Original scientific paper | Received: 30-03-2026 | Accepted: 07-05-2026

South Croatian Spatial Identities in Ergonyms – The Example of the Region Name Dalmatia

Branimir VUKOSAV[1], Denis RADOŠ[2], Mislav Stjepan ČAGALJ[3]

University of Zadar, Department of Geography, Dr. Franje Tuđmana 24i, 23000 Zadar, Croatia
[1] bvukosav@unizd.hr (ORCID: 0000-0002-9096-1467)
[2] drados@unizd.hr (ORCID: 0000-0002-5706-6663)
[3] University of Zadar, Department of preschool and primary education, Dr. Franje Tuđmana 24i, 23000 Zadar, Croatia
mcagalj@unizd.hr (ORCID: 0009-0005-6221-4623)

Abstract: The area of southern Croatia has traditionally and historically been referred to as Dalmatia, and certain forms of regional identification are associated with this name. Such identification is reflected in the everyday use of the term in various discourses, including speech, media, and tourism promotion. However, it is an identity that has no political or institutional autonomy outside the administrative-territorial organization of the Republic of Croatia and is manifested exclusively as a supplementary, narrower level of identification within the unified Croatian national corpus. Terms such as "Dalmatia" or adjectives such as "Dalmatian" can therefore be understood as cultural-geographical designations which, in historical and identification terms, primarily represent one of the lower levels of spatial identity within the framework of the Croatian historical and cultural space.

As a reflection of such subnational identification and its symbolic presence in the public space, the toponym, i.e. the region name Dalmatia, frequently appears in ergonyms – the names of private companies, trades, and associations. This paper is based on a search of relevant ergonym databases with the aim of identifying and quantifying entities whose names contain the aforementioned region name or its linguistic variations. By analysing the spatial distribution of these region names, including their geocoding and mapping at the level of local self-government units, conclusions are drawn regarding the scope and characteristics of regional identification in southern Croatia.

Keywords: southern Croatia, Dalmatia, regional identity, ergonyms, cartograms

1 Introduction

Spatial identity is a complex and multidimensional concept that includes unique characteristics, shared experiences, and a collective sense of belonging that individuals and communities develop in connection with the space in which they reside. As such, it represents one of the components of an individual's identity and expresses a sense of belonging to a particular geographical space, but it is generally realized within a broader and integrative framework of national identity. In this sense, lower-level spatial identities may be understood as supplementary and substantively limited forms of identification that do not call into question the primary role of national identity, although there are also numerous examples in which regional identification is equally pronounced or even more pronounced than national identification (e.g. Sardinia, Catalonia, etc.). As a rule, it is rooted in shared cultural characteristics, historical experiences, linguistic patterns, and a common understanding of the physical and social environment (Hettne 2003). In other words, people who live or have lived in a certain geographical space have a similar inherited and direct experience of it, and this is expressed through a sense of place attachment (Claval 1998), i.e. the development of spatial identity.

Izvorni znanstveni rad | Primljeno: 30-03-2026 | Prihvaćeno: 07-05-2026

Južnohrvatski prostorni identiteti u ergonimima – primjer regionima Dalmacija

Branimir VUKOSAV[1], Denis RADOŠ[2], Mislav Stjepan ČAGALJ[3]

Sveučilište u Zadru, Odjel za geografiju, Dr. Franje Tuđmana 24i, 23000 Zadar
[1] bvukosav@unizd.hr (ORCID 0000-0002-9096-1467)
[2] rados@unizd.hr (ORCID 0000-0002-5706-6663)
[3]Sveučilište u Zadru, Odjel za izobrazbu učitelja i odgojitelja, Dr. Franje Tuđmana 24i, 23000 Zadar
mcagalj@unizd.hr (ORCID 0009-0005-6221-4623)

Sažetak: Prostor južne Hrvatske tradicijski se i povijesno naziva Dalmacijom, pri čemu se uz to ime vežu određeni oblici regionalne identifikacije. Takva identifikacija očituje se u svakodnevnoj uporabi pojma u različitim diskursima, uključujući govor, medije i turističku promidžbu. Međutim, riječ je o identitetu koji nema političku ni institucionalnu autonomiju izvan upravno-teritorijalnog ustroja Republike Hrvatske te se manifestira isključivo kao dopunska, uža razina identifikacije unutar jedinstvenog hrvatskog nacionalnog korpusa. Pojmovi poput „Dalmatinac" ili pridjev „dalmatinski" stoga se mogu razumjeti kao kulturno-geografske odrednice koje u povijesnom i identifikacijskom smislu primarno predstavljaju jednu od nižih razina prostornog identiteta u okvirima hrvatskoga povijesnog i kulturnog prostora.
Kao odraz takve subnacionalne identifikacije i njezine simboličke prisutnosti u javnom prostoru, toponim odnosno regionim Dalmacija često se pojavljuje u ergonimima – imenima privatnih tvrtki, obrta i udruga. Ovaj rad temelji se na pretraživanju relevantnih baza ergonima s ciljem identifikacije i kvantifikacije subjekata koji u svojim imenima sadrže navedeni regionim ili njegove jezične varijacije. Analizom prostorne distribucije tih regionima, uključujući njihovo geokodiranje i kartiranje na razini jedinica lokalne samouprave, donose se zaključci o dosegu i obilježjima regionalne identifikacije u južnoj Hrvatskoj.

Ključne riječi: južna Hrvatska, Dalmacija, regionalni identitet, ergonimi, kartogrami

1. Uvod

Prostorni identitet kompleksan je i višedimenzionalan koncept koji uključuje jedinstvene značajke, dijeljena iskustva i kolektivni osjećaj pripadnosti koji pojedinci i zajednice razvijaju u povezanosti s prostorom u kojemu obitavaju. Kao takav, predstavlja jednu od sastavnica identiteta pojedinca te izražava osjećaj pripadnosti određenom geografskom prostoru, ali se u pravilu ostvaruje unutar šireg i integrativnog okvira nacionalnog identiteta. U tom smislu, prostorni identiteti nižih razina mogu se razumjeti kao dopunski i sadržajno ograničeni oblici identifikacije koji ne dovode u pitanje primarnu ulogu nacionalnog identiteta, iako postoje i mnogi primjeri gdje je regionalna identifikacija jednako izražena ili čak izraženija od nacionalne (npr. Sardinija, Katalonija, itd.). U pravilu je ukorijenjen u dijeljenim kulturnim značajkama, povijesnim iskustvima, jezičnim uzorcima i zajedničkom poimanju fizičkoga i društvenog okruženja (Hettne 2003). Drugim riječima, ljudi koji obitavaju ili su obitavali u nekom geografskom prostoru imaju slično naslijeđeno i izravno iskustvo o njemu, a ono je izraženo kroz osjećaj pripadnosti mjestu (Claval 1998), odnosno razvijanje prostornog identiteta.

Osnova nastanka i razvoja prostornog identiteta nesumnjivo je geografski prostor. Niz čimbenika vezanih

The foundation of the emergence and development of spatial identity is undoubtedly geographical space. A number of factors related primarily to the natural-geographical basis on the one hand, and the resulting anthropogeographical characteristics and historical-geographical processes on the other, influence the shared and subjective experience of space that becomes embedded in the spatial identity of individuals and groups. These factors may include, in this context, the specificities of natural features as well as a set of socio-geographical and cultural determinants (e.g. political and economic structures, shared material and immaterial cultural features such as elements of architecture, customs, and language, etc.), but also narratives of shared history that have shaped the development of space and the cultural homogeneity of the population. All of these components constitute the qualitative characteristics of spatial identity.

Spatial identity is generally layered and can vary in intensity. Layering refers to the existence of different levels of spatial identity within an individual or group, and in this sense it is possible to speak of identities that derive from different spatial scales. For example, a person may feel a connection with their own street, neighbourhood, settlement, or city, but also with a region, homeland, or state. In this context, three basic levels of spatial identity are most often mentioned – local, regional, and national identity (Mirošević and Vukosav 2010). In this context, national identity represents the highest and integrative level, while local and regional identities are most often regarded as lower-ranking forms of identification. As for the intensity of identification with space, according to Pohl (2001), it can vary from a weak or undefined sense of belonging to a strong identification and active engagement of an individual or group with a particular space.

The development of regional identity is often observed through the process of the institutionalization of regions. According to Paasi (1986), the formation of a region as a recognizable spatial unit takes place through several interrelated phases, including territorial definition, the development of symbolic elements of identity, the institutionalization of the region, and finally its embedding in the collective consciousness of the population. A region thus does not represent merely a territorial unit, but also a symbolic construct that develops through historical processes, social practices, and collective perceptions of space (Paasi 2003).

An important element in the articulation of spatial identities is undoubtedly language. According to Claval (1998: 143), "space cannot be known, shared and memorized except by language," which means that language is a key medium for shaping and structuring human spatial experience. In this context, geographical names, i.e. toponyms, play a special role, representing symbolic markers of space and an important element of its identification. Geographical names are not merely neutral descriptive elements of space, but also carriers of social and cultural meanings. Research in the field of critical toponymy has shown that the naming of space reflects various social processes, power relations, and identity narratives (Azaryahu 2011, Rose-Redwood et al. 2010, etc.). The use of geographical names in different social contexts can therefore provide valuable insight into how individuals and communities perceive and symbolically construct space. The names of regions, cities, or other geographical entities often appear in public discourse, media, tourism promotion, or in the names of various organizations, where they may reflect collective representations of a particular space and its identity, but also serve practical and communicative functions.

In this context, the names of various organizations and institutions that contain geographical names are particularly interesting. In onomastic research, such names are referred to as ergonyms, that is, the names of organizations, institutions, business entities, and other formal social entities (Vukosav and Fuerst-Bjeliš 2016). Ergonyms often reflect various social, cultural, or identity-related references, whereby geographical names may have an important symbolic function in denoting spatial belonging or identity, but do not necessarily indicate the primary level of identification. Previous research has shown that the names of interest groups and social organizations often serve as indicators of the existence and spatial scope of vernacular regions, as they reflect the identity and symbolic references that actors associate with a particular geographical area (Vukosav and Fuerst-Bjeliš 2016). In this sense, ergonyms may represent a valuable empirical source for the study of spatial identities.

