Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant

Adroddiad

Cyhoeddwyd 27 Mehefin 2025

Cynnwys

Adran

Rhagair 3
Trosolwg 5
Methodoleg 7
Prif ganfyddiadau 12

Rhagair

Ofcom yw'r rheoleiddiwr ar gyfer diogelwch ar-lein yn y Deyrnas Unedig. Ein rôl ni yw gwneud yn siŵr bod gwasanaethau ar-lein, fel gwefannau ac apiau, yn cyflawni eu dyletswyddau i ddiogelu eu defnyddwyr o dan Ddeddf Diogelwch Ar-lein 2023 ('y Ddeddf'). I ategu'r dyletswyddau hyn, mae'n hanfodol bod gennym sylfaen dystiolaeth gadarn ar yr hyn mae pobl yn ei wneud ar-lein – y gwasanaethau maent yn eu defnyddio a faint o amser maent yn ei dreulio ar-lein. Er mwyn ategu hyn, mae Ofcom wedi cynnal yr astudiaeth **Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant** (CPOM). Mae'r astudiaeth hon yn ategu ein rhaglen ehangach o ymchwil ac ymgysylltu â phlant.

Ar hyn o bryd mae Ofcom yn defnyddio Ipsos iris i fesur y gwefannau a'r apiau mae defnyddwyr rhyngrwyd 15 oed a hŷn yn y Deyrnas Unedig yn ymweld â nhw. Mae Ipsos iris wedi ei gymeradwyo gan UKOM fel safon y diwydiant ar gyfer mesur cynulleidfaoedd ar-lein, ac mae'n seiliedig ar fesur yn oddefol y defnydd o'r rhyngrwyd gan banel o ddefnyddwyr sy'n cynrychioli'r wlad ar draws y cyfrifiaduron, y ffonau clyfar a'r dyfeisiau tabled maent yn eu defnyddio. Rydym yn adrodd ar hyn yn ein hadroddiad Ein Gwlad Ar-lein blynyddol.

Hyd yma, nid yw data cyfatebol wedi bod ar gael ar gyfer plant dan 15 oed. Nod CPOM yw defnyddio ateb mesur goddefol tebyg i Ipsos iris i fesur y defnydd o'r rhyngrwyd ymysg plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig. Rydym wedi casglu data gan sampl gynrychioliadol genedlaethol o 692 o blant, gan fesur yn oddefol eu defnydd o wefannau ac apiau ar draws y cyfrifiaduron, y ffonau clyfar a'r dyfeisiau tabled maent yn eu defnyddio i fynd ar-lein.

Mae'r astudiaeth hon yn dilyn cynllun peilot ymysg 162 o blant 8-12 oed a gynhaliwyd gennym yn 2023, gyda'r nod o ddeall a fyddai'n bosibl cael data cadarn a chynrychioliadol drwy ddefnyddio methodoleg monitro goddefol ar gyfer plant. Un o'r heriau yr aethpwyd i'r afael â nhw yn yr astudiaeth beilot oedd a fyddem yn gallu eithrio data defnyddwyr eraill sy'n rhannu'r ddyfais a ddefnyddir gan y plentyn sy'n banelydd. Datblygwyd system RAG (gweler Glanhau data) i nodi a thynnu dyfeisiau a oedd yn debygol iawn o gael eu defnyddio gan oedolion. Rhoddwyd y gwaith dysgu hwn ar waith yn yr astudiaeth hon. Roedd y cynllun peilot yn llwyddiannus gydag Ofcom yn adrodd ar y canfyddiadau dangosol yn ein hadroddiad Ein Gwlad Ar-lein 2023. Daw'r canfyddiadau rydym yn adrodd arnynt yma o astudiaeth lawer mwy lle'r aethom â'r hyn a ddysgwyd o'r cynllun peilot a'i raddio i sicrhau sampl fwy cadarn a mwy cynrychioliadol.

Mae mesur defnydd ar-lein plant yn oddefol yn adnodd newydd pwysig yn ein rhaglen ehangach o ymchwil plant. Ein bwriad yw cynnal tonnau o CPOM yn y dyfodol i ddatblygu a mireinio system barhaus i fesur cynulleidfaoedd ar gyfer defnydd plant o'r rhyngrwyd yn y Deyrnas Unedig. Mae'r don gyntaf hon yn cynhyrchu cyrhaeddiad a'r amser a dreulir ar wefannau ac apiau a ddefnyddir gan blant, gan ategu data a gasglwn drwy ddulliau ymchwil mwy traddodiadol lle gallwn ddeall pa weithgareddau sy'n digwydd pan fydd y plant yn ymweld â'r gwefannau a'r apiau.

Mae manteision i ddefnyddio system fesur oddefol fel CPOM i gynhyrchu tystiolaeth gadarn am y gwasanaethau mae plant yn eu defnyddio a'r amser maent yn ei dreulio arnynt. Mae'r data sy'n cael ei gasglu yn gynrychiolaeth fanwl a ffeithiol o'r hyn mae panelwyr wedi ei wneud ar-lein. Mae'n lliniaru materion sy'n ymwneud â galw yn ôl sy'n gysylltiedig ag arolygon, a allai fod yn amlwg ar gyfer defnydd ar-lein llai cofiadwy, neu'r ymatebion wedi eu hidlo y gallai plant eu rhoi mewn arolygon - er enghraifft, peidio â gwirfoddoli eu defnydd o fannau i oedolion. Er mai dim ond holi am nifer fach o wasanaethau sy'n ymarferol mewn ymchwil sy'n seiliedig ar arolygon, mae mesurau monitro goddefol yn defnyddio cynffon hir y rhyngrwyd.

Ar hyn o bryd mae ein hastudiaeth mesur goddefol yn gyfyngedig o ran nifer y dyfeisiau mae'n eu monitro ar gyfer unigolyn. Roedd yn ofynnol i banelwyr lwytho i lawr y dechnoleg monitro goddefol i o leiaf un ddyfais roeddent yn ei defnyddio’n bennaf o leiaf unwaith yr wythnos. Yn yr astudiaeth hon, dim ond un ddyfais a fesurwyd gan y rhan fwyaf o banelwyr, gyda 91 o banelwyr yn defnyddio 2 ddyfais neu fwy yr oeddent hefyd yn eu mesur. Nid yw'r astudiaeth chwaith yn cynnwys consolau gemau, sy'n weithgaredd allweddol ar-lein i rai plant. I gael dealltwriaeth ehangach o ddefnydd ar-lein, gan gynnwys ar gonsolau gemau, gallwn droi at ein hastudiaethau ymchwil presennol (e.e. ymwybyddiaeth plant a rhieni o'r cyfryngau).

Mae pob dull ymchwil yn agored i ragfarn diffyg ymateb - ac felly er bod samplu a phwysoli'n ddemograffig yn sicrhau bod y data'n cynrychioli plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig, diffinnir y sampl hefyd gan y rhai sy'n barod i gymryd rhan. Mae ymchwil monitro hefyd yn amodol ar ‘effaith Hawthorne’ lle mae cyfranogwyr yn addasu eu hymddygiad oherwydd eu bod yn gwybod eu bod yn cael eu holrhain, er eu bod yn cael gwybod y bydd y data’n ddienw. Er bod hyn yn debygol o leihau dros amser wrth i gyfranogwyr ‘anghofio’ eu bod yn cael eu holrhain, mae’n bosibl y bydd effaith ar rywfaint o ddata. Felly, mae'n bosibl y byddwn eisiau ystyried ffigurau ‘cyrhaeddiad’ a ‘defnydd’ gwasanaethau oedolion, er enghraifft, fel amcangyfrifon a allai fod yn is.

Mae’r astudiaeth hon yn seiliedig ar ddata a gasglwyd rhwng mis Tachwedd 2024 a mis Mawrth 2025, felly mae'n bosibl na fydd yn cynrychioli defnydd o’r rhyngrwyd ar adegau eraill o’r flwyddyn - er enghraifft, yn ystod cyfnodau arholiadau neu rai gwyliau ysgol.

Rydym yn croesawu adborth ar yr ymchwil hwn a dylid ei anfon at: market.research@ofcom.og.uk.

Trosolwg

Beth rydym wedi ei ganfod – yn gryno

- Treuliodd plant rhwng 8 a 14 oed yn y Deyrnas Unedig gyfartaledd o 2 awr a 59 munud y diwrnod ar-lein ar draws ffonau clyfar, dyfeisiau tabled neu gyfrifiadur. Mae'r amser a dreulir ar-lein (drwy'r dyfeisiau hyn) yn cynyddu gydag oedran, gyda phlant 8 oed ar gyfartaledd yn treulio 1 awr a 48 munud y diwrnod ar-lein, tra bod plant 14 oed yn treulio 4 awr a 15 munud y diwrnod ar-lein. Roedd merched 13-14 oed yn treulio bron i awr yn hirach ar-lein bob dydd o'i gymharu â bechgyn o'r un oed (3 awr 30 munud o'i gymharu â 4 awr 29 munud).
- Y gwasanaethau roedd plant yn treulio'r rhan fwyaf o amser arnynt oedd YouTube a Snapchat – gyda'i gilydd, roeddent yn cyfrif am dros hanner (52%, 1 awr 31 munud) yr amser cyfartalog a dreuliwyd gan blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig.
- Roedd plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig yn treulio awr (1 awr 1 munud) yn fwy ar-lein bob diwrnod yn ystod y penwythnos o'i gymharu â diwrnod gwaith. Treuliodd plant 8-14 oed 2 awr 43 munud y diwrnod ar-lein yn ystod yr wythnos a 3 awr 41 munud y diwrnod yn ystod penwythnos.
- Roedd defnyddwyr ffonau clyfar a/neu ddyfeisiau tabled 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig wedi ymweld â 28 ap mewn mis ar gyfartaledd.
- YouTube oedd y gwasanaeth â'r cyrhaeddiad mwyaf (96%) mewn mis. Ar gyfartaledd roedd defnyddwyr YouTube 8-14 oed yn treulio 50 munud y diwrnod ar y gwasanaeth ar ffôn clyfar, dyfais tabled neu gyfrifiadur, gyda hyd un ymweliad ar gyfartaledd yn 5 munud.
- Roedd pedwar deg chwech y cant o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig yn defnyddio Snapchat, ac yn nodedig mae'r rhan fwyaf o'r ymwelwyr hyn yn defnyddio Snapchat bob dydd, gyda 40% o blant 8-14 oed yn ymweld â'r llwyfan bob dydd. Roedd cyrhaeddiad ar ei uchaf ymysg plant hŷn, gyda 73% o blant 13-14 oed yn defnyddio Snapchat mewn mis, ac roedd y defnyddwyr hyn yn treulio 2 awr 13 munud y diwrnod ar Snapchat ar gyfartaledd.
- Mae gan y rhan fwyaf o'r gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol yn y deg uchaf ofyniad oedran sylfaenol o 13 oed a hŷn; fodd bynnag, mae twf serth yn y nifer sy'n defnyddio'r gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol poblogaidd yn yr amrediad oedran 10-12 oed. Er enghraifft, roedd 27% o blant 10 oed wedi defnyddio Snapchat mewn mis, gyda hyn yn cynyddu i 64% ymysg y plant 12 oed.
- Roedd 82% o blant 8-14 oed ar-lein y Deyrnas Unedig wedi defnyddio gwasanaeth negeseuon a galwadau. WhatsApp yw'r gwasanaeth negeseuon a galwadau sydd â'r cyrhaeddiad uchaf (64%).
- Roblox yw'r ap gemau mwyaf poblogaidd, ac mae'n cyrraedd 61% o blant 8-14 oed ar-lein yn y Deyrnas Unedig ar ffonau clyfar, dyfeisiau tabled a chyfrifiaduron. Treuliodd chwaraewyr 8-14 oed Roblox 15 munud ar gyfartaledd ar y gêm bob diwrnod ar ffonau clyfar, dyfeisiau tabled a chyfrifiaduron.
- Gauth: AI study companion, sy'n eiddo i Bytedance (9%) oedd y gwasanaeth AI oedd â'r cyrhaeddiad uchaf ymhlith plant 8-14 oed. Y grŵp oedran 13-14 oed (21%) oedd yn ymweld â Gauth yn bennaf, yna 8% o blant 10-12 oed.

