



CTP

바이올렛과 서멀의 승자는?

CTP는 지난 5년간 그래픽 산업에서 넓게 사용되어왔다. 이 시기 CTP에 대한 의문은 지속적으로 변해왔다. 이제 CTP의 사용 여부는 더 이상 문제가 되지 않는다. 다만 어느 기술을 선택할지가 관심의 초점이 되고 있다. 이는 어느 CTP 기술이 각 회사에 가장 적합한가라는 질문을 도출해낸다.



신문시장은 이 중에서 90%의 시장점유율을 차지하고 있기 때문에 여전히 내장 드럼과 평판 이미지 가시광선 범위의 레이저를 선호한다.

드루파2000에서는 405nm 바이올렛 다이오드 내장 드럼 이미지들의 서멀 기술에 대해 성공적으로 복무했던 잡 프린팅 영역 관리 부문이 관심을 끌었다. 이 기간 동안 독일 회사 바시스프린트는 컨벤셔널 컨택트 플레이트를 이미지할 수 있는 UV 램프를 사용하는 평판 이미지들을 만들었다. 한편, 드루파2004에서는 에스코그래픽스와 예서그레드가 이와 비슷한 어떠한 이미지들을 발표하는가에 따라 CtCP(Computer to conventional Plate)가 앞으로 업계에서 얼마만큼 많은 중요성을 얻을 수 있을지가 결정될 것으로 보인다.

●안정적이고 넓은 작업 범위의 서멀

오늘날까지 보고된 바에 따르면 각 기술은 기술적인 장점과 약점을 동시에 가지고 있다. 서멀이 안정적이면서도 넓은 분야의 공정과 이미지 플레이트 등을 제공함으로써 장점을 부각시키고 있다. 또한 소형 포맷과 신문을 지향하는 이미지들과는 유지비용의 측면에서 경쟁하고 있는데, 서멀 신문 플레이트 영역에서는 경쟁력이 부족한 것으로 평가된다. 잡 프린팅 이미지의 시장 리더인 크레오가 2004년에 서멀 이미지에 대한 새로운 획기적인 개발결과에 대해 소개할 예정이란 소문이 나돌고 있다.

이디오신크레스 CTP의 이미징 기술들은 짧은 시간 안에 이전의 것들을 대체하고 나섰다.
1990년 초반부터 1995년까지 인쇄산업에서는, 1995년 드루파에서 소개된 녹색 FD-YAG레이저에 의해 교체되는 블루ARG-Ion레이저를 장착한 내장 드럼 이미지들을 사용했다. 그런 후 830nm 다이오드를 장착한 서멀 외장 드럼 이미지들이 그 뒤를 이었다. 이는 1998년부터는 잡 프린팅의 리딩 기술이 돼왔다. 그리고 내장 드럼 이미지들에게 무거운 압력을 가했다.

한편, 트렌드세터의 역사는 벌써 8년이 흘렀다. 프로세스-레스 서모플레이트들이 넓은 돌과구를 만드는 것에 대한 성공여부는 서멀이 소형 포맷에서 어떠한 주요 역할을 하느냐에 달렸다.

● **저렴하고 소형업체에 적합한 바이올렛**

저렴한 바이올렛 다이오드 이미저들은 특히 소형 점포와 비싼 솔루션을 원하지 않은 신규 CTP 사용자들에게 매력적이다. 이들의 플레이트 사용범위는 후지와 라스트라 폴리머 재료를 통해 향상된다.

아그파 바이올렛 N91 등이 그것이다. 새로운 바이올렛 플레이트는 현재상태에 머무르지 않고 지속 변화한다. 그럼에도 불구하고 바이올렛 기술은 여전히 서멀과의 경쟁에 뒤쳐지고 있다.

왜냐하면 몇몇의 플레이트들이 지금까지 이용되기는 하였지만, 공정상 필요한 비용이 높았던 반면에 안정성은 뒤떨어졌기 때문이다. 그러나 이것은 이제 연구·개발대상으로만 치부되지 않는다. 이 점이 2004년 드루파전시회에서 특별히 눈여겨 봐야할 사항이다.

● **드루파2004, 다수 CTcP기술 소개될 듯**

CTP그룹의 세 번째 옵션은 컨벤셔널 UV 센서티브 플레이트의 디지털 이미징이다. 이것은 이제껏 바시스프린트에 의해 생산적인 방법으로 시연돼왔으며 2002년 이래로 처리량과 해결책도 꾸준히 향상돼 왔다. CTcP는 많은 부분에서 경쟁력이 있다는 평가를 받고 있다. CTcP는 시간당 115판의 산출량이 앞으로는 더욱 증가할 것이고 특히 신문용에 매우 적합한 대안으로 여겨진다.

