Ofcom

sicrhau bod cyfathrebiadau'n
gweithio i bawb

Ein Gwlad Ar-lein

Adroddiad 2019

Cyhoeddwyd 30 Mai 2019

Tynnu sylw at fathau o niwed ar-lein

Trosolwg

Mae Ein Gwlad Ar-lein yn adroddiad blynyddol sy’n edrych ar yr hyn y mae pobl yn ei wneud ar-lein, sut wasanaeth y maent yn ei dderbyn gan ddarparwyr cynnwys a llwyfannau ar-lein, a’u hagweddau tuag at ddefnyddio’r rhyngrwyd a’u profiadau ohoni. Mae’n dod â’r ymchwil berthnasol ynghyd mewn un lle ac yn anelu at weithredu fel adnodd sy’n cael ei yrru gan ddata a threiddgarwch ar gyfer rhanddeiliaid ar adeg o esblygu sylweddol yn y dirwedd ar-lein.

Yn yr adroddiad hwn rydym yn nodi modelau busnes a thueddiadau'r diwydiant, ynghyd â defnydd pobl o’r rhyngrwyd a’u hagweddau tuag ati. Gyda’i gilydd, mae hyn yn darparu sylfaen dystiolaeth werthfawr ac unigryw er mwyn cael dealltwriaeth well o unrhyw niwed posibl yn deillio o ddefnyddio gwasanaethau ar-lein. Ochr yn ochr â’r adroddiad hwn rydym wedi cyhoeddi ein hymchwil ddiweddaraf ar ddefnydd ac agweddau oedolion tuag at cyfryngau, a’n hymchwil ddiweddarach ar niwed ar-lein, a gomisiynwyd gennym ar y cyd â Swyddfa’r Comisiynydd Gwybodaeth (ICO).

Pwrpas Ofcom yw sicrhau bod cyfathrebiadau’n gweithio i bawb. Mae’r berthynas gynyddol rhwng datblygiadau'r farchnad ac ymddygiad defnyddwyr mewn marchnadoedd ar-lein, ac yn y sectorau cyfathrebiadau yr ydym yn eu rheoleiddio, yn ei gwneud yn bwysicach bob gafael i ddeall a chadw golwg ar y dirwedd ar-lein. Mae’n ddyletswydd arnom hefyd i ymchwilio a hyrwyddo llythrennedd yn y cyfryngau, sy’n cynnwys hyrwyddo dealltwriaeth o beth sy’n digwydd ar-lein.

Mae’r adroddiad wedi’i drefnu fel a ganlyn:

- Yn y ddwy bennod gyntaf rydym yn nodi sut yr ydym yn mesur ac yn deall y dirwedd ar-lein, gan edrych ar **ddefnydd, agweddau ac effaith pobl,** a **datblygiadau’r diwydiant.**
- Mae’r pedair pennod ddilynol yn edrych yn fanwl ar agweddau penodol ar y profiad ar-lein, gan ein helpu i ddeall sut y mae cyfathrebiadau ar-lein a’r cyfryngau’n gwasanaethu pobl yn y DU.
  - Mae pennod ar **ddata defnyddwyr** yn nodi sut y mae casglu data pobl yn allweddol i fodelau busnes cwmnïau rhyngrwyd ac i brofiadau pobl ar-lein.
  - Yna rydym yn canolbwyntio ar **chwilio a darganfod** er mwyn archwilio sut y mae pobl yn defnyddio'r rhyngrwyd, sut y mae cwmnïau ar-lein yn eu helpu i ganfod yr wybodaeth a’r cynnwys y maent yn chwilio amdanynt, yn ogystal â chynnwys nad ydynt yn chwilio amdano, ond a allai fod yn berthnasol iddynt neu’n apelio atynt.
  - Mae pennod ar **gyfryngau cymdeithasol** yn archwilio sut y mae’r rhyngrwyd yn galluogi pobl i gyfathrebu, rhannu cynnwys a dilyn newyddion, ond hefyd yn ffynhonnell llawer o bryderon ynghylch bod ar-lein.
  - Mae’r bennod olaf, ar **fideo,** yn archwilio sut y mae datblygiadau technolegol ac ymddygiad defnyddwyr sy’n newid wedi effeithio ar y ffordd y mae pobl yn defnyddio cynnwys a sut y caiff ei gyflwyno iddynt.

Crynodeb gweithredol

Mae'r rhyngrwyd wedi gweddnewid y ffordd y mae pobl yn defnyddio cyfryngau ac yn cyfathrebu

Mae dyfeisiau wedi'u cysylltu, mynediad cyflym iawn at y rhyngrwyd a gwasanaethau newydd yn gweddnewid y ffordd y mae pobl yn cyfathrebu ac yn defnyddio cynnwys y cyfryngau. Yn 2019, yr oedd gan bron i naw o bob deg (87%) aelwyd yn y DU fynediad at y rhyngrwyd, gydag 82% o bobl yn defnyddio band eang yn eu cartrefi a 70% yn defnyddio gwasanaeth symudol 4G i fynd ar-lein.

Roedd oedolion sy'n defnyddio'r rhyngrwyd yn treulio, ar gyfartaledd, 3 awr 15 munud y diwrnod ar-lein ym Medi 2018, cynnydd o 11 munud ers 2017. Yr oedd plant ac oedolion ifanc yn treulio llawer mwy o amser ar-lein nac yr oeddynt yn gwylio'r teledu.