- Roedd wyth y cant o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig wedi ymweld â gwasanaeth sydd â chynnwys pornograffig. Roedd cyrhaeddiad ar ei uchaf ymysg plant hŷn: 8-9 (3%), 10-12 (7%) a 13-14 (15%). Ymysg y plant 13-14 oed, roedd bechgyn yn fwy tebygol na merched o fod wedi ymweld â gwasanaeth sydd â chynnwys pornograffig (19% o'i gymharu ag 11%). Roedd pedwar y cant o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig wedi ymweld â Pornhub mewn mis. Roedd naw y cant o blant 13-14 oed y Deyrnas Unedig wedi ymweld â Pornhub, bechgyn yn bennaf (13-14 oed: bechgyn 11% o'i gymharu â merched 6%).

Methodoleg

Amcanion

Crynodeb o'r astudiaeth

Gofynion yr astudiaeth oedd mesur sampl gynrychioliadol gadarn yn y Deyrnas Unedig o ddefnydd plant 8-14 oed sydd ar-lein o wefannau ac apiau ar ffonau clyfar, dyfeisiau tabled a chyfrifiaduron. Y mesur oedd cynnwys y gwefannau a'r apiau yr ymwelwyd â nhw ar y ddyfais/dyfeisiau a ddefnyddiwyd gan y panelydd sy'n blentyn a faint o amser a dreuliwyd ar y gwasanaethau yr ymwelwyd â nhw. Er mwyn casglu'r data hwn, roedd gan y plant a recriwtiwyd feddalwedd monitro goddefol wedi ei gosod ar y dyfeisiau roeddent yn eu defnyddio, gyda'r data'n cael ei adrodd yn ôl yn ddienw. Cafodd defnydd y plant o'r rhyngrwyd ei fesur dros gyfnod o 28 diwrnod yn olynol ar gyfer pob panelydd rhwng mis Tachwedd 2024 a mis Mawrth 2025, sy'n golygu bod yr holl ganlyniadau'n adlewyrchu patrymau defnyddio dros y cyfnod hwnnw, ond nad ydynt o reidrwydd yn cynrychioli eu defnydd dros flwyddyn gyfan, er enghraifft.

Defnyddiodd yr astudiaeth hon sampl un ffynhonnell lle mae gan bob panelydd un neu ragor o ddyfeisiau wedi eu holrhain, yn hytrach na phaneli lluosog yn seiliedig ar bob math o ddyfais (ffôn clyfar, dyfais dabled a chyfrifiadur), gyda'r paneli wedi eu cyfuno wedyn i ddarparu canlyniadau terfynol y sampl. Mae'r dull un ffynhonnell a ddefnyddir yn ffafrio ffigurau cyrhaeddiad dad-ddyblygedig mwy cywir ar gyfer y dyfeisiau sy'n cael eu holrhain. Manteision dull â mwy o fodel yn perthyn iddo fyddai mynd i'r afael â phroblem dyfeisiau coll, sy'n anodd iawn mynd i'r afael â nhw mewn panel un ffynhonnell. Ni fyddai'n gost-effeithiol mesur pob dyfais ar gyfer panel un ffynhonnell sylweddol ei faint. Mae hyn ar sail gwahanol systemau gweithredu a pharodrwydd panelwyr o'i gymharu â'r gost.

Tynnwyd y sampl gan ddefnyddio data cyfrifiad y Deyrnas Unedig i sicrhau ein bod wedi cael sampl gynrychioliadol genedlaethol o blant 8-14 oed. Cafodd y sampl ei phwysoli i gywiro mân sgiwiau samplu a sicrhau bod y proffil yn cyd-fynd â data poblogaeth y cyfrifiad. Mewn mannau rydym wedi adrodd ar ffigurau cyrhaeddiad poblogaeth a gyfrifir o gyrhaeddiad canran y sampl wedi ei luosi â'r bydysawd o 5.6 miliwn o blant 8-14 oed.

Comisiynodd Ofcom RealityMine ac Yonder Consulting i gynnal yr ymchwil, gyda RealityMine yn darparu'r dechnoleg monitro goddefol ac Yonder Consulting yn recriwtio ac yn prosesu data.

Gwaith maes

Cynhaliodd Yonder ymarfer recriwtio ansoddol i sicrhau bod gofynion demograffig yn cael eu bodloni. Recriwtiodd Yonder gyfanswm o 753 o blant 8-14 oed sy'n byw yn y Deyrnas Unedig drwy eu rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol, gyda chyfanswm o 704 yn cwblhau'r astudiaeth yn llawn, dros gyfnod o 28 diwrnod. Rhoddwyd cydsyniad gwybodus gan y rhiant/gwarcheidwad cyfreithiol a'r panelydd sy'n blentyn, a rhoddwyd gweithdrefnau diogelu a diogelu data perthnasol ar waith.

Cafodd y panelwyr eu recriwtio fel prif ddefnyddiwr y ddyfais/dyfeisiau yn y cartref a dywedasant nad oedd y ddyfais/dyfeisiau yn cael/wedi cael eu rhannu. Caniatawyd i frodyr a chwiorydd gael eu recriwtio yn yr un cartref ar yr amod eu bod nhw yn yr oedran targed a bod ganddynt eu prif ddyfais eu hunain, a oedd yn wahanol i ddyfais eu brawd/chwaer.

Cynhaliwyd y broses recriwtio ar sail dreigl gan ddechrau ym mis Tachwedd 2024, gyda data pob cyfranogwr yn cael ei gasglu am 28 diwrnod yn olynol. Bu oedi o ran recriwtio a gwaith maes yn ystod cyfnod y Nadolig er mwyn osgoi'r posibilrwydd o golli 28 diwrnod llawn o fesur oherwydd y posibilrwydd y byddai plant yn cael dyfeisiau newydd yn rhodd, a'r risg na fydd y meddalwedd monitro'n cael ei lwytho i lawr ar eu dyfais newydd. O'r herwydd, roedd dau gam i'r gwaith maes ar gyfer yr astudiaeth hon. Cynhaliwyd Cam 1 rhwng 10 Tachwedd 2024 a 28 Rhagfyr 2024, gyda chyfanswm o 217 wedi cwblhau. Cynhaliwyd gwaith maes cam 2 rhwng 7 Ionawr 2025 a 20 Mawrth 2025, gyda chyfanswm o 487 wedi cwblhau.

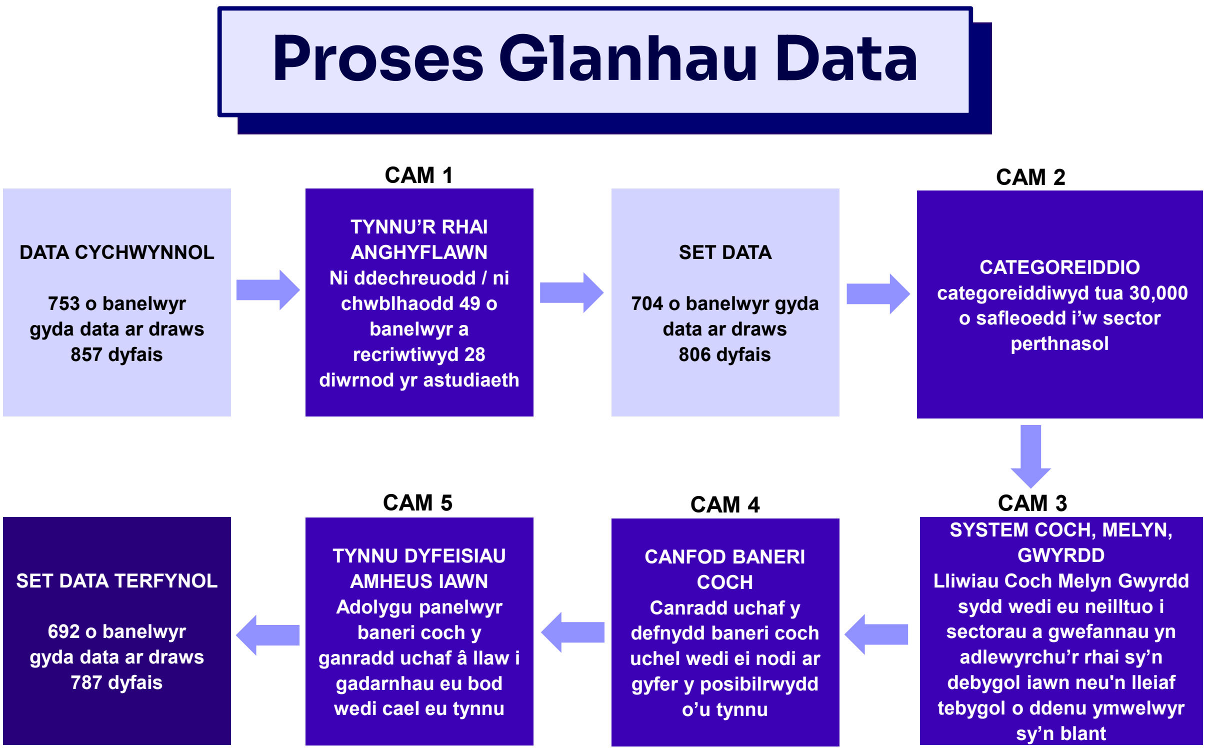
Cafodd yr ap monitro RealityMine/VPN ei lwytho i lawr i o leiaf un ddyfais a oedd yn cael ei defnyddio'n bennaf gan y plentyn o leiaf unwaith yr wythnos i fynd ar-lein. Roedd dyfeisiau'n cynnwys ffonau clyfar, cyfrifiaduron/gliniaduron a dyfeisiau tabled, ar draws systemau gweithredu iOS, Android a Windows.

Ar ôl sefydlu'r dechnoleg RealityMine, roedd hyn yn casglu data mesuryddion goddefol yn awtomatig o wefannau ac apiau yr ymwelwyd â nhw ar ddyfeisiau, amlder ymweliadau a'r amser a dreulir ar y llwyfannau hyn.

Glanhau data

O'n hastudiaeth beilot yn 2023, roeddem yn deall bod y defnydd o ddyfeisiau a rennir rhwng rhieni a phlant yn gyffredin, yn enwedig i blant iau (8-10 oed), pan nad oes ganddynt eu dyfeisiau eu hunain o bosibl. Er bod ymatebwyr wedi cael eu recriwtio i ddechrau ar y sail mai'r plentyn oedd prif ddefnyddiwr y ddyfais, rhoddwyd archwiliadau ychwanegol ar waith i fonitro lefel defnydd 'oedolion'. Datblygwyd dull seiliedig ar reolau i dynnu sylw at ddata posibl ar ddefnydd oedolion. Rhoddwyd y broses lanhau ar waith i ganfod a thynnu dyfeisiau a oedd yn fwy tebygol o fod wedi cael eu defnyddio'n bennaf gan oedolyn.

Nododd y broses lanhau hon 12 o banelwyr a 19 o ddyfeisiau a dynnwyd o'r sampl derfynol, gan adael cyfanswm y sylfaen heb ei phwysoli yn 692 o bobl ifanc 8-14 oed gyda data ar draws 787 o ddyfeisiau.