또한 CTcP를 장착한 부가적인 공정은 드루파2004에서 기대되는 것 중의 하나이다. 같은 산업 범위의 제조자들은 바시스프린트와 에스코그래픽스에 의해 사용된 UV램프 대신에 컨벤셔널 플레이트에 높은 에너지 레이저들을 디지털화하여 이미징하기 위해 노력하고 있다. 현재, 알파레스트는 현대화된 파스트팩과 함께 뒤따르는 애서 그라드와 퍼킨 엘머를 이끌고 있다.

● **풍부한 CTP 잠재 신규고객**

오늘날, 혹은 예견되는 가까운 미래에 전체 시장에 리더가 되는 혹은 그렇게 할 수 있을 것으로 예상되는 이미징 기술이 없다는 것은 확실하다. 반면에, 가시광선 불빛을 활용하는 레이저 이미저들과 서모 이미저들은 잡 오프셋 시장에 출현, 대략 50 : 50의 자리를 차지하며 양분된다.

(바시스프린트) 컨벤셔널 플레이트가 장착된 CTcP는 당장에도 그것을 만들 수 있다. 그러나 이러한 공정의 시장 점유율이 오랜 시간 어떻게 유지될 지에 대해서는 여전히 확정되지



않았다. (피스세스 젯플레이트) 잉크젯 시스템 같은 다른 기술적인 접근법들은 여전히 기초적인 수준으로 남아 있어 아직 모니터링이 더 필요하다. 10년 동안 CTP 개발 기술에서의 많은 변화는 잠재적인 신규고객에게 지속적으로 눈을 돌리라고 충고한다.

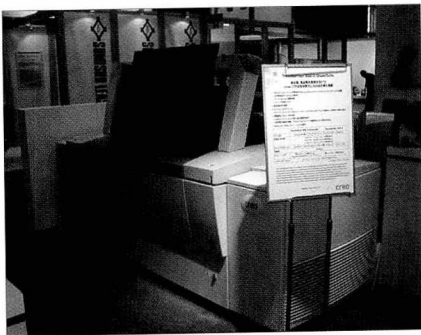
● **소형업체들에게도 필요한 CTP**

지금까지 CTP는 절대적으로 대형 회사들을 위한 기술이었고 70×100cm 또는 그 이상의 프린팅 및 이미징 포맷이 그 중심이었다는 것은 간과할 수 없는 사실이다.

그러나 세계 각국 그래픽 회사들의 최대 80%까지는 소형 업체들로서 50×70cm까지의 포맷을 주로 사용한다. 이와 같은 사실은 지금까지 소형 업체에서 CTP의 경제적인 사용을 어렵게 하는 원인이 돼왔다. 기술적인 문제는 CTP 시장의 미래를 결정하는 요인이 된다. 여전히 소형 포맷 시스템이 넓게 개방돼 있기 때문이다. 가장 효율적인 대량 생산을 위한 굳은 기준으로서의 기술적인 규격들은 별도로, 그리고 이 기준에 관한 법칙은 CTP를 위한 공급자 시장이 미래에 중대하게 변할 수 있다는 것을 의미한다. 왜냐하면 소형 업체들은 프린트 미디어 전시회인 드루파에서 CTP 투자의 가능성을 체크하는 더 좋은 기회를 갖기가 쉽지 않기 때문이다.

정보를 살펴보는 가운데 더욱 선진화된 폴리에스터 플레이

CTP를 효과적으로 활용하고 있거나 희망하는 어느 업체라도 이와 관련한 적당한 기술, 즉 이미지, 프로세서, 워크플로우와 플레이트 등을 선택하기 위해서는 각 사안별로 종합적인 범위에 걸친 폭넓은 정보를 얻도록 노력해야 한다. 그리고 오늘날 CTP 기술이 여전히 개발되고 빠르게 변화할 때, 그 시대에 맞는 동향을 인식해야 한다. 이런 의미에서 2004년 뒤셀도르프에 개최되는 드르파 전시회에서는 더욱 간단하고, 빠르고 쉬운 방법의 기술을 제공하는 CTP를 만날 수 있을 것이다.