The area of southern Croatia has for centuries been referred to in both historical and everyday discourse by the regionym "Dalmatia." Although it no longer exists as a formal administrative-territorial unit at the state level, the name Dalmatia remains strongly present in public communication, the media, tourism promotion, and everyday speech. The regional identification associated with this name is manifested through various social and cultural practices, including the use of the regionym in the names of organizations and business entities, while at the same time being shaped and interpreted within the unified Croatian national space. The aim of this paper is to analyse the spatial distribution of ergonyms containing the regionym "Dalmatia" and its linguistic derivatives, and to determine the extent to

ponajprije uz prirodno-geografsku osnovu s jedne te posljedične antropogeografske značajke i historijsko-geografske procese s druge strane utječe na dijeljeni i subjektivni doživljaj prostora koji se ugrađuje u prostorni identitet pojedinca i skupine. U te čimbenike u tom kontekstu mogu spadati specifičnosti prirodnih značajki te zbir društveno-geografskih i kulturnih odrednica (npr. političke i gospodarske strukture, zajedničke materijalne i nematerijalne kulturne značajke poput elemenata arhitekture te običaja i jezika i sl.), ali i narativi o dijeljenoj povijesti koja je odredila razvoj prostora i kulturnu homogenost stanovništva. Sve navedene sastavnice čine kvalitativne značajke prostornoga identiteta.

Prostorni je identitet u pravilu slojevit te može biti različitog intenziteta. Slojevitost se pritom odnosi na postojanje različitih razina prostornoga identiteta kod pojedinca ili skupine te se u tom smislu može govoriti o identitetima koji proizlaze iz različitih prostornih razina. Primjerice, osoba može osjećati povezanost s vlastitom ulicom, četvrti, naseljem ili gradom, ali i s regijom, zavičajem ili državom. U tom se kontekstu najčešće spominju tri osnovne razine prostornoga identiteta – lokalni, regionalni i nacionalni identitet (Mirošević i Vukosav 2010). Pritom nacionalni identitet predstavlja najvišu i integrativnu razinu, dok su lokalni i regionalni identiteti najčešće odrednice nižeg ranga. Što se tiče intenziteta identifikacije s prostorom, prema Pohlu (2001) on može varirati od slabog ili neodređenog osjećaja pripadnosti prostoru do snažne identifikacije i aktivnog zauzimanja pojedinca ili skupine za određeni prostor.

Razvoj regionalnog identiteta često se promatra kroz proces institucionalizacije regija. Prema Paasiju (1986) oblikovanje regije kao prepoznatljive prostorne cjeline odvija se kroz nekoliko međusobno povezanih faza koje uključuju teritorijalno definiranje prostora, razvoj simboličkih elemenata identiteta, institucionalizaciju regije te konačno njezino ukorjenjivanje u kolektivnoj svijesti stanovništva. Regija tako nije samo teritorijalna jedinica, nego i simbolički konstrukt koji se razvija kroz povijesne procese, društvene prakse i kolektivne percepcije prostora (Paasi 2003).

Važan element u artikulaciji prostornih identiteta nesumnjivo je jezik. Prema Clavalu (1998: 143) „prostor ne može biti spoznat, dijeljen i upamćen nikako drugačije osim putem jezika“, što znači da je jezik ključan medij za oblikovanje i strukturiranje čovjekovih prostornih iskustava. U tom kontekstu posebnu ulogu imaju geografska imena, odnosno toponimi, koji su simboličke oznake prostora i važan element njegove identifikacije. Geografska imena nisu samo neutralni deskriptivni elementi prostora, nego i nositelji društvenih i kulturnih značenja. Istraživanja u području kritičke toponimije pokazala su da imenovanje prostora odražava različite društvene procese, odnose moći i identitetske narative (Azaryahu 2011, Rose-Redwood i dr. 2010, itd.). Korištenje geografskih imena u različitim društvenim kontekstima može stoga pružiti vrijedan uvid u način na koji pojedinci i zajednice percipiraju i simbolički konstruiraju prostor. Imena regija, gradova ili drugih geografskih cjelina često se pojavljuju u javnom diskursu, medijima, turističkoj promidžbi ili kao imena različitih organizacija, pri čemu mogu reflektirati kolektivne predodžbe o određenom prostoru i njegovu identitetu, ali i služiti praktičnim i komunikacijskim funkcijama.

U tom kontekstu posebno su zanimljiva imena različitih organizacija i institucija koja u sebi sadrže geografska imena. U onomastičkim istraživanjima takva se imena označavaju pojmom „ergonim“, te se odnose na imena organizacija, institucija, gospodarskih subjekata i drugih formalnih društvenih entiteta (Vukosav i Fuerst-Bjeliš 2016). Ergonimi često reflektiraju različite društvene, kulturne ili identitetske reference, pri čemu geografska imena mogu imati važnu simboličku funkciju u označavanju prostorne pripadnosti ili identiteta, ali ne moraju nužno upućivati na primarnu razinu identifikacije. Ranija istraživanja pokazala su da imena interesnih skupina i društvenih organizacija često služe kao indikator postojanja i prostornog obuhvata vernakularnih regija, budući da reflektiraju identitetske i simboličke reference koje akteri u prostoru povezuju s određenim geografskim područjem (Vukosav i Fuerst-Bjeliš 2016). U tom smislu ergonimi mogu biti vrijedan empirijski izvor za istraživanje prostornih identiteta.

Prostor južne Hrvatske stoljećima se u povijesnom i svakodnevnom diskursu označava regionimom „Dalmacija“. Iako danas ne postoji kao formalna upravno-teritorijalna jedinica na razini države, ime Dalmacija i dalje je snažno prisutno u javnoj komunikaciji, medijima, turističkoj promidžbi i svakodnevnom govoru. Regionalna identifikacija povezana s tim imenom očituje se kroz različite društvene i kulturne prakse, uključujući i uporabu regionima u imenima organizacija i gospodarskih subjekata, ali se pritom oblikuje i interpretira unutar jedinstvenog hrvatskog nacionalnog prostora. Cilj ovoga rada je analizirati prostornu distribuciju ergonima koji sadrže regionim „Dalmacija“ i njegove jezične izvedenice te utvrditi u kojoj mjeri njihova rasprostranjenost odražava obrasce uporabe toga imena u društvenom i gospodarskom prostoru. Temeljno istraživačko pitanje rada glasi: u kojoj mjeri prostorna distribucija ergonima koji sadrže ime Dalmacije odražava percepciju i prostorni doseg regionalne identifikacije povezane s tim imenom u suvremenom društvenom prostoru Hrvatske. Pritom je poseban naglasak pridodan kartografskoj vizualizaciji distribucije ergonima i analizi njihovog

which their distribution reflects patterns of the use of this name in the social and economic space. The main research question of the paper is: to what extent does the spatial distribution of ergonyms containing the name Dalmatia reflect the perception and spatial reach of regional identification associated with this name in the contemporary social space of Croatia? Particular emphasis is placed on the cartographic visualization of the distribution of ergonyms and the analysis of their spatial arrangement at the level of local self-government units. It should be emphasized that the name of an organization does not necessarily reflect the identity affiliation of its founders or members, as it may also be motivated by other factors, such as marketing considerations or the symbolic meaning of the region. Nevertheless, their spatial distribution can provide valuable insight into the ways in which a particular regional name is used and reproduced in the social and economic sphere.

The paper is structured into several thematic sections. Following the introductory theoretical framework, there is an overview of previous research on spatial and regional identities and the role of geographical names in their formation. The methodological section explains the procedure for collecting and processing data on ergonyms containing the regionym Dalmatia. This is followed by a chapter presenting the historical development of the regionym Dalmatia as one of the key elements of regional identification in southern Croatia. The central part of the paper analyses the ergonym database and their spatial distribution with the aid of cartographic representations. In the final section, the results are interpreted within the context of theoretical approaches to spatial identities, with an emphasis on their relationship to national identity, followed by the conclusions of the study.

2 Previous research

One of the fundamental contributions to understanding the relationship between space and identity was made by Yi-Fu Tuan (1977) in the work Space and Place: The Perspective of Experience, in which he introduces the concept of place attachment. Tuan emphasizes that space, through experience, emotions, and symbolic meanings, is transformed into "place," that is, into a space to which people assign identity-related meaning. Similar ideas were also developed by authors within cultural geography such as Crang (1998), Mitchell (2000), Duncan (1990), and Norton (2006), who view regional identity as a cultural construct created through social practices, discourses, and symbolic representations of space.

In the context of regional geography, the work of Anssi Paasi (1986, 2003) is particularly important, as he describes the process of region formation through several phases of institutionalization: territorial, symbolic, institutional, and the phase of embedding the region in the collective consciousness of the population. According to this approach, regional identity develops gradually through the creation of symbolic and institutional structures that enable the recognition of a region as a distinct spatial unit.

An important perspective in the study of regional identities is also provided by the concept of vernacular or perceptual regions. Such regions are not necessarily defined by formal administrative boundaries but rather arise from social perceptions and the everyday use of space. Zelinsky (1980) points out that vernacular regions emerge through the collective perceptions of the population, while Barker (2005) emphasizes the importance of cultural and social practices in their formation. In this context, geographical names and their use in various social settings play a particularly important role. Research in the fields of toponymy and critical toponymy has shown that place names and region names are not merely neutral spatial labels, but also important symbolic elements that reflect social relations, cultural values, and identity processes (Azaryahu 2011, Rose-Redwood et al. 2010). The use of geographical names in various forms of public discourse – for example in the media, in the names of institutions, associations, or economic entities – can therefore serve as an indicator of the perception and symbolic meaning of a given space.

