

بررسی اصول اعتقادی و شیوه‌های اجرایی-تبلیغی جماعت التبلیغ

تحریرم زهرا کاظمی^۱، نسرین میانجی^۲

چکیده

جماعت التبلیغ یکی از بزرگ‌ترین و پرنفوذترین فرقه‌های اسلامی سلفی است که در نقاط مختلف جهان پایگاه تبلیغی دارد و افراد بی شماری را جذب کرده است. این گروه مانیفست خاصی برای مبلغین خود دارد که علاوه بر طرح اصول تبلیغ، منع ورود به مباحث سیاسی را نیز مطرح می‌کند. با وجود اعلام این سیاست، اعضای از جوانان آن جذب جنبش‌های سلفی جهادی و اخوان المسلمین و حتی وهابیت شده‌اند. مقاله حاضر با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و اسناد مکتوب این فرقه با بررسی اصول اعتقادی و شیوه‌های تبلیغی این گروه به دلیل جذب اعضای آن به جنبش‌های جهادی نیز اشاره می‌کند. پژوهش حاضر به این نتیجه دست یافت که جماعت تبلیغ، اصول اعتقادی تبلیغی فردی و اجتماعی و روش‌های تبلیغی خاصی دارند. اصول تبلیغی فردی آنها عبارت از کلمه طیبه، نماز، علم و ذکر، اکرام مسلمین و تفریق وقت است و در بخش روش‌های تبلیغی از ابزارهای تبلیغی و رسانه‌ای و از اقسام شیوه‌های تبلیغی به صورت عمومی، فردی، خصوصی و اجتماعی بهره برده‌اند.

واژگان کلیدی: اصول اعتقادی اسلام، تبلیغ، روش تبلیغ، جامعه‌التبلیغ، فرق پاکستان.

۱. دانش‌پژوه مقطع کارشناسی ارشد کلام اسلامی از کشور پاکستان، مجتمع آموزش عالی بنت‌الهدی، جامعه‌المصطفی‌العالمیه، قم، ایران.

Tahrim Zahra Kazemi, Department of Theology, Bint Al-Hoda Higher Education Complex, Al-Mustafa International University, Pakistan. Orcid ID: 0009-0000-9947-1061

۲. استادیار مجتمع آموزش عالی بنت‌الهدی و عضو هیئت علمی جامعه‌المصطفی‌العالمیه، قم، ایران. (نویسنده مسئول)

Nasrin Mianji, Department of Theology, Bint Al-Hoda Higher Education Complex, Al-Mustafa International University, Qom, Iran.

۱. مقدمه

جماعت التبلیغ از پرنفوذترین و فراگیرین جنبش‌های اسلامی معاصر است که در سال ۱۳۰۵ توسط مولانا محمد الیاس (متوفی ۱۳۲۳/۱۹۴۴). بنیان‌گذاری شد. این جنبش برای تبلیغ اسلام از منطقه‌ای به نام میوات در نزدیکی دهلی کار خود را آغاز کرد و به تدریج در سراسر هند و بعدها شبه‌قاره و حتی سایر کشورها گسترش یافت به گونه‌ای که امروز در جهان شناخته شده است. بسیاری از اعضای جماعت التبلیغ حنفی‌مذهب هستند، اما از آنجاکه این جماعت قائل به وجوب تقلید از یکی از مذاهب اربعه اهل سنت بدون انحصار در یک مذهب هستند از سایر مذاهب نیز پیروانی در این جماعت عضو هستند. جماعت التبلیغ از زیرشاخه‌های سلفی شاه ولی‌الله دهلوی است که در ابتدا در فضای تصوف هندی رشد و تصوف را نزدیک‌ترین راه برای چشیدن شیرینی ایمان می‌دانست، اما سپس با گسترش در کشورهای حاشیه خلیج فارس به سمت مذهب سلفی‌گری کشیده شد. این گروه اصول شش‌گانه اعتقادی دارد که شرکت نکردن در امور سیاسی و جهادی از اصول فکری آنها و یکی از رمزهای موفقیت در عضوگیری و استمرار این حرکت است. گروه جماعت التبلیغ در حال حاضر در بر دارنده بیش از ۳۰ میلیون عضو از سراسر دنیا است و هر سال گردهمایی‌های سالانه بالای صد هزار نفر در یکی از کشورهای هند، پاکستان و بنگلادش دارند. پژوهش حاضر به صورت کتابخانه‌ای و با روش توصیفی-تحلیلی بر اساس تألیفات جماعت التبلیغ که بیشتر به زبان اردوست نوشته شده است.

۲. مفهوم‌شناسی

۲-۱. اصول

اصل، لغتی عربی به معنای پایه و بن هر چیزی و هرآنچه در برابر فرع یا شاخه است و جمع آن اصول است. (فراهیدی، ۱۴۰۹، ۷/۱۵۶). اصل هر شیء چیزی است که وجودش به آن استناد پیدا می‌کند. در بحث لغت آمده است: «الأصلُ ما يُبْنَى عَلَيْهِ شَيْءٌ غَيْرُهُ؛ اصل آن چیزی است که شیء غیر از خودش بر آن بنا شود» (حسینی زبیدی، ۱۴۱۴، ۱۴/۱۸). در اصطلاح به معنی قاعده است؛



یعنی پایه‌ای که چیزی غیر از خودش بر آن قرار گرفته باشد. این معنا با معنای لغوی اصل مطابقت دارد. بنابراین، منظور از اصول نقد، پایه و اساسی است که عمل نقد بر مبنای آن انجام می‌شود.

