

**Ofcom**

sicrhau bod cyfathrebiadau'n  
gweithio i bawb

# Adroddiad **Agweddau oedolion** **a'u defnydd o'r cyfryngau 2020**



Gwneud  
**synnwyr** o'r  
cyfryngau

Cyhoeddwyd 24 Mehefin 2020

# Trosolwg

Mae'r adroddiad hwn yn edrych ar llythrennedd oedolion yn y cyfryngau. Diffiniad Ofcom o llythrennedd yn y cyfryngau ydy'r 'gallu i ddefnyddio, deall a chreu cyfryngau a chyfathrebiadau mewn amrywiaeth o gyd-destunau'. Mae'r adroddiad yn ddogfen gyfeirio ar gyfer y diwydiant, rhanddeiliaid a'r cyhoedd.

Mae Deddf Cyfathrebiadau 2003 yn rhoi dyletswydd ar Ofcom i hyrwyddo llythrennedd yn y cyfryngau ac ymchwilio iddo. Mae'r adroddiad hwn yn cefnogi ein gwaith yn y maes hwn ac yn ein [rhaglen Gwneud Synnwyr o'r Cyfryngau](#) ehangach.

Mae'r adroddiad yn seiliedig yn bennaf ar ein Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau meintiol, ac mae'n darparu tystiolaeth o ddefnyddio'r cyfryngau, agweddau arnynt a dealltwriaeth ohonynt ymysg oedolion 16 oed a hŷn yn y DU, a sut mae hyn yn newid dros amser. Mae hyn yn cynnwys canolbwyntio'n benodol ar feddwl yn feirniadol, neu ymwybyddiaeth, sy'n elfen greiddiol o llythrennedd yn y cyfryngau ac yn galluogi pobl i asesu a gwerthuso eu hamgylchedd o ran y cyfryngau. Mae'r adroddiad hefyd yn canolbwyntio'n benodol ar y grwpiau hynny sy'n tueddu i beidio â chymryd rhan yn ddigidol.

Mae'r adroddiad hwn hefyd yn defnyddio ein gwaith ymchwil ansoddol, [Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion](#)<sup>1</sup> a'n [Traciwr Technoleg](#) meintiol er mwyn darparu naratif cyffredinol ar y prif themâu yng nghyswllt profiad oedolion o gyfryngau yn 2019. Mae rhagor o fanylion, gan gynnwys dadansoddiad demograffig a'r holl gwestiynau nad oedd modd eu ffitio yn yr adroddiad hwn, i'w gweld yn y [pecyn siartiau llawn](#) ategol.

Mae'n bwysig nodi bod y gwaith maes ar gyfer y Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau wedi cael ei gynnal yn ystod hydref 2019, felly doedd pryderon a chyfyngiadau presennol y coronafeirws ddim yn ffactor bryd hynny. Rydyn ni'n cydnabod y gallai nifer o'r tueddiadau fod wedi newid a/neu ddwysáu yn ystod yr argyfwng presennol.

---

<sup>1</sup> Mae ein gwaith ymchwil, Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, yn brosiect fideo ethnograffig hydredol, ansoddol sydd wedi bod ar waith ers 2005. Mae'r ymchwil wedi dilyn yr un 19 cyfranogwr (i'r graddau roedd hynny'n bosibl) dros amser, gan eu cyfweld gartref i ddeall eu perthynas â chyfryngau digidol.

## Prif ganfyddiadau:

### Derbyn a defnyddio cyfryngau digidol

- Mae mwy a mwy o oedolion y ffafrio dyfeisiau llai a chlodadwy i fynd ar-lein: Mae 34% dim ond yn defnyddio dyfeisiau ar wahân i gyfrifiadur i fynd ar-lein, sy'n gynydd ers 2018, ac mae 11% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein.
- **Mae technolegau clyfar a dyfeisiau wedi'u cysylltu yn cael eu defnyddio fwy a mwy gan bobl.**
- **Dydy 13% o oedolion y DU ddim yn defnyddio'r rhyngrwyd, sydd heb newid ers 2014**, ac mae tri chwarter y bobl hyn yn dweud na fyddai unrhyw beth yn eu cymell nhw i fynd ar-lein yn ystod y 12 mis nesaf.
- **Mae pobl sy'n 55 oed a hŷn neu yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE yn dal yn llai tebygol o fynd ar-lein.**
- **Mae dau draean o oedolion y DU yn cael mynediad at gynnwys ar-alw, sy'n gynydd ers 2018.**
- **Mae mwy a mwy o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn defnyddio mwy nag un wefan/ap cyfryngau cymdeithasol.**
- **Mae defnyddwyr y rhyngrwyd yn llai tebygol nag oeddent yn 2018 o gytuno y dylai pobl allu cuddio eu hunaniaeth ar-lein i fynegi eu barn yn ddiennw.**
- **Gall defnydd dyfeisiau a gweithgarwch ar-lein hefyd effeithio ar ymgysylltiad beirniadol.**

### Dealltwriaeth feirniadol

- **Mae defnyddwyr y rhyngrwyd yn llai tebygol o ddilysu ffynonellau gwybodaeth ar-lein nag oeddent yn 2018**, a dydy un o bob deg defnyddiwr rhyngrwyd ddim yn ystyried a yw'r wybodaeth ffeithiol maen nhw'n ei gweld ar-lein yn wir neu beidio.
- **Mae pobl yn dod yn fwy a mwy ymwybodol o faterion sy'n ymwneud â data personol, ond mae bwlch rhwng eu hyder yn rheoli data personol a'u dealltwriaeth o'r gwahanol ffyrdd mae cwmnïau'n casglu data personol ar-lein.**
- **Yn yr un modd, mae bwlch parhaus rhwng hyder a dealltwriaeth yng nghyswllt hysbysebion ar-lein; dim ond hanner defnyddwyr peiriannau chwilio sy'n gallu adnabod hysbysebion yng nghanlyniadau chwilio Google yn gywir a deall mai dyna'r unig reswm y mae'r canlyniadau hyn yn ymddangos ar frig y rhestr.**

## Defnydd o'r cyfryngau, yn ôl oedran: cipolwg

### Pobl 16-24 oed:



- ▲ 99% yn defnyddio ffôn symudol
- 16% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein
- ▲ 76% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio
- 95% â phroffil cyfryngau cymdeithasol
- 44% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)
- 89% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)
- ▼ 2% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd

### Pobl 25 i 34 oed:



- ▲ 99% yn defnyddio ffôn symudol
- ▲ 20% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein
- ▲ 77% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio
- ▲ 93% â phroffil cyfryngau cymdeithasol
- 54% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)
- 91% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)
- ▼ <1% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd

### Pobl 35-44 oed:



- ▲ 99% yn defnyddio ffôn symudol
- 10% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein
- ▲ 78% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio
- 88% â phroffil cyfryngau cymdeithasol
- 51% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)
- 91% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)
- ▼ 2% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd

### Pobl 45-54 oed:



- ▲ 99% yn defnyddio ffôn symudol
- 13% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein
- 69% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio
- ▲ 82% â phroffil cyfryngau cymdeithasol
- 49% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)
- 88% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)
- ▼ 7% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd

▲ Mwy tebygol na chyfartaledd y DU

▼ Llai tebygol na chyfartaledd y DU

### Pobl 55-64 oed:

95% yn defnyddio ffôn symudol

- ▼ 6% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

59% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

58% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

50% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

88% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)

- ▲ 17% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd



### Pobl 65-74 oed:

▼ 88% yn defnyddio ffôn symudol

- ▼ 3% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

▼ 47% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

▼ 39% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

48% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

82% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)

- ▲ 30% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd



### Pobl 75 oed a hŷn:

▼ 75% yn defnyddio ffôn symudol

- ▼ 3% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

▼ 23% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

▼ 21% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

40% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

▼ 63% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)

- ▲ 51% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd



▲ Mwy tebygol na chyfartaledd y DU

▼ Llai tebygol na chyfartaledd y DU

## Defnydd o'r cyfryngau, yn ôl grŵp economaidd-gymdeithasol: cipolwg

**AB:**



- ▲ 97% yn defnyddio ffôn symudol
- ▼ 2% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein
- ▲ 80% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio
- ▲ 79% â phroffil cyfryngau cymdeithasol
- 54% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)
- ▲ 94% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd)
- ▼ 4% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

**C1:**



- 96% yn defnyddio ffôn symudol
- 8% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein
- ▲ 71% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio
- ▲ 78% â phroffil cyfryngau cymdeithasol
- 51% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)
- 89% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd)
- ▼ 7% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

**C2:**



- 96% yn defnyddio ffôn symudol
- ▲ 15% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein
- 60% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio
- 70% â phroffil cyfryngau cymdeithasol
- 48% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)
- 86% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd)
- 14% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

**DE:**



- ▼ 89% yn defnyddio ffôn symudol
- ▲ 19% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein
- ▼ 45% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio
- ▼ 59% â phroffil cyfryngau cymdeithasol
- ▼ 41% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)
- ▼ 78% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd)
- ▲ 27% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