Ond nid yw un o bob deg o bobl yn defnyddio'r rhyngrwyd

Yn 2019, dywedodd 13% o oedolion nad oeddynt yn defnyddio'r ryngrwyd. Mae hyn wedi parhau'n ddigyfnewid ers 2014. Mae pobl dros 54 oed yn llai tebygol o ddefnyddio'r rhyngrwyd (19% o rai 55-64 oed, 33% o rai 65-74 oed a 48% o rai 75+). Mae oedolion oedran gweithio ar aelwydydd yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE[1] dros dair gwaith yn fwy tebygol na'r rhai ar aelwydydd nad ydynt yn DE i beidio â bod yn defnyddio'r rhyngrwyd (14% vs. 4%).

Y prif reswm dros beidio â mynd ar-lein yw diffyg angen ymddangosiadol am y rhyngrwyd, a nodwyd gan 47% o ymatebwyr, yn cael ei ddilyn gan rywun arall yn mynd ar-lein ar ran y sawl sydd ddim yn defnyddio'r rhyngrwyd (12%).

Mae llawer o fanteision i fod ar-lein...

Mae'r rhyngrwyd wedi'i gwneud yn haws ac yn rhatach cyfathrebu a chreu a rhannu cynnwys a gwybodaeth. Mae wedi galluogi modelau busnes newydd sydd wedi gweddnewid gweithgareddau economaidd a chymdeithasol. Bob wythnos mae 74% o ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn anfon neu'n derbyn e-byst (44 miliwn o bobl) a 49% yn defnyddio'r rhyngrwyd ar gyfer cyfathrebu drwy

---

[1] Mae'r graddau cymdeithasol DE yn cynnwys gweithwyr llaw lled-fedrus a heb sgiliau (D) a phensiynwyr y wladwriaeth, gweithwyr achlysurol ac ar y raddfa isaf, pobl ddi-waith sy'n cael budd-daliadau'r wladwriaeth yn unig (E).

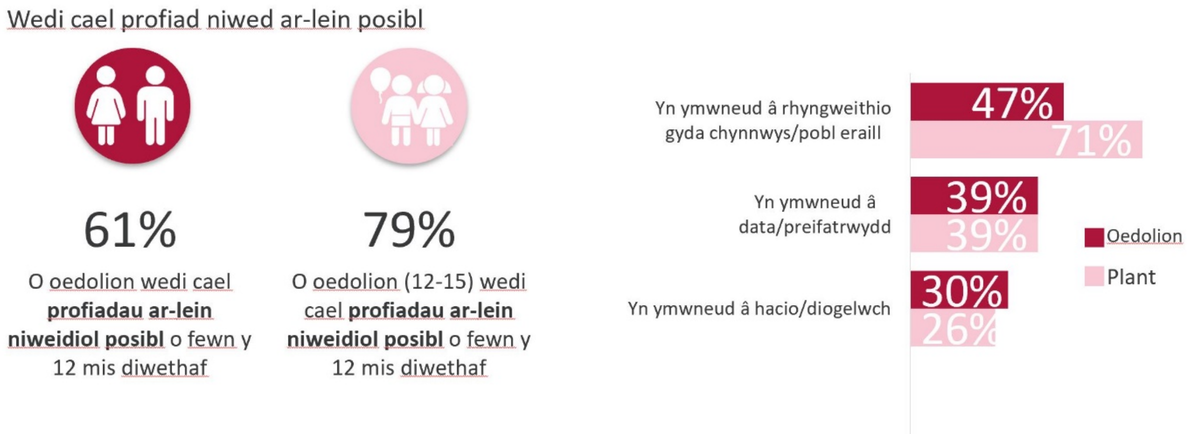
negeseuon gwib (29 miliwn); 73% yn chwilio a phori'r rhyngrwyd (43 miliwn) a 36% yn lawrlwytho gwybodaeth ar gyfer gwaith/ysgol/prifysgol (21 miliwn); 51% yn defnyddio'r rhyngrwyd ar gyfer bancio neu dalu biliau (30 miliwn) a 46% ar gyfer siopa ar-lein (27 miliwn); 23% yn defnyddio'r rhyngrwyd i ganfod gwybodaeth iechyd (14 miliwn) a 19% yn chwilio am wybodaeth am wasanaethau cyhoeddus ar safleoedd y llywodraeth (11 miliwn).[2]

...ond mae gan wyth o bob deg oedolyn bryderon am rai agweddau ar ddefnyddio'r rhyngrwyd

Er bod y rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngrwyd (59%) yn cytuno fod manteision mynd ar-lein yn fwy na'r risgiau, mae gan y rhan fwyaf hefyd bryderon ynghylch bod ar-lein. Mae ychydig dros hanner (53%) yn cytuno'n gryf eu bod yn bryderus am y rhyngrwyd. O gymharu â'n harolwg yn 2018, ymddengys fod y gyfran o oedolion a fynegodd bryder digymell ynghylch agwedd(au) ar ddefnyddio'r rhyngrwyd wedi cynyddu (o 59% i 78%[3]).