۲-۲. تبلیغ

تبلیغ در لغت به معنای ایصال و رساندن است. ابن منظور می‌گوید: «ابلاغ و تبلیغ هر دو به معنی ایصال است» (ابن منظور، ۱۴۱۴، ۴۱۹/۸). اصطلاح تبلیغ نخست در حیطه امور دینی به کار می‌رفت و بعدها به حوزه‌های دیگر تعمیم یافت اگرچه در حوزه‌هایی غیر از حوزه دین از صورت جمع آن (تبلیغات) استفاده می‌شود. به طور خلاصه می‌توان گفت که تبلیغ به روش یا روش‌های به هم پیوسته در قالب یک مجموعه برای بسیج و جهت دادن نیروهای اجتماعی و فردی از راه نفوذ در شخصیت، افکار، عقاید و احساسات مخاطب برای رسیدن به هدف مشخصی که ممکن است سیاسی، نظامی، فرهنگی، اقتصادی، آن هم مشروع یا نامشروع باشد» (کرمی، ۱۳۷۸، ص ۱۴).

۲-۳. روش

واژه روش از لغت متد است که از واژه یونانی متا به معنای «در طول» و «اودوس» یعنی، راه گرفته شده است. مفهوم آن درپیش گرفتن راهی برای رسیدن به هدف و مقصودی با نظم و توالی خاص است. (کاظمی، ۱۳۷۴، ۲۸/۱). اصطلاح روش هم به خود راه اشاره دارد و هم به قواعد و ابزارهای رسیدن به آن. به طور خلاصه عبارت است از فرایند عقلانی یا غیرعقلانی ذهن برای دستیابی به شناخت و یا توصیف واقعیت.

۳. جماعت التبلیغ

جماعت تبلیغ یکی از جنبش‌های اسلامی معاصر و از زیرشاخه‌های دیوبندیه در سال ۱۹۲۶ توسط شیخ محمد الیاس کاندهلوی پایه‌ریزی شد. محمد الیاس یکی از دانش‌آموختگان مدرسه دارالعلوم دیوبند بود. وی حرکت اصلاحی خود را ابتدا از میوات یکی از توابع دهلی آغاز کرد و به تدریج توانست سرتاسر هند را زیر سیطره مبلغان حرکت خود درآورد. این جنبش بعدها در زمان

جانشینان محمدالیاس توانست به خارج از مرزهای هند صادر شود و هم‌اکنون در بیشتر کشورهای جهان شعبه‌هایی دایر کرده است و به آن مناطق مبلغ اعزام می‌کند. این جنبش تبلیغی با نام‌های: دعوت تبلیغ، تبلیغی جماعت، جنبش تبلیغ، مدرسه سیار، نهضت آرام و دعوت و تبلیغ شناخته می‌شود. این گروه برای مبلغین خود مانفیست اعتقادی-تبلیغی دارد که یکی از مهمترین اصول آن علاوه بر مباحث اعتقادی، عدم دخالت در سیاست است.



۴. بررسی اصول اعتقادی-تبلیغی جماعت تبلیغ

جماعت تبلیغ معتقد است حرکت در جامعه‌ای که انحطاط دینی آن حتی در تلفظ کلمه: «لا اله الا الله» مشهود است بدون اصلاح امور بنیادی در آن نمی‌توان قدم در اصلاح امور تکمیلی دین گذاشت. محمد الیاس یکی از رهبران این جنبش معتقد بود که مذهب، ایمان و اصول دین به منزله زمینی بایر هستند که برای زراعت، احتیاج به هموار کردن دارد و ترویج و اشاعه و تحرک و تلاش و تبلیغ به منزله هموار کردن زمین و باریدن باران است. این هموار کردن زمین ابتدای کار است که بدون آن هیچ باغی را نمی‌توان در این زمین‌ها ایجاد کرد. محمدالیاس حرکت تبیلیغی خود را با دو اصل بنیادی کلمه طیبه و اقامه نماز آغاز کرد و دیری نگذشت با سازماندهی اولین گشت‌های تبلیغی و خروج آنها برای امر تبلیغ، علم و ذکر را در قالب سومین رکن این حرکت معرفی کرد. وی سه اصل دیگر جنبش را بعد از بازگشت از آخرین سفر حج، ابلاغ و همگان را به التزام به این اصول دعوت کرد. (جهان تیغ، ۱۳۹۳، ص ۱۲۳) بنابراین، اصول و ضوابطی که محمد الیاس پایه‌های حرکت تبیلیغی جماعت تبلیغ را بر آن استوار کرد اصول شش‌گانه‌ای است که اساس نشاط و محور اصلی تمام گشت‌های تبلیغی در طول حیات جماعت تبلیغ بوده است. از دیگر سیاست‌ها و راهبردهای اصلی این جماعت، عدم دخالت در امور سیاسی است. این اصول شش‌گانه که به اصول دعوت و تبلیغ معروف است، عبارتند از: کلمه طیبه، اقامه نماز، علم و ذکر، اکرام مسلمان، اخلاص و تفریق وقت (قادری، ۱۳۹۱، ص ۹۲).

۴-۱. کلمه طیبه

اصل اول، کلمه: «لا اله الا الله محمد رسول الله ﷺ» است. در اعتقاد این گروه تبلیغی، مراد از این اصل، عهد و پیمان بنده با خداوند متعال است؛ عهد و پیمانی که او را به عمل به اموری وامی دارد و از بعضی امور نهی می‌کند. این اصل شامل دو مقصد است: اول، توحید یعنی، اقرار به یگانگی خداوند متعال و دوم، نبوت یعنی، اقرار به رسالت پیامبر اکرم ﷺ.

-اقرار به وحدانیت خدا

اقرار به وحدانیت خداوند، نفی شرک و اخراج یقین فاسد از قلب و داخل شدن یقین صحیح پیرامون ذات باری تعالی در قلب است. اکرام الله جان قاسمی می‌گوید: «هدف از مقصد اول کلمه طیبه «لا اله الا الله» این است که شخص درک کند، الله سبحانه و تعالی معبود حقیقی است و هم اوست وحید در ذات و صفات و هم اوست خالق و رازق و محیی و ممیت و معز و مذل است. این اصل تمام مضامین شرک آلود را از قلب خارج کرده تا یقینی کامل و خالص پیرامون ذات خداوند تعالی در قلوب جاگیرد» (جانقاسمی، بی تا، ص ۱۲). این گروه بحث توحید نظری و عملی را جدا نکرده و در بحث توحید، مباحث مربوط به صفات خداوند را هم بدون تقسیم بندی به شکل بسیار ساده و قابل فهم برای عموم مطرح کرده‌اند.

