

---

# Adroddiad ar agweddau oedolion a'u defnydd o gyfryngau

---

**ADRODDIAD YMCHWIL:**

Dyddiad Cyhoeddi: 25 Ebrill 2018

# Gair am y ddogfen hon

---

Mae'r adroddiad hwn yn edrych ar llythrennedd oedolion yn y cyfryngau. Mae'n darparu tystiolaeth fanwl am ddefnyddio'r cyfryngau, agweddau a dealltwriaeth ymysg oedolion 16 oed a hŷn, gan ganolbwyntio'n benodol ar y grwpiau hynny sy'n tueddu i beidio â chymryd rhan yn ddigidol. Mae'n canolbwyntio ar y don bresennol o ymchwil, a wnaed yn ystod tymor yr hydref 2017 ac mae'n edrych ar unrhyw newidiadau ers 2016.

Mae'r adroddiad yn ddogfen gyfeirio ar gyfer y diwydiant, rhanddeiliaid a defnyddwyr. Mae hefyd yn rhoi cyd-destun i'r gwaith mae Ofcom yn ei wneud i hyrwyddo buddiannau defnyddwyr a dinasyddion yn y marchnadoedd a reoleiddir gennym.

Roedd Deddf Cyfathrebiadau 2003 yn rhoi dyletswydd ar Ofcom i hyrwyddo a chynnal ymchwil ym maes llythrennedd yn y cyfryngau. Mae'r adroddiad hwn yn cyfrannu at sicrhau bod Ofcom yn cyflawni'r ddyletswydd hon.

# Cynnwys

---

## Adran

Crynodeb Gweithredol 1-8

Crynodeb o'r prif ganfyddiadau 9-18

## Crynodeb gweithredol

Llythrennedd yn y cyfryngau yw'r gallu i ddefnyddio, deall a chreu cyfryngau a chyfathrebiadau mewn amrywiaeth o gyd-destunau. Mae ein hadroddiad *Agweddau Oedolion a'u Defnydd o Gyfryngau* yn rhan o raglen ymchwil Ofcom ar llythrennedd yn y cyfryngau. Mae'n darparu tystiolaeth fanwl am ddefnyddio'r cyfryngau, agweddau a dealltwriaeth ymysg oedolion 16 oed a hŷn, gan ganolbwyntio'n benodol ar y grwpiau hynny sy'n tueddu i beidio â chymryd rhan yn ddigidol.

Yn bennaf mae'r adroddiad yn defnyddio data sydd wedi cael ei gasglu o'r arolwg traciwr blynyddol llythrennedd oedolion yn y cyfryngau. Mae'r arolwg hwn yn seiliedig ar gyfweiliadau gyda 1,875 o oedolion 16 oed a hŷn ym mis Medi a mis Hydref 2017. Caiff hyn ei ategu gan ddata o arolwg traciwr technoleg Ofcom yn 2017, ar sail 2,861 o gyfweiliadau gydag oedolion 16 oed a hŷn ym mis Gorffennaf a mis Awst 2017.

Eleni, mae'r adroddiad yn cynnwys canfyddiadau o astudiaeth ar-lein ychwanegol a gynhaliwyd gyda 1,050 o oedolion 16 oed a hŷn, a oedd yn edrych ar agweddau defnyddwyr y rhyngwrwd at fod ar-lein, eu dealltwriaeth o reoleiddio'r cyfryngau, defnyddio a dealltwriaeth feirniadol o wefannau cymharu prisiau a'u diddordeb mewn newyddion, a ffynonellau newyddion a'u hagweddau at hynny.

Mae'r adroddiad hefyd yn cynnwys dadansoddiad ychwanegol ar oedolion oed gweithio, yn yr Atodiad.

Yn cael ei gyhoeddi ochr yn ochr â'r adroddiad hwn y mae adroddiad ymchwil ansoddol *Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion 2017*.

Mae'r crynodeb gweithredol hwn yn dwyn ynghyd y canfyddiadau o'r holl ffynonellau hyn er mwyn rhoi naratif cyffredinol ar brofiadau oedolion o gyfryngau yn 2017.

## Y trosolwg

Mae defnyddio'r rhyngwrwd yn dod yn fwy symudol, gyda mwy o bobl yn mynd ar-lein drwy eu ffonau clyfar a chael gafael ar y rhyngwrwd mewn lleoliadau ar wahân i'w gwaith a'u cartref. Mae'r cysylltedd yma'n effeithio ar ein bywydau mewn sawl ffordd, gyda mwy a mwy yn defnyddio gwasanaethau cyfathrebu fel WhatsApp, mwy yn defnyddio gwasanaethau ffrydio ac ar-alwad, mwy o fynediad at gyfleoedd creadigol, ac You Tube a chyfryngau cymdeithasol yn cael eu defnyddio fwyfwy fel ffynonellau o newyddion a gwybodaeth.

Felly efallai nad yw'n syndod bod y rhan fwyaf yn parhau i ddweud bod manteision y rhyngwrwd yn drech na'r risgiau iddyn nhw. Serch hynny, mae'r cysylltedd yma'n gallu bod yn llethol, gydag un rhan o dri yn dweud y bydden nhw'n hoffi treulio llai o amser ar-lein. Mae iddo nifer o anfanteision hefyd, yn fwyaf penodol dywed bron i hanner y rheini sy'n defnyddio'r rhyngwrwd eu bod wedi gweld cynnwys cas ar-lein yn ystod y flwyddyn ddiwethaf.

Ac ystyried yr anfanteision hyn, mae sgiliau meddwl yn feirniadol o ddiddordeb penodol. Mae angen y sgiliau ar bobl i gwestiynu a gwneud penderfyniadau am eu hamgylchedd ar-lein. Mae'r sgiliau hyn yn bwysig gan eu bod yn eu galluogi i gadw eu hunain ac eraill yn ddiogel, deall pryd maen nhw'n

edrych ar hysbysebion a sut mae eu data'n cael ei ddefnyddio, a sut mae gwybod pan allai rywbeth fod yn rhagfarnllyd neu'n gamarweiniol. Mae ein hymchwil yn dangos bod nifer o bobl yn ei chael hi'n anodd gydag o leiaf rhai o'r elfennau hyn.

Mae hi'n bwysig cofio hefyd er ei bod hi'n ymddangos bod y rhyngwrwyd ym mhobman, nid ydy'r profiad ar-lein yr un fath i bawb. Mae ein hymchwil yn datgelu gwahaniaethau sylweddol, yn ôl oed ac yn ôl grŵp economaidd-gymdeithasol, yn y niferoedd sydd ar-lein o gwbl, ac i'r graddau y mae'r rheini sydd ar-lein yn meddu ar y sgiliau beirniadol i ddeall a llywio drwy eu byd ar-lein yn ddiogel.

## Prif themâu

### Newidiadau mewn arferion ar-lein

#### Mae'r rhyngwrwyd yn dod yn fwy symudol

Mae bron i naw o bob deg (88%) o oedolion y DU ar-lein, mae hyn bron yn gyffredinol ymysg y rheini sydd dan 55 (96% o'r grŵp oed 45-54, gan godi i 98% o'r grŵp oed 16-24). Mae oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd fel rheol yn treulio diwrnod yr wythnos ar-lein. Er nad ydy hyn wedi cynyddu'r gyffredinol ers 2016, mae oedolion ar-lein nawr yn treulio mwy o amser yn defnyddio'r rhyngwrwyd mewn lleoliadau ar wahân i'r cartref neu'r gwaith/lleoliad addysg. Caiff hyn ei adlewyrchu yn y cynnydd ers 2016 yn y nifer sy'n defnyddio eu ffonau clyfar i fynd ar-lein (70% o'i gymharu â 66% yn 2016). Mae ffonau clyfar yn fwy poblogaidd na chyfrifiadur i fynd ar-lein, gan barhau â phatrwm a welwyd am y tro cyntaf yn 2016.

Roedd y rheini a gymerodd ran yn yr ymchwil ansoddol yn manteisio ar y cysylltedd unrhyw-le yma ar gyfer eu gwaith, gyda nifer wedi dechrau busnesau ar-lein newydd a nifer yn defnyddio ffonau clyfar i gadw mewn cysylltiad â gwaith a chleientiaid. Mewn blynyddoedd blaenorol byddai bod heb fynediad i'r rhyngwrwyd wedi bod yn anhwylystod diflas, byddai rhai nawr yn ystyried hynny fel bygythiad i'w bywoliaeth.

#### Ac mae'n newid sut rydyn ni'n cyfathrebu

Wrth i'r rhyngwrwyd ddod yn fwy symudol, mae mathau newydd o gyfryngau cymdeithasol yn dod yn fwy poblogaidd. Facebook ydy'r safle mwyaf cyffredin o hyd i gael proffil arno, gyda thri oedolyn o bob pump (62%) â phroffil / cyfrif, yr un lefel â 2016. Serch hynny, mae'r nifer sy'n defnyddio WhatsApp wedi cynyddu 7 pwynt canran i 36%. Mae pobl hefyd yn fwy tebygol nag yn 2016 o ddweud mai WhatsApp ydy eu prif broffil (11% o'i gymharu â 4% yn 2016) ac yn llai tebygol o ddweud hyn am Facebook (48% o'i gymharu â 52% yn 2016). Caiff hyn ei adlewyrchu yn yr ymchwil ansoddol hefyd, lle caiff WhatsApp ei weld fel rhywbeth canolog i gynnal cysylltiadau gyda ffrindiau a theulu.