▲ Mwy tebygol na chyfartaledd y DU

▼ Llai tebygol na chyfartaledd y DU

## Defnydd o'r cyfryngau, yn ôl gwlad: cipolwg

### Lloegr:



95% yn defnyddio ffôn symudol

10% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

64% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

72% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

49% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

88% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)

12% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd

### Gogledd Iwerddon:



98% yn defnyddio ffôn symudol

29% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

60% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

66% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

▼ 32% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

▼ 73% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)

11% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd

### Yr Alban:



▼ 90% yn defnyddio ffôn symudol

14% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

71% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

69% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

58% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

▼ 82% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)

17% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd

### Cymru:



95% yn defnyddio ffôn symudol

11% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

66% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

70% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

51% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

91% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhynggrwyd)

13% ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd

▲ Mwy tebygol na chyfartaledd y DU

▼ Llai tebygol na chyfartaledd y DU



# Crynodeb o'r prif ganfyddiadau

## Symud tuag at ddyfeisiau llai a chlyfrach

### Mae'n well gan fwy a mwy o bobl ddefnyddio dyfeisiau llai a chludawdy i fynd ar-lein.

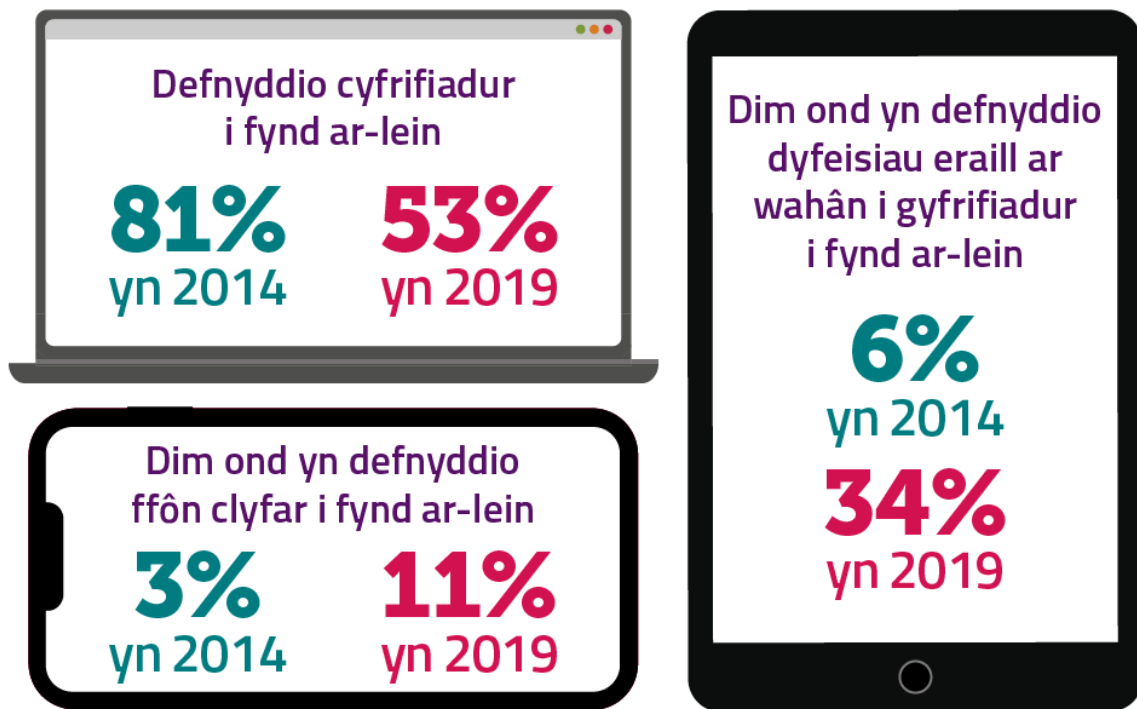
Mae oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwd yn amcangyfrif eu bod yn treulio 25.1 awr ar-lein bob wythnos ar gyfartaledd, sydd heb newid ers 2018 a 2017. Rhywbeth sydd yn newid, fodd bynnag, yw sut mae pobl yn cael mynediad i'r rhyngwrwd. Mae bron pob un o ddefnyddwyr y rhyngwrwd yn y DU yn defnyddio un ddyfais ar wahân i gyfrifiadur<sup>2</sup> i fynd ar-lein (93%), ac mae cynnydd wedi bod yng nghyfran yr oedolion sydd *dim ond* yn defnyddio dyfeisiau ar wahân i gyfrifiadur i fynd ar-lein (34% o'r holl oedolion – cynnydd o'i gymharu â 29% yn 2018). Mae hyn yn dangos bod y duedd dymor hir hon yn parhau; dim ond 6% oedd yn defnyddio dyfeisiau heb fod yn gyfrifiaduron yn 2014. Mae 11% o oedolion dim ond defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein, sydd wedi cynyddu o 3% yn 2014.

Mae oedolion iau mewn aelwydydd C2 a DE yn fwy tebygol na'r cyfartaledd i ddefnyddio dyfeisiau ar wahân i gyfrifiadur yn unig i fynd ar-lein (43% o bobl 16-24 oed, 48% o bobl 25-34 oed, 41% o bobl o aelwydydd C2, a 43% o bobl o aelwydydd DE). Mae pobl 25-34 oed (20%), pobl o aelwydydd C2 (15%) a DE (19%) hefyd yn fwy tebygol o ddefnyddio ffôn clyfar yn unig i gael mynediad i'r rhyngwrwd. Ymysg oedolion oed gweithio (16-64 oed) mewn aelwydydd DE, mae'r gwahaniaeth hwn hyd yn oed yn fwy amlwg: mae 52% dim ond yn defnyddio dyfeisiau ar wahân i gyfrifiadur i fynd ar-lein, o'i gymharu â 33% o oedolion oed gweithio mewn aelwydydd ABC1/C2; ac mae 24% yn defnyddio ffôn clyfar yn unig, o'i gymharu â 10% o oedolion oed gweithio mewn aelwydydd ABC1/C2.

---

<sup>2</sup> Unrhyw fath o gyfrifiadur, boed hwnnw'n gyfrifiadur desg, gliniadur neu gyfrifiadur gwe.





**Mae oedolion yn defnyddio mwy a mwy o dechnolegau clyfar a dyfeisiau wedi'u cysylltu.**

Mae bron pob oedolyn yn defnyddio ffôn symudol (95%) ac mae gan y rhan fwyaf o'r rhain ffôn clyfar (81% o'r holl oedolion). Nid yw'r ddau fesur hyn wedi newid ers 2018. Mae gan y rhan fwyaf o oedolion fynediad at deledu clyfar gartref hefyd, sydd wedi codi i 58% – o 53% yn 2018.<sup>3</sup> Mae hyn wedi golygu bod defnydd setiau teledu clyfar (56%) wedi cyrraedd yr un lefel â setiau teledu safonol (54%) am y tro cyntaf.

Mae'r farchnad dyfeisiau clyfar wedi ehangu yn ystod y blynyddoedd diwethaf, ac mae defnydd y dyfeisiau hyn ar gynydd. Er enghraifft, mae cynnydd wedi bod yn y mynediad at seinyddion clyfar (25% – cynnydd o'i gymharu â 17% yn 2018).<sup>4</sup> Eleni, am y tro cyntaf, fe wnaethom ni fesur mynediad at dechnoleg glyfar yn y cartref<sup>5</sup> (10%) a dyfeisiau ffrydio<sup>6</sup> (25%).

Mae lefel y defnydd yn amrywio ar draws y boblogaeth. Mae oedolion mewn aelwydydd DE yn llai tebygol, ar rheini mewn aelwydydd AB yn fwy tebygol na'r cyfartaledd o gael mynediad at unrhyw rai o'r dyfeisiau clyfar a nodwyd.

<sup>3</sup> Dim ond mynediad at y ddyfais mae hyn yn ei fesur; mae [Traciwr Technoleg 2020](#) yn awgrymu mai 90% o oedolion â theledu clyfar sy'n ei gysylltu i'r rhyngwyd.

<sup>4</sup> Mae hyn yn unol â data o [Draciwr Data 2020](#). I gael rhagor o wybodaeth am ddefnydd dyfeisiau clyfar, edrychwch ar [Ein Gwlad Ar-lein 2020](#).

