی جلسات تبلیغی را برای اعضا و دیوانسالاران عالی رتبه دولت خود برگزار می کرد.
- 5- محمد رفیق تارر، رئیس جمهور پیشین پاکستان، نیز که از فعالان قدیمی جماعت است به کمک نواز شریف به این مقام رسید.
- 6- در دیگر کشور ها نیز چنین مواردی کم و بیش مشاهده می شود؛ مثلاً شواهدی وجود دارد دال بر اینکه مقامات سیاسی عالی رتبه چچن در فعالیت های جماعت شرکت داشته اند (رجوع کنید به رامان، 2001 الف)
- بنا به این موارد، این دیدگاه وجود دارد که گرچه تبلیغی جماعت به طور مستقیم نقشی در امور سیاسی ندارد، به صورت غیر مستقیم از اعضای ورزیده خود برای رسیدن به مقامات سیاسی مهم حمایت می نماید.

منابع مالی

در مورد منابع مالی تبلیغی جماعت نیز بسیاری سؤالات مطرح است (قادری، ص 105-111)، زیرا از یک سو فعالیت های گسترده و اجتماعات میلیونی جماعت، از نیاز به منابع کلان مالی حکایت دارد و از سوی دیگر جماعت مدعی است که خود فعالان جماعت همه هزینه ها را تأمین می کنند (همان، ص 110 پ).

جمع بندی ارتباط جماعت تبلیغ با اهداف وهابیت

در پیشینه تاریخی ارتباط دارالعلوم دیوبند و فرقه وهابیت شاهد آن هستیم که پس از تخریب بقاع متبرکه در سرزمین وحی از سوی وهابیون، واکنش شدید از سوی این دارالعلوم اتخاذ شد. این اعتراض ها بدانجا انجامید که اکثر علمای دیوبند فتوا به تحریم حج در آن ایام نمودند. تلاش حکام سعودی برای تقرب با دیوبند و برگزاری اجلاس مکه برای توجیه اعتقادات و رفتار های وهابیت نیز مثمر ثمر نبود و نتوانست علمای دیوبند را قانع سازد. گرچه این سردی ارتباط مقامات سعودی و روحانیون عالی رتبه وهابی با جماعت تبلیغی برخاسته از مکتب دیوبند، سالها ادامه یافت و حتی در سالیان اخیر نیز هم چنان موانع جدی بر سر راه تبلیغی مبلغین جماعت در عربستان وجود دارد ولی شواهد فراوانی از همگرایی این دو طیف به چشم می خورد. امروزه به جای مخالفت علمای دیوبند با تکفیرها و منس علمی وهابیت و خصومت هایی که از سابقه طویل المدتی برخوردار است، آنچه برجسته و پر رنگ شده است، تکفیر ها و مخالفت های دارالعلوم دیوبند و علمای طراز اول آن با تشیع است بیانیه 16 نفره علمای طراز اول دیوبند که در آن شیعیان را روافض و دارای عقاید باطله دانسته و تکفیر شیعه اثنی عشریه و متارکه با آنان را واجب شمردند، خود حاکی از این موضع خصومت آمیز مکتب دیوبند با تشیع است.

بی گمان در سالیان اخیر، وهابیت یعنی دشمن شماره یک دیوبند در سالیان گذشته به یک شریک و همراه بدل گشته و یکی از عمده منابع تأمین کننده هزینه های دیوبند محسوب شده

و حجم انبوهی از تبادلات علمی را در میان خود برقرار نموده اند. جماعت تبلیغی نیز به عنوان همزاد دیوبند در این مناسبات جدید نقش پر رنگی ایفا نموده و میزان همراهی بدان حد بوده است که بسیاری از مسلمانان هند، میان اینجماعت و وهابیون تمایزی قائل نیستند.

منابع:

علاوه بر اطلاعات شخصی مؤلف؛ عاشق الهی بلند شهری، چه باتین، راولپندی: تحسین پبلشرز بی تا، محمد رضا حافظ نا، وضعیت ژئوپلیتیکی پنجاب در پاکستان، تهران 1379ش؛ محمد شهید، اسلام، در بریتانیا، ترجمه مجید روئین تن، تهران 1371 ش. عزیز احمد، تاریخ تفکر اسلامی در هند، ترجمه نقی لطفی و محمد جعفر یا حقی، تهران 1367ش؛ ارشد قادری، تبلیغی جماعت لاهور 2000؛ احمد موثقی، جنبش های اسلامی معاصر، تهران 1378ش. ابوالحسن علی ندوی، حضرت مولانا محمد الیاس اوران کی دینی دعوت، کراچی: مجلس نشریات اسلام، بی تا؛ پیتر هاردی، مسلمانان هند بریتانیا، ترجمه حسن لاهوتی، مشهد 1369ش. منبع: نشریه مرزبان نامه؛ رصد آخرین تحولات ادیان و مذاهب، شماره 2، معاونت فرهنگی تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.