### Rôl esblygol teledu

**Mae oedolion y DU yn llai tebygol o ddweud mai eu teledu ydy'r ddyfais y bydden nhw'n gweld ei cholli fwyaf**

Ers 2016, mae oedolion yn y DU yn llai tebygol o ddefnyddio teledu gartref ac yn llai tebygol o ddweud mai eu teledu ydy'r ddyfais y bydden nhw'n gweld ei cholli fwyaf. Mae dros hanner yr oedolion nawr yn dweud eu bod yn gwyllo cynnwys ar-alwad neu wedi'i ffrydio; cynnydd ers 2016<sup>1</sup>, ac mae'r rhan fwyaf o'r cyfranogwyr yn yr ymchwil ansoddol nawr yn defnyddio o leiaf un gwasanaeth ar-alwad neu ffrydio.<sup>2</sup>

### **Teledu ydy'r lle cyntaf mae pobl yn cael eu newyddion yn dal i fod**

Mae'r rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn gwerthfawrogi newyddion diduedd (66%), sy'n torri/yn ddiweddar (62%) ac sy'n rhoi'r ffeithiau allweddol (59%). Mae llai yn gwerthfawrogi newyddion sy'n rhoi hyd a lled darpariaeth (39%), neu sy'n darparu barn arbenigol (32%) neu safbwynt gwahanol (22%). Teledu ydy'r lle cyntaf bydd defnyddwyr y rhyngwrwyd yn mynd, ar gyfer pob math o newyddion sy'n bwysig iddyn nhw, ac eithrio newyddion sy'n darparu safbwynt gwahanol.<sup>3</sup>

### **Ond mae pobl yn troi at gyfryngau cymdeithasol yn gyntaf i gael safbwynt gwahanol ar y newyddion, er eu bod yn llai tebygol o weld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw ar gyfryngau cymdeithasol**

Mae chwarter (25%) o'r rheini sy'n gwerthfawrogi newyddion sy'n rhoi safbwynt gwahanol yn dweud y bydden nhw'n troi yn gyntaf at safleoedd cyfryngau cymdeithasol ar gyfer hyn, wedi'i ddilyn gan un o bob pump (21%) a fyddai'n troi yn gyntaf at deledu. Fodd bynnag, mae'r rhan fwyaf o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn llai tebygol nag yn 2016 o ddweud eu bod yn aml yn gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw (20% o'i gymharu â 29%) ac yn fwy tebygol o ddweud mai anaml maen nhw'n gweld safbwyntiau o'r fath (18% o'i gymharu â 12%).

Bu cynnydd hefyd yn y niferoedd sy'n defnyddio YouTube i chwilio am wybodaeth ar-lein (35% o'i gymharu â 31% yn 2016) ac mae tri chwarter (74%) yn dweud y bydden nhw'n defnyddio YouTube i ddysgu pethau newydd, sy'n uwch na'r gyfran sy'n dweud y bydden nhw'n defnyddio Google (69%).

### **Elfennau negyddol a chadarnhaol bod ar-lein**

#### **Mae nifer y bobl sy'n dweud eu bod wedi cael profiadau negyddol ar-lein wedi cynyddu**

---

<sup>1</sup> Yn 2016 roedd yr ymatebwyr dim ond wedi cael cwestiynau am eu profiad o wyllo cynnwys ar-alwad. Yn 2017 cafodd hyn ei ehangu i gynnwys ffrydio cynnwys a allai gyfrif am y cynnydd rhwng 2016 a 2017. Dangosol yn unig ydy'r canlyniadau felly. Serch hynny, mae'r ffigurau tanystrifio yn Adroddiad 2017 Ofcom ar y Farchnad Gyfathrebu yn cefnogi'r patrwm hwn; gweler ffigur 2.3 [https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf\\_file/0017/105074/cmr-2017-uk.pdf](https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0017/105074/cmr-2017-uk.pdf)

<sup>2</sup> Caiff ei gefnogi gan ddata yn Adroddiad 2017 Ofcom ar y Farchnad Gyfathrebu, gweler adran 1.4.2; mae 67% o oedolion y DU yn defnyddio o leiaf un o wasanaethau ar-lein y darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus (BBC iPlayer, All4, ITV Hub, My5) ac mae 45% yn defnyddio o leiaf un gwasanaeth ar-alwad tanystrifio a ffrydio, fel Amazon Prime a Netflix [https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf\\_file/0017/105074/cmr-2017-uk.pdf](https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0017/105074/cmr-2017-uk.pdf)

<sup>3</sup> Arolwg cael gafael ar newyddion Ofcom ydy prif ffynhonnell ystadegau Ofcom ar gael gafael ar newyddion. Mae'r canfyddiadau diweddaraf yma [https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf\\_file/0016/103570/news-consumption-uk-2016.pdf](https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0016/103570/news-consumption-uk-2016.pdf)

Dywed hanner y defnyddwyr rhyngrwyd (50%) eu bod yn poeni am yr hyn sydd ar y rhyngrwyd. Nid ydy hyn wedi newid ers 2016, ond mae pryderon penodol ynghylch risgiau i eraill neu i gymdeithas (27% o'i gymharu â 22%), neu am ddiogelwch neu dwyll (25% o'i gymharu â 20%), wedi cynyddu.

Bu cynnydd hefyd yn y niferoedd sydd wedi cael profiadau negyddol ar-lein. Dywed bron i hanner y defnyddwyr rhyngrwyd eu bod wedi gweld cynnwys cas ar-lein yn ystod y flwyddyn ddiwethaf (47%), gydag un o bob saith (14%) yn dweud eu bod wedi gweld hyn yn 'aml'. Roedd dau o bob pump (40%) a oedd wedi gweld y math yma o gynnwys wedi dweud eu bod wedi gwneud rhywbeth am y peth, fel rhoi gwybod i'r wefan neu wneud sylw i ddweud eu bod yn meddwl ei fod yn anghywir, ac roedd tri o bob pump (59%) wedi'i anwybyddu neu wedi gwneud dim byd am y peth. Mae'r rheini sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol yn fwy tebygol nag yn 2016 o ddweud eu bod wedi gweld rhywbeth a oedd wedi eu cynhyrfu neu beri tramgwydd iddyn nhw ar gyfryngau cymdeithasol/safleoedd negeseuon yn ystod y flwyddyn ddiwethaf (55% o'i gymharu â 44% yn 2016). Serch hynny, maen nhw'n llai tebygol o ddweud eu bod wedi gwneud rhywbeth am y peth (55% o'i gymharu â 61% yn 2016). Dywed un o bob wyth (13%) sy'n gwyllo fideos ar safleoedd rhannu fideos eu bod wedi rhoi gwybod am gynnwys amhriodol ar YouTube.

Mae safbwyntiau cymysg am rôl bod yn ddiennw ar-lein. Er bod dros un rhan o dri o'r rheini sy'n defnyddio'r rhyngrwyd (37%) yn meddwl y dylai pobl gael yr hawl i guddio pwy ydyn nhw ar-lein er mwyn mynegi eu safbwyntiau'n ddiennw, mae mwy yn dweud y dylid bob amser rhannu safbwyntiau ar-lein gan ddefnyddio enwau go iawn pobl, hyd yn oed os ydy'r safbwyntiau hyn yn rhai dadleuol (46%).

### **Byddai tri defnyddiwr rhyngrwyd o bob deg yn hoffi treulio llai o amser ar-lein, ond i'r rhan fwyaf mae'r manteision yn drech na'r risgiau**

Mae pedwar defnyddiwr rhyngrwyd o bob deg yn dweud eu bod yn treulio gormod o amser ar-lein; mae hyn yn uwch na'r gyfran sy'n anghytuno (26%). Byddai nifer yn hoffi newid hyn: Dywed 30% y bydden nhw'n hoffi treulio llai o amser ar-lein. Serch hynny, mae'r un gyfran yn anghytuno â'r datganiad hwn, ac mae defnyddwyr y rhyngrwyd hefyd yn gweld manteision niferus y byd ar-lein. Mae pedwar o bob pump yn cytuno bod dulliau cyfathrebu newydd wedi gwneud bywyd yn haws, ac mae tri o bob pump yn meddwl bod bod ar-lein yn eu hysbrydoli i roi cynnig ar bethau newydd. Mae dros hanner y defnyddwyr rhyngrwyd (54%) yn teimlo bod bod ar-lein yn eu helpu i gysylltu â phobl greadigol, ac mae dros ddau o bob pump (43%) yn teimlo eu bod yn fwy creadigol ers bod ar-lein. Efallai nad yw'n syndod felly bod manteision bod ar-lein yn drech na'r anfanteision i'r mwyafrif (62%).