Cam 1 – Tynnu’r rhai anghyflawn

Cafodd 753 o blant eu recriwtio i gymryd rhan yn yr astudiaeth, ond roedd 49 naill ai wedi rhoi’r gorau iddi neu heb gwblhau 28 diwrnod llawn yr astudiaeth. Cawsant eu tynnu yn sgil hynny, gan adael 704 o banelwyr a gwblhaodd y 28 diwrnod o fesur goddefol.

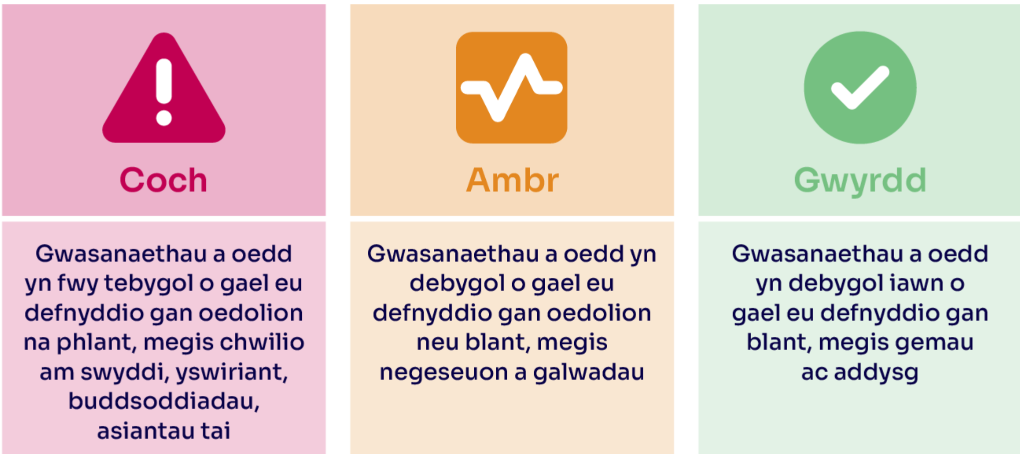
Cam 2 - Categoreiddio

Yn gyntaf, cafodd y safleoedd (gwefannau a/neu apiau) a oedd wedi cael eu mesur yn ystod yr astudiaeth eu categoreiddio i’w sector perthnasol neu’r ffit gorau e.e. categoreiddiwyd Gauth fel deallusrwydd artiffisial. Roedd Ofcom wedi categoreiddio tua 3,000 o’r safleoedd uchaf eu cyrhaeddiad â llaw, ac yn dilyn hyn defnyddiodd Yonder ei offeryn dysgu deallusrwydd artiffisial perchnogol i gategoreiddio tua 27,000 o safleoedd. Cynhaliodd Yonder wiriadau â llaw ar y categoreiddio AI i sicrhau cywirdeb a diystyru rhai categorïau â llaw lle’r oedd hynny’n berthnasol. Cafodd cyfanswm o tua 30,000 o safleoedd eu categoreiddio.

Cafodd safleoedd eu neilltuo i un categori sector.

Cam 3 – System coch/ambr/gwyrdd

Neilltuwyd lliw coch/ambr/gwyrdd (RAG) i’r categorïau ac mewn rhai achosion neilltuwyd lliw i safleoedd penodol o fewn categori yn annibynnol e.e. roedd bancio wedi ei gategoreiddio’n ambr ond roedd gwasanaeth bancio plant GoHenry wedi ei gategoreiddio’n wyrdd. Defnyddiwyd y system hon i gategoreiddio safleoedd a sectorau a oedd yn debygol o gael eu defnyddio gan blant a’r rhai sydd fwyaf tebygol o gael eu defnyddio gan oedolion. Yna defnyddiwyd un o’r tri lliw ar gyfer y set ddata gyfan.



Cam 4 – Adnabod baner goch uchel

Gan ddefnyddio’r system coch/ambr/gwyrdd a nifer yr ymweliadau ag apiau a gwefannau, nododd Yonder y panelwyr â’r lefel uchaf o weithgarwch baner goch. Cafodd y panelwyr hynny a oedd yn y 5% uchaf o ran defnyddio baneri coch eu nodi fel defnyddwyr baneri coch uchel i’w tynnu o bosibl. Nid yw’r dull hwn sy’n seiliedig ar ganradd yn golygu bod yr holl ddefnyddwyr hyn wedi ymweld â llawer o wasanaethau â baner goch fel rhan o gyfanswm eu defnydd o’r rhyngrwyd, dim ond mai nhw oedd y 5% o’r panelwyr a oedd wedi ymweld â’r gwasanaethau baner goch fwyaf o’r holl gyfranogwyr. Nodwyd cyfanswm o 34 o banelwyr drwy ddefnyddio'r dull hwn ac yna ymchwiliwyd

ymhellach iddynt (Cam 5) i benderfynu a ddylid tynnu unrhyw ddyfais amheus iawn (h.y. a ddefnyddir yn bennaf gan oedolyn).

Cam 5 – Tynnu dyfais amheus

Adolygodd Ofcom ddefnydd pob panelydd a nodwyd yng Ngham 4 o'r rhyngrwyd. Prosesodd a chrynhodd Ofcom ddefnydd y panelwyr hyn o'r rhyngrwyd er mwyn deall cyfran y defnydd o dan bob lliw baner a'r holl wasanaethau yr ymwelwyd â nhw ar bob un o ddyfeisiau'r panelwyr hyn. O'r adolygiad hwn, penderfynodd Ofcom mai dim ond 12 panelydd oedd â defnydd amheus a bod angen eu tynnu'n llwyr, gyda dim ond rhai dyfeisiau (nid pob un) yn cael eu tynnu yn achos dau ohonynt, gan arwain at dynnu 19 dyfais i gyd.

Proffil y sampl

Defnyddiwyd data'r Cyfrifiad i gymhwyso pwysoliad i oedran, rhywedd a grŵp economaidd-gymdeithasol aelwydydd yn ôl i'r boblogaeth hysbys o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig ar gyfer y sampl terfynol o 692.

Pennwyd cwotâu meddal hefyd i sicrhau cymysgedd eang o'r rhai sy'n byw mewn ardaloedd trefol/gwledig, cymysgedd o gefndiroedd ethnig, anabledd/amodau cyfyngol. Roedd hyn yn sicrhau bod cymysgedd eang o ymatebwyr yn cymryd rhan yn yr astudiaeth.

Oedran yn ôl rhywedd

	8	9	10	11	12	13	14
Sylfaen wedi ei phwysoli	98	100	100	100	99	98	96
Cyfran oedran	14%	15%	14%	15%	14%	14%	14%
Dynion	14%	14%	14%	15%	14%	15%	14%
Menywod	14%	15%	14%	14%	14%	14%	14%

Daearyddiaeth

Lloegr	85%
Gogledd Iwerddon	3%
Yr Alban	7%
Cymru	5%

Ethnigrwydd

Gwyn	76%
Lleiafrifoedd Ethnig	28%

Gradd gymdeithasol

ABC1	53%
C2DE	47%

Anabledd

Dim	86%
Anabledd	14%

Sylwch: Oherwydd talgrynnu, cyfanswm y sylfaen wedi ei phwysoli yw 691.

Yn ôl data gan The Insights Family ar gyfer naw mis cyntaf 2024, roedd cyfran defnyddwyr ffonau clyfar 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig yn ôl system weithredu fel a ganlyn: Apple (56%), Android (42%) a Huawei (2%). Defnyddiwyd y gyfran Apple ac Android fel cwota meddal ar gyfer dyfeisiau a gafodd eu monitro yn ystod yr astudiaeth.

Math o ddyfais

	Nifer a fesurwyd	Cyfran
Ffôn clyfar	522	66%
Tabled	219	28%
Cyfrifiadur	46	6%
Cyfanswm	787	100%

System weithredu

	iOS/OSX	Android/Windows
Ffôn clyfar	63%	37%
Tabled	65%	35%
Cyfrifiadur	4%	96%
Cyfanswm	60%	40%

Terminoleg data

Oni nodir yn wahanol, mae’r adroddiad hwn yn cyfeirio at wefannau a/neu apiau fel gwasanaethau neu safleoedd. Mae cyrhaeddiad yn yr adroddiad hwn yn cyrraedd unigolion yn y Deyrnas Unedig yn y grŵp oedran penodol. Bydd cyrhaeddiad yn cael ei gyfrif cyn gynted ag y bydd yr ap neu’r safle’n cael ei agor.

Mae’r adroddiad hwn yn cyfeirio at 28 diwrnod fel mis. Mae cyrhaeddiad mewn mis yn golygu bod rhywun yn ymweld â’r gwasanaeth o leiaf unwaith yn ystod y 28 diwrnod. Gallai hyn gynnwys ymweliad byr unwaith mewn 28 diwrnod yn unig, felly mae’n bwysig edrych ar gyrhaeddiad a’r amser sy’n cael ei dreulio gyda’i gilydd i gael argraff lawn o ehangder a dyfnder y defnydd o’r gwasanaeth.

Pan gyfeirir at ddata amser a dreuliwyd fesul diwrnod, mae hyn yn seiliedig ar gyfanswm yr amser a dreuliwyd gan ymwelwyr yn ystod y mis wedi ei rannu â 28 diwrnod. Mae hyn yn cynnwys diwrnodau pan nad oedd defnyddwyr gwasanaeth yn defnyddio’r gwasanaeth.

Os nad yw’r ffigurau’n gwneud cyfanswm o 100%, mae’n bosibl mai talgrynnu sy’n gyfrifol am hyn.

Nid yw defnydd ar-lein ar gonsol gemau, setiau teledu a dyfeisiau clyfar o fewn cwmpas yr astudiaeth hon.

Mae’n bosibl bod panelwyr wedi defnyddio dyfeisiau eraill, a oedd yn cyrraedd y trothwy o gael eu defnyddio o leiaf unwaith yr wythnos, i fynd ar-lein yn ystod cyfnod yr astudiaeth na chawsant eu holrhain.

Prif ganfyddiadau

Amser sy'n cael ei dreulio ar-lein

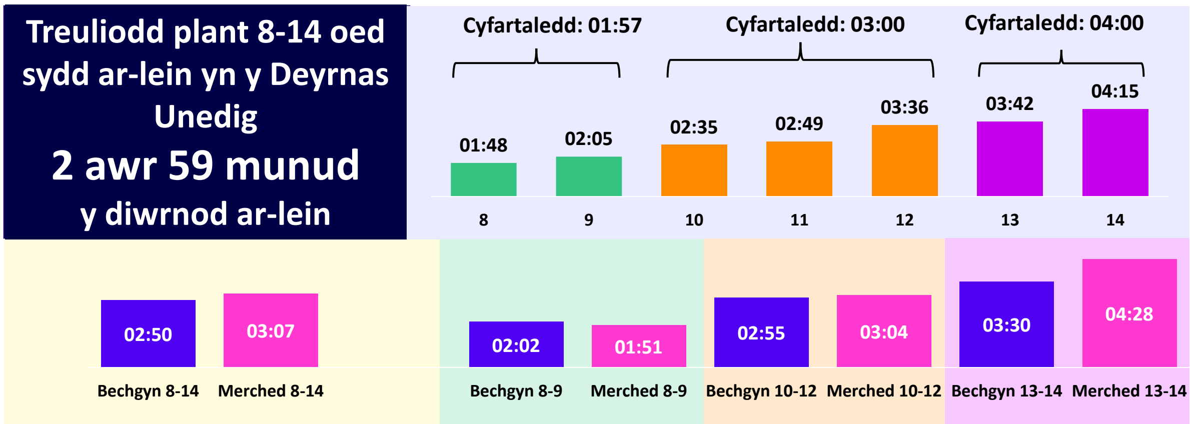
Mae plant y Deyrnas Unedig ar-lein bron bob dydd. Canfu ein hastudiaeth fod plant 8-9 oed ar-lein yn y Deyrnas Unedig ar gyfartaledd wedi mynd ar-lein am 21 o'r 28 diwrnod o fesur ar y dyfeisiau a gafodd eu monitro - ffôn clyfar, dyfais dabled neu gyfrifiadur. Yn achos plant 10-12 oed a 13-14 oed, roedd yn 25 diwrnod ar-lein ar gyfartaledd ar gyfer pob grŵp oedran.