Gan ddefnyddio diffiniad eang (yn cwmpasu profiadau sydd ychydig yn annifyr i rai sy'n achosi niwed difrifol), mae **61% o oedolion a 79% o bobl ifanc 12-15 oed wedi dod i gysylltiad â niwed posibl ar-lein** yn y 12 mis diwethaf.

Cysylltiad oedolion a phlant â niwed posibl ar-lein yn y deuddeg mis diwethaf.



Ffynhonnell: Ymchwil Ofcom-Swyddfa'r Comisiynydd Gwybodaeth 2019
Pa rai o'r pethau isod, os o gwbl, ydych chi wedi dod ar eu traws ar y rhyngrwyd yn y flwyddyn ddiwethaf? ATEBION WEDI'U CYNNIG

Mae pryderon mawr am y niwed posibl i blant ar-lein

O gael eu cymell, **mynegodd 83% o oedolion bryder am niwed i blant ar y rhyngrwyd**. Y pryder mwyaf oedd bwlio, ymddygiad difrïol neu fygythiadau (55%) ac roedd hefyd lefelau uchel o bryder ynghylch cysylltiad plant â chynnwys amhriodol gan gynnwys pornograffi (49%), cynnwys treisgar / annifyr (46%) a chynnwys yn hyrwyddo hunan-niweidio (42%). Roedd pedwar o bob deg oedolyn (39%) yn pryderu ynghylch plant yn treulio gormod o amser ar y rhyngrwyd.

---

[2] Ofcom Traciwr Technoleg 2019
[3] Ni ellir cymharu canlyniadau'r ddau arolwg yn uniongyrchol ac ni eillir eu dehongli ond fel rhai dangosol.

Dywedodd llawer o bobl ifanc rhwng 12 a 15 mlwydd oed eu bod wedi profi ymddygiad niweidiol posibl gan eraill ar y rhyngrwyd. Dywedodd dros chwarter (28%) eu bod yn cael ceisiadau am fod yn 'ffrind' neu am eu 'dilyn' neu am gyswllt nad oeddynt eu heisiau, roedd 23% wedi profi bwlio, ymddygiad difrïol neu fygythiadau, roedd 20% wedi cael eu 'trolio'[4] ac roedd 19% wedi profi rhywun yn cymryd arnynt bod yn rhywun arall. Dywedodd pymtheg y cant eu bod wedi edrych ar gynnwys treisgar neu annifyr.

Safleoedd cyfryngau cymdeithasol, a Facebook yn benodol, yw'r ffynonellau a nodwyd amlaf o ran niwed ar-lein yng nghyswllt y rhan fwyaf o'r mathau o niwed posibl y gofynnon ni amdanynt. Er enghraifft, dywedodd 69% o oedolion a ddywedodd eu bod wedi dod ar draws newyddion ffug eu bod wedi ei weld ar Facebook. Ymysg pobl ifanc 12 -15 mlwydd oed, Facebook a enwyd fwyaf fel ffynhonnell y mwyafrif o'r profiadau niweidiol posibl.

Dywed y rhan fwyaf o oedolion y byddent yn cefnogi mwy o reoleiddio ar safleoedd cyfryngau cymdeithasol (70%), safleoedd rhannu fideos (64%) a gwasanaethau negeseuon sydyn (61%). O gymharu â'n hymchwil yn 2018, ymddengys fod y gefnogaeth dros fwy o reoleiddio ar lein wedi cryfhau. Fodd bynnag, roedd ychydig dan hanner (47%) o oedolion sy'n defnyddio'r rhyngrwyd yn cydnabod fod gan wefannau a safleoedd cyfryngau cymdeithasol gydbwysedd gofalus i'w gynnal yn nhermau cefnogi rhyddid mynegiant, hyd yn oed pryd y byddai rhai defnyddwyr yn canfod y cynnwys yn annifyr.[5]

Mae newidiadau mewn ymddygiad ar-lein yn cael eu gyrru gan fod â chyswllt parhaus, yn enwedig â'r rhyngrwyd symudol

Mae defnyddio'r rhyngrwyd yn digwydd yn gynyddol ar ffonau clyfar. Ar gyfartaledd, yr oedd oedolyn sy'n defnyddio ffôn clyfar yn treulio 2 awr 34 munud y diwrnod ar-lein ar eu ffôn clyfar ym mis Medi 2018. Mae defnyddwyr ffonau clyfar yn treulio 68% o gyfanswm yr amser y mae pobl yn ei dreulio ar-lein ar eu ffôn clyfar, i fyny o 44% yn 2015. Pan ychwanegir yr amser a dreulir ar dabledi, mae 75% o gyfanswm amser pobl ar-lein yn digwydd ar ddyfeisiau symudol. Roedd dros hanner (51%) yn ystyried y ffôn symudol fel eu dyfais bwysicaf ar gyfer cael mynediad at y rhyngrwyd yn 2018.

