

# سلفیه و جنبش‌های اسلامی - دیوبندیه

## سلفیه و جنبش‌های اسلامی - دیوبندیه

جماعت تبلیغی 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، جماعت تبلیغی را که از پر نفوذترین و فراگیرترین جنبش‌های اسلامی معاصر است بنیان گذاری کرد. نفي دخالت بر سیاست؛ خود سازي از طریق ریاضت به عنوان پیش شرط تبلیغ؛ دیگر سازي انفرادي به روش وعظ؛ قابل بودن به نقش ایمان؛ از اصول جماعت می‌باشد. در این مقاله به فعالیت‌های جماعت تبلیغ در کشورهای مختلف، همچنین به قدهایی که بر این گروه وارد است اشاره می‌شود.

آیا «جماعت تبلیغ» را می‌توان گروهی در خدمت اهداف وهابیت دانست؟!  
جماعت تبلیغی، از پر نفوذترین و فراگیرترین جنبش‌های اسلامی معاصر است که در 1305 ش/ 1926 توسط مولانا محمد الیاس (متوفی 1323 ش/ 1944) بنیان گذاری شد. این جنبش به منظور تبلیغ اسلام، از منطقه‌ای 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 گونه‌ای که امروزه درجهان شناخته شده است. (مسعود، 2000 الف ص 3-31؛ گابوریو، ص 121-138؛ نیز رجوع کنید به مندویل، ص 16).

در این نوشتار، با توجه به اهمیت روش‌ها 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 می‌شود که آیا این گروه، در خدمت اهداف تبلیغی وهابیت می‌باشد. جماعت تبلیغی همانند بسیاری از جنبش‌ها و حرکت‌های 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، ص 15-16؛ موثقی، ص 192-193). پس از آنکه انگلیسیها قیام مردم هند را که متأثر از حرکت پیروان شاه ولی الله بود (رجوع کنید به موثقی، ص 189-214)، 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 دئوبند را در 1284 تأسیس کرد و به دنبال آن، شبکه‌ای از مدارس مذهبی زیر نظر علمای این مکتب در بسیاری از مناطق هندوستان به وجود آمد (عزیز احمد، ص 20؛ نیز رجوع کنید به دئوبندی)

### 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 بدبختی‌های مسلمانان می‌دانست 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، ص 249-250). 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 ب، ص 86-87).

وی هم چنین فعالان تبلیغی جماعت را رسماً از داشتن گرایش فرقه‌ای بر حذر می‌داشت. روشی که او برای تبلیغ دین ابداع کرد، مبلغان را موظف می‌نمود 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 موفقیت‌های بسیاری به دست آورد. (ندوی، ص 235-241)

او معتقد بود که تبلیغ باید مانند روزگار پیامبر اکرم (صلی الله علیه وآله وسلم) به صورت فردی باشد و رسانه‌های 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 جماعت‌هایی 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 می‌شد و سپس این واحدها که «جماعت» نامیده می‌شدند، برای تبلیغ دین با برنامه‌ای مشخص به مناطق مختلف اعزام می‌شدند (ممتاز احمد، 1998، ص 173). هر جماعت پس از رسیدن به مقصد خود، در یکی از مساجد آنجا مستقر می‌شد و تبلیغ را در قالب برنامه‌ای ساده آغاز می‌کرد. 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، ص 12-13؛ مسعود، 2000 الف، ص 21-24).

2) نماز مسلمان باید نماز را از هر جنبه بدرستی یاد بگیرد و این وظیفه را طبق دستور اسلام بجا آورد (بلند شهری، ص 16-20؛ مسعود، 2000 الف، ص 21-22).

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، ص 20-26؛ مسعود، 2000 الف، ص 22).

4) اکرام مسلمان: در اصول شش گانه تبلیغی جماعت، این اصل دارای جایگاه ویژه‌ای است و علاوه بر زندگی عادی، رعایت این اصل در طی مسافت‌های تبلیغی اهمیت خاصی دارد. بدین ترتیب که از يك سو احترام و رعایت حقوق هم سفران، تأثیر عمیقی بر روی فرد اعضا جماعت می‌گذارد و از سوی دیگر رعایت این اصل در جریان کار تبلیغ، مبلغان را ملزم به تحمل توهینها و ناسزاها می‌کند. 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 می‌کند که لازمه آن «خروج» است، یعنی خارج شدن از خانه و قرار گرفتن در یکی از جماعت‌ها 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 کرده‌اند.

### 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 تلاش‌های انعام الحسن در دوره امارت سی ساله اش، تبلیغی جماعت به جنبشی جهانی تبدیل گردید. پس از فوت انعام الحسن در 1374 ش 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 می‌تواند 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 می‌توان هسته اصلی تبلیغی جماعت شمرد. هم چنین یکی از معیارهای اصلی ارزیابی کار جماعتها، تعداد افرادی است که به دعوت خروج پاسخ مثبت می‌دهند (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 می‌کند (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 فعالیت‌های جماعت و تبلیغ دین، به جز آشنایی با اصول شش گانه قایل نشده‌اند و افراد عادی نیز می‌توانند 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 فعالیت‌های تبلیغی زنان برنامه مشخصی ندارد، با این حال زنان نیز در برخی از فعالیت‌ها، بویژه اجتماعات تبلیغی و خروج زنان با شوهران یا اقوام نزدیک خود شرکت می‌نمایند (متکاف، 1996).