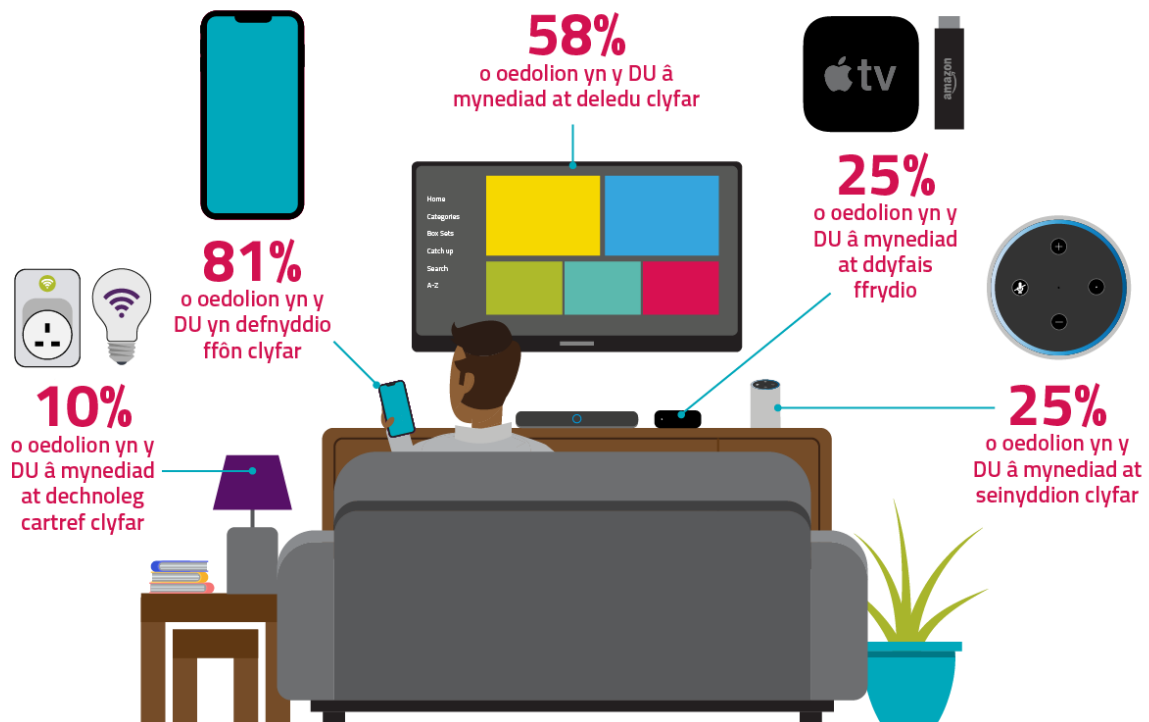
<sup>5</sup> Technoleg sy'n cael ei ddefnyddio i reoli neu fonitro'ch cartref o bell, fel gwres, golau neu weld pwy sydd wrth y drws, gan ddefnyddio ffôn clyfar neu ddyfais electronig arall.

<sup>6</sup> Dyfais sy'n cael ei phlygio i mewn i deledu neu gyfrifiadur (fel Apple TV, Amazon Fire TV stick, Chromecast, Roku).

Mae astudiaeth feintiol Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion hefyd yn nodi cynnydd yn lefel y bobl sy'n berchen ar ddyfeisiau wedi'u cysylltu (fel Google Home ac Amazon Echo), ac yn defnyddio ffurfiau amrywiol o dechnoleg ysgogi â llais (Siri, Alexa ac ati). Mae hwn yn newid nodedig o'i gymharu â thonnau blaenorol. Mae ychydig dan hanner y sampl yn nodi eu bod yn berchen ar seinydd clyfar, ond eu bod yn defnyddio'r rhain mewn modd 'arbrofol' yn hytrach na'u ddefnyddio i ddisodli dyfeisiau eraill yn uniongyrchol, fel y radio, er enghraifft.<sup>7</sup>

"Oherwydd bod dim teledu gennym ni, mae'r ddau ohonom ni'n eistedd yma'n gwneud rhywfaint o waith ac yn cael y sgoriau rygbi gan Alexa bob deg munud/chwarter awr. Dim ond chwarae o gwmpas â hi rydyn ni wedi bod yn ei wneud hyd yma; gallwch chi ddweud 'Alexa, tell me a joke' ac fe wnaiff hi ddweud jôc wrthy ch chi." Menyw, 31, meddyg, Llundain

Yn 2019, yn yr un modd â 2018, dywedodd pedwar oedolyn o bob deg (49%) mai eu ffôn symudol ydy'r ddyfais y byddent yn gweld ei cholli fwyaf petai'n cael ei cholli. Mae oedolion 16-54 oed yn fwy tebygol o roi'r ymateb hwn na'r cyfartaledd. Mae oedolion 55 oed a hŷn yn fwy tebygol o ddweud mai eu set deledu fydden nhw'n ei golli fwyaf (52% o'i gymharu â 29% o'r holl oedolion).



<sup>7</sup> Mae hyn yn adleisio canfyddiadau [Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau 2019](#).

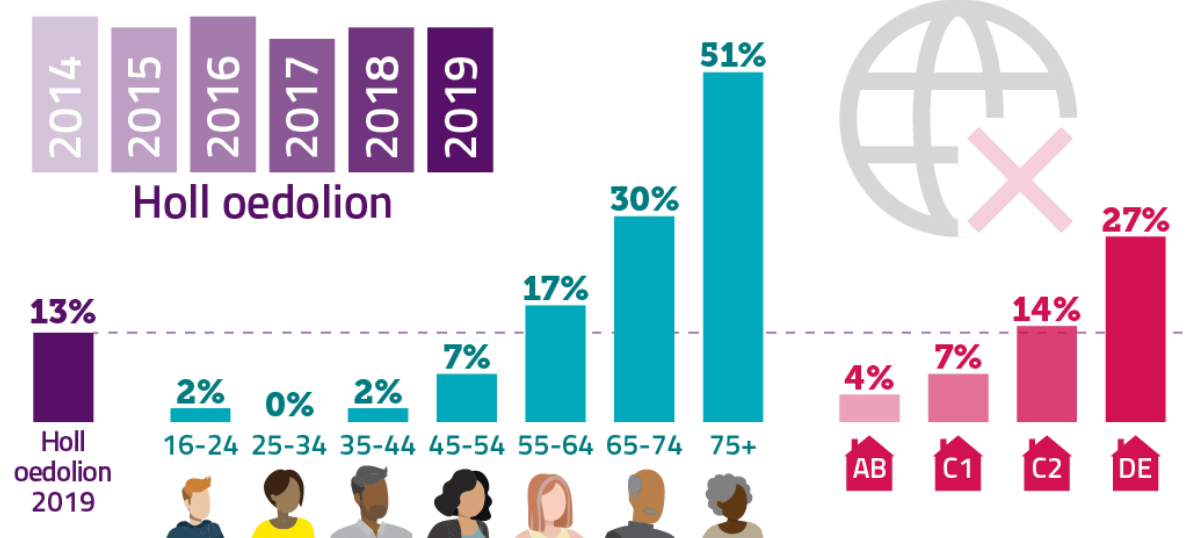
## Allgáu digidol

**Dydy cyfran yr oedolion nad ydyn nhw ar-lein ddim wedi newid ers 2014 a does gan lawer ohonynt ddim diddordeb mewn mynd ar-lein.**

Yn ystod y pum mlynedd ddiwethaf, does dim newid wedi bod yng nghyfran yr oedolion sydd ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd (13% ddim ar-lein yn 2019, a 14% yn 2014). Mae'r bobl sydd ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd yn tueddu i fod yn hŷn ac yn y grwpiau economaidd-gymdeithasol is. Mae 40% o'r bobl sydd ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd yn 75+ oed, a 53% ohonynt mewn aelwydydd DE. Gan ystyried pobl oed gweithio yn unig (16-64 oed), rydyn ni'n dal yn gweld rhwyg rhwng grwpiau economaidd-gymdeithasol, gyda'r rheini mewn aelwydydd DE yn llawer llai tebygol o beidio â bod ar-lein (13% o bobl oed gweithio o aelwydydd DE o'i gymharu â 3% o bobl oed gwaith o aelwydydd ABC1/C2).

Dydy llawer o'r rheini nad ydynt yn defnyddio'r rhyngwrwyd ddim i weld yn awyddus i fynd ar-lein yn y dyfodol agos: Mae 77% yn dweud na fyddai unrhyw beth yn eu cymell i fynd ar-lein yn ystod y 12 mis nesaf, a 61% yn dweud nad ydyn nhw'n mynd ar-lein ar hyn o bryd oherwydd bod dim angen gwneud hynny arnyn nhw neu fod ganddyn nhw ddim diddordeb mewn gwneud hynny. Mae un o bob pump yn nodi rheswm sydd naill ai'n ymwneud â chost (19%) neu anhawster ('rhy gymhleth') (17%) sy'n eu rhwystro rhag mynd ar-lein.