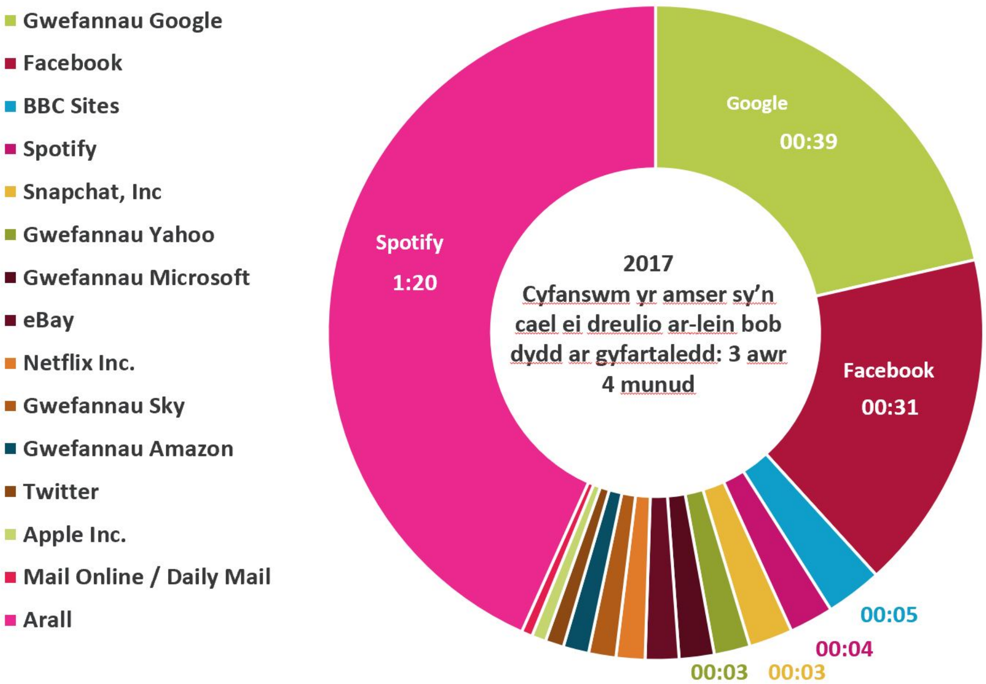
Mae dros draean (35%) o gyfanswm yr amser a dreulir ar-lein yn y DU ar safleoedd sy'n eiddo i Google neu Facebook. Mae hyn yn adlewyrchu lle blaenaf fideo a chyfryngau cymdeithasol yn nefnydd pobl ar-lein, yn enwedig ar ffonau clyfar. Mae oddeutu naw o bob deg o ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn ymweld ag YouTube bob mis, gan dreulio cyfartaledd o 27 munud y diwrnod ar y safle. Mae nifer tebyg yn ymweld â Facebook, gan dreulio cyfartaledd o 23 munud y diwrnod yno.

Ond yn gyffredinol, mae gan bobl ddeiet amrywiol ar-lein, ac ar gyfartaledd yn treulio munud neu fwy bob diwrnod ar 15 o wahanol safleoedd ar y rhyngrwyd neu apiau. Yr oedd safleoedd nad oedd ymysg y 40 prif safle a restrwyd yn ôl amser a dreuliwyd yno, yn cyfrif am 43% o gyfartaledd y defnydd dyddiol. Dywedodd ychydig dros un o bob pump o ddefnyddwyr y rhyngrwyd eu bod yn y mis diwethaf wedi defnyddio 'llawer o wefannau neu apiau y maent wedi'u defnyddio o'r blaen' tra

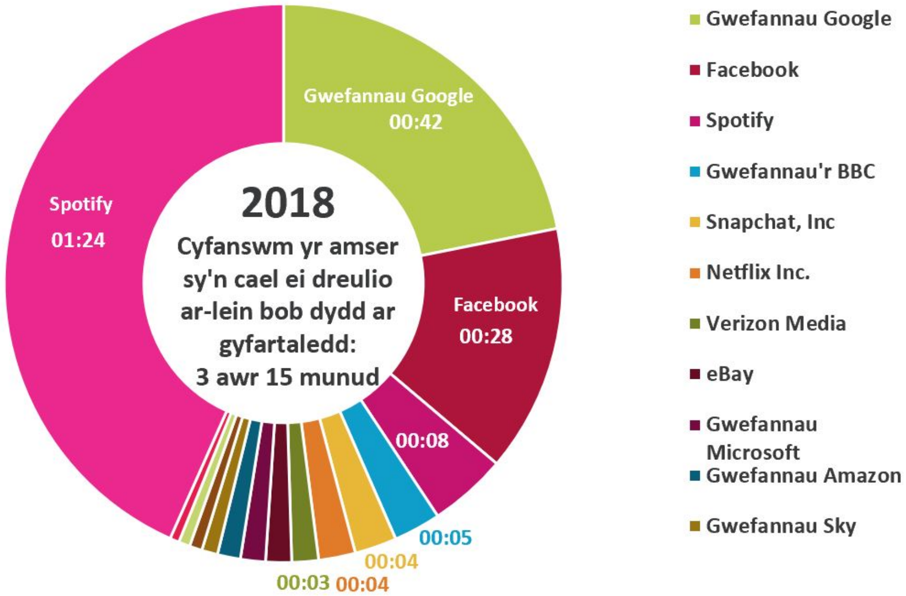
[4] Mae person sy'n 'trolio' yn rhywun sy'n dweud rhywbeth dadleuol yn fwriadol er mwyn dechrau cwerylon neu achosi i bobl gael eu tramgwyddo.
[5] Ymchwil Ofcom-Swyddfa'r Comisiynydd Gwybodaeth 2019

bo traean (36%) yn dweud eu bod 'ond yn defnyddio gwefannau neu apiau y maent wedi'u defnyddio o'r blaen'.