In recent times, research has also pointed to the connection between regional identity and economic activities, particularly in the context of tourism and regional branding. Cultural and symbolic characteristics of regions are often used for marketing purposes, whereby the name of a region becomes an important element of identity and recognisability of space (Ward 2005, Zimmerbauer 2011). In this sense, regional identity can also be reflected through the naming of economic entities that use the name of a region in order to emphasize belonging to a space or the symbolic capital associated with a particular geographical area.

In Croatia, geographical research on spatial and regional identities has likewise become increasingly widespread (Crljenko 2020). For example, Šakaja (2003) analyses geographical names in ergonyms and, on that basis, reconstructs the prominence of regional identities in Croatia. Crljenko (2008), in turn, examines the relationship between geographical names and regional identity in the context of urbanonyms in Istrian and Kvarner towns.

prostornog rasporeda na razini jedinica lokalne samouprave. Potrebno je pritom naglasiti da ime organizacije ne mora nužno odražavati identitetsku pripadnost osnivača ili članova organizacije, budući da može biti motiviran i drugim čimbenicima, primjerice marketinškim razlozima ili simboličkim značenjem regije. Unatoč tome, njihova prostorna distribucija može pružiti vrijedan uvid u način na koji se određeno regionalno ime koristi i reproducira u društvenom i gospodarskom prostoru.

Rad je strukturiran u nekoliko tematskih cjelina. Nakon uvodnog teorijskog okvira slijedi pregled dosadašnjih istraživanja prostornih i regionalnih identiteta te uloge geografskih imena u njihovom oblikovanju. U metodološkom dijelu rada objašnjen je postupak prikupljanja i obrade podataka o ergonimima koji sadrže regionim Dalmacija. Slijedi poglavlje u kojem se prikazuje povijesni razvoj regionima Dalmacija kao jednog od ključnih elemenata regionalne identifikacije južne Hrvatske. U središnjem dijelu rada analizirana je baza podataka ergonima te njihova prostorna distribucija uz pomoć kartografskih prikaza. U završnom dijelu rada rezultati su interpretirani u kontekstu teorijskih pristupa prostornim identitetima, uz naglasak na njihovom odnosu prema nacionalnom identitetu, nakon čega se iznose zaključci istraživanja.

2. Prethodna istraživanja

Jedan od temeljnih doprinosa razumijevanju odnosa između prostora i identiteta dao je Yi-Fu Tuan (1977) u djelu Space and Place: The Perspective of Experience, u kojem uvodi koncept privrženosti mjestu (place attachment). Tuan naglašava da se prostor kroz iskustvo, emocije i simbolička značenja transformira u „mjesto“, odnosno u prostor kojemu ljudi pridaju identitetsko značenje. Slične ideje razvijali su i autori unutar kulturne geografije poput Cranga (1998), Mitchella (2000), Duncana (1990) i Nortona (2006), koji regionalni identitet promatraju kao kulturni konstrukt nastao kroz društvene prakse, diskurse i simboličke reprezentacije prostora.

U kontekstu regionalne geografije posebno je važan rad Anssija Paasija (1986, 2003), koji proces oblikovanja regije opisuje kroz nekoliko faza institucionalizacije: teritorijalnu, simboličku, institucionalnu te fazu ukorjenjivanja regije u kolektivnoj svijesti stanovništva. Prema tom pristupu, regionalni identitet razvija se postupno kroz stvaranje simboličkih i institucionalnih struktura koje omogućuju prepoznavanje regije kao posebne prostorne cjeline.

Važnu perspektivu u istraživanju regionalnih identiteta pruža i koncept vernakularnih ili perceptivnih regija. Takve regije nisu nužno definirane formalnim administrativnim granicama, već proizlaze iz društvenih percepcija i svakodnevne upotrebe prostora. Zelinsky (1980) ističe da vernakularne regije nastaju kroz kolektivne percepcije stanovništva, dok Barker (2005) naglašava važnost kulturnih i društvenih praksi u njihovom oblikovanju. U tom kontekstu posebnu ulogu imaju geografska imena i njihova uporaba u različitim društvenim kontekstima. Istraživanja iz područja toponimije i kritičke toponimije pokazala su da imena mjesta i regija nisu samo neutralne oznake prostora, nego i važni simbolički elementi koji reflektiraju društvene odnose, kulturne vrijednosti i identitetske procese (Azaryahu 2011, Rose-Redwood i dr. 2010). Korištenje geografskih imena u različitim oblicima javnog diskursa – primjerice u medijima, nazivima institucija, udruga ili gospodarskih subjekata – može stoga predstavljati indikator percepcije i simboličkog značenja određenog prostora.

U novije vrijeme istraživanja također ukazuju na povezanost regionalnog identiteta i gospodarskih aktivnosti, osobito u kontekstu turizma i regionalnog brendiranja. Kulturne i simboličke karakteristike regija često se koriste u marketinške svrhe, pri čemu ime regije postaje važan element identiteta i prepoznatljivosti prostora (Ward 2005, Zimmerbauer 2011). U tom smislu regionalni identitet može biti reflektiran i kroz imena gospodarskih subjekata koji se koriste imenom regije kako bi naglasili pripadnost prostoru ili simbolički kapital povezan s određenim geografskim područjem.

Na području Hrvatske geografska istraživanja prostornih i regionalnih identiteta također su sve brojnija (Crljenko 2020). Primjerice, Šakaja (2003) analizira geografska imena u ergonimima na temelju čega rekonstruira izraženost regionalnih identiteta u Hrvatskoj. Crljenko (2008), pak, istražuje povezanost geografskih imena i regionalnog identiteta u kontekstu urbanonima istarskih i kvarnerskih gradova.

U hrvatskoj geografskoj literaturi pitanje regionima Dalmacija razmatrano je ponajprije kroz njegov povijesni razvoj i percepciju. Mirošević i Faričić (2011) analizirali su prikaz i tumačenje Dalmacije u odabranim stranim leksikografskim djelima te pokazali da je naziv tijekom vremena zadržao prepoznatljivost kao oznaka specifične prostorne cjeline, premda su se njegova prostorna određenja i sadržaj mijenjali ovisno o povijesnim, političkim i kartografskim kontekstima. U kasnijem radu isti autori istražili su uporabu geografskog imena Dalmacija na kartama ranoga novog vijeka te pokazali da su promjene u njegovoj uporabi i prostornom obuhvatu bile usko povezane s političko-geografskim promjenama na istočnoj obali Jadrana (Mirošević i Faričić, 2015).

Mirošević (2011) se detaljno bavi tvorbenim elementima prostornih identiteta u Dalmaciji, dok su Mirošević i

In Croatian geographical scholarship, the regional name Dalmatia has primarily been examined through the perspectives of its historical development and perception. Mirošević and Faričić (2011) analysed the representation and interpretation of Dalmatia in selected foreign lexicographic publications, demonstrating that the name has retained its recognisability as a designation for a distinct geographical region over time, although its spatial extent and conceptual meaning have varied depending on historical, political, and cartographic contexts. In a subsequent study, the same authors examined the use of the geographical name Dalmatia on early modern maps and showed that changes in its usage and spatial coverage were closely related to political and geographical transformations along the eastern Adriatic coast (Mirošević & Faričić, 2015).

Mirošević (2011) deals in detail with the formative elements of spatial identities in Dalmatia, while Mirošević and Vukosav (2010) analysed spatial identities using the example of the island of Pag and the southern sub-Velebit littoral. Particularly relevant is the approach that observes regional identity through the analysis of the names of organizations and interest groups. Vukosav and Fuerst-Bjeliš (2016) showed that the names of various social organizations can serve as an indicator of the existence and spatial scope of vernacular regions. Such an approach opens up the possibility of using ergonyms – the names of companies, trades, associations, and other organizations – as an empirical source for the analysis of regional identities. Besides explicitly geographical studies, within the broader context of research on the onomastics of Croatian regions and settlements, the works of Petar Šimunović (e.g. 1986, 2005, etc.) are particularly noteworthy.

3 Methodology

In order to identify ergonyms containing the region name "Dalmatia," a systematic search was conducted of three online official registers in the Republic of Croatia: The Register of Crafts, the Register of Associations of the Republic of Croatia, and the Court Register. These registers were selected as relevant data sources because they encompass a wide range of economic and social entities whose names may reflect various identity-related, symbolic, or marketing motivations. The identified ergonyms were classified into two categories: business entities and associations.

The search of the registers was conducted in December 2025. The root of the searched term ("dalm-") was entered into the search engine of each individual register, thereby identifying all entities whose names contain the region name "Dalmatia" or one of its linguistic derivatives (for example, "Dalmacija promet", "Dalmatinka", "Terra Dalmatica", etc.). Only those entities that had the status of active organizations at the time of the search were taken into account. After reviewing the obtained results, a small number of records were removed that contained the searched string but did not refer to the studied region name (for example, names related to personal names or other meanings).[1]

The collected data were then geocoded in such a way that each identified entity was linked to the local self-government unit (city or municipality) in which it is registered. In this way, a spatial database of ergonyms containing the studied region name was created. Based on this database, maps of the distribution of ergonyms were produced using the ArcGIS software package in the form of cartograms generalized at the level of local self-government units. Additionally, data on the number of relevant ergonyms at the county level were related to population data from the 2021 census by calculating a synthetic index, with the aim of comparing the intensity of the presence of the region name across individual southern Croatian counties.

The resulting maps and statistical indicators were used to interpret the spatial distribution of ergonyms and to draw conclusions about the spatial scope of the vernacular region. The underlying assumption is that a higher concentration of ergonyms containing the name of the region may indicate a stronger identification of local social and economic actors with that regional space.