트 이미지들과 다이렉트 이미징 오프셋 기계들을 얻을 수 있는 효과적인 방법은 없다.

마침내 이것은 사람들이 CTP 사용을 결정할 때 유일한 문제로 남았다. 그리고 이 기술은 확실히 필요로 하는 플레이트 산출량, 인쇄 요구사항, 원하는 품질, 워크플로우로의 통합과 같은 회사 특수 기준을 담보로 하기 때문에 가장 알맞은 결정으로 평가된다. 이와 관련 사용되는 플레이트의 양과 이미지를 사용하기 위한 필요 노동 비용에 따르면 적당한 자동 시스템은 확실히 계산할 수 있다. 게다가 지난 5년 간 투자비용이 초과된 결과처럼 투자비용, 재료와 서비스를 위한 지출 부문도 계산된다.

● FM 스크리닝의 발달

오프셋 인쇄업체들은 심각하고 격렬한

경쟁 속에서 스스로를 차별화 시켜야만 한다는 생각에 사로잡혀 있다. 그래서 자주 변모하는 스크리닝 공정이 인쇄업계에서 확실하게 경쟁력을 확보할 수 있는가에 대한 의문을 품어왔다.

기술적으로 말해서, CTP의 FM(Frequency Modulation) 스크리닝 기술은 오늘날 향상된 FM 연산방식과 더욱 안정된 CTP 시스템과 플레이트에 의해 상당부분 가능하다. 그러나 그 상품들은 FM의 성공을 위한 디지털 기술을 요구해왔다. 이는 프린팅 프레스에서 컬러/물의 균형상태를 유지하는 보안성뿐만 아니라 지속되는 공정 제어, 컬러매니지먼트의 숙달, 높은 도트 정밀도를 통한 데이터 채용 등을 의미한다. 만약 이러한 제품의 근본적인 기술 부분들이 마스터돼 나타난다면, 그 무엇도 FM 기술을 사용하는 방법으로 남아있지는 않을 것이다. 아그파, 크레오, 에스코그 래픽스, 하리퀸&스크린과 같은 공급자들은 지금 하이브리드 스크리닝 시스템즈 또는 제 2세대 FM을 제공하고 있다. 이러한 기술적인 부분들을 마스터하는 인쇄업체들은 여전히 고객들에게 단순히 나누어주는 것이 아니라 인쇄의 장점을 팔 수 있게 해야만 한다.

● 보다 전문화된 컨설팅 요구 늘어

예상치 못한 제품가격의 증가, CTP 사용경험 부족에 대한 복합적인 문제들 때문에 인쇄업체들은 그들이 생각하는 최적의 결정을 내리는데 큰 어려움을 겪는다. 인쇄업체들이 지금은 예전보다 좀 더 전문적인 컨설팅을 받기 위해 노력하고 있다. 특히, 인쇄교정의 표준화 뿐만 아니라 품질 보증과 품질 제어, 이미징과 프린팅 등은 오늘날 CTP환경에서 매우 중요한 이슈이다.

이에 모든 장비 및 도구 제조사들뿐만 아니라 번데스버밴드 드럭 운드 메디엔 (Bundesverband Druck und Medien), 시스템 브러너(System Brunner), UGRA/FOGRA와 같은 재료와 공정 제어 공급자들도 요즘 CTP 사용자들로부터 더욱 집중적인 관심을 받고 있다.

CTP를 효과적으로 활용하고 있거나 희망하는 어느 업체라도 이와 관련한 적당한 기술, 즉 이미지, 프로세서, 워크플로우와 플레이트 등을 선택하기 위해서는 각 사안별로 종합적인 범위에 걸친 폭넓은 정보를 얻도록 노력해야 한다. 그리고 오늘날 CTP 기술이 여전히 개발되고 빠르게 변화할 때, 그 시대에 맞는 동향을 인식해야 한다. 이런 의미에서 2004년 뒤셀도르프에 개최되는 드르파 전시회에서는 더욱 간단하고, 빠르고 쉬운 방법의 기술을 제공하는 CTP를 만날 수 있을 것이다.

(본고는 프리프레스, 워크플로우, CTP 및 통합 네트워킹(JDF) 도메인 관련 그래픽스 산업의 컨설턴트로 일하고 있는 마이클 미텔하우스의 글을 정리한 것이다)

〈조갑준 기자〉

인쇄와 관련된 각종 뉴스를 실시간으로 제공합니다.



www.printingkorea.or.kr