-اقرار به رسالت پیامبر

اصل دوم، اقرار به رسالت پیامبر ﷺ است. هدف از این اقرار، عهد و پیمانی است که صرفاً با اطاعت محض از پیامبر ﷺ بدست می‌آید تا فرد بداند که تنها راه نجات و فلاح در تبعیت از سنت و شریعت رسول خدا ﷺ است و سایر راه‌ها جز به هلاکت ختم نمی‌شود. محمد الیاس در مورد این دو اصل می‌گوید: «ملتی که هنوز الفاظ: «لا اله الا الله» را بلد نیست چگونه می‌توان قبل از اصلاح مرحله ابتدایی به اصلاح مرحله نهایی آن پرداخت؛ زیرا اصلاح مرحله بعدی قبل از اصلاح مرحله اولی امکان پذیر نیست» (قاسمی، بی تا، ص ۱۲). براساس این اصل، هر مسلمان باید بتواند کلمه طیبه شهادتین را به عربی درست بخواند، از معنا و مفهوم آن آگاهی یابد و در زندگی عملی خود لوازم آن را رعایت کند (عاشق الهی میرنی، بی تا، ص ۱۲-۳۷). جماعت تبلیغ، ایمان را همان

تصدیق و شهادت دادن به حقانیت واقعی و پذیرش آن واقعیت می‌داند و اقرار زبانی را هم کافی می‌دانند. اگر این معنا پذیرفته شود هیچ فرقی بین اسلام و ایمان نیست با اینکه معنای ایمان و اسلام متفاوت است. از نظر جماعت التبلیغ، اسلام همان اقرار به توحید، نبوت و معاد است که شخص با این شهادتین از کفر نجات پیدا می‌کند و احکام فقهی اسلام بر او بار می‌شود. بنابراین، همان‌گونه که گذشت آنها بین اسلام و ایمان تفاوتی قائل نشده و حدنصاب اسلام را سه اصل: توحید، نبوت و معاد می‌دانند. در حالی که بر اساس برخی از آیات قرآن، اسلام غیر از ایمان است. اگر فرد بخواهد ایمان داشته باشد در درجه اول باید این اصول تبدیل به باورهای قلبی او شده و آثار آن باور قلبی در اعمال او تجلی پیدا کند. برای رسیدن به مراتب عالی اسلام و ایمان باید به اسلامی که با آیه اکمال کامل شد نیز ایمان داشته باشد.

۲-۴. اقامه نماز

این اصل در مراتب تبلیغ در مرحله بعد از کلمه طیبه قرار دارد و آن تعلیم نمازهای پنج‌گانه، نمازهای جمعه، جماعت و عیدین است. (حربی، ۲۰۱۰، ص ۱۵۲) هدف از این اصل، تعلیم ارکان نماز به مسلمانان و تلاش برای دست یافتن به خضوع باطنی در نماز در کنار حفظ نمای ارکان آن است (انصاری، بی‌تا، ص ۳۳). از نظر جماعت التبلیغ، نماز نمود عینی و عملی توحید است، پس بعد از اقرار به کلمه توحید و ایمان به آن باید تقید به نماز هم وجود داشته باشد. اکرام الله جان قاسمی می‌گوید: «هدف از اقامه نماز این است که ما تلاش خود را بر ادای صلاه بر همان هیات رسول الله ﷺ معطوف کنیم، همان صلاتی که ایشان به اصحاب خویش امر کردند: «صلوا كما رایتمونی اصلی» و در مواظبت بر اوقات صلاه ارکان و آداب آن به رسول مصطفی اقتدا کنیم» (قاسمی، بی‌تا، ص ۲۰).

۳-۴. علم و ذکر

علم در نگاه جماعت تبلیغ دوگونه است: الف) علم فضایل یعنی، علمی که نافع است و آن علمی است که آنها در جلسات خصوصی و سخنرانی‌های عمومی از آن یاد می‌کنند؛ ب) علم مسائل یعنی،



علمی مضر که هیچ‌یک از گروه‌های تبلیغی، قدم در راه یادگیری آن نمی‌گذارند و حتی پیروانشان را از تعلیم آن برحذر می‌دارند و دلیل آن را اختلاف‌انگیزی این نوع علم می‌دانند. (جهان تیغ، ۱۳۹۳، ص ۱۵۶). علم فضائل تنها علمی است که جماعت تبلیغ، تعلیم و ابلاغ آن را مجاز می‌دانند و تنها منبع برابر یادگیری و تبلیغ این علم را کتاب نصاب تبلیغی از محمد زکریا کاندهلوی معرفی می‌کنند. بعد از معرفی مختصات علم و ذکر در دیدگاه جماعت تبلیغ در بیان اهمیت این اصل در منظر آنها باید گفت که مشایخ جماعت تبلیغ به‌ویژه محمد الیاس اهتمام نورزیدن به این اصل تبلیغی را موجب هبط تلاش‌های مبلغان در گشت‌های تبلیغی می‌دانند. محمد الیاس در یکی از خطبه‌های خود در مسجد نظام‌الدین دهلی در میان گروه‌هایی که قصد خروج برای تبلیغ داشتند، می‌گوید: «همانا تلاش‌های شما در گشت‌های تبلیغی هباء منثور خواهد بود. زمانی که همت خود را بر علم دینی و ذکر الهی معطوف ندارید به خاطر این تغافل از علم و ذکر، باب جدیدی از فتنه و گمراهی بر روی شما گشوده خواهد شد» (نعمانی، ۱۳۸۷، ص ۳۹).