4 Development of the spatial context of the name Dalmatia

The name Dalmatia has a long history that dates back to antiquity. The name derives from the Illyrian tribe of the Delmatae, who inhabited part of the eastern Adriatic coast and its hinterland, and in Roman times it was used to designate the province of Dalmatia. This province encompassed a significantly wider area than the present-day understanding of Dalmatia and included a large part of the eastern Adriatic coast, as well as extensive inland areas of present-day Croatia, Bosnia and Herzegovina, Montenegro, and parts of Serbia. Within the Roman administrative organization, the name Dalmatia acquired a clear territorial and political

[1] The acquired data used in this paper is available in a repository: https://doi.org/10.5281/zenodo.20053927.

Vukosav (2010) analizirali prostorne identitete na primjeru otoka Paga i južnoga podvelebitskog primorja. Posebno je relevantan pristup koji regionalni identitet promatra kroz analizu imena organizacija i interesnih skupina. Vukosav i Fuerst-Bjeliš (2016) pokazali su da imena različitih društvenih organizacija mogu služiti kao indikator postojanja i prostornog obuhvata vernakularnih regija. Takav pristup otvara mogućnost korištenja ergonima – imena tvrtki, obrta, udruga i drugih organizacija – kao empirijskog izvora za analizu regionalnih identiteta. Osim eksplicitno geografskih istraživanja, u kontekstu općeg istraživanja imenoslovlja hrvatskih regija i naselja posebno vrijedi istaknuti djela Petra Šimunovića (npr. 1986, 2005 i dr.).

3. Metodologija

U cilju identifikacije ergonima koji sadrže regionim „Dalmacija“, provedeno je sustavno pretraživanje triju službenih mrežnih registara u Republici Hrvatskoj: Obrtnog registra, Registra udruga Republike Hrvatske i Sudskog registra. Navedeni registri odabrani su kao relevantni izvori podataka jer obuhvaćaju širok spektar gospodarskih i društvenih subjekata čija imena mogu odražavati različite identitetske, simboličke ili marketinške motive. Pritom su pronađeni ergonimi klasificirani u dvije kategorije: poslovni subjekti i udruge.

Pretraga registara provedena je u prosincu 2025. godine. U tražilicu svakog pojedinog registra upisan je korijen traženog pojma („dalm-“), čime su identificirani svi subjekti čija imena sadrže regionim „Dalmacija“ ili neku njegovu jezičnu izvedenicu (npr. „Dalmacija promet“, „Dalmatinka“, „Terra Dalmatica“ i sl.). U obzir su uzeti isključivo subjekti koji su u trenutku pretraživanja imali status aktivnih organizacija. Nakon pregleda dobivenih rezultata uklonjen je manji broj zapisa koji su sadržavali traženi niz znakova, ali se nisu odnosili na istraživani regionim (primjerice oni povezani s osobnim imenima ili drugim značenjima). [1]

Prikupljeni podaci zatim su geokodirani tako da je svaki identificirani subjekt povezan s jedinicom lokalne samouprave (gradom ili općinom) u kojoj je registriran. Time je izrađena prostorna baza podataka ergonima koji sadrže istraživani regionim. Na temelju tako uobličene baze izrađeni su kartografski prikazi distribucije ergonima uz pomoć programskog paketa ArcGIS u obliku kartograma generaliziranih na razini jedinica lokalne samouprave. Također, podatci o broju relevantnih ergonima na razini županija dovedeni su u vezu s brojem stanovnika prema popisu iz 2021. izračunavanjem sintetskog indeksa, s ciljem usporedbe intenziteta prisutnosti regionima u pojedinoj južnohrvatskoj županiji.

Dobiveni kartografski prikazi i statistički pokazatelji korišteni su za interpretaciju prostorne distribucije ergonima te za donošenje zaključaka o prostornom obuhvatu vernakularne regije. Pretpostavka je pritom da veća koncentracija ergonima koji sadrže ime regije može upućivati na snažniju identifikaciju lokalnih društvenih i gospodarskih aktera s tim regionalnim prostorom.

4. Razvoj prostornog konteksta imena Dalmacija

Ime Dalmacija ima dugu povijest koja seže u antičko razdoblje. Potječe od ilirskog plemena Delmata koje je nastanjivalo dio istočne obale Jadrana i njezino zaleđe, a u rimsko se doba koristio za označavanje provincije Dalmatia. Ta je provincija obuhvaćala znatno šire područje od današnjega shvaćanja pojma Dalmacije te je uključivala velik dio istočne jadranske obale, kao i prostrana područja unutrašnjosti današnje Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Crne Gore i dijelova Srbije. U okviru rimske upravne organizacije ime „Dalmatia“ dobilo je jasnu teritorijalnu i političku dimenziju te je postao važan geografski pojam u administrativnom i povijesnom kontekstu.

U srednjem vijeku ime Dalmacija nastavilo se koristiti, premda se njegov prostorni obuhvat postupno mijenjao. U ranom srednjem vijeku ime se ponajprije odnosilo na obalne gradove istočnog Jadrana koji su baštinili urbanu tradiciju kasnoantičkog razdoblja. U političkom diskursu srednjovjekovne hrvatske države pojam Dalmacije često se javlja u vladarskim titulama, primjerice u naslovu „kralj Hrvatske i Dalmacije“, čime se naglašavala povezanost obalnog prostora s hrvatskim političkim prostorom. Tijekom kasnijih stoljeća, osobito u razdoblju mletačke dominacije nad obalnim gradovima, regionim Dalmacija sve se češće vezuje uz obalni pojas pod upravom Mletačke Republike, dok je velik dio zaobalja bio pod osmanskom vlašću. Takva političko-teritorijalna podjela dodatno je oblikovala percepciju Dalmacije kao primarno obalnog prostora (Vukosav 2012).

Nakon propasti Mletačke Republike 1797. godine prostor istočne jadranske obale dolazi pod vlast Habsburške Monarhije, a početkom 19. stoljeća organizirana je posebna upravna jedinica – Kraljevina Dalmacija. U okviru austrijskoga, a potom i austro-ugarskoga upravnog sustava regionim Dalmacija dobiva jasno definiranu upravnu dimenziju. Granice tog područja obuhvaćale su većinu obalnog prostora južne Hrvatske s pripadajućim otocima, a Zadar je bio njezino upravno središte. Upravo

[1] Prikupljeni podatci korišteni u radu dostupni su u repozitoriju: https://doi.org/10.5281/zenodo.20053927.

Table 1 Structure and total number of identified relevant ergonyms in southern Croatian counties, with population (2021) and values of the synthetic index of regional identity intensity.
Tablica 1. Struktura i ukupan broj pronađenih relevantnih ergonima u južnohrvatskim županijama, s broje stanovnika (2021) i vrijednostima sintetskog indeksa izraženosti regionalnog identiteta.

County / Županija	Business entities / Poslovni subjekti	Associoation / Udruge	Total number of ergonyms / Ukupan broj ergonima	Populiation (2021) / Broj stanovnika (2021)	I_r
Splitsko-dalmatinska	118	124	242	423 407	0.572
Zadarska	51	14	65	160 340	0.405
Šibensko-kninska	39	20	59	96 624	0.611
Dubrovačko-neretvanska	15	2	17	115 862	0.147
Total / Ukupno	**223**	**160**	**383**	**796 233**	**0.481**

dimension and became an important geographical term in the administrative and historical context.

In the Middle Ages, the name Dalmatia continued to be used, although its spatial scope gradually changed. In the early Middle Ages, the term primarily referred to the coastal cities of the eastern Adriatic that inherited the urban tradition of the Late Antique period. In the political discourse of the medieval Croatian state, the term Dalmatia frequently appeared in royal titles, for example in the title "King of Croatia and Dalmatia," thereby emphasizing the connection of the coastal area with the Croatian political space. During later centuries, particularly in the period of Venetian dominance over the coastal cities, the name Dalmatia became increasingly associated with the coastal belt under the administration of the Venetian Republic, while much of the hinterland was under Ottoman rule. Such a political-territorial division further shaped the perception of Dalmatia as primarily a coastal area (Vukosav 2012).

After the fall of the Venetian Republic in 1797, the eastern Adriatic coast came under the rule of the Habsburg Monarchy, and at the beginning of the 19th century a separate administrative unit was established – the Kingdom of Dalmatia. Within the Austrian and later Austro-Hungarian administrative system, the region name Dalmatia acquired a clearly defined administrative dimension. The boundaries of this unit encompassed most of the coastal area of southern Croatia with its associated islands, and Zadar was its administrative centre. It was precisely during this period that the awareness of Dalmatia as a distinct regional entity within the Croatian lands was further consolidated, which was reflected in the development of regional political and cultural institutions.

After the collapse of the Austro-Hungarian Monarchy in 1918 and the creation of new state frameworks, Dalmatia lost its formal administrative status. Within the Kingdom of Serbs, Croats, and Slovenes, and later the Kingdom of Yugoslavia, the territory of former Dalmatia was incorporated into new territorial units such as oblasts and later banovinas, whereby the name ceased to have administrative significance. A similar situation continued during the period of socialist Yugoslavia, when the territory of southern Croatia was divided among several administrative-territorial units, with the exception of the period from 1974 to 1990, when it was temporarily administratively unified within the framework of the Community of Municipalities of Split. Despite the lack of administrative-territorial continuity, the region name Dalmatia retained a strong presence in everyday speech, cultural practices, and public discourse, and continued to function as an important symbolic marker of space (Mirošević 2011).

In the contemporary context, since the independence of the Republic of Croatia in the early 1990s, the region name Dalmatia has been retained in the name of the Split-Dalmatia County, which territorially encompasses the central part of southern Croatia. Colloquially, however, it is most often used to denote the broader historical area of southern Croatia which, in addition to the aforementioned county, also includes the areas of Zadar, Šibenik-Knin, and Dubrovnik-Neretva counties. The region name is deeply rooted in the collective perception

se u tom razdoblju dodatno učvršćuje svijest o Dalmaciji kao posebnoj regionalnoj cjelini u okviru hrvatskih zemalja, što se očitovalo i u razvoju regionalnih političkih i kulturnih institucija.