### ظاهر مبلغان جماعت

سران تبلیغی جماعت تأکید می‌کنند که مسلمانان ظاهر خود را به ظاهر پیامبر اکرم (صلی الله علیه وآله وسلم) و صحابه - آنگونه که خود ترسیم می‌کنند - شبیه کنند و لذا ظاهر مبلغان جماعت را می‌توان بدینگونه به تصویر کشید: لباس بسیار ساده معمولاً با رنگ سفید، پیراهن بلند و گشاد، شلوار گشادی که لبه آن بالاتر از قوزک پا قرار می‌گیرد، سر پوشیده با کلاه یا عمامه مخصوص، ریش بلند و معمولاً سبیل‌های تراشیده، و حمل لوازم خواب بر روی شانه‌ها و ساک به دست با ظرف‌هایی 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:  
نهی دخالت بر سیاست؛

خود سازی از طریق ریاضت به عنوان پیش شرط تبلیغ؛

دیگر سازی انفرادی به روش وعظ؛

قابل بودن به نقش ایمان؛

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

آزادی حضور علاقه‌مندان به برنامه‌های جماعت از کلیه فرق اسلامی؛

احساس تکلیف نسبت به سرنوشت کفار؛

پرهیز از تجمل گرایی؛

نهی استفاده از رسانه‌ها و وسایل ارتباطی جدید (حافظ نیا، ص 229-230)

### تعیین امیر

یکی از ویژگی‌های مهمی که تبلیغی جماعت را به لحاظ ساختاری از دیگر گروه‌های مذهبی و سیاسی متمایز می‌سازد، فقدان مقررات یا آیین نامه مدون در این جماعت است (دایره المعارف جهان اسلام آکسفورد) هم چنین این جماعت با وجود گسترش عظیم فعالیت‌های 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 مادام‌العمر تعیین می‌نمایند و او نیز شورایی برای مشورت در موارد ضروری بر می‌گزیند. در هر کشور یک امیر تعیین می‌شود که وی امرا را تعیین می‌کند. جماعتی که برای تبلیغ اعزام می‌شوند نیز از بین خود امیری انتخاب می‌کنند (همانجا؛ مسعود، 2000 الف، ص 28-30)

### مسجد دفتر کار جماعت

سران تبلیغی جماعت، از دایر کردن دفتر در مناطق مختلف خودداری می‌کنند. آنها مسجد را مرکز فعالیت‌هایشان می‌شناسانند. در این مساجد هیچگونه تشکیلات اداری وجود ندارد و هرکس می‌تواند 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 می‌تواند در اذهان تحول ایجاد کند. با وجود این، جماعت، نوشته‌های برخی افراد را تأیید کرده و از آنها استفاده می‌کند، 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 رسانه‌ها هیچ گونه فعالیتتی ندارد (حافظ نیا، ص 233-234) و حتی اطلاعیه‌ای برای دعوت مردم به شرکت در این اجتماعات چاپ نمی‌کنند، بلکه از روش شفاهی استفاده می‌نمایند. (خان، ص 62)

### پایگاه‌های اصلی جماعت

امروزه هند، پاکستان و بنگلادش، پایگاه‌های اصلی جماعت‌اند 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 می‌شود. اغلب جماعت‌های تبلیغی از همین سه کشور به دیگر کشورهای جهان می‌روند و در آن کشورها نیز هسته‌های اصلی تبلیغی جماعت را اتباع مهاجر همین سه کشور تشکیل می‌دهند (ممتاز احمد، 2001)

### اجتماع بین‌المللی و سالانه

یکی از برنامه‌های مهم جماعت، برگزاری اجتماعات بزرگ است. در این گونه اجتماعات علاوه بر

مرور عملی اصول شش گانه، برای فعالیت‌های تبلیغی آینده برای برنامه‌ریزی می‌شود. شرکت در این اجتماعات اهمیت خاصی دارد و اغلب، مقامات بلند پایه دولتی و شخصیت‌های مذهبی و سیاسی در مراسم «آخرین مناجات» شرکت می‌نمایند. تعداد شرکت کنندگان در بنگلادش در اول فوریه 2000 در مراسم آخرین مناجات به سه میلیون تن رسید. اولین تجمع بزرگ تبلیغی جماعت در 1320ش/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 منطقه‌ای 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 می‌شد، اما در 1346ش/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 می‌شود، تقریباً به دو میلیون تن رسید که چند هزار تن از آنها هشتاد کشور دیگر جهان در آنجا شرکت می‌کردند. کنگره تبلیغی با مناجات برای صلح جهان پایان می‌یابد. 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.

### ازدواج‌های دسته جمعی

یکی از ویژگی‌های این اجتماع، مراسم ازدواج‌ها به طور دسته جمعی است که بدون شرایط سنگین مرسوم (جهیزیه و مهریه و...) انجام می‌شود. در سال‌های اخیر تعداد اینگونه ازدواج‌ها به نود مورد رسیده است.