۴-۴. اکرام مسلمان

اصل چهارم از اصول جماعت تبلیغ که تنها رکن اجتماعی این جنبش است، اکرام مسلم نام دارد. هدف از این اصل، تکریم مسلمانان یعنی، برادران دینی، رعایت حقوق آنها و محترم شمردن کبار و صغار و اکرام علما و مشایخ آنهاست. (قاسمی، بی‌تا، ص ۲۰). این اصل به مبلغین تأکید می‌کند که ابتدا جایگاه برادر مسلمان خود را بشناسد و در تمام احوالات او را محترم بشمارند و تلاش کنند در تمام گشت‌های تبلیغی با رفق و مهربانی با مردم رفتار کنند و از تکبر و جدال با آنها پرهیز کنند. این اصل مبلغان را به داشتن سعه صدر در برخورد با توهین‌ها و ناملایمات افراد جامعه تشویق می‌کند و حسن رفتار در برخورد با این‌گونه افراد را توصیه می‌کند. بزرگان جماعت تبلیغ، نیل به این اصل را فقط در ممارست مبلغ به اخلاق و آداب پیامبر ﷺ می‌دانند (انصاری، بی‌تا، ص ۴۸).

۴-۵. اخلاص

در اصول جماعت تبلیغ، تصحیح نیت و اخلاص در کار است. هدف از این اصل، تصحیح نیت و خالص کردن آن فقط برای وجه‌الله، اجتناب از ریا و سمحه در کارها و جلوگیری از ورود اغراض شخصی در تمام امور است. (قاسمی، بی تا، ص ۲۲). بزرگان جماعت معتقدند که این اصل، مبلغ را به محاسبه نفس می‌رساند به گونه‌ای که او در تمام اوقات زندگی خود از قیام قعود، اکل شرب، حرکات و سکنت خود را در محضر حق تعالی می‌بیند و این مطلب را به وضوح درمی‌یابد که: «هو اقرب الیه من حبل الوریث». براین اساس خود را از تمام وسوسه‌های نفسانی حفظ می‌کند. این درحالی است که اگر مبلغ نفس خود را در موضع محاسبه نبیند در حصار مطالع دنیوی گرفتار شده و به حسرت دائمی دچار می‌شود (انصاری، بی تا، ص ۵۲).



۴-۶. تفریق وقت

این اصل جماعت تبلیغ که با نام‌های تفریق وقت و نفر فی سبیل‌الله از آن یاد می‌شود اصلی است مهیج که روحیه حرکت به سمت تعلیم و تعلم دین را در مبلغ برمی‌انگیزد. تفریق وقت به معنای خالی کردن وقت برای شرکت در گشت‌های تبلیغی است و هدف از این تفریق وقت در دیدگاه این جماعت، تخی از تمام مشغولات روزانه به دلیل قدم نهادن در جهاد برای احیای سنت نبوی و دعوت دیگران به همراهی در این جهاد تبلیغی است. هدف از دیدگاه آنها خروج مبلغ به دلیل جهاد تبلیغی در راه خدا با اموال و انفس و دعوت مردم به سوی خدا و رسولش است به گونه‌ای که دین احیا و در تمام عالم منتشر شود. (انصاری، بی تا، ص ۵۳) اصل ششم در نظر جماعت تبلیغ، اصلی انتاجی برای اصول پنج‌گانه پیشین است و هر فرد بعد از طی اصول پنج‌گانه هنگامی که به صفت نفر فی سبیل‌الله می‌رسد، می‌تواند خود را در سلک مبلغان این جماعت بداند و هدفی خطیر را در برابرش مجسم ببیند (قاسمی، بی تا، ص ۲۲).

۵. عدم دخالت در امور سیاسی

از سیاست‌های راهبردی جماعت التبلیغ که موجب رشد و گسترش آن در اقصا نقاط جهان شده سیاست به‌ظاهر عدم دخالت در امور سیاسی است. آنها پرداختن به مباحث دینی را در اولویت امر تبلیغ قرار داده‌اند. مولانا محمد الیاس جهالت و دوری از دین را عامل همه بدبختی‌های مسلمانان می‌دانست و معتقد بود باید تمام توان را برای تبلیغ دین به‌کار بست. تا وقتی دینداری در میان مسلمانان عمومیت پیدا نکرده است نباید هیچ فعالیت دیگری مانند فعالیت سیاسی صورت بگیرد. به‌نظر وی، صلاحیت ورود در امر سیاست قرن‌هاست که از این امت سلب شده است و اکنون باید مدت‌های مدیدی با صبر و شکیبایی کامل براساس اصول دعوت، کوشش و جدیت به‌خرج داد تا در مسلمانان نظم و اطاعت و استعداد عمل براساس ضوابط و قوانین، باوجود خواهش‌های نفسانی به‌وجود آید. برای مقدار اندکی از سیاست، مقدار فراوانی از دعوت لازم است. هرچه دعوت دچار ضعف شود یا هرچه در این مرحله از تعجیل و تسریع کار گرفته شود به‌همان مقدار سیاست، ضعف و ناپختگی پیدا خواهد کرد یا سیاست به‌وجود نخواهد آمد یا در صورت به‌وجود آمدن، ساختار آن به‌زودی متزلزل خواهد شد. به‌نظر محمد الیاس، عامل همه اختلاف‌ها، فسادها و پراکندگی‌ها تقدیم سیاست بر دیانت و یا دعوت دین به‌سبک سیاسی و سازماندهی غربی است.