Treuliodd defnyddwyr rhyngrwyd rhwng 8 a 14 oed yn y Deyrnas Unedig gyfartaledd o 2 awr a 59 munud y diwrnod ar-lein ar draws ffonau clyfar, dyfeisiau tabled neu gyfrifiadur. Wrth i oedran plant gynyddu, mae'r amser sy'n cael ei dreulio ar-lein yn cynyddu. Ar gyfartaledd, roedd plant 8-9 oed ar-lein yn treulio 1 awr 57 munud y diwrnod ar-lein, roedd plant 10-12 oed yn treulio 3 awr, ac roedd plant 13-14 oed yn treulio 4 awr ar gyfartaledd.

Roedd merched yn treulio mwy o amser ar-lein na bechgyn ar y dyfeisiau a oedd yn cael eu monitro. Ar gyfartaledd, treuliodd merched 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig 3 awr 7 munud y diwrnod, 17 munud yn fwy na bechgyn (2 awr 50 munud). Roedd gwahaniaethau bach yn yr amser a oedd yn cael ei dreulio yn ôl rhywedd ymysg y plant 8-9 oed a'r plant 10-12 oed. Fodd bynnag, roedd merched 13-14 oed yn treulio bron i awr yn hirach ar-lein bob diwrnod o'i gymharu â bechgyn (3 awr 30 munud o'i gymharu â 4 awr 29 munud). Sylwch na chafodd yr amser a dreuliwyd ar-lein ar gonsolau gemau ei gynnwys yn yr astudiaeth.

Roedd plant 8-14 oed yn treulio ychydig dros awr yn fwy bob diwrnod ar-lein yn ystod y penwythnos o'i gymharu ag yn ystod yr wythnos. Treuliodd plant 8-14 oed 2 awr 43 munud y diwrnod ar-lein yn ystod yr wythnos, gan dreulio 3 awr 41 munud y diwrnod yn ystod penwythnos.

Ffigur 1: Yr amser sy'n cael ei dreulio ar-lein ar gyfartaledd ar gyfrifiaduron, dyfeisiau tabled a ffonau clyfar, fesul oedolyn yn y Deyrnas Unedig bob dydd: yn ôl oedran (oriau:munudau)

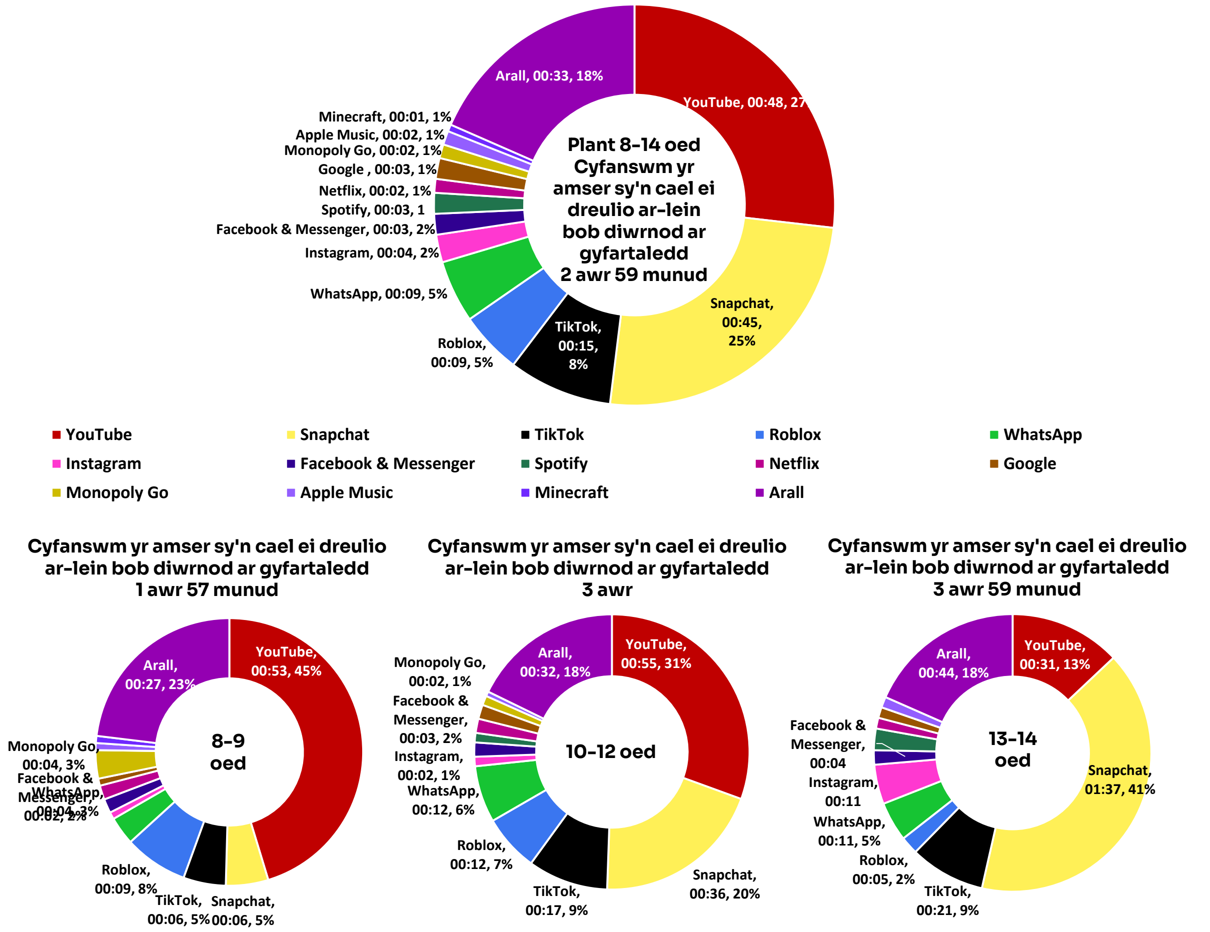


Roedd YouTube a Snapchat yn cyfrif am dros hanner (52%) yr amser roedd plant 8-14 oed yn ei dreulio ar-lein. YouTube a Snapchat yw'r prif wasanaethau o ran yr amser a dreuliwyd – gyda'i gilydd, roeddent yn cyfrif am dros hanner (52%, 1 awr 31 munud) yr amser sy'n cael ei dreulio ar gyfartaledd gan blant 8-14 oed – er nad yw Snapchat yn un o'r deg gwasanaeth sy'n cyrraedd y brig yn gyffredinol (gweler Gwasanaethau sy'n cyrraedd llawer o bobl). Ar ôl YouTube a Snapchat daeth TikTok (8%, 15 munud) ac roedd y tri gyda'i gilydd yn cyfrif am 60% (1 awr 46 munud) o'r amser cyfartalog a dreuliwyd gan blant 8-14 oed. Roedd y 22% nesaf o'r amser a dreuliwyd bob dydd yn

cyfrif am 10 gwasanaeth arall. (gweler [Gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideos] am ddata ar gyrhaeddiad a’r amser a dreuliwyd)

Canfu dadansoddiad yn ôl grŵp oedran fod 40% (1 awr 37 munud[1]) o’r amser cyfartalog a dreulir ar-lein bob diwrnod gan bobl ifanc 13-14 oed yn cael eu dreulio ar Snapchat. Dilynwyd hyn gan YouTube 13%, 31 munud a TikTok 9%, 21 munud.

Ffigur 2: Cyfran o’r amser mae plant 8-14 oed ar-lein y Deyrnas Unedig yn ei dreulio ar-lein bob diwrnod ar gyfartaledd, yn ôl gwasanaeth (oriau:munudau): yn ôl oedran



Sylwch: Nid yw’r defnydd o setiau teledu, consol gemau a seinyddion/arddangosfeydd clyfar yn cael ei fesur. Mae’r amser cyfartalog gan ddefnyddwyr rhyngrwyd yn seiliedig ar bob plentyn 8-14 oed sydd ar-lein, p’un a wnaethant ymweld â’r gwasanaeth ai peidio. Mae Facebook a Messenger yn cynnwys ymweliadau ag unrhyw un o’r gwasanaethau a ganlyn – gwefan Facebook, ap Facebook neu ap Messenger.

Gwasanaethau sydd â’r cyrhaeddiad uchaf

YouTube a Google search, sy’n eiddo i Alphabet, oedd y gwasanaethau â'r cyrhaeddiad uchaf, gan gyrraedd bron pob plentyn 8-14 oed. Dilynwyd hyn gan Facebook Meta (gan gynnwys Messenger)[2] a WhatsApp. Ymddangosodd gwasanaethau Cerddoriaeth ac iCloud Apple hefyd yn y deg uchaf (safle: 7, a 9). Roedd y tri phrif wasanaeth hefyd ymhlith y tri uchaf ar gyfer oedolion yn y Deyrnas

[1] Mae’r amser cyfartalog hwn yn seiliedig ar yr holl blant 13-14 oed sydd ar-lein, p’un a oeddent yn defnyddio Snapchat ai peidio. Gweler ffigur 8 am yr amser cyfartalog a dreulir gan ddefnyddwyr y gwasanaeth.

[2] Mae Facebook (gan gynnwys Messenger) yn cynnwys ymweliadau ag unrhyw un o’r gwasanaethau a ganlyn – gwefan Facebook, ap Facebook neu ap Messenger.

Unedig.[3] Fodd bynnag, yn wahanol i oedolion, mae Roblox, Apple Music, Apple iCloud a Spotify yn ymddangos yn y deg uchaf yn y categori 8-14 oed.

Ffigur 3: Y deg gwasanaeth uchaf yn ôl cyrhaeddiad ymysg plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig: mis

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
YouTube	Google	Facebook (incl. Messenger)	WhatsApp	Roblox	TikTok	Apple Music	Amazon	Apple iCloud	Spotify
96%	95%	75%	63%	61%	58%	58%	55%	51%	50%

Sylwch: Nid yw'r defnydd o setiau teledu, consol gemau a seinyddion/arddangosfeydd clyfar yn cael ei fesur. Mae'n bosibl nad oes gan ymwelwyr ag Apple Music danysgrifiad Apple Music, ac mae'n bosibl eu bod yn defnyddio'r gwasanaeth i gael gafael ar gynnwys wedi Ei lwytho i lawr ac yn gwrando/gwylio'r cynnwys hwn all-lein.

Apiau â'r cyrhaeddiad mwyaf[4]

Roedd defnyddwyr ffonau clyfar a/neu ddyfeisiau tabled 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig wedi ymweld â 28 ap mewn mis ar gyfartaledd. Wrth i oedran plant gynyddu, mae nifer cyfartalog yr apiau yr ymwelir â nhw mewn mis yn cynyddu. Roedd plant 8-9 oed ar gyfartaledd wedi ymweld â 26 ap, 10-12 oed 27 ap a 13-14 oed 30 ap.