Amser y mae'r boblogaeth ddigidol sy'n oedolion yn ei dreulio ar-lein bob dydd ar gyfartaledd wedi'i rannu yn ôl eiddo[6]: Medi 2017 a 2018 (oriau:munudau)



[6] Mae eiddo yn grwpiau o wefannau ac apiau sydd ym mherchnogaeth yr un cwmni. Er enghraifft mae eiddo Google yn cynnwys Google Search, YouTube, Gmail a safleoedd eraill sydd ym mherchnogaeth Google.



Ffynhonnell: Comscore MMX Multi-Platform, Oed: 18+, Medi 2017 a 2018, y DU

Hysbysebu yw prif ffynhonnell refeniw ar gyfer y rhan fwyaf o sectorau ar-lein

Cynhyrchodd hysbysebu ar-lein £13.4bn yn y DU yn 2018 (i fyny 13% ers 2017). Mae hyn yn cynrychioli 57% o gyfanswm refeniw hysbysebu'r DU (teledu oedd y sector ail fwyaf ar £5.1bn – 22% o gyfanswm refeniw hysbysebu). Yr oedd twf yn cael ei yrru gan hysbysebu ar-lein, a gynyddodd gan 29% yn 2018, ac a oedd yn cyfrif am 51% o'r holl wariant ar hysbysebion ar-lein. Daeth pum deg y cant o refeniw hysbysebu ar-lein o chwilio, a 39% o hysbysebu arddangos, tebyg i'r llynedd.

Cynhyrchodd Google a Facebook gyda'i gilydd amcangyfrif o 61% o refeniw hysbysebu ar-lein y DU yn 2018. Eu gwefannau hwy sy'n cael yr ymweliadau mwyaf niferus gan oedolion yn y DU, ond mae eu cyfran o refeniw yn llawer mwy na'r amser a dreulir (35%).

Mae tanysgrifio'n tyfu'n gyflym fel model busnes, yn enwedig ar gyfer adloniant a newyddion lle yr oedd yn cyfrif am 64% a 39% o refeniw ledled byd.

Refeniw ar gyfer sectorau ar-lein allweddol yn y DU

		2016	2017	2018
Oedolion yn y DU gyda chyfrif cyfryngau cymdeithasol		65%	68%	70%
DU 12-15 oed gyda chyfrif cyfryngau cymdeithasol [1]		72%	74%	69%
DU 8-11 oed gyda chyfrif cyfryngau cymdeithasol [2]		23%	23%	18%
Yr amser a dreuliwyd ar gyfartaledd ar y cyfryngau cymdeithasol gan oedolion[3]		34 mins/day	42 mins/day	39 mins/day
Cyrhaeddiad digidol gwefannau cyfryngau cymdeithasol ymhlith oedolion[3]	Cyfanswm y boblogaeth ddigidol	96%	98%	98%
	Ar ffonau symudol	94%	96%	97%
	Ar gyfrifiaduron	92%	91%	88%
Refeniw byd-eang y farchnad gyfryngau[4]		£28.07bn	£42.42bn	£49.55bn
% refeniw y DU[4]		6%	5%	6%

Prif Sector	Model busnes pennaf	Refeniw byd-eang 2018 (£m)	% Newid refeniw byd-eang o un flwyddyn i'r llall	2018 Amcan o gyfran y DU o'r farchnad fyd-eang (%)	Enghreifftiau o'r prif gwmnïau
Chwilio	Hysbysebu	83,582	13%	7%	Chwiliad Google, Bing
Cyfryngau cymdeithasol	Hysbysebu	49,545	17%	6%	Facebook, Twitter
Fideo (am ddim)	Hysbysebu	21,046	30%	8%	YouTube
Newyddion	Hysbysebu	16,385	7%	4%	Guardian Group, Sky news
Siopa	Trafodiad	1,541,571	9%	5%	Amazon, eBay
Adloniant	Tanysgrifiad	61,698	15%	5%	Netflix, Spotify, BBC
Gemau	Trafodiad	82,662	15%	5%	Zynga
Cyfeiriaduron ar-lein	Hysbysebu	14,124	7%	9%	Rightmove, Gumtree