رهبران جماعت تبلیغ، دعوت و تبلیغ را ارجح بر سیاست و مسائل سیاسی می‌دانند. آنها رسالت فرهنگ و تبلیغ (اسلام مکی) را رسالت اصلی اسلام دانسته و سیاست و حکومت را فرع بر این رسالت می‌دانند. رهبران جماعت تبلیغی معتقدند: «آنچه در مدینه اتفاق افتاد فرع و آنچه در اسلام مکه آمده، اصل است و برخلاف عرف جاری که الگوی مدنی را ناسخ الگوی مکی گرفته‌اند این نظریه الگوی مکی را ناسخ اسلام مدنی می‌داند؛ زیرا اصل، ناسخ فرع تواند بود نه بالعکس». براساس این نظریه، رسالت اصلی اسلام همان رسالتی است که در مکه ظهور کرد و آنچه در مدینه پدیدار شد رسالت ثانوی و فرعی اسلام بود (جهان تیغ، ۱۳۹۳، ص ۱۴۱). جماعت التبلیغ براساس اصول شش‌گانه خود به‌ظاهر در سیاست به‌طور مستقیم دخالت نمی‌کند و به تمام مبلغان خود

تأکید می‌کند که در سیاست دخالت نکنند، اما با توجه به اعتقادات سلفی خود، بهترین بستر را برای رشد سلفیت فراهم می‌کند. برای مثال در زمان انتخابات، بدون هیچ توصیه‌ای پیروان این گروه به احزاب و جریان‌های سلفی رأی می‌دهد و سیاست عدم سیاست، به‌طور عملی، سیاستی می‌شود برای گسترش سلفیت و قدرت‌یابی سلفیان که نمونه آن در کشورهای منطقه به‌ویژه در پاکستان و افغانستان دیده می‌شود. رهبران جماعت التبلیغ به دلیل عدم دخالت در سیاست، اعتقادی به مشارکت در امر جهاد ندارند. به عقیده آنها وضعیت مسلمانان این زمان مانند وضعیت زمان پیامبر ﷺ و اصحاب ایشان قبل از هجرت است که در این مدت، حضرت امر به جهاد نکرد و وارد جنگ و جهاد علیه کفار نشد.

بنابراین، این جماعت به دلیل اشتغال به امر دعوت مبلغان و عدم اعتقاد به جهاد به‌طور مستقیم در هیچ‌یک از حرکت‌های جهادی شرکت نمی‌کنند و معتقدند دعوت و اصلاح قلوب و تهذیب اخلاق مقدمه جهاد است. جماعت به این امر هم بسنده نکرده‌اند، بلکه احادیث جهاد را به معنای خروج برای تبلیغ دین تفسیر و تأویل می‌کنند نه پرداختن به عمل مسلحانه درمقابل کفار و معاندین. یکی از دلایل جذب جوانان جماعت التبلیغ به گروه‌های جهادی افراطی، همین اصل و خلأ ناشی از امر جهاد در جهان کنونی پر از ظلم و ستم است. برخی از اعضای این گروه با توجه به اصول مشترکی که با سلفی‌ها از نظر اعتقادی دارند بعد از جذب به جماعت التبلیغ به سمت گروه‌های سلفی، گرایش جهادی پیدا کرده و با آنها در حرکت‌های مسلحانه شرکت می‌کنند. این نکته قابل توجه است که از نظر موقعیت بسیار خاص جماعت التبلیغ به دلیل نفوذ و جمعیت، گروه‌های سلفی جهادی نیز از این فرصت استفاده کرده و از این بستر آماده‌بیشترین استفاده را برای جذب این افراد به عمل آورده و برای اهداف خود بهره‌برداری می‌کنند. بنابراین، جماعت التبلیغ مانند پلی میان جوانان بی‌اعتنا به مذهب و جوانان مشتاق جهاد و شهادت عمل می‌کند. ابراهیم عزت، امیر جماعت تبلیغ در مصر گاهی به کنایه به عبدالسلام فرج (از رهبران سلفی جهادی) می‌گفت: «من مردم را از خیابان به سوی مساجد می‌کشانم، بقیه کار با تو» (ملاموسی میبیدی، ۱۳۹۵، ص ۴۷).

عدم ورود به عرصه جهاد از طرف این گروه، مورد انتقاد برخی از شخصیت‌های اهل سنت نیز واقع شده است. برای مثال ابوالاعلی مودودی، امیر جماعت اسلامی پاکستان، صرف دعوت به دین اسلام را برای اسلام سودمند نمی‌بیند؛ زیرا به اعتقاد وی، دین اسلام برای هر زمان و مکانی صلاحیت دارد و مصالح و فواید آن فقط به صرف نگاشتن کتاب، خطابه و سخنرانی به دست نمی‌آید. مشکلات جهان مادی به صرف گفتن اینکه اسلام برنامه‌ای برای حل آن دارد، درست نمی‌شود. ارزش ذاتی اسلام زمانی روشن می‌شود که اسلام به صورت نظامی عملی پیاده شود تا مردم آثار و ثمرات اسلام را در زندگی خود حس کنند. انسان در عالمی زندگی می‌کند که پر از مقاومت و درگیری است. خطابه و وعظ نمی‌تواند در روند جهان تغییری ایجاد کند. فقط مبارزه انقلابی است که می‌تواند این درد را درمان کند. جماعت التبلیغ برای جذب حداکثری خود نه تنها به ظاهر در امور سیاسی دخالت نمی‌کنند و اعتقادی به جهاد به معنای حقیقی آن در این برهه ندارند، بلکه حتی در امور تبلیغی خود نیز فقط توصیه به امر معروف را دارند و اقدام به نهی از منکر نمی‌کنند و از طرح مباحث معاد نیز خودداری می‌کنند. اسلام مورد تبلیغ آنها اسلام رحمانی و فردی است که این امر از یک سو موجب جذب حداکثری و از طرف دیگر موجب جذب جوانان پرشور آنها به گروه‌های جهادی شده است.