Dydy cyfran y bobl sydd ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd ddim wedi newid ers 2014; mae pobl hŷn a'r rheini yng ngrŵp economaidd-gymdeithasol DE yn parhau i fod yn llai tebygol o fynd ar-lein



**Mae rhaniadau pellach ymysg y rheini sydd ar-lein, o ran dyfeisiau, gweithgareddau neu fedrusrwydd.**

Mae posibilrwydd hefyd o raniad digidol ymysg y bobl sydd ar-lein, lle gall dibyniaeth ar sgriniau bach greu problemau. Mae 34% o oedolion dim ond yn defnyddio dyfeisiau ar wahân i gyfrifiadur i fynd ar-lein, ac 11% o oedolion dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein. Fodd bynnag, mae 65% o ddefnyddwyr ffonau clyfar yn cytuno ei bod yn anoddach llenwi ffurflenni a gweithio ar ddogfennau ar eu ffôn clyfar nag yw ar eu cyfrifiadur (er, mae hyn wedi gostwng o 73% yn 2018). Yn

y cyfamser, mae cynnydd wedi bod yng nghyfran y bobl sy'n nodi eu bod yn defnyddio eu ffôn clyfar i wneud y gweithgareddau hyn: mae 72% o ddefnyddwyr ffonau clyfar wedi defnyddio eu ffôn clyfar i lenwi ffurflen neu gais – cynnydd o'i gymharu â 67% yn 2018.

Yn ogystal â chyfyngu ar weithgareddau ar-lein, gall defnyddio dyfeisiau effeithio ar ymgysylltiad beirniadol. Er enghraifft, mae'r rheini sy'n defnyddio ffonau clyfar yn unig yn llai tebygol na defnyddwyr eraill y rhyngwrwd o adnabod dolenni wedi'u noddi ar frig canlyniadau peiriannau chwilio (44% o'i gymharu â 61%). Gallai'r diffyg dealltwriaeth yma, wedi'i gyfuno â'r ffaith bod maint llai'r sgrin yn lleihau nifer y canlyniadau sy'n cael eu dangos heb orfod sgrolio, olygu bod pobl yn fwy agored i'r canlyniadau y telir amdanynt.

Mae amrywiadau hefyd yn gallu bod yn lefel y gweithgareddau mae pobl ar-lein yn eu gwneud, ac yn lefel medrusrwydd pobl. Er enghraifft, mae pobl 65+ oed (53%) ac mewn aelwydydd DE (46%) sy'n defnyddio'r rhyngwrwd yn llai tebygol o ddefnyddio gwasanaethau bancio ar-lein (73% yn gyffredinol) neu lenwi'r prosesau mwyaf cyhoeddus neu ddinesig ar-lein.

## Byd sy'n dod yn fwyfwy ar-alw

### Mae oedolion yn cael mynediad at fwy a mwy o gynnwys ar-alw.

Mae'r cynnydd yn nifer y bobl sy'n defnyddio setiau teledu clyfar a dyfeisiau ffrydio yn cyfateb i'r gostyngiad yn nifer y bobl sy'n defnyddio recordwyr fideo digidol (DVRs) (45%, i lawr o 47% yn 2018). Mae hefyd yn cyfateb i'r cynnydd yn nifer y bobl sy'n defnyddio gwasanaethau fideo ar-alw (VoD) (64% o oedolion – cynnydd o'i gymharu â 60% yn 2018 a 55% yn 2017). Mae hon yn ffordd gyffredin o gael gafael ar gynnwys ymysg oedolion iau (76% o bobl 16-24 oed, 77% o bobl 25-34 oed a 78% o bobl 35-44 oed) a'r rheini mewn aelwydydd ABC1 (80% o bobl mewn aelwydydd AB a 71% mewn aelwydydd C1).

Caiff y tueddiadau hyn eu hadlewyrchu yn astudiaeth Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, gyda mwyafrif y sampl (16/19) â mynediad at o leiaf un gwasanaeth ffrydio fideo ar-alw mae'n rhaid talu amdano. Netflix yw'r gwasanaeth mwyaf cyffredin o bell ffordd; roedd lleiafrif bach wedi tanysgrifio i Amazon Prime Video a Now TV pan gynhaliwyd y gwaith maes. Roedd cynnydd ym mhob un o'r gwasanaethau hyn o'i gymharu â blynyddoedd blaenorol, ac mae hyn yn adlewyrchu rhan o duedd dymor hir lle mae ymddygiad gwyllo cyfranogwyr yn mynd yn fwy rhanedig a phersonol. Fe wnaeth cyfranogwyr hefyd nodi eu bod yn gwyllo mwy ar eu dyfeisiau symudol nag oedden nhw mewn blynyddoedd blaenorol. Roedd hyn yn cynnwys gwyllo yn y cartref a heb fod yn y cartref, yn ogystal â chymysgedd o gynnwys wedi'i ffrydio a chynnwys wedi'i lwytho i lawr.

***“Mi fydda i'n gwneud fy hun yn barod yn fy ystafell wisgo a does dim teledu yno, felly rwy'n defnyddio fy ffôn fel teledu.”*** Menyw, 27 oed, cyfreithiwr dan hyfforddiant, Caeredin

***“Cafodd [fy merch] ffrindiau'n aros draw dros y penwythnos. Mae gennym ni'r ap Amazon Prime Video ar yr iPad, felly fe wnes i brynu ffilm iddyn nhw ac fe wnaethon nhw wyllo Aladdin gyda'i gilydd ar yr iPad yn y llofft.”*** Menyw, 42 oed, rheolwr codi arian, Caerdydd

***“Roedden ni’n dod yn ôl ar nos Sul ar ôl bod i ffwrdd ac roedden ni wedi llwytho rhywbeth i lawr ar yr iPlayer, felly fe wnaethon ni ei wyllo ar y gliniadur ar y ffordd adref. Yr wythnos yma, rydw i wedi dechrau gwyllo pethau ar fy ffôn am y tro cyntaf wrth gymudo.”*** Dyn, 36 oed, gweithredwr gwasanaethau ariannol, Llundain

***“Rydw i wedi gwyllo pethau ar fy ffôn wrth fynd i Lundain neu Gaeredin. Mi fydda i’n llwytho ychydig o benodau i lawr neu, os oes wi-fi ar gael, fe wna i fewngofnodi i’r wi-fi a gwyllo rhywbeth ar fy ffôn.”*** Menyw, 42 oed, rheolwr codi arian, Caerdydd

Mae tri chwarter y bobl sy’n defnyddio’r rhyngwrwd yn gwyllo cynnwys ar safleoedd rhannu fideos fel YouTube, Vimeo, Snapchat a Facebook (74%), er mae hwn wedi gostwng ychydig ers 2018 (78%). Yn yr un modd â fideo ar-alw, mae oedolion ifanc yn fwy tebygol o wyllo cynnwys ar safleoedd rhannu fideos (90% o bobl 16-24 oed, 88% o bobl 25-34 oed ac 80% o bobl 35-44 oed) ond does dim gwahaniaethau rhwng grwpiau economaidd-gymdeithasol.

### **Yn 2019, gwelwyd cynnydd yn anfodlonrwydd pobl â chynnwys teledu.**

Pan ofynnwyd i bobl a oedd ganddyn nhw unrhyw bryderon am yr hyn sydd ar y teledu, fe wnaeth 42% o oedolion fynegi o leiaf un pryder – cynnydd o’i gymharu â 35% yn 2018. Mae modd priodoli’r cynnydd cyffredinol hwn i gynnydd yn y pryderon ynghylch ansawdd y cynnwys neu nifer y rhaglenni a ailadroddir (26% yn bryderus, wedi codi o 18%) a niferoedd/hyd hysbysebion (9%, wedi codi o 6%). Mae 21% yn bryderus am gynnwys niweidiol neu dramgwyddus.

Caiff hyn ei adlewyrchu yn astudiaeth Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, lle nododd rhai cyfranogwyr bod rhaglenni fel operâu sebon a rhaglenni prif ffrwd yn llai pwysig iddyn nhw nag oeddent o’r blaen, a’u bod yn feirniadol o’r hyn oedd yn cael ei ystyried yn ddiffyg arloesedd yn y genres hyn.

***“Dydw i ddim hyd yn oed mor hoff â hynny o operâu sebon nawr. Bob tro bydda i’n gwyllo operâu sebon, mae rhywbeth digalon yn digwydd – mae rhywun yn marw. Maen nhw i gyd yn copïo ei gilydd; maen nhw i gyd yn dweud yr un straeon.”*** Menyw, 58, di-waith, Llundain

***“Roedden ni’n edrych ymlaen yn arw i wyllo I’m a Celebrity, The X Factor a Britain’s Got Talent o’r blaen, ond maen nhw wedi mynd yn ddiflas erbyn hyn am wn i.”*** Menyw, 53, swyddog tai, Coventry

***“Pan mae rhywbeth yn llwyddo mae pawb yn ei gopïo, a cyn i chi droi, mae popeth ar y teledu fel The Only Way is Essex.”*** Menyw, 58, di-waith, Llundain

## **Cyfryngau cymdeithasol**

**Mae mwy a mwy o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn defnyddio mwy nag un gwefan ac ap, ac mae WhatsApp, Instagram a YouTube i gyd yn dod yn fwy poblogaidd.**

Mae gan fwyafrif sylweddol o ddefnyddwyr y rhyngwrwd broffil cyfryngau cymdeithasol (82%, sydd gyfwerth â 72% o oedolion y DU). Er mai Facebook yw’r safle mwyaf poblogaidd o hyd, mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn arallgyfeirio. Yn 2014, roedd gan 97% o ddefnyddwyr

cyfryngau cymdeithasol broffil Facebook a hwn oedd yr unig wefan/ap roedd 48% yn ei ddefnyddio. Bum mlynedd yn ddiweddarach, mae gan 88% o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol broffil Facebook, ond dim ond 16% sy'n defnyddio Facebook yn unig. Mae cyfran y bobl sydd â phroffil Facebook yn gyson ar draws pob oedran ymysg defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol, ond mae pobl 55-64 oed (23%) a 65+ oed (39%) yn fwy tebygol o ddefnyddio Facebook yn unig.