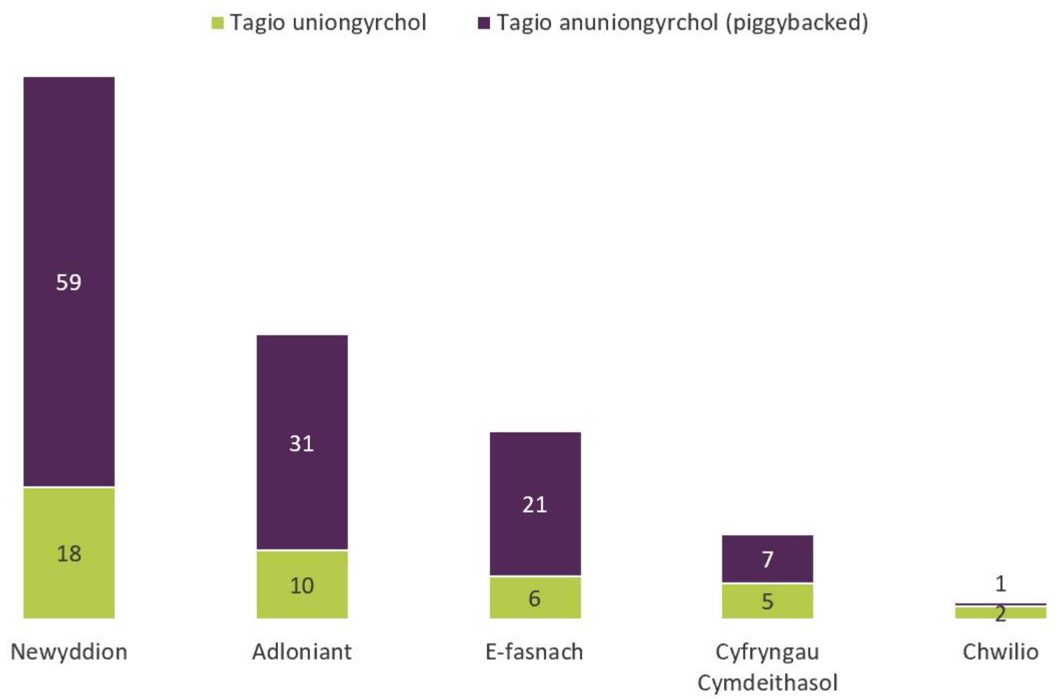
Ffynhonnell: Dadansoddiad O &O wedi'i seilio ar ddata gan AA WARC, PwC Global Entertainment & Media Outlook, Enders Analysis (ar sail data cwmnïau ac AA/WARC), Zenith, Statista a gwybodaeth cwmnïau a ffeiliau cyhoeddus

Noder mai ffigurau dangosol yn unig yw'r ffigurau ar gyfer y DU. Mae'n bosibl eu bod yn wahanol i ffigurau ffynonellau eraill yn y diwydiant

Cyfyngedig yw'r wybodaeth ynghylch sut y caiff data pobl ei gasglu a'i ddefnyddio

Mae dadansoddiad o'r 'tagiau' a ddefnyddir gan y safleoedd mwyaf poblogaidd yn y DU yn dangos cofnodi hynod soffistigedig ar ymddygiad defnyddwyr. 'Tagiau' yw darnau o god sy'n galluogi safleoedd i gyflawni swyddogaeth, fel casglu gwybodaeth neu lwytho cynnwys. Maent yn greiddiol i'r modd y caiff defnyddwyr eu holrhain ar y rhyngrwyd, ac y cyflwynir cynnwys sy'n berthnasol iddynt, gan gynnwys hysbysebion wedi'u personoli. Mae nifer y tagiau ar safleoedd bwrdd gwaith yn ymestyn o gyfartaledd o dri ar gyfer peiriannau chwilio i 77 ar brif wefannau newyddion.

Nifer y tagiau unigryw ar wefannau poblogaidd yn y DU ar gyfartaledd[7]



Ffynhonnell: Crownpeak. Sganiau a gynhaliwyd ar 06/05/2019 a 07/05/2019. Cyfartaledd deg safle blaenllaw ym mhob genre.

Mae'r rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngrwyd (74%) yn dweud eu bod yn teimlo'n hyderus ynghylch rheoli eu data eu hunain ar-lein ac mae'r mwyafrif o bobl yn hapus i gwmnïau gasglu eu gwybodaeth dan amodau penodol (gyda 39% yn dweud nad ydynt yn hapus i gwmnïau gasglu a defnyddio eu gwybodaeth bersonol). Fodd bynnag, dywed 17% o oedolion sy'n defnyddio'r rhyngrwyd nad os wahaniaeth ganddynt os yw sefydliadau'n defnyddio gwybodaeth amdanynt i benderfynu ar y cynnwys a ddangosir iddynt, a does dim gwahaniaeth gan 18% fod gwybodaeth yn cael ei defnyddio i bennu pa hysbysebion a ddangosir iddynt.

Cymysglyd yw'r ymwybyddiaeth o'r ffyrdd y caiff data ei gasglu. Mae saith o bob deg oedolyn (71%) yn ymwybodol fod cwcis yn cael eu defnyddio i gasglu gwybodaeth drwy wefannau, dywed chwech o bob deg (60%) eu bod yn gwybod am wybodaeth yn cael ei chasglu o gyfrifon cyfryngau

[7]Mae cludo ('piggy-backing') yn cyfeirio at sefyllfa lle y caiff tagiau eu 'cadwyno ynghyd', wrth i un gysylltu â'r llall ac yna un arall ayb.

cymdeithasol ac mae ychydig dan hanner (49%) yn ymwybodol fod gwybodaeth yn cael ei chasglu drwy apiau ffonau clyfar. Dywed y mwyafrif (69%) eu bod yn derbyn telerau ac amodau heb eu darllen.

Mae ymddiriedaeth mewn gwasanaethau ar-lein i amddiffyn data defnyddwyr/ei ddefnyddio'n gyfrifol yn amrywio'n sylweddol. Ymysg 10 safle blaenllaw yn y DU, roedd ymddiriedaeth ymysg defnyddwyr y gwasanaethau hyn uchaf ar gyfer BBC News (67%) ac Amazon (66%) ac yn isaf ar gyfer Facebook (31%) a YouTube (34%).