### **Dealltwriaeth feirniadol: hysbysebu, preifatrwydd, cyllido a rheoleiddio**

#### **Mae nifer heb y sgiliau beirniadol i wneud penderfyniadau am gywirdeb gwybodaeth ar-lein neu i wybod os ydyn nhw'n edrych ar hysbysebion ai peidio**

Er bod y rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn deall nad ydy'r holl wybodaeth sydd ar-lein yn wir, mae 10% yn dweud nad ydyn nhw'n meddwl ynghylch a ydy'r wybodaeth ffeithiol maen nhw'n ei gweld ar-lein yn wir ac ni fyddai chwarter (23%) y rheini sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol yn gwirio pa mor ddibynadwy ydy erthygl newyddion ar y cyfryngau cymdeithasol.

Er bod dros hanner yr oedolion (54%) yn gwybod sut caiff peiriannau chwilio eu hariannu'n bennaf, mae bron i un o bob pump (18%) yn rhoi ateb anghywir, ac nid ydy bron i dri o bob deg (28%) yn gwybod. Dim ond hanner (48%) y rheini sy'n defnyddio peiriannau chwilio sy'n gallu adnabod hysbysebion yn gywir ar Google, er bod hynny'n cael ei nodi gan flwch gyda'r gair 'Ad' ynddo, ac mae ychydig o dan un rhan o bump (18%) yn meddwl os ydy rhywbeth wedi cael ei restru gan beiriant chwilio mae'n rhaid ei fod yn cynnwys gwybodaeth gywir a diduedd, er bod y ffigur hwn wedi disgyn ers 2016 (21%).

Eleni roedden ni hefyd wedi edrych ar a ydy pobl yn deall sut mae gwefannau cymharu prisiau yn gweithio. Nid ydy dros hanner (55%) y rheini sy'n defnyddio gwefan cymharu prisiau yn gwybod efallai fod y cynigion sy'n cael eu rhestru gyntaf wedi talu am gael ymddangos yno.

### **Er bod y rhan fwyaf o'r rheini sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd yn gwybod am o leiaf un o'r ffyrdd mae cwmnïau yn casglu gwybodaeth am ddefnyddwyr ar-lein, dim ond tri o bob deg sy'n ymwybodol o'r holl ffyrdd roedden ni wedi gofyn amdany'n nhw**

Mae dros saith defnyddiwr rhyngwrwyd o bob deg (72%) yn dweud eu bod yn hyderus eu bod yn gwybod sut mae rheoli pwy sydd â mynediad i'w data personol ar-lein. Dywed bron i saith o bob deg (69%) eu bod yn gwybod bod cwmnïau yn defnyddio cwci i gasglu gwybodaeth, ac mae bron i chwech o bob deg (59%) yn gwybod bod cwmnïau'n casglu gwybodaeth o gyfrifon cyfryngau cymdeithasol. Mae llai (45%) yn gwybod bod cwmnïau'n defnyddio apiau ar ffonau clyfar i gasglu data am leoliadau defnyddwyr, neu ynghylch pa gynnyrch neu wasanaethau sydd o ddiddordeb iddyn nhw. Er bod 83% o'r rheini sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd yn gwybod am o leiaf un o'r ffyrdd mae cwmnïau yn gallu casglu gwybodaeth am ddefnyddwyr, dim ond tri o bob deg sy'n ymwybodol o'r holl ffyrdd roedden ni wedi gofyn amdany'n nhw.

Dywed pedwar defnyddiwr rhyngwrwyd o bob deg (41%) nad ydyn nhw'n fodlon i gwmnïau gasglu a defnyddio eu gwybodaeth bersonol. Dywed tua un rhan o dair o ddefnyddwyr rhyngwrwyd eu bod yn fodlon i hyn ddiwydd, ond gydag amodau: os ydyn nhw'n gallu optio allan unrhyw bryd (35%); os ydy'r cwmni'n glir ynghylch sut byddan nhw'n defnyddio eu gwybodaeth bersonol (33%); neu os ydyn nhw'n cael eu sicrhau na fydd eu gwybodaeth yn cael ei rhannu ag unrhyw gwmnïau eraill (32%). Yn yr ymchwil ansoddol roedd nifer o'r cyfranogwyr wedi mynegi pryderon am rannu eu data personol rhwng llwyfannau, gan ddweud eu bod yn anesmwyth ynghylch gweld hysbysebion ar un llwyfan ar sail eu hymddygiad ar un arall.

Wrth roi manylion personol ar-lein, dywed 57% o'r rheini sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd y bydden nhw'n gwirio i weld a ydy'r safle'n edrych yn ddiogel cyn cofrestru eu manylion ar-lein. Serch hynny, dywed un o bob wyth y bydden nhw'n cofrestru eu manylion personol os mai dyma oedd yr unig ffordd o gael y cynnyrch neu'r gwasanaeth roedd arnyn nhw ei eisiau (12%). Dywed tri chwarter y defnyddwyr rhyngwrwyd (77%) sy'n prynu ar-lein eu bod yn gwneud archwiliadau priodol cyn rhoi manylion eu cerdyn debyd neu gredyd ar-lein, er bod 4% yn dweud eu bod yn rhoi manylion eu cerdyn pryd bynnag y mae angen, a 10% yn gwneud hynny os mai dyna'r unig ffordd o brynu'r eitem.

### **Mae ymwybyddiaeth o sut caiff rhaglenni teledu eu cyllido yn uchel, ond mae ymwybyddiaeth o sut caiff gwasanaethau ar-lein a gwefannau eu cyllido yn is.**



Mae'r rhan fwyaf o oedolion (80%) yn gwybod mai ffi'r drwydded ydy'r brif ffynhonnell gyllid ar gyfer rhaglenni teledu'r BBC, ac mae saith o bob deg yn gwybod mai hysbysebion ydy'r brif ffynhonnell gyllid ar gyfer rhaglenni teledu ar y sianeli teledu masnachol. Mae ymwybyddiaeth mai ffi'r drwydded ydy'r brif ffynhonnell o gyllid ar gyfer gwefan y BBC (66%) a BBC iPlayer (56%) yn dal i fod yn is nag ar gyfer rhaglenni teledu'r BBC, ac mae llai na hanner y rheini sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd (45%) yn gwybod bod YouTube yn cael ei gyllido'n bennaf drwy hysbysebion.

Mae defnyddwyr y rhyngwrwyd wedi'u rhannu ynghylch pwysigrwydd pwy sy'n ariannu a phwy sy'n berchen ar wefannau. Maen nhw'r un mor debygol o gytuno'n gyffredinol (38%) ag ydyn nhw i anghytuno'n gyffredinol (38%) gyda: *"Gyhyd â bod gwefannau da ar gael ar y rhyngwrwyd, does dim ots pwy sy'n berchen arny'n nhw na sut maen nhw'n cael eu cyllido"*. Fodd bynnag, maen nhw'n fwy tebygol o anghytuno'n gryf (20%) nag ydyn nhw o gytuno'n gryf (15%). Mae hyn yn cyferbynnu â'r canlyniadau mor ddiweddar â 2013, pan roedd y gwrthwyneb yn wir - roedd defnyddwyr y rhyngwrwyd yn fwy tebygol o gytuno'n gryf (22%) nag oedden nhw o anghytuno'n gryf (12%).

### **Mae dryswch ynghylch sut caiff darparwyr cynnwys eu rheoleiddio**

Mae tri defnyddiwr rhyngwrwyd o bob deg yn meddwl yn anghywir bod cynnwys ar YouTube yn cael ei reoleiddio; maen nhw'n meddwl bod rheolau ychwanegol am gynnwys sy'n dramgwyddus, yn niweidiol, yn annheg, yn anghywir neu'n rhagfarnllyd, sy'n mynd ymhellach na chyfraith y DU, yn berthnasol i fideos sy'n cael eu postio ar YouTube gan y cyhoedd.<sup>4</sup>

Mae ymwybyddiaeth o reoleiddio teledu yn uwch: roedd dros dri o bob pump (62%) o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd wedi nodi'n gywir bod rhaglenni teledu sy'n cael eu darlledu ar BBC One, BBC Two, ITV, Channel 4 a Channel 5 (y pum prif sianel darlledu gwasanaeth cyhoeddus) yn cael eu rheoleiddio. Roedd llai (45%) wedi nodi'n gywir bod rhaglenni teledu sydd ar gael ar sianeli ar wahân i'r pum prif sianel darlledu gwasanaeth cyhoeddus (fel ITV2, E4, Dave ac ati) yn cael eu rheoleiddio.