۶. بررسی شیوه‌های اجرایی تبلیغی - جماعت التبلیغ

۶-۱. تأسیس مدارس سیار

محمد الیاس تنها راه رسیدن به اهداف حرکت تبلیغی را تأسیس مدارس سیار می‌داند. وی هرچند تأسیس مدارس مانند دارالعلوم دیوبند را خدمتی عظیم از مشایخ سلف خود می‌داند، ولی معتقد است ادامه تجربه دارالعلوم به صورت تأسیس مدارس دینی در هر شهر نمی‌تواند در اصلاح جامعه مسلمین مؤثر باشد. بنابراین، باید میراث اسلاف خود را در قالب مدارس سیار جاری کرد. (ندوی، ۱۳۸۷، ص ۱۸۲). محمد الیاس دعوت خود را از محروم‌ترین مناطق مسلمان‌نشین هند شروع کرد که ساکنین آن در پایین‌ترین مراتب علمی به مسائل دینی قرار داشتند. جماعت



التبلیغ با تأسیس ۲۵۰ مدرسه در این منطقه و اجرای نظام عملی تبلیغ دینی در میان مردم این منطقه تأثیر به‌سزایی بر مردم میوات گذاشتند و پس از آن وقتی محمد الیاس دریافت که این منطقه خود به مدرسه‌ای دینی تبدیل شده است در سال ۱۹۳۷ میلادی اعزام مبلغان و گروه‌های تبلیغی به سایر مناطق هند را آغاز کرد تاجایی که تمام مناطق و ایالت‌های هند، شعبه‌ای از این جماعت داشتند. در خلال استقلال پاکستان از هند در سال ۱۹۴۷ و فرار مسلمانان هند به پاکستان برای حفظ جان‌شان، اردوگاه‌های جماعت التبلیغ در سال ۱۹۳۸ نیز با ایجاد ارتباط با حکام و شیوخ وهابی در عربستان توانستند از حمایت آنها در حجاز برخوردار شوند و به تبلیغ شیوه خود در موسم حج میان سایر مسلمانان بپردازند. این جماعت پس از حجاز، سفرهای تبلیغی خود را به سایر کشورهای اسلامی آغاز کرد که در سومین سفر تبلیغی به ریاست ابوالحسن ندوی، یوسف قرضاوی مرشد فعلی اخوان المسلمین با این جماعت همراه بود و منصب امام جماعت مسجد را برعهده داشت. در سال ۱۹۵۱ جماعت التبلیغ و الدعوه با سفر به خارطوم پایتخت سودان، مرکز خود در سودان را تأسیس کرد. همچنین به عراق، سوریه، اردن، فلسطین، لبنان، لیبی، تونس، الجزایر و مغرب سفر کرد و به تأسیس مراکزی در این کشورها اقدام کرد. این جماعت دفاتر و مراکزی را نیز در انگلیس و آمریکا ترتیب داده است و در اروپا و آمریکا نیز فعالیت می‌کند (اکبرنژاد، ۱۳۹۳، ص ۳۵۶).

۶-۲. تبلیغ چهره‌به‌چهره و عدم استفاده از رسانه و فضای مجازی

مولانا الیاس مخالف استفاده هرگونه نوشته در امر تبلیغ بود و معتقد بود که روش علمی به‌طور مؤثری می‌تواند در اذهان تحول ایجاد کند. با وجود این، آنها نوشته‌های برخی افراد را تأیید کرده و از آنها استفاده می‌کنند مانند حیات المسلمین اثر مولانا اشرف علی تانوی و تعلیم الاسلام از مفتی کفایت الله و آثار مولانا محمد زکریا. رسانه‌ها در برگزاری اجتماعات میلیونی جماعت تبلیغ هیچ‌گونه فعالیتی ندارد (محمد خالد مسعود، بی تا، ص ۸۰)، حتی اطلاعیه‌ای برای دعوت مردم به شرکت در این اجتماعات چاپ نمی‌کند، بلکه از روش شفاهی استفاده می‌کند (خان، ۱۹۹۹، ص ۶۲).

۶-۳. تعلیم همه طبقات اجتماع

یکی از مهمترین راهبردهای محمد الیاس و جانشینانش در تبلیغ و در رتبه بعدی تشکیل مدارس سیار، همت گاردن به تعلیم عوام مردم از تمام طبقات جامعه اسلامی بود. آنها تمرکز بر تعلیم نخبگان که توسط مدارسی مانند دارالعلوم دنبال می‌شد را برای جامعه عقب‌رانده شده اسلامی کارآمد نمی‌دانستند و معتقد بودند که نخبه‌پروری در وضع کنونی نه تنها به نجات جامعه اسلامی کمک نمی‌کند، بلکه با ازدست رفتن سرمایه احساس علم‌آموزی در جامعه، بقای همان مدارس هم به خطر می‌افتد. بنابراین، تنها راه رسیدن به جامعه اسلامی تعلیم همه طبقات اجتماعی مسلمانان و پرهیز از توجه به نخبگان است. (ندوی، ۱۳۸۷، ص ۲۱)

۶-۴. تبلیغ عمومی

این گشت تبلیغی از سه تا ده نفر از مبلغین تشکیل می‌شود و محدوده فعالیت خود را میان عامه مردم در اماکن عمومی مانند بازار قرار می‌دهند. این گشت یک امیر تبلیغی، یک راهنما که از اهل همان روستاست و یک شخص مسلط به سخنوری دارد. مبلغین این گشت با حرکت در اماکن عمومی و بازارها مردم را با خوش‌رویی و مهربانی به حضور در مسجد و استماع سخنرانی دعوت می‌کنند و شخصی از گروه را در مسجد مأمور می‌کنند تا با رأفت از مدعوین استقبال کنند. بعد از اجتماع مردم در مسجد، آنها به توجیه و معرفی حرکت تبلیغی خود می‌پردازند و در تمام موارد در بیان مسائل از اصول شش‌گانه تبلیغی عبور نمی‌کنند و در پایان با مهم ارزیابی کردن اصل ششم نفر فی سبیل‌الله مردم را به تفریق وقت برای شرکت در گشت‌های تبلیغی ترغیب می‌کنند. (میانجی، بی تا، ص ۳۲)

۶-۵. تبلیغ خصوصی

این گشت تبلیغی به دیدار با طایفه نخبگان جامعه اختصاص دارد. در این شیوه تبلیغی، مبلغین با افراد صاحب نفوذ منطقه تبلیغی خود اعم از متمولین، علما و پیشکسوتان امر تبلیغ دیدار و

آن را به مشارکت در امر تبلیغ دعوت می‌کنند. (قاسمی، بی‌تا، ص ۴۱). در این نوع از تبلیغ، گروه‌های تبلیغی با سه طبقه از نخبگان دیدار می‌کنند:

- الف) پیشکسوتان امر تبلیغ: پیشکسوتان امر تبلیغ به افرادی گفته می‌شود که لااقل سه روز شرکت در گشت‌های تبلیغی را در کارنامه خود داشته باشند و به هر دلیلی نتوانسته‌اند در ادامه کار تبلیغی همراه جماعت باشند (میانجی، بی‌تا، ص ۳۱). در این گشت تبلیغی که سه یا چهار نفر از مبلغان به دیدار این مبلغ پیشکسوت می‌روند دلیل انتخاب این منطقه را به دلیل تبلیغ، حضور ایشان در قالب مبلغ جماعت تبلیغ و در راستای تکریم تمام تلاش و مجاهدت‌های وی در امر تبلیغ دین بیان کرده و از او درخواست می‌کنند با آنها در مسجد حضور پیدا کرده و در امر تبلیغ آنها را یاری کند (قاسمی، بی‌تا، ص ۴۴):

- ب) ثروتمندان و روسای روستاها و ایالت‌ها: روش فعالیت تبلیغی در این طبقه نخبگان حساسیت خاصی دارد. آنها به مبلغان خود توصیه می‌کنند در بیان گفت‌وگو با آنها از الفاظ مناسب استفاده کنند، با بیان مفاسد مال پرستی و دنیادوستی، ارزش مال و ثروت را در نظر آنها قبیح نشمرده و به گونه‌ای آنها را به حضور در مسجد ترغیب کنند که در شأن و مرتبه اجتماعی آنها باشد. (قاسمی، بی‌تا، ص ۴۲):

- ج) علما: یکی از مهمترین فعالیت‌های گشت‌های تبلیغی، دیدار با علمای مناطق تبلیغ و ارائه گزارش تبلیغی و توجیه و معرفی فعالیت‌های تبلیغی به آنهاست. این دیدار که یکی از توصیه‌های مؤکد مؤسس جماعت تبلیغ به مبلغان در راستای ترغیب علمای به نام به تأیید حرکت تبلیغی بوده است باید با ظرافت خاصی اجرا شود. مبلغین باید قبل از رفتن به دیدار علمای منطقه از ایشان کسب اجازه و درخواست دیدار کنند تا از اوقات فراغت ایشان مطلع شوند و در زمان اشتغال درسی یا وقت استراحت ایشان مزاحم نشوند. آنها باید برای دیدار علما برخی از هدایا مانند مسواک، عطر، تسبیح را تهیه کنند و برای ایشان هدیه ببرند، در جلسه محضر علما سخن از تبلیغ و دعوت به میان نیاورند تا زمانی که از حالات روحی آن عالم متوجه شوند که ایشان



انبساط روحی نسبت به حضور آنها دارد. در این صورت است که می‌توانند به بیان احوالات دعوت و گزارشات تبلیغ در داخل منطقه و خارج از آن پردازند. (قاسمی، بی‌تا، ص ۴۴)

۶-۶. تبلیغ جماعی

این تبلیغ و دعوت بعد از اتمام گشت‌های عمومی انجام می‌شود. مکان این تبلیغ مسجد است و زمان آن بسته به زمان انجام گشت عمومی قابل تنظیم است؛ یعنی اگر گشت تبلیغی قبل از مغرب پایان پذیرد زمان تبلیغ جماعی بعد از نماز مغرب است و اگر گشت عمومی بعد از نماز مغرب و قبل از عشا پایان پذیرد جلسه تبلیغ جماعی بعد از نماز عشا خواهد بود. در این جلسه که با حضور تمام مبلغین گشت‌های تبلیغی و مردم دعوت شده در گشت‌های تبلیغی برگزار می‌شود سخنرانان با معرفی فعالیت‌های این حرکت تبلیغی به بیان معارف دین می‌پردازند، اما سخنانشان از محدوده اصول شش‌گانه جماعت تبلیغ عبور نمی‌کند. بعد از ایراد سخنرانی که مدت آن یک ساعت است سخنران، مردم را به شرکت در گشت‌های تبلیغی دعوت می‌کند و برای مشارکت در امر تبلیغ و خروج فی سبیل‌الله نام به عمل می‌آید و جلسه با دعای جماعی به پایان می‌رسد. (میانجی، بی‌تا، ص ۴۵)

۶-۷. تبلیغ فردی

در دعوت فردی در جماعت تبلیغ، دعوت چهره‌به‌چهره است. در این شیوه دعوت، مبلغ ابتدا باید برنامه تبلیغی خود را با بزرگان منطقه در میان بگذارد و پیرامون شیوه تبلیغ چهره‌به‌چهره افراد آن منطقه با آنها مشورت کند و گشت‌های اول را با یکی یا دو نفر بزرگان منطقه انجام دهد تا بتواند در این تبلیغ موفق باشد. (میانجی، بی‌تا، ص ۵۴)

۶-۸. اجتماعات بین‌المللی سالانه

یکی از برنامه‌های مهم جماعت، برگزاری اجتماعات بزرگ است. در این اجتماعات علاوه بر مرور علمی اصول، برای فعالیت‌های تبلیغی آینده برنامه‌ریزی می‌شود. شرکت در این اجتماعات اهمیت دارد و بیشتر، مقامات بلندپایه دولتی و شخصیت‌های مذهبی و سیاسی در مراسم آخرین

مناجات شرکت می‌کنند. تعداد شرکت‌کنندگان در بنگلادش دو اول فوریه ۲۰۰۰ م در مراسم آخرین مناجات به سه میلیون تن رسید. اولین تجمع بزرگ تبلیغی جماعت در ۱۳۲۰ ش ۱۹۴۱/ م با شرکت ۲۵۰۰۰ تن در میوات برگزار شد. (خان، ۱۹۹۹، ص ۱۷)