Eleni, mae twf parhaus wedi bod yn nifer y defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol sydd â phroffiliau neu gyfrifon WhatsApp (70% – cynnydd o'i gymharu â 61% yn 2018 a 24% yn 2014), Instagram (43% – cynnydd o'i gymharu â 38% yn 2018 a 16% yn 2014), a YouTube (42% – cynnydd o'i gymharu â 35% yn 2018 a 17% yn 2014). Er bod cynnydd yn nifer y bobl sydd â mwy nag un cyfrif cymdeithasol a bod pobl yn symud oddi wrth ddefnyddio Facebook yn unig, mae'n werth nodi mai Facebook sy'n berchen ar ddau o'r llwyfannau sy'n dod yn fwy poblogaidd – WhatsApp ac Instagram.

Dim ond 2% o oedolion sy'n ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol sydd â chyfrif TikTok, sy'n awgrymu nad oedd yn chwaraewr mawr yn y farchnad i oedolion yn ystod y gwaith maes. Fodd bynnag, yn yr un modd â'r rhan fwyaf o wefannau/apiau cyfryngau cymdeithasol, mae pobl 16-24 oed yn fwy tebygol o fod â chyfrif TikTok (8% o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol 16-24 oed).<sup>8</sup>

Mae'r rhan fwyaf o'r bobl sy'n defnyddio gwefannau cyfryngau cymdeithasol a negeseua yn dal yn dweud mai Facebook yw'r prif wefan/ap maen nhw'n ei ddefnyddio (56%) a chwarter yn dweud mai WhatsApp yw'r prif wefan/ap maen nhw'n ei ddefnyddio (24%). Does dim llwyfan arall yn cael ei hystyried fel y prif wefan/ap mae mwy na 10% o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn ei ddefnyddio. Mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol hŷn (65+ oed) yn fwy tebygol na'r cyfartaledd o ddweud mai Facebook yw'r brif wefan maen nhw'n ei defnyddio (70%), tra mae pobl 16-24 oed yn llai tebygol o wneud hynny na'r cyfartaledd (45%), ac yn fwy tebygol na'r cyfartaledd o ddewis Instagram (15%) neu Snapchat (15%).

Mae chwarter defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn dweud eu bod yn aml yn rhannu, yn postio neu'n gwneud sylwadau ar wefannau neu apiau cyfryngau cymdeithasol (25%). Mae cyfran debyg yn eu defnyddio'n fwy goddefol, gan ddweud eu bod yn tueddu i ddarllen pethau yn unig ar y gwefannau neu'r apiau hyn, ac anaml maen nhw'n 'hoffi' neu'n postio unrhyw beth (23%).

Yn ein hastudiaeth Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, roedd rhai cyfranogwyr yn dweud eu bod yn defnyddio Facebook yn llai nag o'r blaen, er bod llawer yn defnyddio mwy ar lwyfannau sy'n eiddo i Facebook, fel Messenger, Instagram a WhatsApp. Roedd y gostyngiad hwn mewn defnydd yn tueddu i fod ymysg cyfranogwyr iau.

“Roeddwn i'n arfer bod ar Facebook drwy'r amser ond rydw i wedi 'laru arno nawr, felly dydw i ddim yn edrych arno gymaint.” Menyw, 19, myfyriwr, Belfast

***“Mae fy mhroffil i'n dal yn bodoli ond dydw i heb fewngofnodi ers bron i dri mis nawr mae'n siŵr.”*** Dyn, 23 oed, tiwtor, Llundain

---

<sup>8</sup> Yn fwy diweddar, mae'n bosibl bod Covid-19 wedi cael effaith ar faint o bobl sy'n defnyddio rhai gwefannau ac apiau fel TikTok. Edrychwch ar [Ein Gwlad Ar-lein 2020](#) i gael y ffigurau defnydd diweddaraf ar gyfer gwefannau rhannu fideos.

## **Mae defnyddwyr eraill y rhyngwrwd yn llai sicr o'r hawl i fod yn ddiennw ar-lein nag oeddent yn 2018.**

O'i gymharu â 2018, mae defnyddwyr y rhyngwrwd yn llai tebygol o gytuno â'r datganiad 'Rwy'n meddwl y dylai pobl gael yr hawl i guddio pwy ydyn nhw ar-lein er mwyn mynegi eu safbwyntiau'n ddiennw' (34%, i lawr o 41% yn 2018). Mae modd priodoli hyn i'r cynnydd yng nghyfran y bobl sy'n ateb 'ddim yn cytuno nac yn anghytuno' neu 'ddim yn gwybod' (25% – cynnydd o'i gymharu â 20% yn 2018). Dydy'r ffigur sy'n anghytuno â'r datganiad (42%) heb newid. Mae oedolion iau 16-24 oed (44%) yn fwy tebygol na'r cyfartaledd o gytuno y dylai pobl allu cuddio pwy ydyn nhw ar-lein er mwyn mynegi eu barn yn ddiennw, ac mae dynion (37%) yn fwy tebygol o gytuno na menywod (30%).

Mae defnyddwyr y rhyngwrwd hefyd yn llai tebygol o gytuno â'r datganiad 'Rwy'n meddwl ei bod hi'n bwysig bod pobl yn cael dweud eu dweud ar-lein, hyd yn oed os yw hynny'n ddadleuol neu'n greulon wrth bobl eraill' nag oeddent nhw yn 2018 (28%, i lawr o 36% yn 2018) ac mae hanner defnyddwyr y rhyngwrwd nawr yn anghytuno â'r datganiad (50% – cynnydd o'i gymharu â 43% yn 2018). Mae'r rheini sydd yn y grŵp oed 16-24 (34%) yn fwy tebygol o gytuno na'r cyfartaledd, tra mae'r rheini yn y grŵp oed 65+ (60%) yn fwy tebygol o anghytuno. Mae dynion yn fwy tebygol o anghytuno na menywod (35% o'i gymharu â 21%).

## **Archwilio a gwirio ffeithiau ar-lein**

### **Gall ymddygiad ar-lein rhai defnyddwyr y rhyngwrwd gyfyngu ar faint o luosogrwydd safbwyntiau maen nhw'n dod ar ei draws.**

Mae'n bwysig deall i ba raddau y mae pobl yn fodlon archwilio ar-lein, fel cyd-destun i lawer o'u hagweddau a'u hymddygiad. Mae chwarter y defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn dweud mai anaml maen nhw'n gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw ar gyfryngau cymdeithasol (27%). Dydy hyn ddim wedi newid ers 2018 (24%) ond mae wedi cynyddu'n sylweddol ers 2017 (18%) ac mae'n gyson ar draws pob oedran a grŵp economaidd-gymdeithasol. Ymysg y rheini sy'n dweud mai dim ond ar Facebook mae ganddyn nhw broffil cyfryngau cymdeithasol, mae traean ohonynt yn dweud mai anaml maen nhw'n gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw (33%).

Dim ond chwarter defnyddwyr y rhyngwrwd wnaeth nodi eu bod wedi defnyddio llawer o wefannau newydd yn ystod y mis diwethaf (24%) o'i gymharu â'r gyfran uwch oedd yn dweud mai dim ond gwefannau neu apiau roedden nhw wedi'u defnyddio o'r blaen oedden nhw wedi'u defnyddio (35%). Mae'r canrannau hyn wedi aros yn gyson dros amser ar y cyfan, er bod maint y byd ar-lein yn tyfu a nifer y gwefannau a'r apiau yn cynyddu: yn 2014, nododd 25% eu bod wedi defnyddio llawer o wefannau newydd a dywedodd 31% mai dim ond gwefannau neu apiau roedden nhw wedi'u defnyddio o'r blaen oedden nhw wedi'u defnyddio. Gallai hyn fod oherwydd bod pobl yn defnyddio mwy ar y prif lwyfannau i gyflawni llawer o'u gweithgarwch ar-lein.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Yn fwy diweddar, mae'n bosibl bod cyfyngiadau Covid-19 wedi cael effaith ar faint mae pobl yn archwilio ar-lein, gyda chynnydd mawr yn nifer y bobl sy'n defnyddio gwefannau fel Zoom neu Houseparty. Edrychwch ar [Ein Gwlad Ar-lein 2020](#) i gael rhagor o wybodaeth am yr amrywiaeth o wasanaethau mae pobl yn eu defnyddio.