S raspadom Austro-Ugarske Monarhije 1918. godine i stvaranjem novih državnih okvira, Dalmacija gubi formalni upravni status. U okviru Kraljevine SHS, a kasnije i Kraljevine Jugoslavije, prostor dotadašnje Dalmacije uključen je u nove upravno-teritorijalne jedinice (najprije oblasti, a nakon 1929. i banovine), čime regionim prestaje imati upravno značenje. Slična situacija nastavlja se i u razdoblju socijalističke Jugoslavije, kada je teritorij južne Hrvatske podijeljen između više upravno-teritorijalnih jedinica, uz iznimku razdoblja 1974.-1990. kada je privremeno upravno objedinjen u okvirima Zajednice općina Split. Unatoč manjku upravno-teritorijalnog kontinuiteta, regionim Dalmacija zadržao je snažnu prisutnost u svakodnevnom govoru, kulturnim praksama i javnom diskursu te je nastavio funkcionirati kao važna simbolička oznaka prostora (Mirošević 2011).

U suvremenom kontekstu, od samostalnosti Republike Hrvatske s početka 1990-ih, regionim Dalmacija zadržan je u imenu Splitsko-dalmatinske županije koja teritorijalno obuhvaća središnji dio južne Hrvatske. Kolovijalno, najčešće se, pak, koristi za označavanje širega povijesnog prostora južne Hrvatske koji, uz spomenutu, obuhvaća i područja Zadarske, Šibensko-kninske i Dubrovačko-neretvanske županije. Regionim je snažno ukorijenjen u kolektivnoj percepciji prostora te se često koristi u svakodnevnoj komunikaciji, medijima, turističkoj promidžbi i različitim oblicima javnog diskursa. U tom smislu Dalmacija se može promatrati kao vernakularna ili perceptivna regija, čiji identitet proizlazi iz spomenutih povijesnih procesa, kulturnih obilježja i kontinuirane uporabe samog geografskog imena (Vukosav i Kresić Vukosav 2022). Upravo takva simbolička i identitetska dimenzija regionima očituje se i u njegovoj prisutnosti u imenima različitih organizacija, udruga i gospodarskih subjekata, odnosno u ergonimima, što je polazište za empirijsku analizu provedenu u ovom radu.

5. Analiza baza podataka s ergonimima i kartografska vizualizacija

Pretraživanjem registara obrta, trgovačkih društava i udruga identificirano je ukupno 427 subjekata u Republici Hrvatskoj koji u imenu sadrže regionim „Dalmacija“ ili neku njegovu jezičnu izvedenicu. Od toga su 255 poslovni subjekti (173 obrta, 82 trgovačka društva), a 172 udruge. Većina identificiranih relevantnih poslovnih subjekata (223) i udruga (160) upravo je na području četiriju južnohrvatskih županija (tablica 1). U analitičkom dijelu rada obrti i trgovačka društva promatraju se zajedno kao poslovni subjekti, budući da su u oba slučaja gospodarski akteri čija imena često imaju i identitetsku i marketinšku funkciju. Prostorna distribucija pokazuje izrazitu koncentraciju takvih ergonima na području četiriju županija koje se tradicionalno povezuju s prostorom Dalmacije – Zadarske, Šibensko-kninske, Splitsko-dalmatinske i Dubrovačko-neretvanske. Na području tih županija zabilježeno je ukupno 383 subjekta, što čini veliku većinu svih identificiranih ergonima u Republici Hrvatskoj. Takva raspodjela jasno upućuje na snažnu prostornu povezanost upotrebe regionima „Dalmacija“ s područjem koje se u svakodnevnoj percepciji smatra njegovim prirodnim geografskim obuhvatom. Među dalmatinskim županijama posebno se ističe Splitsko-dalmatinska županija, u kojoj je koncentriran najveći broj identificiranih ergonima. To je djelomično posljedica činjenice da je riječ o demografski i gospodarski najvećoj županiji u regiji, ali i o prostoru u kojemu je regionalni identitet snažnije izražen u javnom i svakodnevnom diskursu. Znatno manji, ali i dalje značajan broj ergonima zabilježen je u Šibensko-kninskoj i Zadarskoj županiji, dok je najmanji broj evidentiran na području Dubrovačko-neretvanske županije.

Analiza prema vrsti subjekata pokazuje određene razlike u obrascima upotrebe regionima (tablica 1). Poslovni subjekti (obrti i trgovačka društva) često se koriste regionimom „Dalmacija“ kao dio vlastitog identiteta ili kao element marketinške prepoznatljivosti, osobito u sektorima povezanim s turizmom, ugostiteljstvom i lokalnim proizvodima. U takvim slučajevima ime regije funkcionira kao simbolički marker koji upućuje na podrijetlo, tradiciju ili specifične kulturne značajke prostora. S druge strane, udruge često koriste regionim kako bi naglasile prostorni opseg djelovanja ili identitetsku pripadnost određenoj zajednici. U imenima takvih organizacija ime Dalmacije može označavati regionalni karakter aktivnosti, primjerice u područjima kulture, sporta, očuvanja tradicije ili gospodarskog povezivanja.

Uz strukturu i ukupan broj relevantnih ergonima, tablica 1 prikazuje i broj stanovnika četiriju južnohrvatskih županija te sintetski indeks intenziteta regionalnog identiteta (I_r) izračunan na temelju odnosa broja ergonima i broja stanovnika prema popisu iz 2021. (Barker 2005). Tim indeksom željelo se utvrditi relativni intenzitet izraza regionalnog identiteta na temelju odnosa broja utvrđenih ergonima i broja stanovnika po županijama, po formuli $I_r = E / ST \times 1000$ (pri čemu je Ir intenzitet regionalnog identiteta, E ukupan broj utvrđenih relevantnih ergonima te ST broj stanovnika na području županije prema posljednjem popisu iz 2021.). Iz rezultata je razvidno da, u odnosu na indeks koji u obzir uzima zbirne podatke za sve četiri županije (0,481), povišene vrijednosti bilježi prostor Šibensko-kninske (0,611) i

of space and is frequently used in everyday communication, media, tourism promotion, and various forms of public discourse. In this sense, Dalmatia can be viewed as a vernacular or perceptual region, whose identity arises from the aforementioned historical processes, cultural characteristics, and the continuous use of the geographical name itself (Vukosav and Kresić Vukosav 2022). It is precisely this symbolic and identity-related dimension of the region name that is reflected in its presence in the names of various organizations, associations, and economic entities, i.e. in ergonyms, which constitutes the starting point for the empirical analysis conducted in this paper.

5 Analysis of ergonym databases and cartographic visualization

Through the search of the registers of crafts, companies, and associations, a total of 427 entities were identified in the Republic of Croatia whose names contain the region name "Dalmatia" or one of its linguistic derivatives. Of these, 255 are business entities (173 crafts and 82 companies), while 172 are associations. The majority of the identified relevant business entities (223) and associations (160) are located within the territories of the four southern Croatian counties (Table 1). In the analytical part of the paper, crafts and companies are observed together as business entities, since in both cases they represent economic actors whose names often have both an identity-related and a marketing function. The spatial distribution shows a pronounced concentration of such ergonyms in the territory of the four counties that are traditionally associated with the area of Dalmatia – Zadar, Šibenik-Knin, Split-Dalmatia, and Dubrovnik-Neretva counties. A total of 383 entities were recorded within these counties, which constitutes the vast majority of all identified ergonyms in the Republic of Croatia. Such a distribution clearly indicates a strong spatial connection between the use of the region name "Dalmatia" and the area that is perceived in everyday understanding as its natural geographical scope. Among the Dalmatian counties, Split-Dalmatia County stands out with the largest number of identified relevant ergonyms. This is partly a consequence of the fact that it is the demographically and economically largest county in the region, but also an area in which regional identity is strongly expressed in public and everyday discourse. A significantly smaller, yet still notable number of ergonyms was recorded in Šibenik-Knin and Zadar counties, while the smallest number was identified in Dubrovnik-Neretva County.

The analysis by type of entity shows certain differences in the patterns of use of the region name (Table 1). Business entities (crafts and companies) often use the name Dalmatia as part of their own identity or as an element of marketing recognisability, particularly in sectors related to tourism, hospitality, and local products. In such cases, the name of the region functions as a symbolic marker that indicates origin, tradition, or specific cultural characteristics of the space. On the other hand, associations often use the region name in their titles in order to emphasize the spatial scope of their activity or their identity-related affiliation with a particular community. In the names of such organizations, the name Dalmatia may indicate the regional character of activities, for example in the fields of culture, sports, preservation of tradition, or economic networking.

In addition to the structure and total number of relevant ergonyms, Table 1 also shows the population of the four southern Croatian counties and the synthetic index of the intensity of regional identity (I_r), calculated on the basis of the ratio between the number of ergonyms and the number of inhabitants according to the 2021 census (Barker 2005). This index was used to determine the relative intensity of the expression of regional identity based on the relationship between the number of identified ergonyms and the number of inhabitants per county, according to the formula $I_r = E / ST \times 1000$ (where Ir = intensity of regional identity, E = total number of identified relevant ergonyms, and ST = number of inhabitants in the county according to the latest census from 2021). The results show that, in relation to the index calculated for all four counties combined (0.481), higher values are recorded in Šibenik-Knin (0.611) and Split-Dalmatia County (0.572), while lower values are recorded in Zadar (0.405) and Dubrovnik-Neretva County (0.147). These results indicate a stronger intensity of the presence of "Dalmatian" identity in the public discourse of the two counties in the central part of southern Croatia, whose population gravitates to some extent toward the Split area. Alongside the relatively lower Ir for Zadar County, the significantly lower index for Dubrovnik-Neretva County reflects the specific historical development of the Dubrovnik area and, in all likelihood, a historically more pronounced local identity in comparison to a broader regional one. For illustration, it should be noted that the total number of identified relevant ergonyms expressing the Dalmatian region name (17) in this southernmost Croatian county was lower than the same number recorded in the City of Zagreb (24).