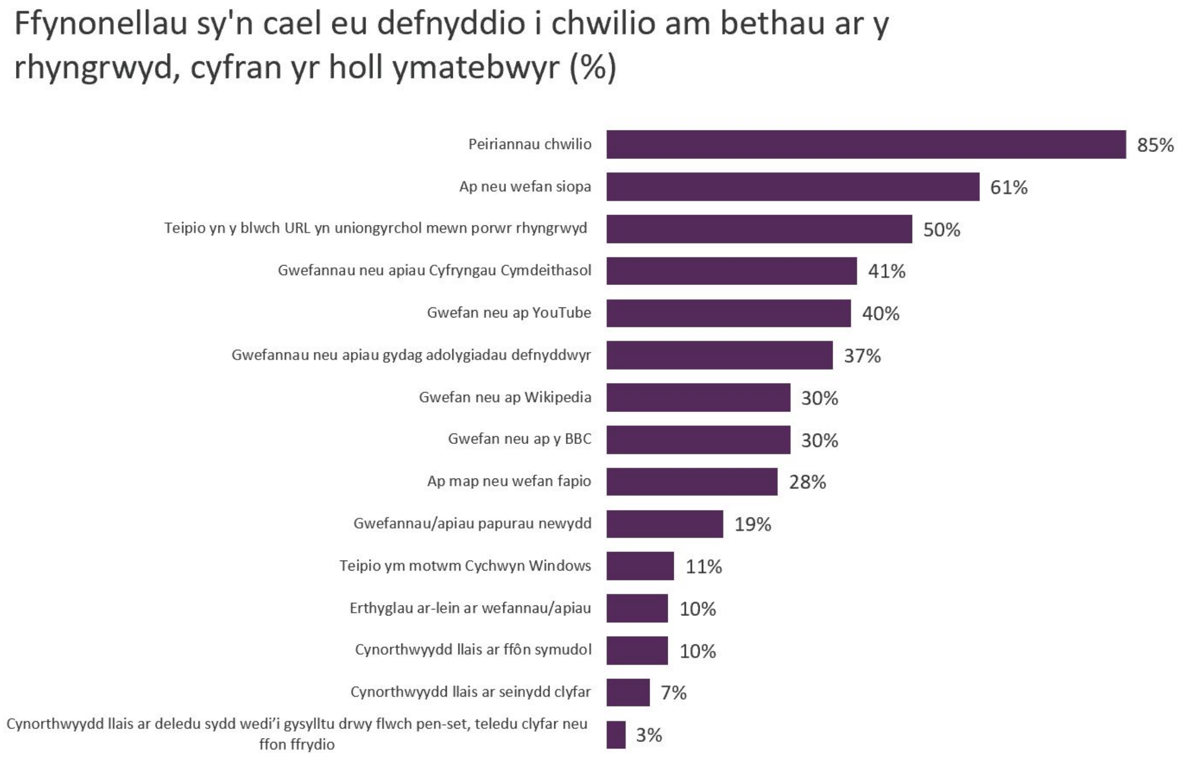
Mae dealltwriaeth gyfyngedig hefyd ynghylch sut y caiff peiriannau chwilio eu hariannu

Gydag amcangyfrif o 400 miliwn o wefannau gweithredol ar y rhyngrwyd, mae'r gallu i chwilio a darganfod cynnwys a gwybodaeth yn hanfodol. Mae pobl yn dibynnu ar beiriannau chwilio ac yn enwedig Google (dywed 97% o ddefnyddwyr y rhyngrwyd eu bod yn ei ddefnyddio, yn cael ei ddilyn gan 14% sy'n dweud eu bod yn defnyddio Bing).

Daw oddeutu hanner refeniw hysbysebion ar-lein yn y DU o chwilio y talwyd amdano (£6.7 biliwn yn 2018). Fodd bynnag, mae diffyg dealltwriaeth helaeth o hyd ynghylch sut y caiff peiriannau chwilio eu hariannu. Dywedodd pum deg pedwar o oedolion sy'n defnyddio'r rhyngrwyd yn gywir eu bod yn cael eu hariannu gan hysbysebu, gyda 18% yn rhoi ymateb anghywir a 28% yn dweud nad oeddynt yn gwybod.

Er bod 97% o ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn parhau i ddefnyddio peiriannau chwilio i chwilio am bethau ar-lein, mae amrywiaeth o wasanaethau eraill hefyd yn cael eu defnyddio. Mae bron i ddau draean o bobl (65%) yn mynd yn fwy aml at wefannau penodol i ganfod pethau penodol, fel safle newyddion ar gyfer straeon newyddion neu safle fideos er mwyn cael fideos; ac mae 30% yn dweud yr arferent fod â pheiriant chwilio fel eu hafan ond nad yw hynny'n wir bellach. Mae peiriannau argymell yn ffordd allweddol i lwyfannau helpu pobl i ganfod cynnwys a chynhyrchion - dywedir fod 70% o'r gwylio ar YouTube yn cael ei yrru gan argymhellion, ac mae 35% o'r hyn y mae defnyddwyr yn ei brynu ar Amazon yn deillio o argymhellion.