Roedd dros hanner (56%) wedi nodi'n gywir bod rhaglenni teledu sydd ar gael ar wasanaeth BBC iPlayer yn cael eu rheoleiddio. Mae llai na hanner (47%) yn meddwl bod rhaglenni sydd ar gael ar wasanaethau dal i fyny neu ar-alwad gan y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus eraill fel ITV Hub neu All 4 yn cael eu rheoleiddio.<sup>5</sup> Roedd yr ymatebwyr yn yr ymchwil ansodol yn dangos dealltwriaeth gyfyngedig iawn o sut caiff teledu ei reoleiddio (a diddordeb cyfyngedig yn y maes). Serch hynny, roedd disgwyl mai'r BBC fyddai'r darparwr a fyddai'n lleiaf tebygol o ddangos cynnwys a allai fod yn dramgwyddus neu'n ddadleuol.

---

<sup>4</sup> Cafodd yr ymatebwyr yr esboniad canlynol am reoleiddio'r cyfryngau: *"Mae rheoleiddio'r cyfryngau yn set o reolau neu ganllawiau am raglenni neu gynnwys. Mae'r canllawiau hyn yn berthnasol i raglenni a phethau y gallech chi eu gwyllo ar eich teledu neu drwy wasanaethau ar-lein. Rhaid i'r holl raglenni a phethau y gallech chi eu gwyllo ddilyn cyfraith y DU a pheidio â dangos dim byd anghyfreithlon. Serch hynny, mae rhai sianeli neu wasanaethau'n cael eu rheoleiddio'n fwy na rhai eraill, gyda rheolau ychwanegol am gynnwys sy'n dramgwyddus, yn niweidiol, yn annheg, yn anghywir neu'n rhagfarnllyd"*.

<sup>5</sup> Mae hyn yn rhannol gywir, er bod y gwasanaethau hyn yn cael eu rheoleiddio llai gan fod ond yn rhaid iddyn nhw ddilyn rheolau lefel uchel am gynnwys niweidiol.

## Gwahaniaethau demograffig

### Er ei bod hi'n ymddangos bod y rhyngryw ym mhobman, mae pobl hŷn yn dal yn llai tebygol o fod ar-lein

Nid ydy ychydig dros un o bob deg (12%) o oedolion y DU yn mynd ar-lein, nid ydy hyn wedi newid ers 2016, ac mae'r rhan fwyaf nad ydyn nhw'n defnyddio'r rhyngryw (63%) yn dweud na fyddai dim byd yn eu hannog i fynd ar-lein yn ystod y 12 mis nesaf. Fodd bynnag, mae'r gyfran sy'n dweud hyn wedi disgyn ers 2016 (75%). Mae'r gyfran nad ydyn nhw ar-lein yn cynyddu gydag oed, o 18% o'r rheini yn y grŵp oed 55-64 i 35% o'r rheini yn y grŵp oed 65-74 ac ychydig o dan hanner y rheini sy'n 75 oed a hŷn (47%).

Ymysg y rheini sy'n defnyddio'r rhyngryw, mae 7% yn ddefnyddwyr rhyngryw 'mwy newydd'; hy aethon nhw ar-lein am y tro cyntaf lai na phum mlynedd yn ôl. Ni fu dim newid yng nghyfradd y defnyddwyr rhyngryw mwy newydd ers 2016. Mae chwarter (25%) y defnyddwyr rhyngryw yn ddefnyddwyr rhyngryw 'cul' (hynny yw dim ond ystod fach o weithgareddau ar-lein maen nhw'n eu gwneud). Mae pobl hŷn yn fwy tebygol o fod yn ddefnyddwyr rhyngryw mwy newydd a chul. Roedd gwahaniaeth amlwg hefyd rhwng y rheini o dan a dros 65 oed yn yr ymchwil ansoddol; nid oedd dim o'r ail grŵp yn gweld y rhyngryw fel rhywbeth hanfodol.

### Ac mae'r rheini yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE yn llai tebygol o fynd ar-lein ac yn llai tebygol o wneud penderfyniadau beirniadol am gynnwys ar-lein

Mae cyfran yr oedolion mewn aelwydydd DE<sup>6</sup> nad ydynt yn mynd ar-lein bron yn ddwbl cyfartaledd y DU (22% o'i gymharu â 12%). Mae hyn yn cymharu â 4% o oedolion mewn aelwydydd AB a 7% mewn aelwydydd C1. Mae oedolion mewn aelwydydd DE sy'n mynd ar-lein yn fwy tebygol o fod yn ddefnyddwyr rhyngryw mwy newydd (14% o'i gymharu â chyfartaledd y DU o 7%) neu gul (37% o'i gymharu â chyfartaledd y DU sef 25%).

Mae oedolion mewn aelwydydd DE hefyd yn dal i fod yn llai tebygol o gael mynediad at a defnyddio'r rhan fwyaf o ddyfeisiau, gan gynnwys ffonau clyfar, cyfrifiaduron, dyfeisiau tabled, setiau radio, DVRs, setiau teledu clyfar, chwaraewr sy'n ffrydio cyfryngau a thechnoleg sy'n cael ei gwisgo. Mae aelwydydd DE yn fwy tebygol o ddefnyddio *dim ond* dyfeisiau ar wahân i gyfrifiadur i fynd ar-lein (33% o'i gymharu â chyfartaledd y DU sef 20%), ac mae oedolion AB yn llai tebygol o wneud hynny (17%). Mae'r rheini mewn aelwydydd DE hefyd yn fwy tebygol (16%) o *ddim ond* defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein, o'i gymharu ag oedolion yn gyffredinol (8%), ac mae oedolion mewn aelwydydd AB yn llai tebygol o wneud hyn (2%).

Mae'r rheini mewn aelwydydd DE hefyd yn llai tebygol o wneud penderfyniadau beirniadol ynghylch cynnwys, deall sut mae gwefannau cymharu prisiau yn gweithio, a defnyddio nodweddion diogelwch i ddiogelu eu hunain ar-lein. Er enghraifft, maen nhw'n llai tebygol na'r cyfartaledd (48% o'i gymharu â 59%) o ddeall y bydd rhai gwefannau mewn canlyniadau peiriant chwilio yn gywir neu'n ddiuedd a fydd rhai eraill ddim. Mae'r rheini mewn aelwydydd DE yn fwy tebygol o ddweud nad ydyn nhw'n

---

<sup>6</sup> Mae graddio cymdeithasol yn rhannu aelwydydd ar sail swydd yr unigolyn sy'n ennill yr incwm uchaf, mae gradd gymdeithasol D yn cynnwys gweithwyr llaw lled-fedrus a heb sgiliau ac mae E yn cynnwys y rheini sy'n cael pensiwn y wladwriaeth, gweithwyr achlysurol a'r raddfa isaf, pobl ddi-waith sy'n cael budd-daliadau'r wladwriaeth yn unig.

siŵr sut caiff gwefannau peiriannau chwilio eu cyllido'n bennaf (44% o'i gymharu â chyfartaledd y DU sef 28%) ac yn llai tebygol o adnabod yn gywir mai hysbysebion ydy prif ffynhonnell cyllid YouTube (36% o'i gymharu â chyfartaledd y DU sef 45%). Mae gan bobl mewn aelwydydd DE lefelau is o ymwybyddiaeth o sut caiff sianeli teledu eu cyllido, o gymharu â'r cyfartaledd, ac mae defnyddwyr mewn aelwydydd DE yn llai tebygol o fod yn ymwybodol y gallai'r cynigion sy'n cael eu rhestru gyntaf ar wefannau cymharu prisiau fod wedi talu am gael bod yno. Mae defnyddwyr y rhynggrwyd mewn aelwydydd DE yn llai tebygol nag oedolion yn gyffredinol o ddefnyddio nodweddion diogelwch y rhynggrwyd.

Ac ystyried y gyfran uchel o bobl hŷn yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE, cafodd rhagor o waith dadansoddi grŵp economaidd-gymdeithasol ei wneud ymysg oedolion oed gweithio i ganfod a ydy'r gwahaniaethau a nodir uchod yn digwydd oherwydd oed, grŵp economaidd-gymdeithasol neu'r ddau. Roedd y gwaith dadansoddi ychwanegol hyn wedi datgelu bod y gwahaniaethau hyn yn bodoli ymysg aelwydydd oed gweithio, a bod y gwahaniaethau o ran defnyddio'r cyfryngau a dealltwriaeth feirniadol felly yn debyg o fod yn cael eu sbarduno gan oed a grŵp economaidd-gymdeithasol. Er enghraifft, mae oedolion oed gweithio (16-64) mewn aelwydydd DE dair gwaith yr un mor debygol â'r rheini mewn aelwydydd heb fod yn DE o beidio â defnyddio'r rhynggrwyd (12% o'i gymharu â 4%) ac yn llai tebygol o adnabod yn gywir ffynhonnell gyllid peiriannau chwilio (45% o'i gymharu â 61%) ac YouTube (41% o'i gymharu â 51%).