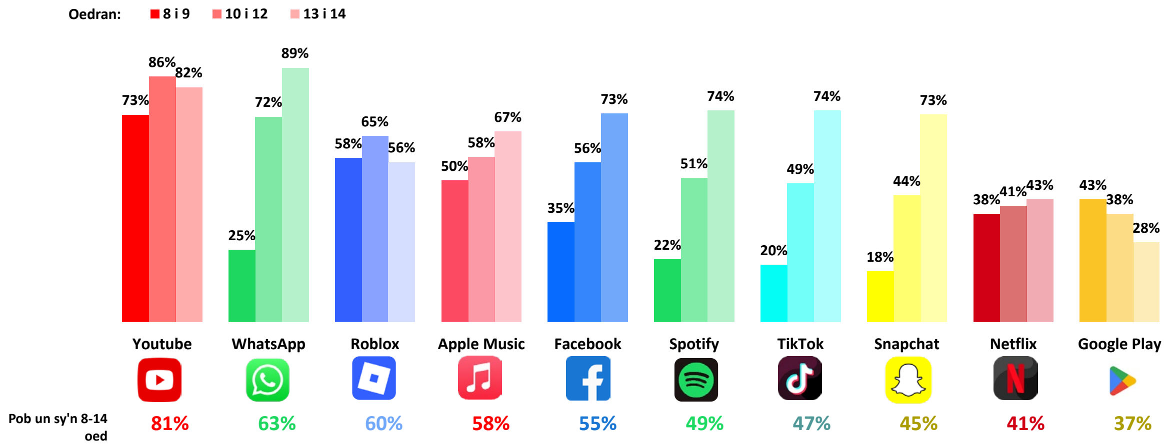
Roedd tri deg saith y cant (2.1 miliwn) o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig wedi ymweld â siop Google Play gan dreulio 21 munud yn y siop mewn mis ar gyfartaledd. Roedd llai nag 1% (0.6%, 0.03 miliwn) o blant 8-14 oed wedi ymweld ag ap Apple App Store gan dreulio 32 munud ar gyfartaledd yn y siop mewn mis.

YouTube oedd yr ap â'r cyrhaeddiad mwyaf ymysg plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig (81%, 4.6 miliwn). Er mai YouTube oedd yr ap mwyaf poblogaidd ymysg plant 8-9 oed (73%) a 10-12 oed (86%), WhatsApp oedd yr ap mwyaf poblogaidd ymysg plant 13-14 oed (89%) ac yna YouTube (82%).

[3] Cyrhaeddiad oedolion ar-lein yn y Deyrnas Unedig ym mis Ionawr 2025: Google 98%, YouTube 94% a Facebook & Messenger 93%. Ffynhonnell: Gwasanaeth mesur ar-lein Ipsos iris, Ionawr 2025, defnyddwyr rhyngrwyd 18 oed a hŷn.

[4] Ffôn clyfar neu ddyfais dabled gan ddefnyddio sylfaen: 671

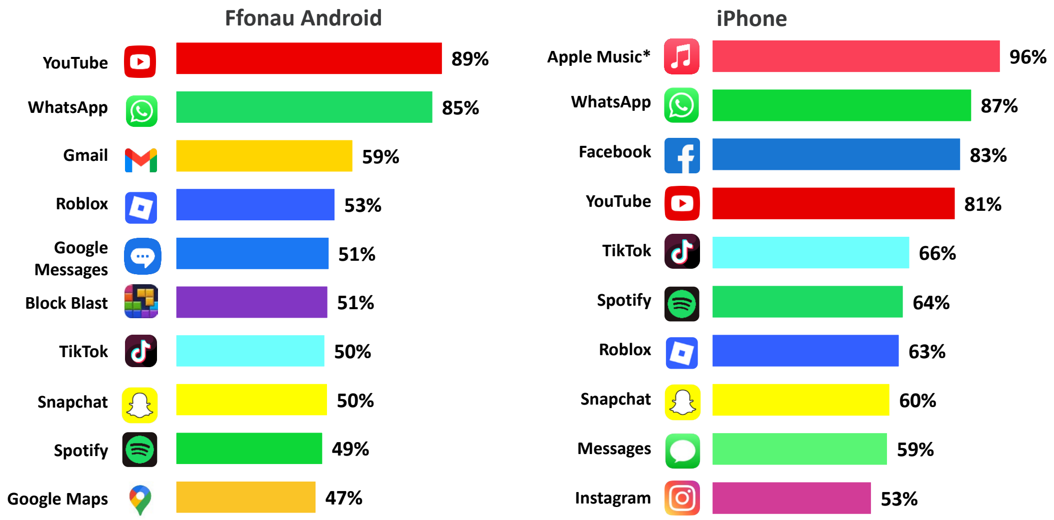
Ffigur 4: Y deg ap uchaf yn ôl cyrhaeddiad ymysg plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig yn ystod y mis : yn ôl oedran



Sylwch: Nid yw defnydd o gonsolau gemau, setiau teledu a seinyddion/arddangosfeydd clyfar yn cael ei fesur. Mae'n bosibl nad oes gan ymwelwyr ag ap Apple Music danysgrifiad Apple Music, ac mae'n bosibl eu bod yn defnyddio'r ap i gael gafael ar gynnwys wedi Ei lwytho i lawr ac yn gwrando/gwylio'r cynnwys hwn all-lein.

Mae gwahaniaeth nodedig yn yr apiau ffonau clyfar sydd â'r cyrhaeddiad mwyaf wrth gymharu ffonau Android ag iPhone. Alphabet (YouTube, Gmail, Google Messages a Google Maps) sy'n berchen ar bedwar o'r deg ap Android uchaf, ac mae dau o'r deg ap iOS uchaf yn apiau sy'n eiddo i Apple (Apple Music a Messages). Mae WhatsApp, Facebook ac Instagram, sy'n eiddo i Meta, i gyd yn ymddangos yn y deg uchaf ar gyfer defnyddwyr iPhone, ond dim ond WhatsApp sy'n ymddangos yn y deg uchaf ar gyfer defnyddwyr ffonau Android.

Ffigur 5: Y deg prif ap ffonau clyfar, ffonau Android o'u cymharu ag iPhones, yn seiliedig ar gyrhaeddiad fel % o fydysawd y ffonau clyfar a ddewiswyd: Plant 8-14 oed (mewn mis)



Sylwch: Mae'n bosibl nad oes gan ymwelwyr ag ap Apple Music danysgrifiad Apple Music, ac mae'n bosibl eu bod yn defnyddio'r ap i gael gafael ar gynnwys wedi Ei lwytho i lawr ac yn gwrando/gwylio'r cynnwys hwn all-lein.

Chwilio

Roedd 96% (5.4 miliwn) o bobl ifanc 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig wedi ymweld â gwasanaeth chwilio.

Google Search oedd y gwasanaeth chwilio mwyaf poblogaidd ymysg plant 8-14 oed (95%, 5.4 miliwn). Dilynwyd Google gan Bing (22%, 1.3 miliwn), Yahoo (10%, 0.6 miliwn), Yandex (9%, 0.5 miliwn) a DuckDuckGo (3%, 0.2 miliwn). Ar gyfartaledd, ymwelodd defnyddiwr Google search 8-14 oed â'r gwasanaeth 152 o weithiau yn ystod y mis – Bing 17, Yahoo 10, Yandex 10, DuckDuckGo 4. Ar gyfartaledd treuliodd ymwelydd â Google search 8-14 oed 75 munud y mis ar y gwasanaeth (3 munud y diwrnod), ymwelwyr Bing 6 munud, ymwelwyr Yahoo 3 munud, ymwelwyr Yandex 4 munud ac ymwelwyr DuckDuckGo 6 munud y mis.

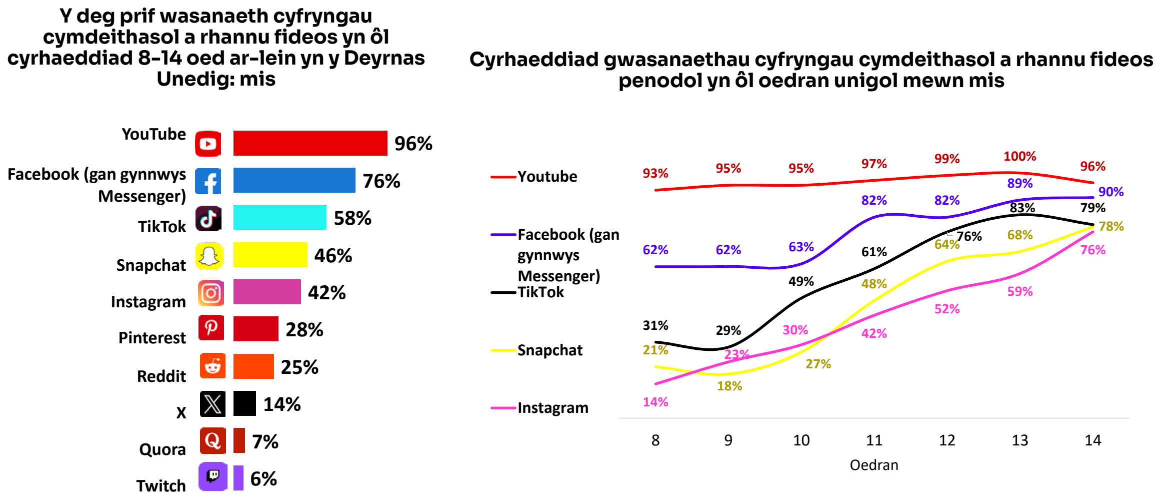
Cyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau rhannu fideos

Roedd 96% o blant 8-14 oed ar-lein wedi ymweld â chyfryngau cymdeithasol neu wasanaethau rhannu fideos. Roedd 92 y cant o blant 8-9 oed wedi ymweld â gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol neu rannu fideos, 97% o blant 10-12 oed a 98% o blant 13-14 oed. Mae twf serth yn y nifer sy'n defnyddio'r rhan fwyaf o'r prif wasanaethau cyfryngau cymdeithasol neu rannu fideos ymysg plant 10-12 oed – gweler ffigur 6.

Yn gyffredinol, roedd 46% o blant 8-14 oed yn ymweld â Snapchat, ac yn nodedig mae'r rhan fwyaf o'r ymwelwyr hyn yn defnyddio Snapchat bob dydd, gyda 40% o blant 8-14 oed yn ymweld â'r llwyfan bob diwrnod. Mewn cymhariaeth, roedd 71% yn ymweld â YouTube bob diwrnodd, 36% â Facebook (gan gynnwys Messenger), 31% â TikTok ac 20% ag Instagram.

Roedd defnyddwyr Snapchat 13-14 oed yn treulio 2 awr 13 munud y diwrnod ar Snapchat ar gyfartaledd, roedd ymwelwyr 10-12 oed yn treulio 1 awr 18 munud ar gyfartaledd ac ymwelwyr 8-9 oed yn treulio 28 munud.[5]

Ffigur 6: Y cyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau rhannu fideos â'r cyrhaeddiad uchaf ymysg plant 8-14 oed ar-lein yn y Deyrnas Unedig



Sylwch: Nid yw defnydd o setiau teledu na dangosyddion clyfar wedi ei fesur.

[5] Mae'r amser cyfartalog hwn yn seiliedig dim ond ar y rhai a oedd wedi ymweld â Snapchat. Edrychwch ar ffigur 2 i weld faint o amser mae holl ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn ei dreulio ar-lein ar gyfartaledd, p'un a ydynt yn ymweld â Snapchat ai peidio.

Ar gyfartaledd roedd defnyddwyr YouTube 8-14 oed yn treulio 50 munud y diwrnod ar y gwasanaeth, gyda hyd un ymweliad ar gyfartaledd yn 5 munud. Er gwaethaf cyrhaeddiad uchel defnyddwyr Facebook (gan gynnwys Messenger) ychydig iawn o amser maent yn ei dreulio ar y gwasanaeth – 4 munud y diwrnod ar gyfartaledd.