۷. نتیجه‌گیری

نوشتار حاضر، اصول اعتقادی و شیوه‌های اجرای تبلیغی-جماعت تبلیغ را بررسی کرد و این نتیجه حاصل شد که جماعت تبلیغ، اصول اعتقادی تبلیغی فردی و اجتماعی و روش‌های تبلیغی خاصی دارند. اصول تبلیغی فردی عبارت از کلمه طیبه، نماز، علم و ذکر، اکرام مسلمین و تفریق وقت است. در بخش روش‌های تبلیغی، جماعت تبلیغ برای کار تبلیغ استفاده از ابزارهای تبلیغی و رسانه‌ای در بین گروه‌های اسلامی بیشترین عضو را از سراسر دنیا دارد. مرکزیت این گروه هند، پاکستان و بنگلادش است. برای فعالیت‌های خود از سیاست‌های خاصی بهره می‌گیرد و اقسام تبلیغ را دارند. تبلیغ به صورت عمومی، فردی، خصوصی و اجتماعی انجام می‌دهند. همچنین به دست می‌آید که جماعت تبلیغ به ظاهر نه تنها عملیات نظامی را قبول ندارند، حتی برای جذب حداکثری، مبلغین خود را از طرح اصل نهی از منکر نیز بازمی‌دارند. آنها با استناد به سیره حضرت پیامبر ﷺ در مکه، تبلیغ را اصل اولیه و تشکیل حکومت را فرع و اصل ثانویه می‌دانند و با توجه به شرایط کنونی مسلمانان، ورود آنها را به مباحث سیاسی خطرناک می‌دانند که باعث انحراف بیشتر جامعه مسلمانان می‌شود. اگرچه جماعت تبلیغی به طور مستقیم و به ظاهر نقشی در امور سیاسی ندارد، اما به صورت غیرمستقیم از اعضای ورزیده خود برای رسیدن به مقامات سیاسی مهم حمایت می‌کند و به دلیل عدم توجه به امر جهاد و داشتن مبانی نزدیک به سلفی‌ها، جوانان عضو این گروه در برابر ظلم و ستم‌ها و بی‌عدالتی‌های حاکم بر جهان بی تفاوت نمانده و جذب گروه‌های سلفی جهادی می‌شوند. بنابراین، جماعت تبلیغ بهترین بستر برای گسترش جریان‌های سلفی جهادی است. این نکته هم قابل توجه است که از نظر موقعیت بسیار خاص جماعت تبلیغ به دلیل نفوذ و جمعیت، گروه‌های سلفی جهادی نیز از این



فرصت استفاده کرده و از این بستر آماده بیشتری استفاده را برای جذب این افراد به عمل آورده و برای اهداف خود بهره‌برداری می‌کنند.

فهرست منابع

۱. ابن منظور، محمد بن مکرم بن علی (۱۴۱۴). لسان العرب. بیروت: بی‌نا.
۲. انصاری، صدرالدین عامر (بی‌تا). شیخ محمد الیاس و دعوت‌ه‌ال‌دینیة. دهلی: اداره اشاعات دینیات.
۳. ایمن، محمدخالد مسعود (بی‌تا). ایدئولوژی و مشروعیت در مسافران در ایمان. لیدن: بریل.
۴. بچاری، جعفر (۱۳۸۳). تبلیغ. قم: نور النور.
۵. حربی، ممدوح (۲۰۱۰). موسوعها لفرق و المذاهب و الادیان المعاصره. مصر: الفاء، جیزه.
۶. جهان تیغ، حسین (۱۳۹۳). پدیدارشناسی سیاست در جریان جماعت تبلیغ. نشریه مطالعات راهبری بسیج، شماره ۶۳، ۱۳۷-۱۶۴.
۷. خندان، محسن (۱۳۷۴). تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی. قم: سازمان تبلیغات اسلامی.
۸. عاشق الهی میرزی، چه باتین (بی‌تا). تذکره الخلیل. سیالوک: قاسمیه.
۹. علی اکبر، دهخدا (۱۳۷۳). لغت‌نامه دهخدا. تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۱۰. علی کرمی، رضا (۱۳۷۸). روش‌های تبلیغ. قم: دار الثقلین.
۱۱. فراهیدی، خلیل بن احمد (۱۴۰۹). کتاب العین. محقق: سامرایی، ابراهیم. قم: مؤسسه دار الهجره.
۱۲. قادری، محمدایوب (۱۳۹۱). تبلیغی جماعت تاریخی جائزه. کراچی: انتشارات محادیه.
۱۳. قاسمی، اکرام‌الله جان (بی‌تا). زاد الداعی. لاهور: سعیدیہ.
۱۴. کاظمی، علی اصغر (۱۳۷۴). روش و بینش در سیاست. تهران: انتشارات مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
۱۵. نعمانی، محمدمنظور (۱۳۷۸). ملفوظات مولوی الیاس. مترجم: قادری، محمدیاسین. تربت جام: خواجه عبدالله انصاری.
۱۶. حسینی زبیدی، مرتضی (۱۴۱۴). تاج العروس من جواهر القاموس. بیروت: دار الفکر.
۱۷. معین، محمد (۱۳۶۴). فرهنگ فارسی معین. تهران: امیرکبیر.
۱۸. موکھی، عبدالرحیم (۱۳۷۱). تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری. قم: انتشارات اسلامی.
۱۹. اکبرنژاد، مهدی، و تابان، محمد (۱۳۹۳). واکاوی بارزترین پیامدهای تعصب و قومیت رای‌ی در دانشگاه‌ها. نشریه فرهنگ در دانشگاه اسلامی، شماره ۱۲، ۳۵۲-۳۷۳.
۲۰. میانجی، محمدعسی (بی‌تا). تبلیغی جماعت کی روانگی کی هدایت. دهلی: ربانی بک دیو.
۲۱. ملاموسی میبیدی، و علی، مهدی فرمانیان (۱۳۹۵). جماعه التبلیغ. قم: پخش ادیان.
۲۲. ندوی، ابوالحسن (۱۳۸۷). مولوی محمد الیاس و نهضت دعوت و تبلیغ. مترجم: قاسمی، محمدقاسم. کردستان: انتشارات شیخ‌الاسلام احمد جام.
۲۳. خان، وحیدالدین (۱۹۹۹). جنبش تابلو. دهلی نو: TR فریدا خانام.