# Crynodeb o'r prif ganfyddiadau yn ôl pennod

## Derbyn a defnyddio cyfryngau digidol

### Mae bron i'r holl oedolion 16-54 oed nawr ar-lein

- Yn 2017, roedd 88% o'r oedolion 16 oed a hŷn yn mynd ar-lein, sydd heb newid ers 2016 (86%) a 2015 (87%).
- Mae bron i'r holl oedolion 16-54 oed yn mynd ar-lein (98% ar gyfer y grŵp oed 16-24, 97% ar gyfer y grŵp oed 25-34, 97% ar gyfer y grŵp oed 35-44, 96% ar gyfer y grŵp oed 45-54). Mae hyn yn disgyn i 82% ar gyfer y grŵp oed 55-64, 65% ar gyfer y grŵp oed 65-74 a 53% ar gyfer y rheini sy'n 75 oed a hŷn.
- Bu cynnydd ers 2016 yn y nifer yn y grŵp oed 35-44 sy'n mynd ar-lein (97% o'i gymharu â 93%).

### O'i gymharu â 2016, mae oedolion yn fwy tebygol o ddefnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

- Mae oedolion yn fwy tebygol nag oedden nhw yn 2016 o ddefnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein (70% o'i gymharu â 66% yn 2016). Mae hyn wedi cael ei sbarduno gan y rheini sydd yn y grŵp oed 35-44 (90% o'i gymharu â 82%) a'r grŵp oed 45-54 (83% o'i gymharu â 73%), y rheini yn y grŵp economaidd-gymdeithasol AB (77% o'i gymharu â 70%) a menywod (72% o'i gymharu â 66%).
- Mae chwarter oedolion (26%) yn mynd ar-lein dim ond drwy ddefnyddio dyfeisiau ar wahân i gyfrifiadur, ac mae 8% yn defnyddio dim ond ffôn clyfar i fynd ar-lein. Nid yw'r ddau fesur hyn wedi newid ers 2016.

### Ers 2016, mae oedolion yn llai tebygol o ddefnyddio teledu ac yn llai tebygol o ddweud mai dyma'r ddyfais y bydden nhw'n gweld ei cholli fwyaf

- Er bod nifer yr oedolion yn y DU sydd â theledu gartref yn dal heb newid (97% ar gyfer 2017 a 2016) mae llai yn dweud eu bod yn defnyddio teledu gartref (91% o'i gymharu â 93% yn 2016).
- Mae oedolion yn y DU yn llai tebygol nag yn 2016 o ddweud mai eu teledu ydy'r ddyfais y bydden nhw'n gweld ei cholli fwyaf (28% o'i gymharu â 32% yn 2016), sydd wedi cael ei sbarduno gan ostyngiad ymysg y grŵp oed 35-44 (19% o'i gymharu â 27% yn 2016).
- Ymysg oedolion y DU yn gyffredinol, ffonau symudol ydy'r ddyfais y mae pobl yn dweud y bydden nhw'n gweld ei cholli fwyaf o hyd. Serch hynny, mae'r rheini sydd dros 55 yn dal i ddweud y bydden nhw'n gweld colli eu teledu fwyaf.

## Ymgysylltu a chyfranogi

**Bu gostyngiad ym mhoblogrwydd Facebook, a chynnydd ym mhoblogrwydd WhatsApp ers 2016.**

- Mae gan dros dri chwarter y rheini sy'n defnyddio'r rhyngwyd (77%) broffil neu gyfrif ar gyfryngau cymdeithasol neu safle neu ap negeseuon, sydd heb newid ers 2016. Mae hyn yn cyfateb i ddwy ran o dair (68%) o oedolion yn gyffredinol.
- Facebook ydy'r safle mwyaf cyffredin o hyd i fod â phroffil, gyda 91% o ddefnyddwyr safleoedd cyfryngau cymdeithasol/negeseuon â phroffil/cyfrif.
- Fodd bynnag, wrth gymharu â 2016 mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol/safleoedd negeseuon yn llai tebygol o ddefnyddio Facebook (i lawr o 95% yn 2016) ac yn fwy tebygol o ddefnyddio WhatsApp (54% i fyny o 45% yn 2016). Ar ben hynny, mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol/safleoedd negeseuon yn llai tebygol nag yn 2016 o ystyried eu proffil/cyfrif Facebook fel eu prif broffil (70% o'i gymharu â 80% yn 2016) ac yn fwy tebygol o enwi WhatsApp (16% o'i gymharu â 7% yn 2016).
- Mae *dim ond* cael proffil neu gyfrif ar Facebook yn 26%, i lawr o 32% yn 2016.

**O'i gymharu â 2016, mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol/safleoedd negeseuon yn llai tebygol o ddweud eu bod yn aml yn gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw**

- Mae'r rhan fwyaf o oedolion sydd â phroffil cyfryngau cymdeithasol neu negeseuon (59%) yn dweud eu bod weithiau'n gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw, mae un o bob pump (20%) yn dweud eu bod yn aml yn gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw gydag un arall o bob pump (18%) yn dweud mai anaml fyddan nhw'n gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw.
- O'i gymharu â 2016<sup>7</sup>, mae defnyddwyr yn llai tebygol o ddweud eu bod yn aml yn gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw (20% o'i gymharu â 29%) ac yn fwy tebygol o ddweud mai anaml maen nhw'n gweld safbwyntiau o'r fath (18% o'i gymharu â 12%).
- Mae menywod yn fwy tebygol na dynion o ddweud eu bod yn aml yn gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw (23% o'i gymharu â 16%).

**Mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol/safleoedd negeseuon yn fwy tebygol nag yn 2016 o ddweud eu bod wedi gweld rhywbeth a oedd wedi'u cynhyrfu neu beri tramgwydd iddyn nhw yn ystod y flwyddyn ddiwethaf, ond yn llai tebygol o fod wedi gwneud rhywbeth am y peth**

- Dywed dros hanner y rheini sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol/safleoedd negeseuon (55%) eu bod wedi gweld rhywbeth a oedd wedi eu cynhyrfu neu beri tramgwydd iddyn nhw ar gyfryngau cymdeithasol / safleoedd negeseuon yn ystod y flwyddyn ddiwethaf, cynnydd ers 2016 (44%).
- Er bod dros hanner (55%) wedi dweud eu bod wedi cymryd camau o ryw fath mewn ymateb i weld y cynnwys hwn, mae hyn wedi disgyn ers 2016 (61%).

---

<sup>7</sup> Yn 2017 cafodd y diffiniad o safleoedd cyfryngau cymdeithasol ei ehangu i gynnwys safleoedd neu apiau negeseuon yn benodol; gallai hyn gyfrif am unrhyw wahaniaethau yn y patrymau dros amser.

**Dywed y rheini sy'n defnyddio'r rhyngwyd eu bod yn gwerthfawrogi newyddion sy'n ddiuedd, yn torri ac yn ddiweddar, ac mai'r teledu ydy'r lle cyntaf maen nhw'n troi ar gyfer hyn**

- Dywed naw defnyddiwr o bob deg (87%) fod ganddyn nhw ddiddordeb yn y newyddion; mae hyn yn fwy tebygol ar gyfer oedolion hŷn (97% ar gyfer y rheini sy'n 65 oed a hŷn, 92% ar gyfer y grŵp oed 55-64).
- Dywed tua chwe defnyddiwr rhyngwyd o bob deg eu bod yn gwerthfawrogi newyddion cytbwys/diuedd (66%), sy'n torri (62%) ac sy'n darparu'r ffeithiau allweddol (59%). Mae pedwar o bob deg (39%) yn gwerthfawrogi newyddion sy'n darparu'r holl wybodaeth fanwl, mae traean yn gwerthfawrogi newyddion sy'n rhoi barn arbenigol (32%) ac mae un o bob pump yn gwerthfawrogi newyddion sy'n rhoi safbwynt gwahanol (22%).
- Mae pobl yn dweud y bydden nhw'n troi at y teledu'n gyntaf ar gyfer pob math o newyddion maen nhw'n eu gwerthfawrogi. Yr eithriad ydy'r rheini sy'n gwerthfawrogi safbwynt gwahanol, sy'n dweud y bydden nhw'n troi at gyfryngau cymdeithasol yn gyntaf.
- Mae dros hanner y rheini sy'n defnyddio'r rhyngwyd yn dweud eu bod yn gweld y newyddion yn rhy ddigalon (56%). Serch hynny, mae chwarter (27%) yn dweud na allan nhw gael digon o'r newyddion, ac mae 78% yn gwerthfawrogi gallu cael y newyddion pryd bynnag mae arnyn nhw eisiau gwneud hynny.

**O'i gymharu â 2016 mae defnyddwyr ffonau clyfar yn fwy tebygol o ddefnyddio eu ffôn fel tocyn, tocyn hedfan neu docyn mynediad i ddigwyddiad**

- Mae bron i dri o bob pump (57%) sy'n defnyddio ffonau clyfar wedi defnyddio eu ffôn fel tocyn, tocyn hedfan neu docyn i ddigwyddiad, cynnydd ers 2016 (41%). Mae'r gyfran o ddefnyddwyr sy'n gwneud hyn o leiaf bob wythnos wedi dyblu, o 5% yn 2016 i 11% yn 2017.

