

– Pilegrimene druknes i ideologi- produksjon

– Pilegrimsreiser ligner mer og mer på alminnelig turistvirksomhet, mener prest. – Vi vil la markedskreftene overta pilegrimsreisene, sier leder i Nasjonalt Pilegrimssenter.

Ingeborg Misje

ingeborg.misje@vl.no

Markus Slettholm

markus.slettholm@vl.no



KOMMERSIALISERING: – Jeg synes det er trist at grådighetskulturen også skal gjelde pilegrimsvandringer, sier Eivind Luthen. Her fra kulturminister Linda Hofstad Hellelands pilegrimsvandring i sommer.

– Pilegrimssenterne får en profil som er mer og mer lik reiselivsbransjens, sier prest og pilegrimsvandrer Kjell A. Nyhus.

I en [kronikk i Vårt Land](#) går han i rette kommersialiseringen av pilegrimsvirksomheten i Norge. Han viser blant annet til en av Oslosenterets vandringer som koster 2440,- per døgn. I stedet tar han til orde for «enkelhet og egenmestring».

– Pilegrimsvandring bør være noe helt annet enn pakketurisme. Pilegrimsbevegelsen bør ha Den norske turistforening, ikke reiselivsbransjen, som modell, sier han.

Videre harselerer han med den kostnadskreven ideologiproduksjon rundt «den moderne pilegrimen», og mener ressursene må brukes helt annerledes.

– På den kanskje mest spektakulære etappen mellom Oslo og Trondheim, mellom Kongsvold og Oppdal, finnes det bare én svært enkel sæterbu til overnatting, kun 10 plasser. Hvorfor ikke bruke ressurser for å få til et større og bedre losjtilbud her?

LES MER: [Livet beveger seg til fots](#)

Ingen motsetning. Hans Morten Løvrød er leder for Nasjonalt Pilegrimssenter. Han sier pilegrimssentrene har som langsiktig mål å la markedskreftene overta pilegrimsvandringene.

– Vi skal trekke oss ut fra arrangørsiden, og la markedskreftene overta slik at det skjer verdiskapning langs pilegrimsleden. Det er ikke noe galt å tjene penger på en pilegrimssatsning, sier Løvrød.

Han tar i stedet til orde for en «avmystifisering» av markedslogikken.

– Vi ønsker kommersialisering for å bidra til at pilegrimssatsningen skal bli bærekraftig og selvgående.

– *Kan kommersialiseringen bidra til å vanne ut pilegrimsvandringenes kristne innhold?*

– Nei. Man kan be Fader Vår selv om noen tar betalt for det, sier Løvrød.

LES MER: [Helleland: Det handler om å bryte opp](#)

Utvanning. Kjell A. Nyhus er helt uenig. ...

– Den kommersielle tankegangen utvanner hele ideen bak pilegrimsvandringen, som er enkelhet, stillhet og nøysomhet, sier han.

Han mener markedslogikken sakte endrer pilegrimsbegrepet – fra å vise til en vandring til å referere til en merkevare.

– Nå kalles en tre kilometers spasertur og en kopp kaffe og et foredrag for pilegrimsreise. Men pilegrimsreisen skal ikke handle om pilegrimens kulturhistoriske betydning; den skal handle om å gå, rett og slett, fortsetter han.

Nyhus får støtte av leder i Pilegrimsfellesskapet, Eivind Luthen.

– Jeg synes det er trist at grådighetskulturen også skal gjelde pilegrimsvandring, sier han.

Han mener antall pilegrimer på pilegrimsleden bør begrenses.

– Vi må beskytte sårbar natur, og ikke kun være opptatt av kvantitet og fortjeneste. Arbeidet med å utvikle pilegrimsleden bør overlates til Turistforeningen, ikke kommersielle eller statlige aktører, sier fortsetter han.

Åndelig ramme. – Nyhus sin kritikk er totalt misforstått, sier Roger Jensen.

Han er daglig leder ved Pilegrimssenter Oslo, og har de siste årene ledet flere organiserte pilegrimsturer, blant annet for Vårt Lands leserreiser. I motsetning til Nyhus vil Jensen gjerne slippe markedskreftene løs på pilgrimsleden.

– Min erfaring er at vandringer fra punkt a til punkt b uten åndelig innhold, ikke får kunder. Turistbyråene, som er gode på reiser, må inngå samarbeid med lokale prester og kirkelig ansatte, sier han.

Jensen tror pilegrimenes ønsker og erfaringer vil tvinge kommersielle aktører til å fremheve det åndelige innholdet. Tysk forskning på vandrere på Caminoen i Spania viser nemlig at de fleste vandrer med spirituelle motiv.

– Turistbyråer som ikke har en åndelig ramme rundt sine tilbud, treffer ikke markedet. Erfaring viser at disse blir skvist ut, sier Jensen.

[LES MER: Pilegrimene trenger senger](#)

Skiller ikke. – Vi skiller ikke mellom religiøse og ikke-religiøse pilegrimer, slik de for eksempel gjør i Spania ved Santiago de Compostela, sier Cathrine Roncale, som er daglig leder ved Nidaros Pilegrimsgård.

Hun ser ingen motsetning mellom kommersielle interesser og pilegrimsvandringens åndelige aspekter.

– Det er ingen konflikt fordi hver vandrer selv velger hva han eller hun legger i vandringen. Mange starter som turister, og på veien blir de pilegrimer, sier Roncale.

Hun innrømmer at et for omfattende program «kan være problematisk» fordi det «hindrer stillhet og kontemplasjon», men minner om at ingen av kulturarrangementene er obligatoriske.

Eivind Luthen ser annerledes på det.

– Pilegrimer skal ikke underholdes, de skal gå, på egne premisser. Nå prøver man å distrahere pilegrimene, og da stoppes kroppen, og vandringen, sier han.

[LES MER: Ikke tenk! Gå! skriver Kjell A. Nyhus](#)

Samspill. Pilegrimsprest i Nidaros, Einar Vegge, opplever heller ikke skillet mellom turister og religiøse pilegrimer som konstruktivt.

– Som kirkens representant er det for meg viktig at folk ikke settes i bås. Pilegrimsappellen er bred og vandringen innebærer en forvandling, uansett motiv.

Vegge sier at pilegrimssatsingen står på fire ben: Naturen, kulturhistorien, det åndelige aspektet og næringslivet.

– Når disse spiller sammen, forsterkes det religiøse aspektet.