Mae oedolion iau a'r rheini mewn aelwydydd AB yn tueddu i archwilio mwy ar-lein: mae 34% o ddefnyddwyr y rhyngrwyd 16-24 oed a 30% o ddefnyddwyr y rhyngrwyd mewn aelwydydd AB yn dweud eu bod wedi defnyddio llawer o wefannau neu apiau nad ydyn nhw wedi'u defnyddio o'r blaen. Mae hwn yn gostwng i 10% ymysg pobl 65+ oed, ac i 16% mewn aelwydydd DE, gyda hanner y ddau grŵp yn dweud mai dim ond gwefannau neu apiau mawn nhw wedi'u defnyddio o'r blaen maen nhw'n eu defnyddio (51% o bobl 65+ oed a 47% o bobl o aelwydydd DE).

### **Yng nghyd-destun y cynnydd mewn cael gafael ar newyddion ar-lein,<sup>10</sup> mae defnyddwyr y rhyngrwyd yn llai tebygol o ddilysu ffynonellau gwybodaeth ar-lein.<sup>11</sup>**

Mae ein harolwg yn dangos nad yw 10% o ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn ystyried pa mor gywir yw gwybodaeth ffeithiol maent yn ei chanfod ar-lein. Mae 2% pellach yn meddwl bod yr holl wybodaeth sydd ar-lein yn wir, mae 25% yn meddwl bod y rhan fwyaf o'r wybodaeth yn wir, ac mae 59% yn dangos lefel uwch o ddealltwriaeth feirniadol ac yn meddwl mai dim ond rhywfaint o'r wybodaeth sy'n wir.

Ar ben hynny, mae defnyddwyr y rhyngrwyd yn llai tebygol o wirio'r wybodaeth maen nhw'n ei chanfod ar-lein nag oeddent yn 2018.<sup>12</sup> Dydy 29% ddim yn gwirio unrhyw wybodaeth maen nhw'n ei chanfod, sy'n gynydd o'i gymharu â 23% yn 2018. Mae hyn yn gwrthdroi'r duedd a welwyd y flwyddyn flaenorol; sef gostyngiad o 27% yn 2017 i 23% yn 2018.

Yn yr un modd, mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn llai tebygol o wirio gwybodaeth mewn erthyglau maen nhw'n eu gweld ar gyfryngau cymdeithasol i gael gwybod a yw'n wir neu beidio: ni fyddai 26% yn dueddol o wirio, o'i gymharu â 18% yn 2018.<sup>13</sup> Eto, mae hyn yn gwrthdroi tuedd y flwyddyn flaenorol ac yn dychwelyd i lefel 2017 (23%).

---

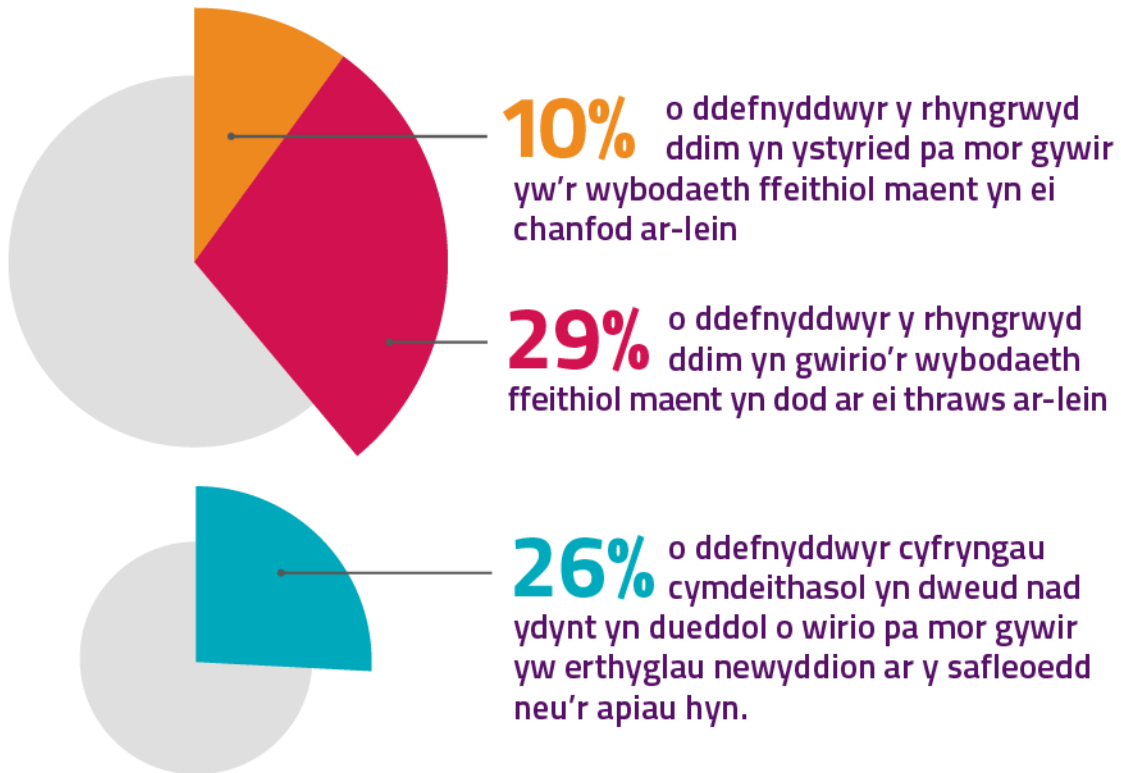
<sup>10</sup> Arsylwyd hyn yn ein [hymchwil Cael Gafael ar Newyddion](#) ar wahân.

<sup>11</sup> Mae'r canfyddiadau yn yr adran hon yn nodedig oherwydd y ffocws presennol ar newyddion ffug am y coronafeirws. Gallwch gael rhagor o wybodaeth am ddod ar draws camwybodaeth yn ein [traciwr Covid-19](#).

<sup>12</sup> Mae gwiriadau'n cynnwys: ydy'r un wybodaeth yn ymddangos ar wahanol wefannau; ydy cyfeiriad y wefan yn edrych yn ddilys; ydy'r wefan yn edrych yn broffesiynol, ydy'r wybodaeth yn ddibynadwy (enw'r awdur neu ddolen i'r cyhoeddiad gwreiddiol), ydy pobl maen nhw'n ymddiried ynddynt yn defnyddio'r wefan; ydy'r wefan yn cael ei diweddarau'n rheolaidd.

<sup>13</sup> Mae gwiriadau'n cynnwys: a oedd yn sefydliad maen nhw'n gyfarwydd ag ef; ydy'r wybodaeth gan sefydliad sy'n ddibynadwy yn eu barn nhw; ydy'r un wybodaeth yn ymddangos yn rhywle arall; pa mor broffesiynol mae'r erthygl yn edrych (e.e. oes gwallau sillafu, ydy'r lluniau neu'r fideos o ansawdd uchel); beth mae pobl eraill wedi'i ddweud am yr erthygl; gan ystyried beth mae'r erthygl am eu asesu, beth yw'r tebygolrwydd ei bod yn wir; ydy'r sawl wnaeth rannu'r wybodaeth yn ddibynadwy; a oedd yn gyfrif uniongyrchol.





Mae'r rhan fwyaf o ddefnyddwyr peiriannau chwilio yn dangos lefel o ddealltwriaeth feirniadol wrth ddehongli canlyniadau chwilio, gan gredu bod rhai o'r gwefannau a restrir yn gywir neu'n ddiuedd, ac eraill ddim (58%). Ond does gan lawer o ddefnyddwyr peiriannau chwilio ddim yr ystyriaeth na'r ddealltwriaeth hon; mae 20% yn credu bod rhaid i wefannau gynnwys gwybodaeth gywir a diduedd os ydyn nhw wedi'u rhestru gan y peiriant chwilio, tra mae 18% yn defnyddio'r gwefannau sy'n ddeniadol iddyn nhw, heb feddwl a ydyn nhw'n wir neu'n ddiuedd.

Yn astudiaeth Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, fe wnaethom ni ganfod, er bod cyfranogwyr yn dweud eu bod yn cael mynediad at amrywiaeth fwy a mwy eclecig o ffynonellau newyddion ar draws y byd – drwy gymysgedd o gyfryngau cymdeithasol, apiau, gwefannau podlediadau, teledu a radio – bod faint mae ffynhonnell newyddion neu stori yn adlewyrchu agweddau person yn tueddu i ddylanwadu ar ei farn ar ba mor ddibynadwy ydy hi. Roedd hyd yn oed y rheini oedd yn nodi eu bod yn cael mynediad at amrywiaeth o safbwyntiau yn aml yn cael gafael ar y rheini o ffynonellau o'r un anian â nhw.