Table 2 presents the ten local self-government units (LSGUs) with the highest number of identified ergonyms containing a reference to the regionym Dalmatia, both by category and in total. The table clearly

KiG No. 45, Vol. 25, 2026, https://doi.org/10.32909/kg.25.45.1

Tablica 2. Deset vodećih jedinica lokalne samouprave (JLS) po broju pronađenih relevantnih ergonima (po kategorijama i ukupno).
Table 2 Top ten local self-government units by the number of identified relevant ergonyms (by category and total).

Poslovni subjekti / Business entities		Udruge / Associations		Ukupno / Total	
1. Split	43	1. Split	71	1. Split	114
2. Zadar	21	2. Sinj	11	2. Zadar	29
3. Šibenik	19	3. Šibenik	10	3. Šibenik	29
4. Zagreb	17	4. Zadar	8	4. Zagreb	24
5. Kaštel Sućurac	10	5. Zagreb	7	5. Sinj	19
6. Omiš	9	6. Solin	7	6. Kaštel Sućurac	14
7. Pakoštane	8	7. Dugi rat	7	7. Omiš	14
8. Sinj	8	8. Omiš	5	8. Solin	13
9. Solin	6	9. Kaštel Sućurac	4	9. Dugi rat	9
10. Makarska	6	10. Biograd n/m	3	10. Pakoštane	8

Splitsko-dalmatinske županije (0,572), a niže Zadarska (0,405) i Dubrovačko-neretvanska (0,147) županija. Takvi rezultati upućuju na snažniji intenzitet prisutnosti „dalmatinskoga“ identiteta u javnom diskursu dviju županija središnjeg dijela južne Hrvatske čije stanovništvo u određenoj mjeri više gravitira upravo splitskom području. Uz razmjerno niži Ir za prostor Zadarske županije, značajno niži indeks za Dubrovačko-neretvansku svjedoči o specifičnoj povijesti dubrovačkog prostora te, po svoj, prilici, povijesno izraženijem lokalnom identitetu u odnosu na širi regionalni. Za ilustraciju, valja istaknuti da je za prostor navedene najjužnije hrvatske županije ukupan pronađeni broj relevantnih ergonima koji izražavaju dalmatinski regionim (17) bio niži negoli isti za područje Grada Zagreba (24).

U tablici 2 prikazano je deset jedinica lokalne samouprave (JLS) s najvećim brojem utvrđenih ergonima koji sadrže referencu na regionim Dalmacija po kategorijama i ukupno. Tablica jasno upućuje na izrazitu prostornu koncentraciju ergonima koji sadrže regionim „Dalmacija“ u nekoliko ključnih urbanih i regionalnih središta. U ukupnom poretku dominira Grad Split s čak 114 zabilježenih subjekata, što ga nedvojbeno pozicionira kao glavno simboličko središte izražavanja dalmatinskoga prostornog identiteta. S obzirom na to da imena udruga u znatno većoj mjeri odražavaju osjećaj identifikacije s prostorom, osobito je značajna činjenica da se glavnina ergonima s dalmatinskim regionimom na području Grada Splita odnosi upravo na njih (71 udruga i 43 poslovna subjekta). Situacija je obrnuta u slučaju Zadra (8 udruga i 21 poslovni subjekt) te Šibenika (10 udruga i 19 poslovnih subjekata). Takva struktura u dvama drugim većim gradovima upućuje na slabiju identifikaciju stanovništva s regionimom te veću tendenciju da se on koristi u promotivno-komercijalne svrhe. Indikativno je i da se među deset jedinica lokalne samouprave s najvećim ukupnim brojem pronađenih relevantnih ergonima njih čak 6 nalazi upravo na području Splitsko-dalmatinske županije, 2 na području Zadarske te samo jedna u Šibensko-kninskoj županiji. Također, valja primijetiti da se gradovi i općine Dubrovačko-neretvanske županije uopće ne pojavljuju među prvih deset, što potvrđuje prethodno donesen zaključak o slabosti identifikacije s regionimom u toj županiji na temelju računanja sintetskog indeksa (I_r).

Prostorna, pak, vizualizacija relevantnih ergonima na razini jedinica lokalne samouprave pokazuje da se oni pojavljuju u razmjerno velikom broju gradova i općina uzduž istočne obale Jadrana i pripadajućeg zaobalja (slika 1). Najveće koncentracije bilježe se u većim urbanim središtima i turističkim područjima, što je djelomično povezano s većom gustoćom gospodarskih subjekata i organizacija te posljedično većom vidljivošću pokazatelja regionalnog identiteta u javnom diskursu. Zanimljivo je da se manji broj ergonima koji sadrže ime Dalmacije pojavljuje i izvan prostora same regije, primjerice u Zagrebu i pojedinim drugim dijelovima Hrvatske. Takvi slučajevi mogu odražavati različite motive, poput migracijskih veza stanovništva, simboličke identifikacije s regijom ili upotrebe imena Dalmacije kao prepoznatljivog kulturnog i turističkog brenda. U ovoj su analizi takvi ergonimi izuzeti iz kartografske vizualizacije koja je fokusirana isključivo na prostor južne Hrvatske. Ukupni rezultati, dakle, upućuju na to da je uporaba regionima „Dalmacija“ u ergonimima snažnije koncentrirana

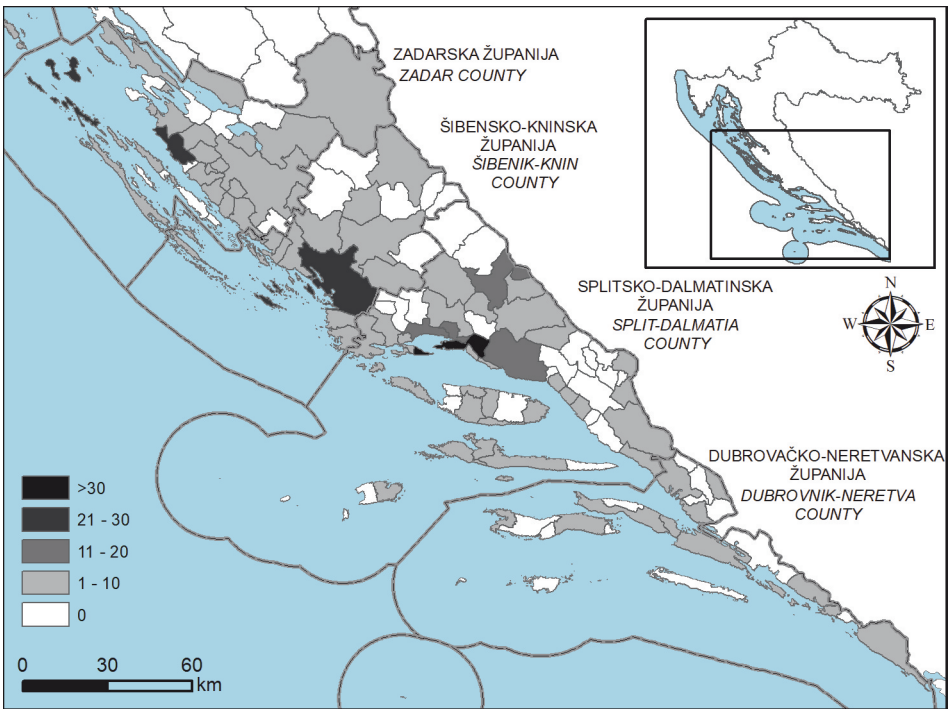
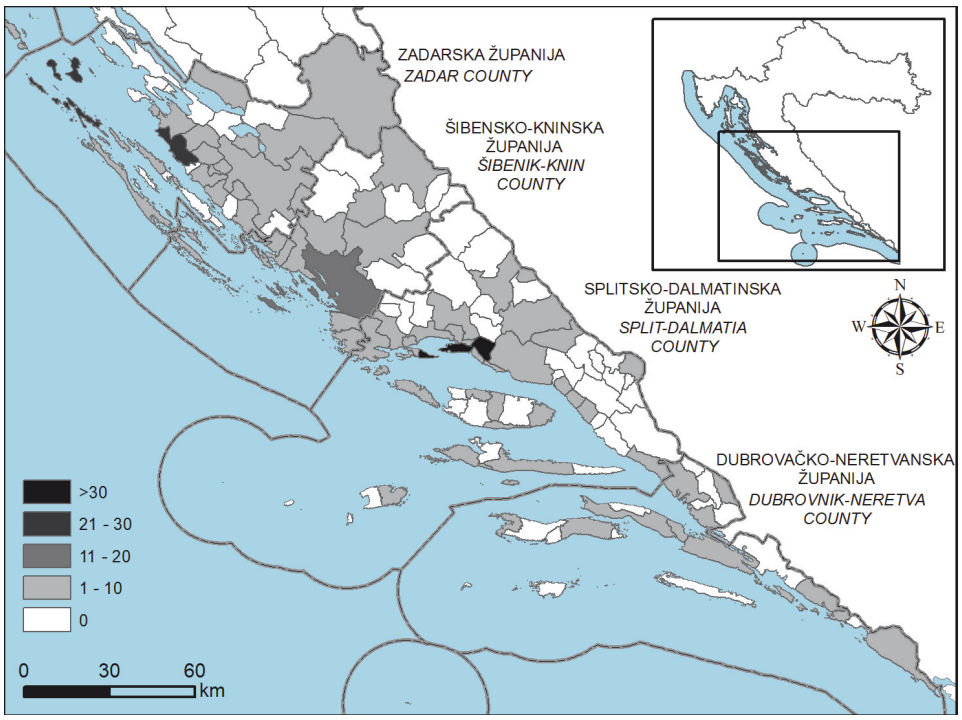


Fig. 1 Spatial distribution of the total number of identified relevant ergonyms in southern Croatian counties.
Slika 1. Prostorna distribucija ukupnog broja pronađenih relevantnih ergonima u južnohrvatskim županijama.

indicates a pronounced spatial concentration of ergonyms containing the name "Dalmatia" in several key urban and regional centres. In the overall ranking, the City of Split dominates with as many as 114 recorded entities, which undoubtedly positions it as the principal symbolic and functional centre of the expression of Dalmatian identity. Given that the names of associations reflect a sense of spatial identification to a much greater extent than business names, it is particularly significant that the majority of ergonyms containing the Dalmatian regionym within the City of Split relate precisely to associations (71 associations in comparison to 43 business entities). The situation is reversed in the case of Zadar (8 associations and 21 business entities) and Šibenik (10 associations and 19 business entities). Such a structure in these two other major cities points to a weaker identification of the population with the regionym and a stronger tendency for its use in promotional and commercial contexts. It is also indicative that, among the ten local self-government units with the highest total number of identified relevant ergonyms, as many as six are located within Split-Dalmatia County, two within Zadar County, and only one within Šibenik-Knin County. Furthermore, it should be noted that cities and municipalities from Dubrovnik-Neretva County do not appear at all among the top ten, which confirms the previously drawn conclusion about the weaker identification with the regionym in that county, based on the calculation of the synthetic index (I_r).