Ar gyfartaledd, roedd defnyddiwr Snapchat 8-14 oed wedi ymweld â'r gwasanaeth 841 gwaith yn ystod y mis, ac roedd defnyddiwr Facebook (gan gynnwys Messenger) wedi ymweld â'r gwasanaeth 83 gwaith yn ystod y mis. Cyfanswm nifer yr ymweliadau â'r gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol poblogaidd eraill – YouTube (297), TikTok (190) ac Instagram (177) yn y mis.

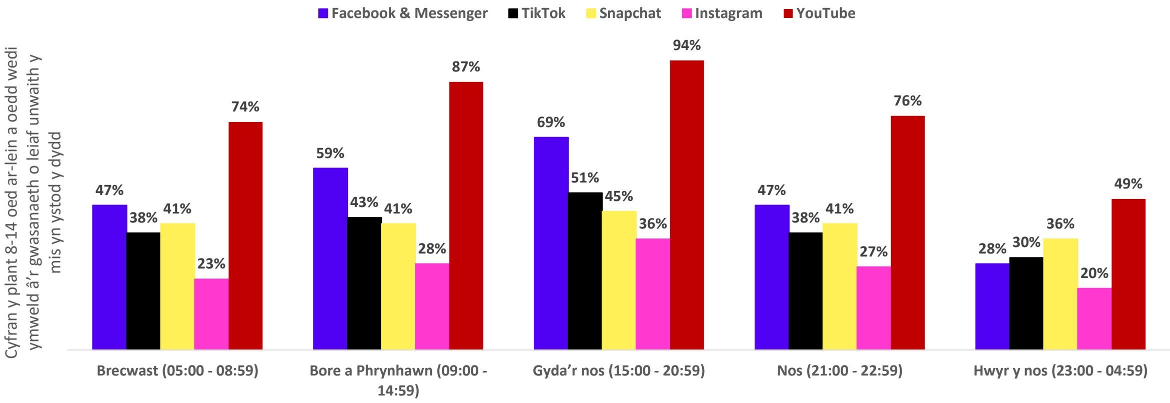
Ffigur 8: Cyrhaeddiad a chyfartaledd yr amser mae plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig yn ei dreulio bob diwrnod ar y deg gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideos uchaf eu cyrhaeddiad

Gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol	Cyrhaeddiad ymysg plant yn y Deyrnas Unedig yn ôl oedran				Amser mae defnyddwyr rhyngrwyd yn ei dreulio ar gyfartaledd bob diwrnod yn ôl oedran (oriau: munudau)				Amser mae ymwelwyr yn ei dreulio ar wasanaeth bob diwrnod ar gyfartaledd (oriau:munudau) yn ôl oedran			
	8-14	8-9	10-12	13-14	8-14	8-9	10-12	13-14	8-14	8-9	10-12	13-14
YouTube	96%	92%	97%	98%	00:48	00:55	00:56	00:31	00:50	00:57	00:57	00:32
Facebook (gan gynnwys Messenger)	76%	62%	76%	89%	00:03	00:02	00:03	00:04	00:04	00:03	00:04	00:05
TikTok	58%	30%	62%	81%	00:15	00:06	00:17	00:21	00:26	00:18	00:27	00:26
Snapchat	46%	19%	46%	73%	00:45	00:06	00:37	01:38	01:37	00:29	01:18	02:13
Instagram	42%	19%	41%	68%	00:04	<00:01	00:02	00:11	00:10	00:03	00:05	00:16
Pinterest	28%	12%	31%	40%	<00:01	<00:01	00:01	00:02	00:03	00:02	00:03	00:05
Reddit	28%	13%	33%	39%	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01
X	14%	4%	13%	24%	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	00:02	<00:01	<00:01	00:03
Quora	7%	4%	11%	5%	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01
Twitch	6%	1%	5%	11%	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	00:02	00:17	00:01	00:02

Sylwch: Amser cyfartalog a dreulir bob diwrnod wedi ei gyfrifo ar sail cyfanswm yr amser a dreuliwyd dros 28 diwrnod wedi ei rannu â 28 diwrnod. Mae'r amser cyfartalog a dreulir gan ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn seiliedig ar bob plentyn 8-14 oed ar-lein p'un a wnaethant ymweld â'r gwasanaeth ai peidio, ond dim ond ar y rhai sydd wedi ymweld â'r gwasanaeth mae'r amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr â'r gwasanaeth yn seiliedig. Am y rheswm hwn, bydd yr amser yn uwch i'r rhai sydd wedi ymweld â'r gwasanaeth o'i gymharu â phob defnyddiwr rhyngrwyd. Pan welir <00:01 yn tabl mae hyn yn cyfateb i lai na 30 eiliad. Nid yw'r defnydd o setiau teledu, consol gemau ac arddangosfeydd clyfar yn cael ei fesur.

Roedd bron i hanner (49%) plant 8-14 oed y Deyrnas Unedig yn defnyddio YouTube yn hwyr yn y nos. Ar gyfartaledd, treuliodd y plant hyn 47 munud ar YouTube rhwng 23:00 a 04:59 yr wythnos. Roedd dros draean o blant 8-14 oed yn defnyddio Snapchat yn hwyr yn y nos gan dreulio awr yr wythnos ar y gwasanaeth yn ystod y cyfnod hwn. Treuliodd defnyddwyr TikTok yn hwyr y nos 34 munud, Instagram 10 munud a Facebook 6 munud. Yr amser mwyaf poblogaidd i ymweld â'r pum prif wasanaeth cyfryngau cymdeithasol oedd gyda'r nos (15:00-20:59).

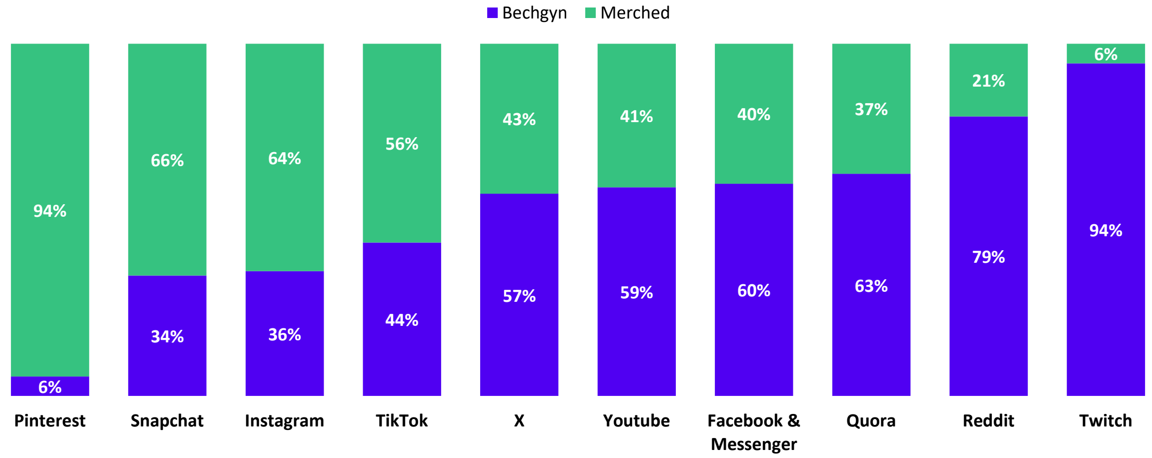
Ffigur 9: Cyrhaeddiad ymysg plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig ymysg y pum gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol mwyaf poblogaidd yn ystod y dydd yn ystod y mis



Nodyn: plant a oedd wedi ymweld yn ystod rhan benodol o'r diwrnod o leiaf unwaith yn ystod y mis.

Merched 8-14 oed oedd yn cyfri am y rhan fwyaf o amser a dreuliwyd ar Pinterest, Snapchat, Instagram a TikTok. Merched 8-14 oed oedd yn gyfrifol am bron yr holl amser a dreuliwyd ar Pinterest, a bechgyn oedd yn gyfrifol am bron yr holl amser a dreuliwyd ar Twitch.

Ffigur 10: Cyfran yn ôl rhywedd o gyfanswm yr amser a dreuliwyd gan blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig mewn mis ar y deg gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol sydd â'r cyrhaeddiad uchaf



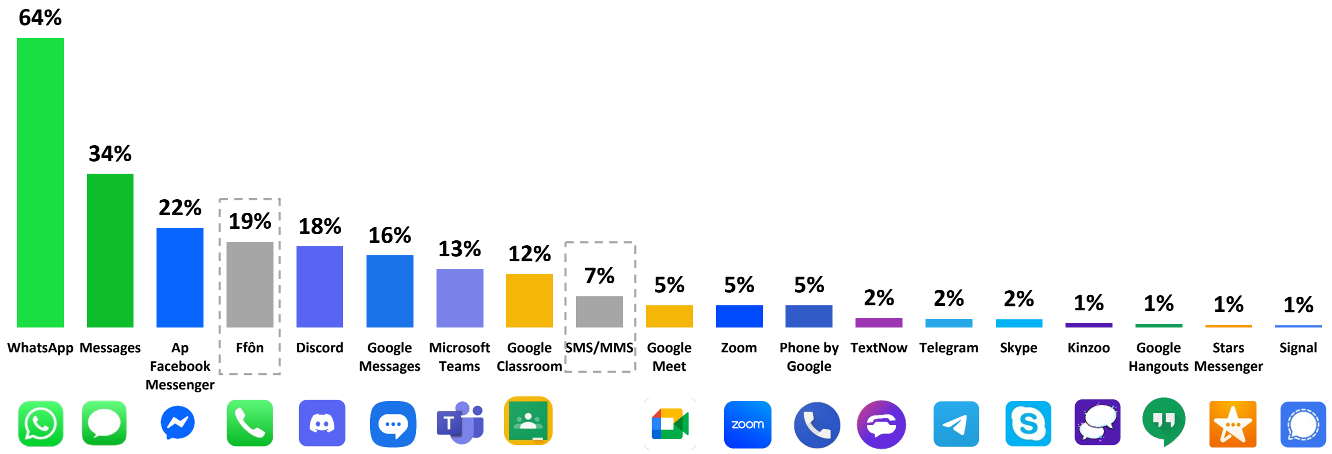
Sylwch: Nid yw defnydd o gonsolau gemau, setiau teledu ac arddangosfeydd clyfar yn cael ei fesur.

Negeseuon a galwadau

Roedd 82% o blant 8-14 oed y Deyrnas Unedig wedi defnyddio gwasanaeth negeseuon a galwadau. WhatsApp yw'r gwasanaeth negeseuon a galwadau sydd â'r cyrhaeddiad uchaf (64%). Roedd cyrhaeddiad WhatsApp ar ei uchaf ymysg plant hŷn: 8-9 oed (25%), 10-12 oed (72%) a 13-14 oed (89%). Roedd pum deg saith y cant o blant 8-14 oed yn ymweld â WhatsApp bob dydd (8-9 oed

(22%), 10-12 oed (63%) a 13-14 oed (79%)). Ar gyfartaledd, roedd ymwelwyr 8-14 oed â WhatsApp wedi ymweld â'r gwasanaeth 196 o weithiau yn ystod y mis ac wedi treulio 15 munud arno bob diwrnod ar gyfartaledd. Ar gyfartaledd, roedd defnyddwyr WhatsApp 13-14 oed wedi ymweld â'r gwasanaeth 259 o weithiau yn ystod y mis, gyda merched 13-14 oed yn ymweld 304 o weithiau a bechgyn 13-14 oed yn ymweld 217 o weithiau ar gyfartaledd.