Wrth benderfynu a yw cynnwys ar-lein yn ddibynadwy neu beidio, roedd cyfranogwyr yn nodi nifer o ffactorau, gan gynnwys ymwybyddiaeth, gwybodaeth neu (yn ddelfrydol) brofiad blaenorol o ddefnyddio'r wefan neu'r ffynhonnell. Efallai mai'r ail bwynt yma oedd y ffactor pwysicaf wrth benderfynu pa mor ddibynadwy yw cynnwys.

***“Mae'n siŵr eich bod chi'n ymddiried yn yr apiau a'r gwefannau rydych chi wedi'u defnyddio o'r blaen yn fwy na phan ydych chi – er enghraifft – yn trefnu gwyliau gyda chwmni dydych chi erioed wedi'i ddefnyddio o'r blaen... Gwefan ein cyngor lleol – rwy'n gobeithio y gallwn i ymddiried yn honno. Menyw, 42, rheolwr codi arian, Caerdydd***

“Fe wnaeth rhywun oedd yn y brifysgol gyda fi rannu rhywbeth am driniaeth amnewid hormonau neu atal cenhedlu i ferched ac roedd yn rhywbeth mawr, ond roeddwn i’n meddwl tybed ble oedd ei ffynonellau... Dydy hi ddim yn dwp ac roedd hi’n ei rannu ar ei stori ac yn dweud ei fod yn bwysig, ond ddim yn ei gwestiynu. Mae hi’n ei rannu, wedyn mae’r person nesaf yn ei rannu, a chyn pen dim mae pobl yn meddwl mai hwn yw’r Beibl.” Menyw, 27 oed, cyfreithiwr dan hyfforddiant, Caeredin

Roedd ffactorau eraill yn cynnwys dod i farn ar sail cymhellion gweledol o’r wefan neu’r fideo ei hun (gwerthoedd cynhyrchu, maint y gynulleidfa ar gyfer digwyddiad byw ac ati), nifer y sylwadau a wnaed ar erthygl neu fideo a’u natur, nifer y canlyniadau chwilio tebyg, a nifer y sgoriau ac adolygiadau a’u hansawdd (lle bo hynny’n berthnasol).

“Rydw i’n meddwl ei bod yn amlwg bod [sianel YouTube TLDR News] yn eithaf amhleidiol. Rydw i’n meddwl ei bod hefyd yn ddiddorol bod y sylwadau ar y fideos yn aml yn dweud ‘Diolch am gyflwyno mewn ffordd mor ddieduedd a di-lol’. Mewn rhai achosion, mae dilysiad i’w gael yn y sylwadau ar y fideos hyn.” Dyn, 23 oed, tiwtor, Llundain

## Mwy o ymwybyddiaeth o faterion sy’n ymwneud â data personol

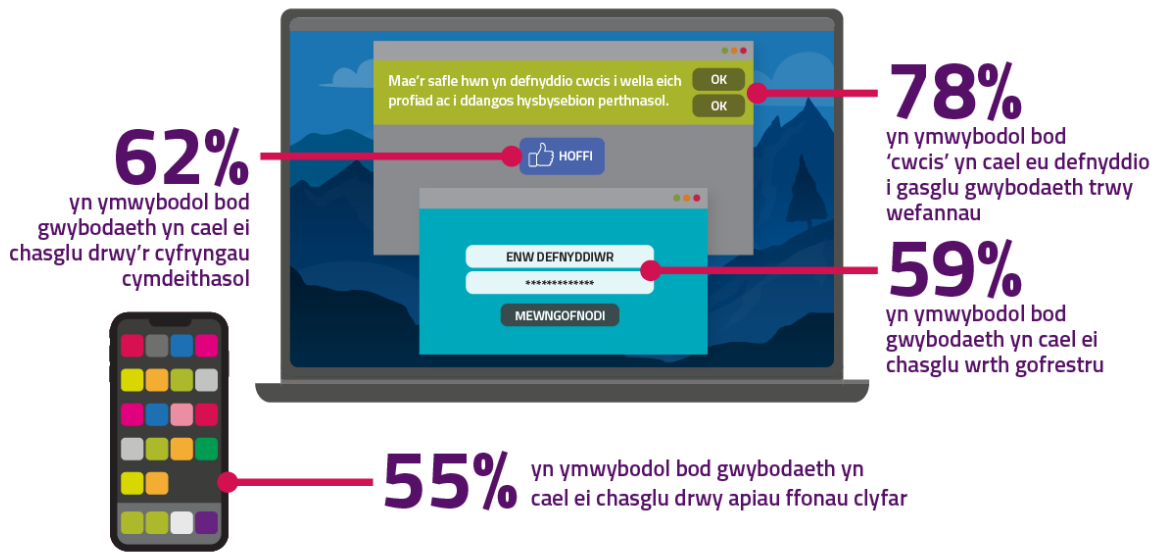
### Mae pobl yn dod yn fwy a mwy ymwybodol o faterion sy’n ymwneud â data personol ond mae bwlich rhwng eu hyder yn rheoli data personol a’u dealltwriaeth mewn gwirionedd.

Mae’r rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngwryd yn teimlo'n hyderus ynghylch rheoli mynediad at eu data personol ar-lein: mae 38% yn dweud eu bod yn hyderus iawn a 35% yn dweud eu bod yn gymharol hyderus.<sup>14</sup> Mae pobl 16-44 oed yn fwy tebygol na’r cyfartaledd o ddweud eu bod yn hyderus iawn, a’r rheini sy’n 45+ oed yn llai tebygol. Mae’r gyfran fechan sy’n dweud eu bod nhw ddim yn hyderus o gwbl wedi codi ers 2018: mae’n 6% o’i gymharu â 4% yn 2018. Mae’r ymateb hwn yn fwy tebygol ymysg pobl 75+ oed (13%) neu mewn aelwydydd DE (9%).

Mae rhywfaint o dystiolaeth bod dealltwriaeth feirniadol o gasglu data personol yn gwella. Mae ein harolwg yn nodi pedair ffordd y gall cwmnïau ar-lein gasglu data personol ac yn gofyn i ddefnyddwyr y rhyngwryd pa rai maen nhw’n ymwybodol ohonynt.<sup>15</sup> Mae ymwybyddiaeth o un o’r ffyrdd hyn o leiaf wedi codi i 88% – cynnydd o’i gymharu ag 81% yn 2018. Fodd bynnag, dydy cyfran fawr o bobl ddim yn gwybod am yr holl fesurau sy’n angenrheidiol i reoli eu data personol ar-lein; dim ond 39% o ddefnyddwyr y rhyngwryd sy’n ymwybodol o’r pedair ffordd. Nid yw hyn wedi newid ers 2018 (37%).

<sup>14</sup> Caiff cyfranogwyr yr esboniad canlynol: “Mae hyn yn golygu gwybod sut i rwystro cwmnïau rhag cael mynediad at wybodaeth fel eich manylion personol (er enghraifft eich cyfeiriad, eich rhif ffôn, eich dyddiad geni ac ati) neu wybodaeth am bethau fel ble rydych chi’n siopa neu beth yw eich diddordebau”.

<sup>15</sup> Dyma’r pedair ffordd: (i) defnyddio ‘cwcis’ i gasglu gwybodaeth am y gwefannau mae pobl yn eu defnyddio a’r cynnyrch sydd o ddiddordeb iddynt; (ii) casglu gwybodaeth o gyfrifon cyfryngau cymdeithasol, h.y. am ddiddordebau defnyddwyr, y pethau maen nhw’n eu ‘hoffi’, eu lleoliad, eu dewisiadau; (iii) gofyn i gwsmeriaid gofrestru â gwefan ac optio i mewn/optio allan o gael rhagor o wybodaeth ganddyn nhw neu eu partneriaid; (iv) defnyddio apiau ar ffonau clyfar i gasglu data ynghylch lleoliadau defnyddwyr neu ba gynnyrch neu wasanaethau sydd o ddiddordeb iddynt.



**9** o bob 10  
Bron yn ymwybodol o unrhyw un o'r dulliau hyn



**4** o bob 10  
Llai na yn ymwybodol o'r holl dulliau hyn

Mewn gwirionedd, dydy 44% o'r rheini sy'n dweud eu bod yn hyderus yn rheoli eu data personol ddim yn ymwybodol bod gwybodaeth amdany'n nhw'n gallu cael ei chasglu drwy'r apiau ar eu ffonau clyfar. Ar ben hynny, er mai cwicis oedd y dull mwyaf adnabyddus o gasglu data yn ein hymchwil, doedd 20% o'r rheini oedd yn dweud eu bod yn hyderus ddim yn ymwybodol bod cwicis yn cael eu defnyddio. Felly, er bod y rhan fwyaf o bobl yn dweud eu bod yn hyderus, dydy llawer ohonynt ddim yn ymwybodol o sut mae eu data'n cael eu casglu.