**Bu gostyngiad ers 2016 yn y gyfran nad ydyn nhw erioed wedi cwblhau prosesau'r llywodraeth ar-lein oherwydd bod yn well ganddyn nhw ddefnyddio beiro a phapur / llenwi ffurflen / defnyddio'r post**

- Mae hanner yr holl oedolion (50%) wedi cwblhau prosesau'r llywodraeth ar-lein neu wedi chwilio am wybodaeth am wasanaethau cyhoeddus ar safleoedd y llywodraeth (50%). Mae tua dau o bob pump wedi talu eu treth gyngor neu am wasanaeth cyngor lleol arall ar-lein (40%) neu wedi llofnodi deiseb ar-lein neu wedi defnyddio gwefan ymgyrchu (36%).
- Ymysg y rheini nad ydyn nhw erioed wedi cwblhau prosesau'r llywodraeth ar-lein, dywed chwarter (24%) nad ydyn nhw'n cwblhau prosesau'r llywodraeth ar-lein oherwydd ei bod hi'n well ganddyn nhw llenwi ffurflen neu ddefnyddio'r post; mae hyn yn llai tebygol nag yn 2016 (30%). Dywed traean (32%) ei bod oherwydd eu bod yn well ganddyn nhw gael ryw fath o gyswllt llafar, naill ai dros y ffôn neu drwy siarad â rhywun wyneb yn wyneb, neu oherwydd nad ydyn nhw'n meddwl bod modd ei wneud ar-lein (32%), heb newid ers 2016 (29%).

## Cynnwys

### Dywed bron i hanner y rheini sy'n defnyddio'r rhyngwrwd eu bod wedi gweld cynnwys cas ar-lein yn ystod y flwyddyn ddiwethaf

- Gofynnwyd i ddefnyddwyr y rhyngwrwd a oedden nhw wedi gweld unrhyw beth cas ar y rhyngwrwd a oedd wedi cael ei gyfeirio at grŵp penodol o bobl, ar sail, er enghraifft, eu rhywedd, eu crefydd, eu hanabledd, eu rhywioldeb neu eu hunaniaeth o ran rhywedd. Yn 2017, dywed bron i hanner y rheini sy'n defnyddio'r rhyngwrwd eu bod wedi gweld cynnwys cas ar-lein yn ystod y flwyddyn ddiwethaf (47%). Dywed un o bob saith (14%) eu bod yn 'aml' yn gweld hyn, gyda'r traean arall (33%) yn dweud eu bod yn ei weld 'weithiau'.
- Ymysg y defnyddwyr rhyngwrwd hynny sy'n dweud eu bod wedi gweld cynnwys cas, dywed dau o bob pump eu bod wedi gwneud rhywbeth am y peth, fel rhoi gwybod i'r wefan neu wneud sylw i ddweud eu bod yn meddwl ei fod yn anghywir, a dywed tri o bob pump (59%) eu bod wedi'i anwybyddu neu wedi gwneud dim byd am y peth.
- Dywed hanner y defnyddwyr rhyngwrwd (50%) eu bod yn poeni am yr hyn sydd ar y rhyngwrwd, sydd heb newid ers 2016. Serch hynny, maen nhw'n fwy tebygol o fod â phryderon penodol sy'n ymwneud â risgiau i eraill neu i gymdeithas (27% o'i gymharu â 22%) neu am ddiogelwch/twyll (25% o'i gymharu â 20%).

### Serch hynny, mae'r rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngwrwd yn cytuno bod manteision bod ar-lein yn drech nag unrhyw anfanteision

- Mae tri defnyddiwr rhyngwrwd o bob pump (62%) yn cytuno bod manteision bod ar-lein yn drech nag unrhyw anfanteision.
- Mae pedwar o bob pump (80%) yn cytuno bod dulliau cyfathrebu newydd wedi gwneud bywyd yn haws; mae defnyddwyr hŷn y rhyngwrwd (55 oed a hŷn) yn fwy tebygol o gytuno â hyn, ac mae tri o bob pump (61%) yn meddwl bod bod ar-lein yn eu hysbrydoli i roi cynnig ar bethau newydd.
- Mae dau o bob pump (40%) yn cytuno eu bod yn treulio gormod o amser ar-lein; mae hyn yn gyffredin ymysg defnyddwyr iau y rhyngwrwd (16-34) ac yn llai cyffredin ymysg defnyddwyr hŷn y rhyngwrwd (55 oed a hŷn).
- Mae defnyddwyr y rhyngwrwd yr un mor debygol o gytuno (31%) ag ydyn nhw o anghytuno (33%) y bydden nhw'n hoffi torri i lawr ar faint o amser maen nhw'n ei dreulio ar-lein, gyda defnyddwyr iau yn fwy tebygol o gytuno a defnyddwyr hŷn yn llai tebygol o gytuno.

### Mae dros hanner oedolion yn gwyllo cynnwys ar-alwad ac wedi'i ffrydio

- Yn 2017, dywed dros hanner (55%) yr oedolion eu bod yn gwyllo cynnwys ar-alwad ac wedi'i ffrydio, cynnydd ers 2016<sup>8</sup> (51%).

---

<sup>8</sup> Yn 2016 roedd yr ymatebwyr dim ond wedi cael cwestiynau am eu profiad o wyllo cynnwys ar-alwad. Yn 2017 cafodd hyn ei ehangu i gynnwys ffrydio cynnwys a allai gyfrif am y cynnydd rhwng 2016 a 2017. Dangosol yn unig ydy'r canlyniadau

- O'i gymharu â'r cyfartaledd (55%), mae oedolion hŷn yn llai tebygol o wyllo cynnwys ar-alwad neu wedi'i ffrydio (38% o'r grŵp oed 65-74 a 26% o'r grŵp oed 75 a hŷn) fel ag ydy'r rheini mewn aelwydydd DE (41%). Mae'r rheini sydd yn y grŵp oed 16-24 (64%) a 35-44 (68%) a'r rheini mewn aelwydydd AB (66%) neu C1 (62%) yn fwy tebygol o wyllo'r math yma o gynnwys.

### **Mae pryderon ynghylch amrywiaeth ar y teledu a chynnwys teledu ffug neu ragfarnllyd wedi cynyddu ers 2016**

- Er bod y niferoedd yn dal yn gymharol isel, mae cyfran yr oedolion sydd â theledu yn y cartref sy'n dweud bod ganddyn nhw bryderon am amrywiaeth ar y teledu (7% o'i gymharu â 5% yn 2016), neu bryderon bod cynnwys ar y teledu wedi'i drefnu ymlaen llaw neu'n rhagfarnllyd (4% o'i gymharu â 2% yn 2016) ill dau wedi cynyddu ers 2016.
- At ei gilydd, mae cyfran yr oedolion sydd wedi cael unrhyw bryderon am beth sydd ar y teledu wedi aros yn sefydlog ers 2016 (37% o'i gymharu â 35% yn 2016).

### **Peiriannau chwilio ydy'r ffynhonnell fwyaf poblogaidd o bell ffordd ar gyfer chwilio am wybodaeth ar-lein. Serch hynny, mae'r defnydd wedi gostwng ers 2016, ac ma defnyddio YouTube i wneud hyn wedi cynyddu**

- Mae'r mwyafrif helaeth o ddefnyddwyr y rhyngrwyd (95%) wedi defnyddio peiriant chwilio i chwilio am wybodaeth ar-lein, er bod hyn wedi disgyn ers 2016 (97%). Mae tua thraean (32%) yn dweud eu bod wedi defnyddio gwefan y BBC, sydd hefyd wedi disgyn ers 2016 (40%). Mae traean (35%) wedi defnyddio YouTube i wneud hyn, sydd wedi cynyddu ers 2016 (31%).

## **Meddwl yn feirniadol**

### **Mae'r rhan fwyaf o bobl yn gwybod sut caiff rhaglenni teledu eu cyllido...**

- Mae wyth o bob deg (80%) o oedolion yn gwybod mai ffi'r drwydded ydy'r brif ffynhonnell o gyllid ar gyfer rhaglenni teledu'r BBC. Mae un oedolyn o bob deg (9%) yn rhoi'r ateb anghywir (yn dweud rhywbeth ar wahân i ffi'r drwydded), cynnydd ers 2016 (7%). Nid yw cyfran debyg (11%) yn gwybod.
- Mae saith o bob deg oedolyn yn gwybod mai hysbysebion ydy'r brif ffynhonnell gyllid ar gyfer rhaglenni teledu ar orsafoedd teledu masnachol (70%); dydy hyn ddim wedi newid ers 2016 (73%).

### **Serch hynny, mae ymwybyddiaeth o gyllido gwasanaethau ar-lein a gwefannau yn is**

- Mae dwy ran o dair (66%) o oedolion yn gwybod mai ffi'r drwydded ydy'r brif ffynhonnell o gyllid ar gyfer gwefan y BBC, ac mae dros hanner (56%) yn gwybod mai ffi'r drwydded ydy'r brif ffynhonnell o gyllid ar gyfer BBC iPlayer. Mae'r naill a'r llall yn is na'r ymwybyddiaeth o gyllid ar gyfer prif sianeli teledu'r BBC.