### فعالیت جماعت در ایران، آفریقا، اروپا و آمریکا

در مناطق سنی‌نشین ایران نیز این جماعت فعالان بسیار دارد و آنان به مراکز تبلیغی رائیوند در پاکستان رفت و آمد می‌کنند. در اجتماع سال 1373ش در رائیوند، حدود پانصد تن از ایران شرکت کردند (حافظ نیا، ص 243). بسیاری از مسلمانان قاره آفریقا نیز در برنامه‌های جماعت شرکت می‌کنند. (رجوع کنید به ابراهیم موسی، ص 206-221). در میان کشورهای اسلامی، جماعت کمترین نفوذ را در منطقه خاورمیانه دارد و اعراب بندرت از آن استقبال کرده‌اند. در اروپا و آمریکا نیز جماعت از طریق اصول شش گانه خود، مسلمانان را برای داشتن ارتباط مستمر با دین ترغیب می‌نماید. در انگلستان فعالان جماعت از تشکیلات منسجمی برخوردارند. تجمع جماعت در اروپا و آمریکا برنامه‌ای است که در آن بیشترین تعداد مسلمانان آن مناطق جمع می‌شود (رجوع کنید به رامان، 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 نمی‌کند و اصول شش گانه آن حاوی مشترکات مذاهب اسلامی است. این ادعا مشابهت بسیاری با تفکر شاه

ولي الله مبني بر تلفیق مذاهب اسلامي دارد، اما فعالان جماعت به لحاظ عقیدتي از مکتب دیوبند پیروي مي‌کنند و همانند دیوبندیها مخالف اموري مانند تکریم اولیا و رفتن به زیارتگاهها مي‌باشند. سنیهای بریلوي که از مهم‌ترین مخالفان (دایره المعارف جهان اسلام آکسفورد، همانجا) تبلیغی جماعت‌اند، معتقدند که این جماعت مروج عقیده دثوبندی و وهابی‌اند.

### موضع جنبش در قبال تشیع

موضع جنبش شاه ولي الله دهلوي در قبال تشیع خصمانه بود، اما تبلیغی جماعت اغلب مخالفت آشکاري نسبت به این مذهب نشان نداده است، با اینحال بسیاری از افراد و گروه‌هایی 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 مي‌دهند (دایره المعارف جهان اسلام آکسفورد، همانجا)

### موارد انتقاد برانگیز

از موارد عمده انتقاد برانگیز در کار این گروه عبارت‌اند از:

- 1- روش جماعت برای تبلیغ
- 2- احترام پیامبر گونه به مولانا الیاس
- 3- گرایش‌های فرقه‌ای
- 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 می‌کند و با استناد به همین احادیث ضعیف روش خود را توجیه می‌نماید
- 9- خط مشی جماعت مبني بر دوري از سیاست نیز همسو با خواسته‌های 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 می‌دهد (رجوع کنید به مندویل، ص 17، 116، 130؛ هاشمی، ص 104)، با این حال برخی از فعالان جماعت توانسته‌اند به مناصب مهم دولتی دست یابند، مثلاً:

- 1- ذاکر حسین رئیس جمهور اسبق هند (1346-1348 ش / 1967-1969) از فعالان جماعت بود و 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 نیروهای مسلح با هیچ مانعی روبرو نیست.

بویژه در زمان ضیاء الحق، جماعت از طریق فعالیت‌های تبلیغی، نفوذ بسیاری در میان نظامیان پیدا کرد. برخی از افسران عالی رتبه ارتش که از فعالان جاعت به حساب می‌آیند، مسئولیت‌های مهمی در دولت‌های مختلف داشته‌اند (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 می‌کرد.
- 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 کشورها نیز چنین مواردی کم و بیش مشاهده می‌شود؛ مثلاً شواهدی وجود دارد دال بر اینکه مقامات سیاسی عالی رتبه چچن در فعالیت‌های جماعت شرکت داشته‌اند (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 می‌نماید.

### منابع مالی

در مورد منابع مالی تبلیغی جماعت نیز بسیاری سؤالات مطرح است (قادری، ص 105-111)، زیرا از يك سو فعالیت‌های 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 هزینه‌ها را تأمین می‌کنند (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 اعتراض‌ها 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 رفتارهای 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 می‌خورد. امروزه به جای مخالفت علمای دیوبند با تکفیرها و منش علمی وهابیت و خصومت‌هایی که از سابقه طویل‌المدتی برخوردار است، آنچه برجسته و پر رنگ شده است، تکفیرها و مخالفت‌های 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 شمرند، خود حاکی از این موضع خصومت آمیز مکتب دیوبند با تشیع است.

بی‌گمان در سالیان اخیر، وهابیت یعنی دشمن شماره يك دیوبند در سالیان گذشته به يك شریک و همراه بدل گشته و یکی از عمده منابع تأمین کننده هزینه‌های دیوبند محسوب شده و حجم انبوهی از تبادلات علمی را در میان خود برقرار نموده‌اند. 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.

: 1379 1371 . 1367 2000 1378 . 1369 .