Yn ogystal â hyn, mae llawer o ddefnyddwyr y rhyngryd yn dweud eu bod fel arfer yn derbyn telerau ac amodau heb eu darllen, er bod hyn y llai tebygol nag oedd yn 2018 (65% i lawr o 69%).

Yn yr un modd, mae'r rhan fwyaf o'r cyfranogwyr yn astudiaeth Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion yn parhau i dderbyn cwicis, telerau ac amodau a pholisïau preifatrwydd heb eu cwestiynu. Weithiau maen nhw'n cyfiawnhau hyn drwy ddadlau bod ganddyn nhw ddim dewis ond eu derbyn, neu maen nhw'n cymryd yn ganiataol bod telerau ac amodau wedi'u safoni ar draws safleoedd (felly bod dim angen eu darllen bob tro) neu maen nhw o'r farn nad ydyn nhw fel unigolion yn ddigon pwysig i gwmnïau mawr boeni amdany'n nhw.

**[Ydych chi byth yn darllen y telerau ac amodau?] "Nac ydw. Oes unrhyw un yn gwneud? Dylech chi wneud am wn i, dylech." [Pam dydych chi ddim?] "Roeddwn i'n meddwl eu bod nhw i gyd yr un fath." Dyn, 30 oed, plastrwr, Abertawe**

"Dydw i ddim yn meddwl fy mod i'n gwneud unrhyw beth digon diddorol i Amazon fod eisïau gwrando arno. Mae'n siŵr pe bawn i'n enwog y buaswn i'n ystyried y peth, ond dydw i ddim yn meddwl mai ar bobl fel fi mae Amazon eisïau gwrando." Menyw, 31, meddyg, Llundain

***“Maen nhw bob amser yn dweud ‘Ydych chi’n derbyn y cwcis?’ neu beth bynnag ac rydych chi’n derbyn. Weithiau dydych chi ddim eisiau derbyn ond mae’n rhaid i chi dderbyn er mwyn gweld y sgrin. Felly does gennyh chi ddim dewis mewn ffordd.”*** Dyn, 33 oed, cynorthwydd gorsaf, Birkenhead

Mae cyfran fwy a mwy o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn dweud nad ydyn nhw’n fodlon i gwmnïau gasglu a defnyddio eu gwybodaeth bersonol dan unrhyw amgylchiadau: 45% – cynnydd o’i gymharu â 39% yn 2018. Y rheswm mwyaf cyffredin mae defnyddwyr y rhyngwrwyd yn ei roi am fod yn fodlon â mesurau casglu data yw eu bod yn fodlon os ydyn nhw’n cael y sicrwydd priodol am sut caiff eu data eu diogelu a’u defnyddio: mae 29% yn fodlon i gwmnïau gasglu a defnyddio data personol os ydyn nhw’n gallu dewis optio allan ar unrhyw adeg a bod y cwmni’n rhoi’r gorau i ddefnyddio eu data; mae 27% yn fodlon os ydyn nhw’n deall yn glir sut bydd cwmnïau’n defnyddio eu gwybodaeth; ac mae 25% yn fodlon os ydyn nhw’n cael sicrwydd na fydd y cwmni’n rhannu eu gwybodaeth â chwmnïau eraill.

Mae defnyddwyr y rhyngwrwyd hefyd yn fwy tebygol o wneud gwiriadau ‘priodol’ cyn cofrestru manylion personol ar-lein nag oeddent yn 2018: mae 74% yn nodi eu bod yn gwneud hyn, sy’n gynydd o’i gymharu â 67% yn 2018.<sup>16</sup> Yn yr un modd, mae 79% o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn dweud eu bod yn gwneud gwiriadau ‘priodol’ cyn rhoi gwybodaeth ariannol ar-lein, sy’n gynydd o’i gymharu â 74% yn 2018. Ond yn y ddau achos, mae un o bob pump yn dal yn gwneud gwiriadau ‘llai priodol’ neu ddim yn gwirio o gwbl.<sup>17</sup>

## **Dealltwriaeth feirniadol o hysbysebion ar-lein a sut caiff gwefannau eu hariannu**

### **Mae bwllch o hyd rhwng lefel hyder a dealltwriaeth o hysbysebion ar-lein.**

Un elfen o feddwl yn feirniadol yw gallu adnabod beth sy’n negeseuon masnachol a negeseuon golygyddol ar-lein. Mae mwyafrif sylweddol o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn teimlo’n hyderus eu bod yn gallu adnabod hysbysebion ar-lein (46% yn hyderus iawn, 39% yn gymharol hyderus). Mae llawer o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn gwrthwynebu hysbysebion ar-lein a hyd yn oed yn mynd ati i’w hosgoi: mae 42% o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn dweud eu bod nhw ddim yn hoffi’r holl hysbysebion ar-lein, sy’n gynydd o’i gymharu â 36% yn 2018; ac mae 72% yn dweud eu bod yn cymryd rhywfaint o gamau i osgoi hysbysebion ar-lein, fel dad-dicio blychau i atal cwmnïau rhag anfon gwybodaeth atynt am gynigion, defnyddio meddalwedd atal hysbysebion, neu gofrestru gan ddefnyddio gwybodaeth ffug.

<sup>16</sup> Mae’r gwiriadau ‘priodol’ yn cynnwys: gwneud yn siŵr bod y safle’n edrych yn ddiogel (symbol clo neu https); gwirio a yw’r cwmni neu’r brand yn un cyfarwydd iddynt; a oes cysylltiad â gwasanaeth ag enw da arall, fel PayPal; a oes gwarant na fydd manylion personol yn cael eu rhannu ag unrhyw un arall; ac a yw teulu a ffrindiau’n argymhell y safle.

<sup>17</sup> Ymysg y gwiriadau ‘llai priodol’ mae gwirio a yw’r safle wedi’i restru ar beiriant chwilio. Mae peidio â gwneud unrhyw wiriadau’n cynnwys: rhoi manylion personol os mai dyna’r unig ffordd o gael gafael ar gynnyrch neu wasanaeth; neu roi manylion pryd bynnag y mae gofyn amdanynt.

Fodd bynnag, pan ofynnwyd iddynt a oeddent yn adnabod hysbysebion, dim ond hanner defnyddwyr peiriannau chwilio wnaeth adnabod dolenni wedi'u noddi yn gywir yng nghanlyniadau chwilio Google a deall mai dyma'r unig reswm bod y canlyniadau hyn ar frig y rhestr (49%).<sup>18</sup> Nid yw hyn wedi newid ers 2015.

Pan ofynnwyd i ddefnyddwyr y rhyngwyd am y math o hysbysebion maen nhw'n eu gweld ar-lein, doedd 20% ddim yn ymwybodol o hysbysebion personol ac roedden nhw'n meddwl bod pawb yn gweld yr un hysbysebion â nhw. Fe wnaeth 19% pellach roi'r ateb 'ddim yn gwybod' ar gyfer y cwestiwn hwn.

### **Mae ymwybyddiaeth pobl o sut caiff gwefannau eu hariannu yn llawer is nag ymwybyddiaeth pobl o sut caiff sianeli teledu eu hariannu, a dydy hynny ddim wedi newid ers 2017.**

Elfen arall o lythrennedd yn y cyfryngau yw deall sut mae gwahanol gyfryngau a gwasanaethau ar-lein yn cael eu hariannu, gan alluogi pobl i gael gwell dealltwriaeth o gymhellion y cwmnïau neu'r sefydliadau sy'n darparu'r cynnwys ar wasanaethau o'r fath.

Mae ymwybyddiaeth pobl o'r ffaith mai ffi'r drwydded yw'r brif ffynhonnell gyllid ar gyfer rhaglenni teledu'r BBC yn uchel, ac mae hynny wedi cynyddu ers 2018 (o 80% i 83%). Fodd bynnag, mae ymwybyddiaeth pobl o'r ffaith mai ffi'r drwydded yw'r brif ffynhonnell gyllid ar gyfer gwefan y BBC (63%) a BBC iPlayer (53%) yn is, a dydy hynny heb newid ers 2018.

Mae bwlch tebyg rhwng ymwybyddiaeth pobl o gynigion masnachol ar y teledu ac ar-lein, lle mai hysbysebion yw'r brif ffynhonnell gyllid. Mae 73% o oedolion yn gwybod mai hysbysebion yw'r brif ffynhonnell gyllid ar gyfer rhaglenni teledu masnachol, sy'n gynnydd o'i gymharu â 69% yn 2018. Ond mae'r gyfran hon yn gostwng i 53% ar gyfer peiriannau chwilio a 43% ar gyfer YouTube, sydd ill dau heb newid ers 2018.

---

<sup>18</sup> Gall defnyddwyr peiriannau chwilio ddewis mwy nag un ymateb i'r cwestiwn hwn. 49% o bobl sy'n rhoi'r ateb cywir yn unig heb ddewis unrhyw opsiynau eraill.