Ffigur 11: Y deg prif wasanaeth negeseuon a galwadau ar-lein yn ôl cyrhaeddiad ymysg plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig mewn mis



Sylwch: Nid yw ffôn ac SMS/MMS fel blychau llwyd yn wasanaethau ar-lein. Gellir cael mynediad at wasanaeth negeseuon Facebook drwy brif lwyfan Facebook ac nid yw'n cael ei gyfrif yma. Nid yw defnydd o ap bwrdd gwaith Microsoft Teams yn cael ei fesur. Mae swyddogaeth negeseua hefyd ar gael ar safleoedd aml-wasanaeth fel gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol, sy'n cynnwys swyddogaethau negeseuon a galwadau fel rhan o'u cynnig cyffredinol e.e. Snapchat chat a negeseuon uniongyrchol Instagram. Nid yw'r astudiaeth hon yn gallu mesur y defnydd o wasanaethau negeseuon ar safleoedd. Arolwg Ofcom ar Ymddygiad ac Agweddau Plant a Rhieni Ar-lein, 2024, Cwestiwn: Pa rai o'r apiau neu'r safleoedd hyn, os o gwbl, mae eich plentyn yn eu defnyddio i anfon negeseuon neu i wneud galwadau fideo neu lais? Canlyniadau ar gyfer plant 8-15 oed ar gyfer gwasanaethau cyrhaeddiad uchel na adroddwyd arnynt yn y siart: 44% Snapchat, 35% negeseuon uniongyrchol TikTok a 27% Instagram direct.

Roedd un deg chwech y cant o blant 8-14 oed wedi ymweld â Life360, ap lleoli teulu sy'n galluogi defnyddwyr i rannu eu lleoliad ag aelodau o'u teulu a'u ffrindiau ac sy'n cynnwys nodwedd negeseuon grŵp. Roedd y cyrhaeddiad uchaf ymysg pobl ifanc 13-14 oed (26%).

E-bost

Roedd 50% o blant 8-14 oed y Deyrnas Unedig wedi ymweld â gwasanaeth e-bost.

Gmail gan Google oedd y gwasanaeth e-bost uchaf ei gyrhaeddiad (31%, 1.8 miliwn) ymysg plant 8-14 oed ar-lein yn y Deyrnas Unedig. Dilynwyd hyn gan Outlook gan Microsoft (20%, 1.1 miliwn), Spark Mail (4%, 0.2 miliwn) ac Yahoo Mail (2%, 0.1 miliwn). Treuliodd ymwelwyr Gmail 16 munud ar y gwasanaeth yn ystod y mis, a threuliodd ymwelwyr Outlook 38 munud.

Gemau[6]

Roblox yw'r ap gemau mwyaf poblogaidd, ac mae'n cyrraedd 61% (3.5 miliwn) o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig ar ffonau clyfar, dyfeisiau tabled a chyfrifiaduron. Ar ôl Roblox, mae cynffon hir o apiau gemau sydd i gyd yn cyrraedd 14% neu lai o bobl ifanc 8-14 oed ar-lein (gweler ffigur 13). Roblox oedd â'r cyrhaeddiad uchaf ar gyfer y tri grŵp oedran plant (8-9 oed: 59%, Plant 10-12 oed:

[6] Ni fesurwyd consolau gemau fel rhan o'r astudiaeth. Gweler y Fethodoleg.

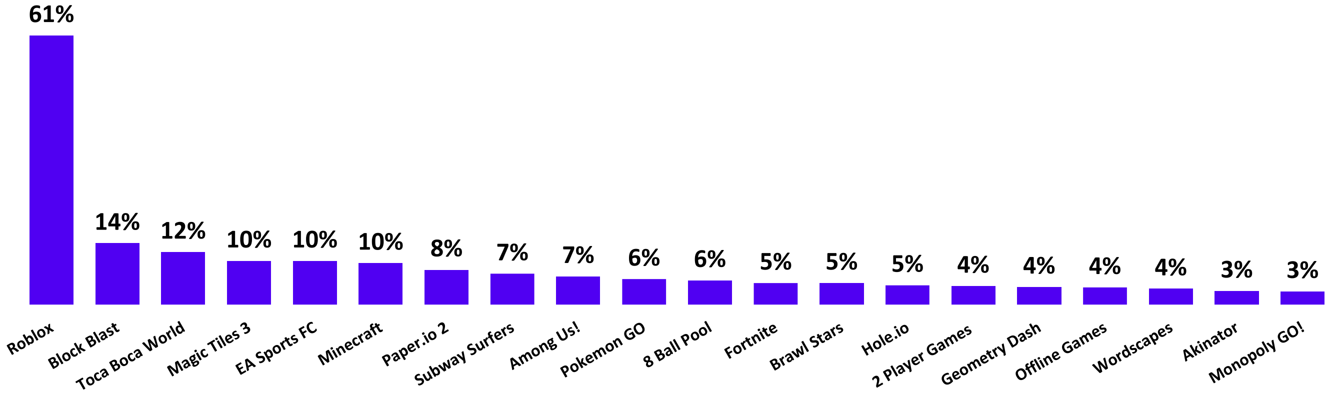
67% a 13-14 oed: 56%); fodd bynnag, roedd gwahaniaethau o ran safle ymysg y lleill a oedd yn y deg uchaf, er eu bod yn cynnwys yr un gemau yn bennaf. Treuliodd chwaraewyr 8-14 oed Roblox 15 munud ar gyfartaledd ar y gêm bob diwrnod ar ffonau clyfar, dyfeisiau tabled, cyfrifiaduron. Ar gyfartaledd, plant 10-12 oed sy'n treulio'r rhan fwyaf o amser – 18 munud y diwrnod, yna plant 8-9 oed 16 munud a phlant 13-14 oed 9 munud y diwrnod.

Toca Boca World oedd yr ail ap gemau â'r cyrhaeddiad uchaf ymysg plant 8-9 oed (16%, 258,000) ar draws ffonau clyfar, dyfeisiau tabled neu gyfrifiaduron. Mae Toca Boca World yn gêm sydd wedi ei hanelu at blant ifanc, a bu gostyngiad mewn cyrhaeddiad wrth i oedran gynyddu, gyda 15% o blant 10-12 oed yn defnyddio'r gêm (yn y 3ydd safle) a 4% o blant 13-14 oed (yn yr 17eg safle). Ar gyfartaledd, treuliodd chwaraewyr 8-14 oed Toca Boca World 3 munud y diwrnod ar y gêm.

Block Blast! oedd y gêm uchaf ond un ymysg plant 10-12 oed yn y Deyrnas Unedig (18%, 0.4 miliwn) a 13-14 oed (16%, 0.3 miliwn) ar draws ffonau clyfar, dyfeisiau tabled neu gyfrifiaduron. Ar gyfartaledd, treuliodd defnyddwyr Block Blast 8-14 oed 5 munud ar y gêm bob diwrnod, a threuliodd merched fwy o amser na bechgyn (6 munud o'i gymharu â bechgyn, 4 munud).

Roedd deuddeg y cant (0.6 miliwn) o blant 8-14 oed wedi ymweld â gwefan neu ap Xbox, ac roedd 9% (0.5 miliwn) wedi ymweld â gwefan neu ap PlayStation.

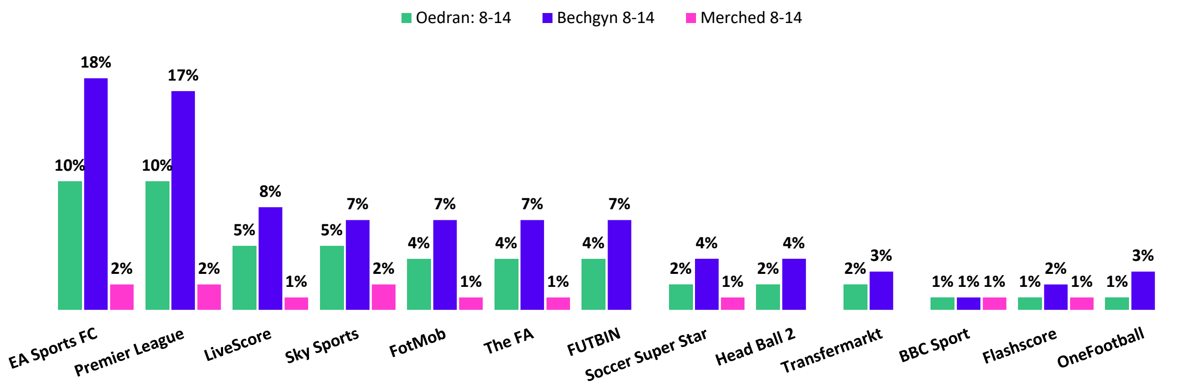
Ffigur 12: Yr ugain ap gemau mwyaf poblogaidd yn ôl cyrhaeddiad 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig mewn mis



Pêl-droed

Roedd gwasanaethau ar-lein sy'n ymwneud â phêl-droed, fel gemau neu newyddion pêl-droed, yn gwyro tuag at fechgyn. Game EA Sports FC oedd y gwasanaeth a oedd yn gysylltiedig â phêl-droed yr ymwelwyd ag ef amlaf, gan gyrraedd 10% o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig mewn mis. Fodd bynnag, bechgyn oedd y rhan fwyaf o'r ymwelwyr hyn (18% o'i gymharu â merched, 2%). Treuliodd ymwelwyr 8-14 oed ag EA Sports FC 3 munud y diwrnod ar gyfartaledd ar y gwasanaeth.

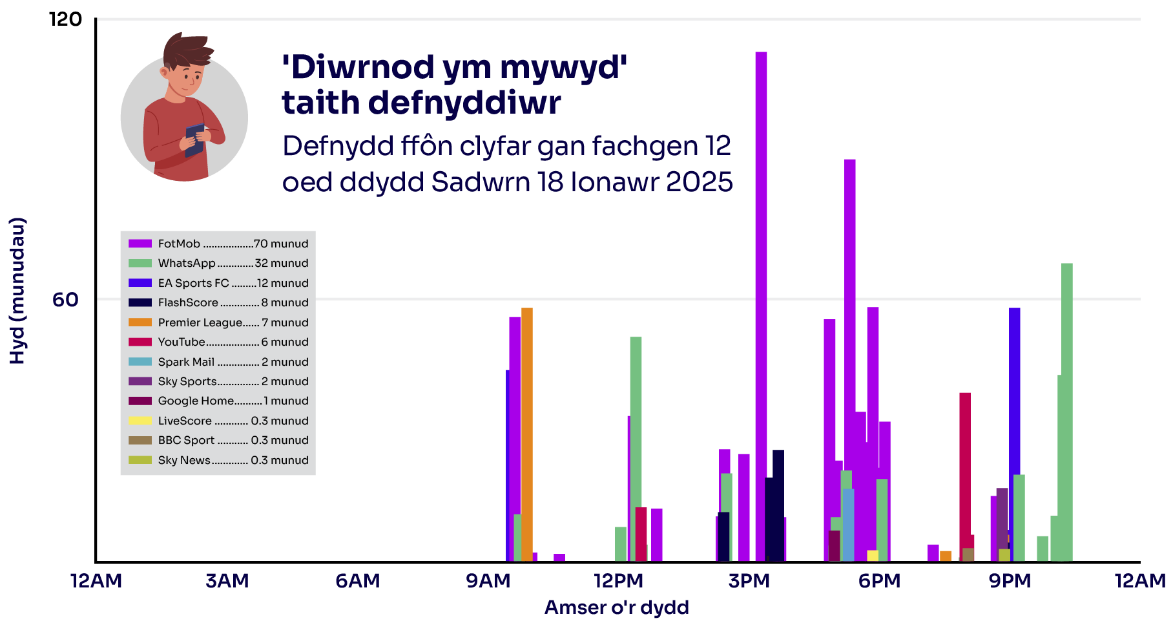
Ffigur 13: Y deg gwasanaeth uchaf sy’n gysylltiedig â phêl-droed yn ôl cyrhaeddiad plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig yn ystod y mis: yn ôl rhywedd



Sylwch: Mae'n bosibl na fydd ymwelwyr o reidrwydd wedi ymweld â Sky Sports neu BBC Sport am resymau sy’n ymwneud â phêl-droed.