The spatial visualisation of relevant ergonyms at the level of local self-government units shows that they occur in a relatively large number of cities and municipalities along the eastern Adriatic coast and its hinterland (Figure 1). The highest concentrations are recorded in larger urban centres and tourist areas, which is partly related to the higher density of economic entities and organizations and, consequently, the greater visibility of indicators of regional identity in public discourse. It is interesting to note that a smaller number of ergonyms containing the name Dalmatia also appears outside the region itself, for example in Zagreb and certain other parts of Croatia. Such cases may reflect various motives, such as migration ties of the population, symbolic identification with the region, or the use of the name Dalmatia as a recognizable cultural and tourism brand. In this analysis, such ergonyms were excluded from the cartographic visualization, which is focused exclusively on the area of southern Croatia. The overall results therefore



Slika 2. Prostorna distribucija relevantnih ergonima u poslovnim subjektima (tvrtkama i obrtima) u južnohrvatskim županijama (ukupan broj).

Fig. 2 Spatial distribution of relevant ergonyms in business entities (companies and crafts) in southern Croatian counties (total number).

unutar prostora četiriju južnohrvatskih županija koje se teritorijalno preklapaju s povijesnim pojmom Dalmacije, ali istodobno pokazuje i određenu prisutnost izvan granica tog područja.

Kartogram poslovnih subjekata (slika 2) pokazuje, da je najveća koncentracija takvih ergonima u području Splita i njegove neposredne okolice, gdje pojedine jedinice lokalne samouprave prelaze vrijednost od 30 registriranih subjekata. Takva distribucija uvelike odražava demografsku i gospodarsku strukturu prostora, budući da je riječ o najvećem urbanom i ekonomskom središtu regije. Ujedno je riječ o prostoru u kojem je regionalni identitet Dalmacije precipirano izraženije prisutan u javnom diskursu, ali i u turističkoj i gospodarskoj promidžbi, što može potaknuti češću uporabu regionima u imenima gospodarskih subjekata. Također je to i jezgra naseljenosti i gospodarske aktivnosti jedine županije koja u svojemu imenu sadrži istraživani regionim („Splitsko-dalmatinska“). Izvan splitskog područja povišene vrijednosti zabilježene su i u pojedinim većim urbanim središtima poput Zadra i Šibenika, kao i u njihovim širim gravitacijskim zonama. U tim se područjima pojavljuju jedinice lokalne samouprave s 11 do 20, odnosno 21 do 30 ergonima koji sadrže ime regije, pa se i u tom smislu može govoriti ne samo o manjoj prisutnosti regionima u ergonimima uslijed manjeg broja stanovnika u odnosu na Split, već i o općenito manjoj pojavnosti u odnosu na naseljenost i gospodarsku aktivnost.

Kartogram udruga pokazuje donekle drugačiji prostorni obrazac (slika 3). Iako se i ovdje ističe splitsko područje kao prostor najveće koncentracije zbog većeg broja stanovnika, značajniji broj ergonima pojavljuje se i u pojedinim općinama i gradovima zaobalja. Takav obrazac može se povezati s činjenicom da udruge često imaju snažnu lokalnu i regionalnu identitetsku komponentu te u imenima naglašavaju pripadnost širem regionalnom prostoru, osobito u kontekstu kulturnih, sportskih ili društvenih aktivnosti.

Kada se promatra ukupna distribucija svih analiziranih ergonima, prostorni obrazac jasno ukazuje na jezgru koncentracije u središnjem dijelu južne Hrvatske („srednja Dalmacija“), s osobito izraženim vrijednostima u području grada Splita i okolnih jedinica lokalne samouprave. Sekundarne zone koncentracije javljaju se u području Zadra, Šibenika te dijelom u dubrovačkom području, dok su niže vrijednosti karakteristične za veći dio dalmatinskog zaobalja i otočnih jedinica lokalne samouprave. Istodobno, prisutnost ergonima u mnogim jedinicama lokalne samouprave uzduž čitavog prostora obale, otoka i zaleđa pokazuje da je identitet povezan s

indicate that the use of the region name "Dalmatia" in ergonyms is more strongly concentrated within the area of the four southern Croatian counties that territorially overlap with the historical concept of Dalmatia, but at the same time also shows a certain presence outside the boundaries of that area.

The cartogram of business entities (Figure 2) shows that the highest concentration of such ergonyms is found in the area of Split and its immediate surroundings, where certain local self-government units exceed a value of 30 registered entities. This distribution largely reflects the demographic and economic structure of the area, as it represents the largest urban and economic centre of the region. At the same time, this is also a space in which the regional identity of Dalmatia is particularly strongly expressed in public discourse, as well as in tourism and economic promotion, which may encourage more frequent use of the region name in the titles of economic entities. It is also the core of settlement and economic activity of the only county that contains the studied region name in its official title ("Split-Dalmatia"). Outside the Split area, elevated values were also recorded in certain larger urban centres such as Zadar and Šibenik, as well as in their wider gravitational zones. In these areas, local self-government units appear with 11 to 20, or 21 to 30 ergonyms containing the name of the region, which indicates not only a lower presence of the region name in ergonyms due to a smaller population compared to Split, but also generally a lower occurrence in relation to the level of population and economic activity.

The cartogram of associations shows a somewhat different spatial pattern (Figure 3). Although the Split area again stands out as the one with the highest concentration due to its larger population, a significant number of ergonyms also appears in certain municipalities and towns in the hinterland. Such a pattern can be linked to the fact that associations often have a strong local and regional identity component and emphasize belonging to a broader regional space in their names, particularly in the context of cultural, sports, or social activities.

When observing the overall distribution of all analysed ergonyms, the spatial pattern clearly indicates a core of concentration in the central part of southern Croatia ("central Dalmatia"), with particularly pronounced values in the area of Split and the surrounding local municipalities. Secondary zones of concentration occur in the areas of Zadar, Šibenik, and partly Dubrovnik, while lower values are characteristic of most of the Dalmatian hinterland and insular municipalities. At the same time, the presence of ergonyms in a number of municipalities along the coastal, insular and hinterland area shows that the identity associated with the concept of Dalmatia is spatially widespread in the area of perception of the traditional region.

6 Conclusion

This paper analysed the spatial distribution of ergonyms containing the region name "Dalmatia" and its linguistic derivatives with the aim of assessing the extent to which their distribution reflects the spatial scope and intensity of the spatial identity associated with it. Starting from theoretical approaches to spatial identities, as well as the role of geographical names in the symbolic articulation of space, ergonyms were considered as one of the possible empirical indicators of the way in which spatial identities are reproduced in social discourse.

The analysis of data collected from official registers showed that the use of the region name "Dalmatia" in the names of organizations is more strongly spatially concentrated within the area of the four southern Croatian counties that territorially overlap with the historical area of Dalmatia – Zadar, Šibenik-Knin, Split-Dalmatia, and Dubrovnik-Neretva. The vast majority of identified ergonyms were found precisely in this area, which indicates a strong connection between the use of the region name and the area that is perceived in everyday understanding as part of the traditional region of the same name. According to the calculated synthetic index (Ir), the intensity of regional identification is higher in Šibenik-Knin and Split-Dalmatia counties, and lower in Zadar and Dubrovnik-Neretva counties. At the same time, a smaller number of relevant ergonyms also appears outside the four counties, which may reflect population migration flows, symbolic identification with the region, or the use of the region name as a recognizable cultural and tourism brand.

The cartographic analysis further confirmed a pronounced concentration of ergonyms in the main urban and economic centres of the four counties, particularly in the area of Split and its surroundings, while secondary zones of concentration occur in the wider areas of Zadar, Šibenik, and Dubrovnik. Such a pattern of distribution is primarily a consequence of the higher density of economic and social entities in urban environments, but also of the greater visibility of spatial identity in public discourse. At the same time, the presence of ergonyms in a significant number of local self-government units along the entire coastal and hinterland area shows that the spatial identity associated with the historical concept of Dalmatia is spatially widespread and undoubtedly present within the hierarchy of spatial and cultural identities of southern Croatian space.

