

myMAYDAY.com

16. JUNI 2008

# KOMMENTAR

LEDERKOMMENTAR — HELGE SKRIVERVIK



Konkurransen om vår oppmerksomhet har ingen grenser. Nye produkter, teknologier og løsninger som trigger én eller annen dårlig samvittighet eller mistanke om et udekket behov. Og der behovet ikke finnes, kan det skapes. Moderne markedsføring kan det meste om slike mekanismer.

*Data Leak Protection* havner i denne kategorien. Mens formålets verdi er udiskutabelt, er det også uopnåelig. Ingen har lykket med mekanismer som automatisk spenner fast sikkerhetsbeltet. Brukerne må forstå behovet og ønske mekanismen.

## What's in it for me?

Brukerne må ville, ønske sikkerhet for at den skal bli tilfredsstillende. Enda flere mekanismer er bortkastet tid og ressurser – i alle fall inntil brukerne har fått sitt...

## Vil du bli kvitt datalekkasjene?

*«Hvilke lekkasjer? Vi har ingen lekkasjer!» «Ikke? Hvordan vet du det?» En tenkt, men ikke urimelig dialog – og en betimelig om aldri så ubehagelig påminnelse om virkeligheten.*

Slike påminnelser burde imidlertid være overflødige. Vi får dem nærmest kontinuerlig enten vi vil eller ikke – via fagpressen, som ukentlig rapporterer om alvorlige datatap – på grunn av tapte eller stjålne *laptops*, *CDer*, *DVDer*, *memorysticks* og så videre i det uendelige. Og spørsmålet er alltid det samme: Hva gjør disse dataene på farten? Vi diskuterte forholdet inngående i kommentaren [Sikkerhet, trusler og tvang](#) forleden, og avviste enkle og opplagte tiltak for å redusere risikoen.

Tiltakene er nødvendige og utilstrekkelige. Mer enn noen gang handler effektiv sikkerhet om motiverte medarbeidere og ikke minst ledere som forstår både sammenhengen og sin egen rolle i helheten. Denne erkjennelsen til tross dukker det jevnlig opp nye produkter og hjelpemidler som lover å redusere eller fjerne risikoene ved hjelp av teknologi. I denne gruppen hører nykommeren **Data Leak Protection** hjemme – sammen med et dusin aktører hvorav

## Andre overskrifter

### Analyser:

- ✓ SOA: Full fart mot Web2
- ✓ Web2 – medaljens bakside
- ✓ Dokumentformater, OOXML og irrelevans

### Kommentarer:

- ✓ Når piratkopiering blir markedsføring
- ✓ Programvarelisenser mot skraphaugen?
- ✓ Innhold, portaler, Web-services og misforståelser

