

# Монголия на зимней Олимпиаде: ставка на имидж и долгую стратегию

Зимняя Олимпиада 2026 года в Милане стала для Монголии не столько ареной борьбы за медали, сколько площадкой для демонстрации своего присутствия в мировом зимнем спорте. Для страны с небогатыми традициями участия в зимних Играх само появление на такой сцене уже имеет огромное значение. Монголия только формирует школу зимних дисциплин. Поэтому сегодня главный результат измеряется не только секундами и местами в протоколах, но и тем, как страна выглядит на мировой спортивной карте.

В отличие от летних видов спорта, где Монголия имеет сформировавшуюся репутацию медального бойца, зимние дисциплины пока находятся на этапе становления. Спортсмены только набирают международный опыт. Внутри страны растет интерес к лыжным видам спорта, биатлону, конькобежному спорту и хоккею. Однако инфраструктура и школа подготовки еще далеки от уровня мировых лидеров. В такой ситуации каждая последующая Олимпиада становится очередным этапом на пути вперед и важным имиджевым проектом.

Именно поэтому Монголия уделила особое внимание презентации команды. На показе олимпийской формы в Милане монгольская делегация оказалась в центре внимания. Эксперты и западные СМИ включили ее в число самых стильных команд Игр. Рядом с Монголией в этих оценках оказались только крупнейшие спортивные державы, включая США и Канаду. Для страны с небольшой зимней сборной такой результат стал большим символическим успехом.



Форма была создана национальным брендом «Гойол Кашемир» совместно с профильными государственными структурами и Олимпийским комитетом. В дизайне использовали мотивы кочевой культуры, образ всадника и историческое наследие Монгольской империи. Такой подход оказался точным попаданием в мировую повестку. Международные модные издания обратили внимание на коллекцию еще до старта Игр. После же церемонии открытия интерес только усилился. Заказы на продукцию бренда начали поступать из разных стран.

Западные медиа пишут, что Монголия может не иметь олимпийских медалей в зимних дисциплинах, но она смогла выиграть борьбу за внимание на церемонии открытия. В условиях глобального спорта это не выглядит мелочью. Имидж страны сегодня напрямую влияет на инвестиции, туризм и культурное присутствие на мировой арене.

Спортивная часть выступления сборной пока развивается без сенсаций. Лыжник Б. Ачбадрах занял 55 место на дистанции десять километров среди 75 участников. Сам факт его участия уже стал историческим. Ведь он является первым монгольским лыжником, который выступил на трех Олимпиадах подряд. Горнолыжник А. Ариунбат вошел в историю как первый представитель Монголии в олимпийских соревнованиях по горным лыжам. Для национального спорта это важный сигнал о расширении перечня дисциплин.

В



Олимпиаде участвует 2871 спортсмен из 93 стран. Атлеты борются за 116 комплектов наград в шестнадцати дисциплинах. На этом фоне присутствие Монголии выглядит скромно. Но для страны, где зимние виды спорта долго оставались на периферии, даже небольшое расширение представительства уже считается прогрессом. Важно и то, что государство постепенно меняет подход к зимнему спорту. В стране появляются новые тренировочные площадки. Обсуждаются проекты лыжных баз. Власти начинают воспринимать зимний спорт как часть международного имиджа и мягкой силы государства. При этом ресурсы остаются ограниченными. Это заставляет делать ставку на точечные проекты и подготовку отдельных спортсменов.

Интерес мировой аудитории к Монголии играет на руку развитию зимнего спорта. Глобальное внимание к истории кочевой цивилизации, к культуре степи и к наследию Монгольской империи формирует уникальный образ страны. Монголы активно используют этот ресурс. Они стараются показывать свою историю через спорт, кино и культурные проекты.

Пока Монголия не ставит задачу массового завоевания олимпийских медалей в зимних дисциплинах. Но страна четко понимает другую цель. Нужно закрепиться в олимпийском движении, нарастить опыт и постепенно расширять присутствие. Если этот курс сохранится, через несколько олимпийских циклов Монголия сможет говорить уже не только о стиле и имидже, но и о спортивных результатах.

Фото: isee

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра в Монголии:

[bur.babr@gmail.com](mailto:bur.babr@gmail.com)

Автор текста: **Эрнест  
Баатырев.**

#### НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24\\_link\\_bot](#)

Эл.почта: [newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

#### ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: [bratska.net.net@gmail.com](mailto:bratska.net.net@gmail.com)

#### КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [bur.babr@gmail.com](mailto:bur.babr@gmail.com)

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [irkbabr24@gmail.com](mailto:irkbabr24@gmail.com)

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [krsyar.babr@gmail.com](mailto:krsyar.babr@gmail.com)

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [nsk.babr@gmail.com](mailto:nsk.babr@gmail.com)

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [tomsk.babr@gmail.com](mailto:tomsk.babr@gmail.com)

Прислать свою новость

#### ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot\\_bot](#)

эл.почта: [equatoria@gmail.com](mailto:equatoria@gmail.com)

#### СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: [babrmarket@gmail.com](mailto:babrmarket@gmail.com)

Подробнее о размещении

Отказ от ответственности

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)