- Mae dros hanner (54%) o oedolion yn gwybod sut mae gwefannau peiriannau chwilio'n cael eu cyllido'n bennaf, mae bron i dri o bob deg (28%) yn ansicr<sup>9</sup>, ac mae bron i un o bob pump (18%) yn rhoi ateb anghywir.
- Mai llai na hanner (45%) o oedolion yn gwybod am brif ffynhonnell cyllid YouTube Mae hyn yn codi i hanner (50%) y defnyddwyr rhynggrwyd a dros hanner (55%) ymysg defnyddwyr safleoedd rhannu fideos fel Vimeo, Snapchat, Facebook ac YouTube.

### **Mae ymwybyddiaeth o reoleiddio sianeli teledu a gwasanaethau ar-lein yn gymysg - mae tri o bob deg yn meddwl bod cynnwys YouTube yn cael ei reoleiddio**

Gofynnwyd i ddefnyddwyr y rhynggrwyd pa sianeli teledu a gwasanaethau ar-lein roedden nhw'n meddwl a oedd yn cael eu rheoleiddio, hy yn ychwanegol at gyfraith y DU a oedd yn gorfod dilyn "rheolau ychwanegol" am gynnwys sy'n dramgwyddus, yn niweidiol, yn annheg, yn anghywir neu'n ragfarnllyd."

- Roedd dros dri defnyddiwr rhynggrwyd o bob pump (62%) wedi nodi'n gywir bod rhaglenni teledu sy'n cael eu darlledu ar BBC One, BBC Two, ITV, Channel 4 a Channel 5 (y pum prif sianel darlledu gwasanaeth cyhoeddus) yn gorfod dilyn rheolau ychwanegol am gynnwys su'n dramgwyddus, yn niweidiol, yn annheg neu'n ragfarnllyd.
- Roedd llai (45%) wedi nodi'n gywir bod rhaglenni teledu sydd ar gael ar sianeli ar wahân i'r pum prif sianel darlledu gwasanaeth cyhoeddus (fel ITV2, E4, Dave ac ati) yn gorfod dilyn rheolau ychwanegol am gynnwys sy'n dramgwyddus, yn niweidiol, yn annheg, yn anghywir neu'n ragfarnllyd.
- Roedd dros hanner (56%) wedi nodi'n gywir bod rhaglenni teledu sydd ar gael ar wasanaeth BBC iPlayer yn gorfod dilyn y rheolau ychwanegol hyn.
- Mae llai na hanner (47%) yn meddwl bod rhaglenni sydd ar gael ar y gwasanaethau dal i fyny neu ar-alwad gan y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus eraill fel ITV Hub ac All 4 yn gorfod dilyn y rheolau ychwanegol hyn.<sup>10</sup>
- Mae dau o bob pump (39%) yn meddwl bod y rheolau hyn yn berthnasol i gynnwys ar wasanaethau ffrydio fel Netflix ac Amazon Prime.<sup>11</sup>
- Ac mae bron i dri o bob deg (28%) yn meddwl yn anghywir bod cynnwys ar YouTube hefyd yn rhwym wrth y rheolau hyn.

### **Mae tua chwarter yn dweud nad ydyn nhw'n cynnal archwiliadau priodol cyn rhoi manylion personol neu ariannol ar-lein**

- Wrth roi manylion personol ar-lein, mae saith o bob deg yn dweud eu bod yn cynnal yr archwiliadau 'priodol' (neu lythrennog yn y cyfryngau) y gofynnwyd amdany'n nhw. Yr un mwyaf poblogaidd, a nodwyd gan dros hanner (57%), ydy gwirio i weld a ydy'r safle'n edrych

<sup>9</sup> Naill ai'n dweud 'ddim yn gwybod' (26%) neu nad ydyn nhw erioed wedi clywed am wefannau peiriannau chwilio (2%).

<sup>10</sup> Mae hyn yn rhannol gywir, er bod y gwasanaethau hyn yn cael eu rheoleiddio llai gan fod yn rhaid iddyn nhw ond ddilyn rheolau lefel uchel am gynnwys niweidiol.

<sup>11</sup> Mae hyn yn rhannol gywir, er bod y gwasanaethau hyn yn cael eu rheoleiddio llai gan fod yn rhaid iddyn nhw ond ddilyn rheolau lefel uchel am gynnwys niweidiol.

yn ddiogel cyn cofrestru eu manylion ar-lein, wedi'i ddilyn gan wirio a ydyn nhw'n gyfarwydd â'r cwmni neu'r brand (a nodwyd gan 49%).

- Mae un o bob pedwar (26%) yn dweud eu bod yn gwneud unrhyw rai o'r archwiliadau neu'r camau 'annibynadwy' y gofynnwyd amdany'n nhw; yr un mwyaf poblogaidd, a nodwyd gan un o bob wyth, ydy cofrestru os mai dyma'r unig ffordd o gael y cynnyrch neu'r gwasanaeth mae arny'n nhw ei eisiau (12%), wedi'i ddilyn gan un o bob deg a fyddai'n gwirio i weld a ydy'r safle'n cael ei restru gan beiriant chwilio (9%).
- Mae tri chwarter y rheini sy'n prynu ar-lein (77%) yn dweud eu bod yn gwneud unrhyw rai o'r archwiliadau 'priodol' (neu lythrennog yn y cyfryngau) y gofynnwyd amdany'n nhw cyn rhoi manylion eu cerdyn debyd neu gredyd. Yr un mwyaf cyffredin a nodwyd (gan 65%) ydy chwilio am arwyddion bod y safle'n edrych yn ddiogel, ee y symbol clo.
- Mae chwarter (23%) yn dweud eu bod yn gwneud unrhyw rai o'r archwiliadau neu gamau 'annibynadwy' y gofynnwyd amdany'n nhw cyn rhoi manylion eu cerdyn debyd neu gredyd; dywed un o bob deg eu bod yn bwrw ymlaen â'r pryniant beth bynnag os dyma'r unig ffordd o gael yr eitem neu wasanaeth mae arny'n nhw ei eisiau (10%).

**Mae tri o bob deg o'r rheini sy'n defnyddio'r rhyngrwyd yn dweud eu bod yn gwybod am yr *holl* ffyrdd roedden ni wedi holi amdany'n nhw, o ran sut mae cwmnïau yn casglu data personol ar-lein**

- Dywed y rhan fwyaf o'r defnyddwyr rhyngrwyd eu bod yn gwybod am: cwmnïau'n defnyddio cwci i gasglu gwybodaeth (69%); cwmnïau'n casglu gwybodaeth o gyfrifon cyfryngau cymdeithasol (59%); a chwmnïau'n gofyn i gwsmeriaid gofrestru gyda gwefan neu ap i optio mewn/allan o gael rhagor o wybodaeth ganddyn nhw (58%) neu eu partneriaid neu gwmnïau eraill (51%).
- Mae pedwar deg pump y cant o'r defnyddwyr rhyngrwyd yn dweud eu bod yn gwybod bod cwmnïau'n defnyddio apiau ar ffonau clyfar i gasglu data am leoliadau defnyddwyr neu am y cynnyrch neu'r gwasanaethau sydd o ddiddordeb iddyn nhw.
- Dim ond tri o bob deg o'r rheini sy'n defnyddio'r rhyngrwyd sy'n dweud eu bod yn gwybod am yr *holl* ffyrdd roedden ni wedi holi amdany'n nhw, o ran sut mae cwmnïau yn cael casglu gwybodaeth bersonol ar-lein.

**Er bod dros bedwar o bob pump defnyddiwr rhyngrwyd yn hyderus eu bod yn gallu adnabod hysbysebion ar-lein, dim ond hanner sy'n gallu adnabod hysbysebion mewn canlyniadau peiriant chwilio...**

- Mae mwyafrif (85%) o'r defnyddwyr rhyngrwyd yn dweud eu bod naill ai'n hyderus iawn neu'n weddol hyderus eu bod yn gallu adnabod hysbysebion ar-lein.
- Mae chwech o bob deg (58%) sy'n defnyddio peiriannau chwilio yn gallu adnabod dolenni noddedig ar Google fel hysbysebion; hynny yw, maen nhw'n nodi bod y dau ganlyniad cyntaf gan Google, sy'n cael eu gwahaniaethu gan fod ganddyn nhw flwch gyda 'Ad' ynddyn nhw, yn hysbysebion. Mae tua hanner (48%) yn deall mai dyma'r unig reswm mae'r canlyniadau'n cael eu dangos, nid ydy hyn wedi newid ers 2016 (48%).

- Mae llai na thri o bob pump o'r defnyddwyr rhyngwrwyd (58%) yn gwybod am hysbysebion personol, o ran eu bod yn gwybod y gallai rhai pobl weld hysbysebion gwahanol i'r rhai maen nhw'n eu gweld. Dywed mwy nag un o bob pump (23%) y byddai pawb yn gweld yr un hysbysebion, gyda 18% yn ansicr.