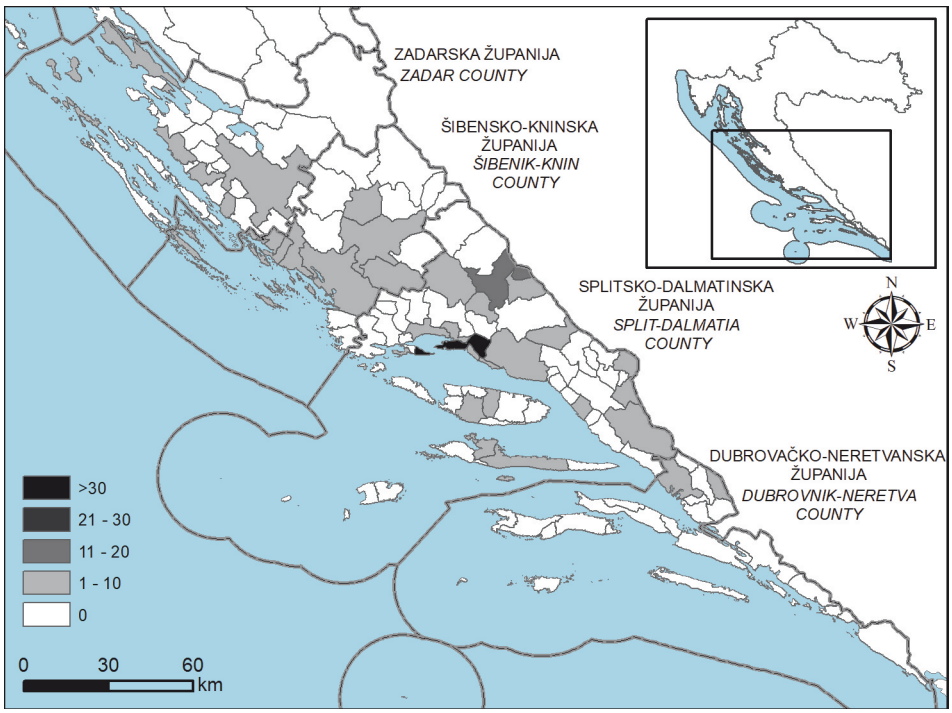


Fig. 3 Spatial distribution of relevant ergonyms in associations in southern Croatian counties (total number).
Slika 3. Prostorna distribucija relevantnih ergonima u udrugama južnohrvatskih županija (ukupan broj).

pojmom Dalmacije razmjerno široko rasprostranjen u području percepcije tradicijske regije.

6. Zaključak

U radu je analizirana prostorna distribucija ergonima koji u imenu sadrže regionim „Dalmacija“ i njegove jezične izvedenice s ciljem procjene u kojoj mjeri njihova rasprostranjenost odražava prostorni obuhvat i intenzitet prostornog identiteta koji se s njim povezuje. Polazeći od teorijskih pristupa prostornim identitetima, kao i od uloge geografskih imena u simboličkoj artikulaciji prostora, ergonimi su promatrani kao jedan od mogućih empirijskih pokazatelja načina na koji se prostorni identiteti reproduciraju u društvenom diskursu.

Analiza podataka prikupljenih iz službenih registara pokazala je da je uporaba regionima „Dalmacija“ u imenima organizacija izraženije prostorno koncentrirana na području četiriju južnohrvatskih županija koje se teritorijalno preklapaju s povijesnim prostorom Dalmacije – Zadarske, Šibensko-kninske, Splitsko-dalmatinske i Dubrovačko-neretvanske. Velika većina identificiranih ergonima utvrđena je upravo na tom prostoru, što upućuje na snažnu povezanost uporabe regionima s područjem koje se u svakodnevnoj percepciji doživljava kao dio istoimene tradicijske regije. Prema izračunanom sintetskom indeksu (Ir), intenzitet regionalne identifikacije viši je u Šibensko-kninskoj i Splitsko-dalmatinskoj, a niži u Zadarskoj i Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Istodobno, manji broj relevantnih ergonima pojavljuje se i izvan četiriju županija, što može odražavati migracijske tijekove stanovništva, simboličku identifikaciju s regijom ili upotrebu regionima kao prepoznatljivoga kulturnog i turističkog brenda.

Kartografska analiza dodatno je potvrdila izraženu koncentraciju ergonima u glavnim urbanim i gospodarskim središtima četiriju županija, osobito u području Splita i njegove okolice, dok se sekundarne zone koncentracije javljaju u širim područjima Zadra, Šibenika i Dubrovnika. Takav obrazac distribucije posljedica je u prvom redu veće gustoće gospodarskih i društvenih subjekata u urbanim sredinama, ali i veće vidljivosti prostornog identiteta u javnom diskursu. Istodobno, prisutnost ergonima u značajnom broju jedinica lokalne samouprave uzduž čitavog prostora obale i zaleđa pokazuje da je prostorni identitet povezan s povijesnim pojmom Dalmacije prostorno široko rasprostranjen i nedvojbeno prisutan u hijerarhiji prostornih i kulturnih identiteta prostora južne Hrvatske.

References / Literatura

Azaryahu M (2011) The critical turn and beyond: the case of commemorative street naming. ACME: An International Journal for Critical Geographies, vol. 10, no. 1, 28–33

Barker JC (2005) The Major Vernacular regions of Tennessee. Dissertation, Marshall University

Claval P (1998) An Introduction to Regional Geography (translated by Ian Thompson), Blackwell, Oxford

Crang M (1998) Cultural geography. Routledge, New York

Crljenko I (2020) Geografska imena kao tema istraživanja hrvatskih geografa. Hrvatski geografski glasnik, vol. 82, no. 1, 59–83

Crljenko I (2008) Izraženost identiteta u gradskoj toponimiji kvarnerskih i istarskih gradova. Hrvatski geografski glasnik, vol. 70, no. 1, 67–89

Dalmacija. U: Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013–2026 https://www.enciklopedija.hr/clanak/dalmacija pristupljeno 20. prosinca 2025.

Duncan JS (1990) The city as text: The politics of landscape interpretation in the Kandyan kingdom. Cambridge University Press

Hettne B (2003) The New Regionalism Revisited. In: Söderbaum F, Shaw TM (eds) Theories of New Regionalism, Palgrave Macmillan Reader, 22–42

Mirošević L (2011) Tvorbeni elementi prostornih identiteta u Dalmaciji (Južnoj Hrvatskoj), doktorska disertacija, Sveučilište u Zadru, Zadar

Mirošević L., Faričić J. (2011) Percepcija Dalmacije u odabranim stranim leksikografskim djelima / Perception of Dalmatia in Selected Foreign Lexicographic Publications. Geoadria, vol. 16, no. 1, 119–140

Mirošević L., Faričić J. (2015) Reflections of Political-Geographic Shifts in the Use of the Geographic Name "Dalmatia" on Maps in the Early Modern Period. Annales – Series historia et sociologia, vol. 25, no. 4, 845–860

Mirošević L, Vukosav B (2010) Prostorni identiteti otoka Paga i južnoga podvelebitskog primorja. Geoadria, vol. 15, no. 1, 81–108

Mitchell D (2000) Cultural geography: A critical introduction. Blackwell Publishers, Oxford

Norton W (2006) Cultural geography: Environments, landscapes, identities, inequalities. Oxford University Press, Oxford, New York

Paasi A (2003) Region and Place: Regional Identity in Question. Progress in Human Geography vol. 27, no. 4, 475–485

Paasi A (1986) The institutionalization of regions: A theoretical framework for understanding the emergence of regions and the constitution of regional identity. Fennia, vol 164, no. 1, 105–146

Pohl J (2001) Regional Identity. In: Smelser NJ, Bates PB (eds): International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, topic: Social Sciences, Elsevier, https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/regional-identity Pristupljeno 14. studenog 2025

Pretraživanje baze podataka obrtnog registra. U: Republika Hrvatska, Ministarstvo gospodarstva. https://pretrazivac-obrta.gov.hr/pretraga.htm Pristupljeno 3. prosinca 2025

Registar udruga Republike Hrvatske. U: Republika Hrvatska, Ministarstvo pravosuđa, uprave i digitalne transformacije https://registri-npo-mpu.gov.hr/#!udruge Pristupljeno 3. prosinca 2025

Rose-Redwood R, Alderman D, Azaryahu M (2010) Geographies of Toponymic Inscription: New Directions in Critical Place-Name Studies. Progress in Human Geography, vol. 34, no. 4, 453–470

Sudski registar RH. https://sudreg.pravosudje.hr/ords/r/esudreg/public/1?clear=APP Pristupljeno 3. prosinca 2025.

Šakaja L (2003) Imaginativna geografija u hrvatskim ergonimima. Hrvatski geografski glasnik, vol. 65, no. 1, 25–43

Šimunović P (1986) Istočnojadranska toponimija. Logos, Split

Šimunović P (2005) Toponimija hrvatskog jadranskog prostora. Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb

Tuan Y-F (1977) Space and Place: The perspective of experience. University of Minnesota Press

Vukosav B, Radoš D, Čagalj MS (2026) Južnohrvatski prostorni identiteti u ergonimima – primjer regionima "Dalmacija" (dataset), Zenodo, https://doi.org/10.5281/zenodo.20053927

Vukosav B, Kresić Vukosav M (2022) Space and Language in Conceptualizing Identity. Topoi, vol. 41, no. 3, 471–482

Vukosav B, Fuerst-Bjeliš B (2016) Labels of interest groups as indicators of a vernacular region: A case study in Croatia, Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, vol. 107, no. 4, 454–467

Vukosav B (2012) Dalmatinska zagora ! formalni i vernakularni elementi definiranja tradicijske regije, doktorska disertacija, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb

Vukosav B (2011) Geografsko ime Zagora i njegova pojavnost na područjima dalmatinskoga zaleđa u odabranom novinskom mediju, Geoadria, vol. 16, no. 2, 261–281

Ward S (2005) Selling Places: The Marketing Promotion of Towns and Cities 1850-2000. Routledge, London

Zelinsky W (1980) North America's vernacular regions. Annals of the Association of American Geographers, vol. 70, no. 1, 1–16

Zimmerbauer K (2011) From Image to Identity: Building Regions by Place Promotion. European Planning Studies, 19, 243–260