Mae Ffigur 14 yn gynrychioliad gweledol o ddefnydd cyfranogwr bachgen 12 oed o iPhone. Mae gan y panelydd hwn ddiddordeb mawr mewn pêl-droed a chael yr wybodaeth ddiweddaraf am sgoriau’r gemau. Mae’n ymweld â FotMob yn rheolaidd yn ystod y diwrnod – safle sgoriau ac ystadegau pêl-droed amser real (yn enwedig yn ystod gemau). Mae’r bachgen hwn yn defnyddio amrywiaeth o ffynonellau eraill hefyd i gael yr wybodaeth ddiweddaraf am bêl-droed, gan gynnwys: Flashscore, Premier League, Livescore, Sky Sports a BBC Sport.

Ffigur 14: ‘Diwrnod ym mywyd’ defnyddiwr: Defnydd iPhone un panelydd dros gyfnod o 24 awr, bachgen 12 oed ddydd Sadwrn 18 Ionawr 2025



Sylwch: Mae’r allwedd yn rhoi cyfanswm yr amser a dreuliwyd ar wasanaethau am y diwrnod.

Addysg

Roedd 76% o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig wedi ymweld â gwasanaeth cysylltiedig ag addysg mewn mis.

Duolingo oedd y gwasanaeth addysg â'r cyrhaeddiad mwyaf, gan gyrraedd 21% o blant 8-14 oed y Deyrnas Unedig mewn mis. Dilynwyd Duolingo gan Wikipedia[7] (17%), Sparx (17%) a ClassCharts (10%). Treuliodd defnyddwyr 8-14 oed Duolingo 3 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth bob diwrnod.

Deallusrwydd Artiffisial[8]

Roedd 37% (2.1 miliwn) o bobl ifanc 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig wedi ymweld â gwasanaeth Deallusrwydd Artiffisial (AI) mewn mis. Roedd cyrhaeddiad ar ei uchaf ymysg plant hŷn: 8-9 (27%), 10-12 (35%) a 13-14 (50%).

Gauth: AI study companion, sy'n eiddo i Bytedance (10%, 0.6 miliwn) oedd y gwasanaeth AI oedd â'r cyrhaeddiad uchaf ymhlith plant 8-14 oed mewn mis. Plant 13-14 oed (22%) oedd y rhai a oedd yn ymweld â Gauth yn bennaf, yna 8% o blant 10-12 oed (nid oedd yr un o'r plant 8-9 oed yn ein sampl wedi ymweld â Gauth). Ar gyfartaledd, ymwelodd defnyddiwr Gauth 8-14 oed â'r gwasanaeth 33 gwaith yn ystod y mis, gyda hyd cyfartalog un ymweliad yn 29 eiliad. Treuliodd ymwelwyr 8-14 oed â Gauth 17 munud mewn mis ar gyfartaledd.

ChatGPT (9%, 509,000) oedd yr ail wasanaeth AI mwyaf poblogaidd ymysg plant 8-14 oed mewn mis. Dilynwyd ChatGPT gan Character AI (4%, 0.2 miliwn), rhiant-gwmni OpenAI (3%, 0.2 miliwn), Talkie AI (3%, 0.1 miliwn) a DeepAI (1%, 0.07 miliwn). Yn debyg i Gauth, plant 13-14 oed (17%) oedd yn defnyddio ChatGPT yn bennaf, yna plant 10-12 oed (8%) a phlant 8-9 oed (3%). Treuliodd plant 8-14 oed a oedd yn ymweld â ChatGPT 34 eiliad y diwrnod ar gyfartaledd ar y gwasanaeth (16 munud mewn mis).

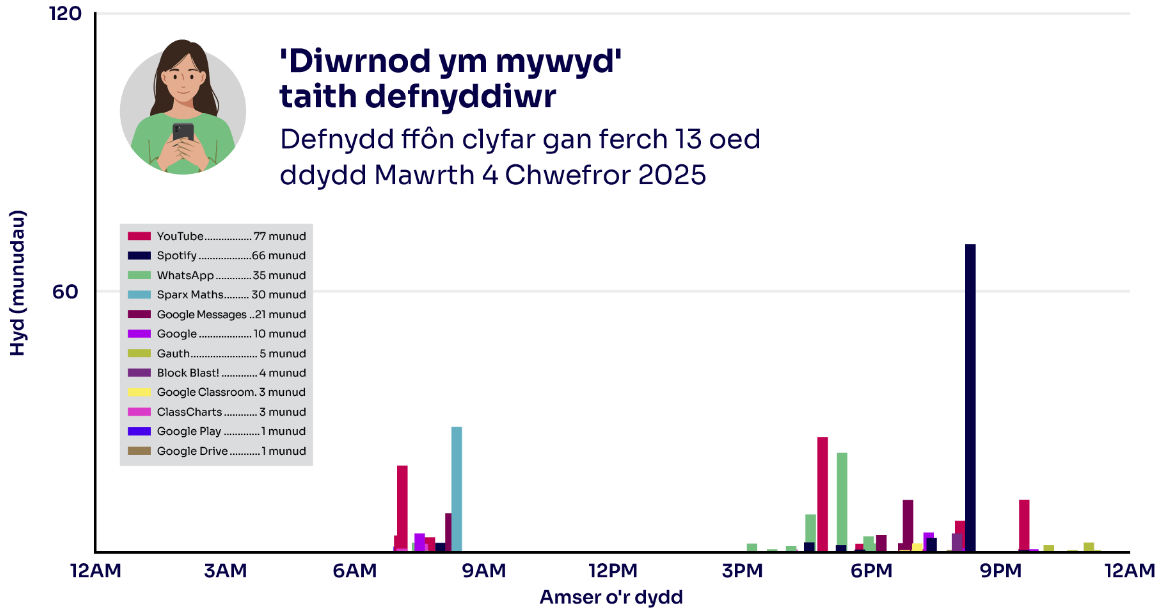
Character AI a Talkie AI oedd y gwasanaethau AI â'r amser cyfartalog uchaf a dreuliwyd arnynt. Treuliodd ymwelwyr â Character AI 20 munud y diwrnod ar y gwasanaeth, gydag ymwelwyr â Talkie AI yn treulio 9 munud y diwrnod.

Mae Ffigur 15 yn gynrychioliad gweledol o ddefnydd cyfranogwr 13 oed benywaidd o iPhone ar ddiwrnod ysgol. Mae'r panelydd yn defnyddio ei iPhone cyn mynd i'r ysgol, gan dreulio'r rhan fwyaf o'i hamser ar YouTube a Sparx Maths. Mae Sparx Maths yn safle sy'n helpu myfyrwyr gyda'u gwaith cartref Mathemateg. Rhwng 10:00pm ac 11:00pm mae'r ferch hefyd yn defnyddio Gauth, yr ap AI sy'n helpu gydag astudio a gwaith cartref. Ar wahân i YouTube, mae'r data'n awgrymu nad oes gan y ferch hon fynediad at y gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol poblogaidd eraill drwy iPhone.

[7] Cyrhaeddodd Wikimedia Foundation Inc. (sy'n cynnwys Wikipedia a Wikimedia) 22% o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig.

[8] Ni ellir adrodd ar swyddogaethau deallusrwydd artiffisial sy'n rhan o wasanaethau presennol e.e. Snapchat My AI neu Google Gemini, drwy'r astudiaeth hon. Edrychwch ar ganlyniadau arolwg adroddiad Ein Gwlad Ar-lein 2024 Ofcom ar Ddeallusrwydd Artiffisial Cynhyrchiol i gael y canfyddiadau diweddaraf ar wasanaethau o'r fath.

Ffigur 15: ‘Diwrnod ym mywyd’ defnyddiwr: Defnydd iPhone un cyfranogwr dros gyfnod o 24 awr, merch 13 oed ddydd Mawrth 4 Chwefror 2025



Sylwch: Mae’r allwedd yn rhoi cyfanswm yr amser a dreuliwyd ar wasanaeth am y diwrnod. Nid yw chwarae sain pan fydd ap Spotify wedi cau yn cael ei fesur; dim ond pan fydd yr ap yn y blaen yn cael ei ddefnyddio y bydd amser yn cael ei fesur.

Cynnwys pornograffig

Roedd 8% o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig wedi ymweld â gwasanaeth cynnwys pornograffig mewn mis. Roedd cyrhaeddiad ar ei uchaf ymysg plant hŷn: 8-9 (3%), 10-12 (7%) a 13-14 (15%). Ymysg y plant 13-14 oed, roedd bechgyn yn fwy tebygol na merched o fod wedi ymweld â gwasanaeth sydd â chynnwys pornograffig (19% o’i gymharu ag 11%).

Pornhub (4%) oedd y gwasanaeth cynnwys pornograffig uchaf ei gyrhaeddiad ymysg plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig mewn mis. Roedd naw y cant o blant 13-14 oed y Deyrnas Unedig wedi ymweld â Pornhub, bechgyn yn bennaf (13-14 oed: bechgyn 11% o’i gymharu â merched 6%). Treuliodd ymwelwyr 8-14 oed â Pornhub 9 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth mewn mis. Ymysg plant 8-14 oed, dilynwyd Pornhub gan Charturbate (1.9%), Stripchat (1.5%), OnlyFans (0.7%) a Jerkmate (0.7%) fel y gwasanaethau cynnwys pornograffig â’r cyrhaeddiad mwyaf. Treuliodd ymwelwyr 8-14 oed â Chaturbate lai nag 1 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth mewn mis a threuliodd ymwelwyr â Stripchat 14 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth mewn mis. Treuliodd ymwelwyr 8-14 oed ag OnlyFans a Jerkmate lai na munud ar gyfartaledd ar y gwasanaethau hyn, sy’n awgrymu o bosibl nad aethant ymhellach na’r dudalen mewngofnodi.

Ffrydio fideos

Netflix oedd y gwasanaeth fideo â’r cyrhaeddiad uchaf (42%, 2.4 miliwn) ymysg plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig ar ffonau clyfar, dyfeisiau tabled neu gyfrifiaduron mewn mis. Treuliodd defnyddwyr 8-14 oed Netflix 2 awr 15 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth mewn mis ar ffôn clyfar, a threuliodd y rhai a oedd yn defnyddio Netflix ar ddyfais tabled 3 awr 15 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth ar y ddyfais mewn mis.

Disney+ oedd yr ail wasanaeth fideo mwyaf poblogaidd (19%, 1.1 miliwn) ymysg plant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig ar ffonau clyfar, dyfeisiau tabled neu gyfrifiaduron mewn mis. Ar gyfartaledd,

treuliodd plant rhwng 8 a 14 oed a oedd yn defnyddio Disney+ 52 munud ar y gwasanaeth mewn mis ar ffôn clyfar, a threuliodd y rhai a oedd yn defnyddio Disney+ ar ddyfais tabled 2 awr 35 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth ar y ddyfais mewn mis.

Ymysg gwasanaethau ffrydio fideo'r darlledwr gwasanaeth cyhoeddus, cyrhaeddodd BBC iPlayer ac ITVX 8% a 5% o blant 8-14 oed yn y Deyrnas Unedig ar ffonau clyfar, dyfeisiau tabled a chyfrifiaduron, gyda Channel 4 yn cyrraedd 3%.