### **...ac nid ydy'r rhan fwyaf sy'n defnyddio gwefannau cymharu prisiau yn gwybod y gallai'r cynigion sy'n ymddangos ar frig y rhestr fod yn hysbysebion**

- Dywed pedwar deg pump y cant o ddefnyddwyr gwefannau cymharu prisiau y gallai'r cynigion a restrir gyntaf fod yno oherwydd bod cwmnïau efallai wedi talu i'w cynnig nhw ymddangos yn gyntaf; mae hyn yn golygu *nad* ydy'r mwyafrif o ddefnyddwyr (55%) yn ymwybodol y gallai'r cynigion a restrir gyntaf fod wedi talu am gael ymddangos yno.

### **Mae'r rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn deall nad ydy'r holl wybodaeth maen nhw'n ei gweld ar-lein neu ar gyfryngau cymdeithasol yn wir**

- Mae'r rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd (59%) yn dweud eu bod yn ystyried bod 'rhywfaint' o'r wybodaeth maen nhw'n ei gweld ar-lein yn wir, wedi'i ddilyn gan 25% sy'n meddwl bod y 'rhan fwyaf' o'r wybodaeth yn wir. Mae hyn yn cymharu â bron i ddwy ran o dair o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol (65%) sy'n dweud bod 'rhywfaint' o'r wybodaeth sy'n cael ei phostio ar safleoedd neu apiau cyfryngau cymdeithasol yn wir, wedi'i ddilyn gan 21% sy'n meddwl bod y rhan fwyaf yn wir.
- Mae un defnyddiwr rhyngwrwyd o bob deg yn dweud nad ydyn nhw'n meddwl ynghylch a ydy'r wybodaeth maen nhw'n ei gweld ar-lein yn wir. Mae hyn yr un fath ymysg defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol, gan fod un o bob deg (9%) yn dweud nad ydyn nhw'n meddwl ynghylch a ydy'r cynnwys ar safleoedd neu apiau cyfryngau cymdeithasol yn wir.
- Mae dau y cant o ddefnyddwyr rhyngwrwyd yn ystyried bod yr 'holl' wybodaeth maen nhw'n ei gweld ar-lein yn wir. Mae hyn yr un fath ar gyfer defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol, gan fod 2% ohonyn nhw'n ystyried bod yr holl wybodaeth maen nhw'n ei gweld ar gyfryngau cymdeithasol yn wir.

## **Defnyddwyr mwy newydd, defnyddwyr cul a'r rheini sydd ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd**

### **Mae defnyddwyr mwy newydd yn tueddu i fod yn hŷn ac yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE. Maen nhw'n llai hyderus ar-lein, yn llai tebygol o fod yn ymwybodol o ffynonellau cyllid ar-lein ac yn llai tebygol o allu adnabod hysbysebion ar-lein**

- Mae defnyddwyr rhyngwrwyd 'mwy newydd' yn cael eu diffinio fel y rheini a ddechreuodd ddefnyddio'r rhyngwrwyd lai na pum mlynedd yn ôl. Mae saith y cant o oedolion y DU sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd yn ddefnyddwyr mwy newydd. Mae hyn yn codi i bron i chwarter (23%) o ddefnyddwyr rhyngwrwyd 75 oed a hŷn a 14% o ddefnyddwyr rhyngwrwyd mewn aelwydydd DE.

- Mae defnyddwyr mwy newydd yn fwy tebygol na'r rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro i fynd ar-lein dim ond drwy ddefnyddio dyfeisiau ar wahân i gyfrifiadur (58% o'i gymharu â 27%). Bydd bron i chwarter o'r defnyddwyr mwy newydd ddim ond yn mynd ar-lein drwy ddefnyddio ffôn clyfar (23%) neu ddyfais tabled (24%); mae'r naill fesur a'r llall yn uwch nag ar gyfer y rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro (9% a 3% y naill a'r llall).
- Mae defnyddwyr rhyngwrwyd mwy newydd yn llai hyderus na'r rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro yn eu defnydd o'r rhyngwrwyd (hyder cyffredinol mewn defnyddio'r rhyngwrwyd: 49% o'i gymharu â 89% ar gyfer defnyddwyr sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro). Maen nhw'n llai tebygol o fod yn ymwybodol o'r prif ffynonellau cyllid ar gyfer BBC iPlayer (39% o'i gymharu â 61%), gwefannau peiriannau chwilio (34% o'i gymharu â 61%) ac YouTube (22% o'i gymharu â 52%). O gymharu â'r rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro, mae defnyddwyr mwy newydd yn llai tebygol o allu adnabod hysbysebion mewn canlyniadau peiriant chwilio (37% o'i gymharu â 59%) ac yn ymwybodol o hysbysebion personol (42% o'i gymharu â 60%). Maen nhw'n llai tebygol o ddweud eu bod yn defnyddio pob un o'r naw mesur diogelwch ar-lein y gofynnwyd amdanyh nhw.

#### **Mae defnyddwyr cul hefyd yn tueddu i fod yn hŷn ac yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE.**

- Diffinnir defnyddwyr rhyngwrwyd 'cul' fel y rheini sydd wedi gwneud hyd at bedwar o'r 15 math o weithgareddau ar-lein (defnyddwyr canolig fel y rheini sydd wedi gwneud rhwng pump a naw o'r mathau, a defnyddwyr eang fel y rheini sydd wedi gwneud rhwng deg a 15 o'r mathau). Mae chwarter (25%) o'r holl oedolion yn y DU sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd yn ddefnyddwyr cul, gyda'r rheini sy'n 55 oed a hŷn (32% ar gyfer y grŵp oed 55-64, 49% ar gyfer y grŵp oed 65-74 a 55% ar gyfer y rheini sy'n 75 oed a hŷn) ac yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE (37%) yn fwy tebygol o fod yn ddefnyddwyr rhyngwrwyd cul.
- Mae dau ddefnyddiwr cul o bob pump (41%) yn dweud eu bod yn mynd ar-lein yn llai aml nag unwaith y dydd, dwbl cyfran holl ddefnyddwyr rhyngwrwyd y DU (19%).

#### **Mae pobl hŷn a'r rheini yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE yn fwy tebygol o beidio â defnyddio'r rhyngwrwyd, ac nid ydy'r gyfran o'r rheini nad ydyn nhw'n defnyddio'r rhyngwrwyd wedi newid ers 2014**

- Nid ydy deuddeg y cant o oedolion yn y DU yn defnyddio'r rhyngwrwyd, nid ydy hyn wedi newid ers 2014 (14% yn 2014, 13% yn 2015, 14% yn 2016). Mae peidio â defnyddio'r rhyngwrwyd yn fwy tebygol ymysg y rheini sy'n 55 oed a hŷn (18% ar gyfer y grŵp oed 55-64, 35% ar gyfer y grŵp oed 65-74 a 47% ar gyfer y rheini sy'n 75 oed a hŷn).
- Mae peidio â defnyddio'r rhyngwrwyd hefyd yn fwy tebygol ar gyfer oedolion mewn aelwydydd DE (22%). Oherwydd y nifer uchel o oedolion hŷn yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE, cynhaliwyd dadansoddiad o oedolion oed gweithio yn unig, a oedd yn datgelu bod gwahaniaethau economaidd-gymdeithasol yn bodoli ymysg oedolion oed gweithio (Nid ydy 12% o bobl 16-64 oed DE ar-lein o'i gymharu â 4% o bobl 16-64 ABC1C2).

- Mae dros hanner (52%) y rheini nad ydyn nhw'n defnyddio'r rhynggrwyd yn dweud nad ydyn nhw'n mynd ar-lein oherwydd nad ydyn nhw'n gweld yr angen; mae un o bob pump (22%) yn sôn am reswm sy'n ymwneud â bod y rhynggrwyd yn 'rhy gymhleth'; ac mae 15% yn sôn am reswm sy'n ymwneud â chost. Mae pobl hŷn nad ydyn nhw'n defnyddio'r rhynggrwyd (65 oed a hŷn) yn fwy tebygol na phobl iau nad ydyn nhw'n defnyddio'r rhynggrwyd (16-64 oed) o ddweud nad ydyn nhw'n mynd ar-lein oherwydd nad ydyn nhw'n gweld yr angen, ac mae pobl iau nad ydyn nhw'n defnyddio'r rhynggrwyd yn fwy tebygol o sôn am y gost.
- Mae'r rhan fwyaf (63%) o'r rheini nad ydyn nhw'n defnyddio'r rhynggrwyd yn dweud na fyddai unrhyw beth yn eu hannog i fynd ar-lein yn ystod y 12 mis nesaf. Serch hynny, mae hyn wedi disgyn ers 2016 (75%) ac mae dros ddau o bob pump (44%) o'r rheini nad ydyn nhw'n defnyddio'r rhynggrwyd wedi gofyn i rywun arall ddefnyddio'r rhynggrwyd ar eu rhan yn ystod y flwyddyn ddiwethaf.