Ffynonellau sy'n cael eu defnyddio i chwilio am bethau ar y rhyngrwyd, cyfran yr holl ymatebwyr (%)



Ffynhonnell: Holiadur Chwilio Ofcom 2019
Cwestiwn: C2 Pa rai o'r ffyrdd canlynol ydych chi'n eu defnyddio i chwilio am bethau ar y rhyngrwyd? (MAE HYN YN CYNNWYS UNRHYW FATH O CHWILIO AM UNRHYW FATH O WYBODAETH NEU GYNNWYS)
Sail: Oedolion 16 oed a hŷn yn y DU (2131).

Er bod defnydd o gyfryngau cyhoeddus yn parhau'n uchel, mae'r defnydd o Facebook wedi gostwng

Mae gan oddeutu 70% o oedolion y DU gyfrif cyfryngau cymdeithasol ac mae oddeutu un o bob pum munud a dreulir ar-lein ar gyfryngau cymdeithasol. Ar gyfartaledd, mae defnyddwyr y rhyngrwyd yn y DU yn treulio 39 munud bob dydd ar wasanaethau yn cynnwys Facebook, Snapchat, WhatsApp, Instagram, Tumblr, Twitter, LinkedIn, Reddit a Pinterest.

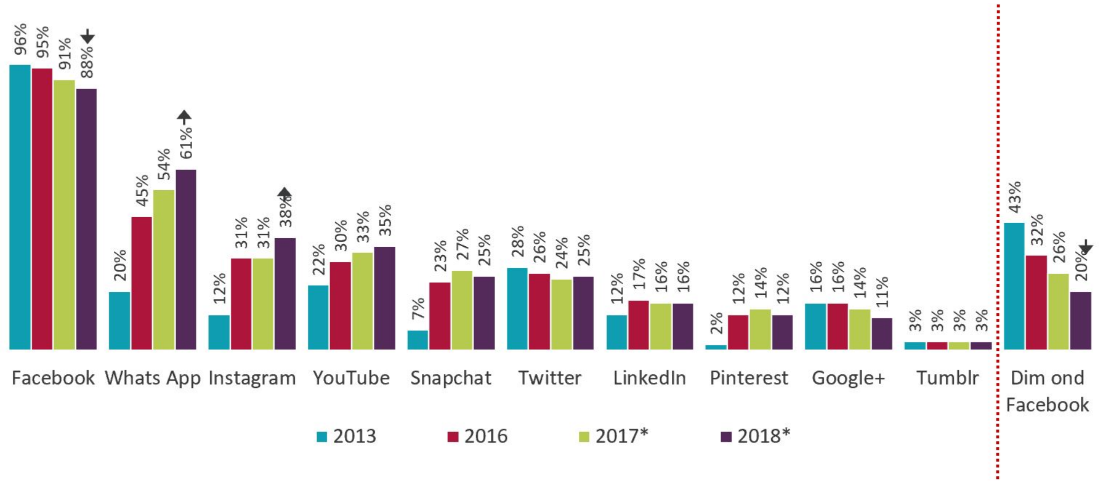
Facebook yw'r safle cyfryngau cymdeithasol mwyaf yn y DU o hyd yn nhermau cyrhaeddiad, defnydd a refeniw, er bod y defnydd ohono wedi gostwng yn y ddwy flynedd ddiwethaf (o 95% o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn 2016 i 88% yn 2018). Tyfodd y defnydd o eiddo ym mherchnogaeth Facebook, sef WhatsApp ac Instagram yn ystod yr un cyfnod. Mae cynnydd mewn pobl yn defnyddio mwy nag un gwasanaeth; dim ond 20% o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol a oedd yn defnyddio Facebook *yn unig* yn 2018 (i lawr o 32% yn 2018). Fodd bynnag, mae defnyddwyr yn treulio llawer mwy o amser ar Facebook, ar gyfartaledd o 23 munud y diwrnod i bob defnyddiwr, o'i gymharu ag oddeutu naw munud ar Snapchat a phum munud ar Instagram, ac mae 74% o ddefnyddwyr Facebook yn edrych arno o leiaf unwaith y diwrnod.

Mae cyfryngau cymdeithasol yn rhan bwysig o lawer o agweddau ar ddefnyddio'r rhyngrwyd gan gynnwys cadw mewn cysylltiad â theulu a ffrindiau, rhannu lluniau a fideos, a chadw'n gyfredol o ran

newyddion a materion cyfoes. Yn 2018, yr oedd 44% o oedolion yn honni eu bod yn cael gafael ar newyddion drwy gyfryngau cymdeithasol.

Mae gan oddeutu hanner y bobl ifanc 12 mlwydd oed broffil cyfryngau cymdeithasol. Mae gan y rhan fwyaf o wefannau cyfryngau cymdeithasol gan gynnwys Facebook, Twitter, Instagram a Snapchat ofyniad o ran isafswm oed o 13, ond dywed 21% o blant 10 mlwydd oed, 34% o blant 11 mlwydd oed a 48% o rai 12 mlwydd oed fod ganddynt broffil.

Gwefannau cyfryngau cymdeithasol y mae oedolion yn eu defnyddio: 2013-2018



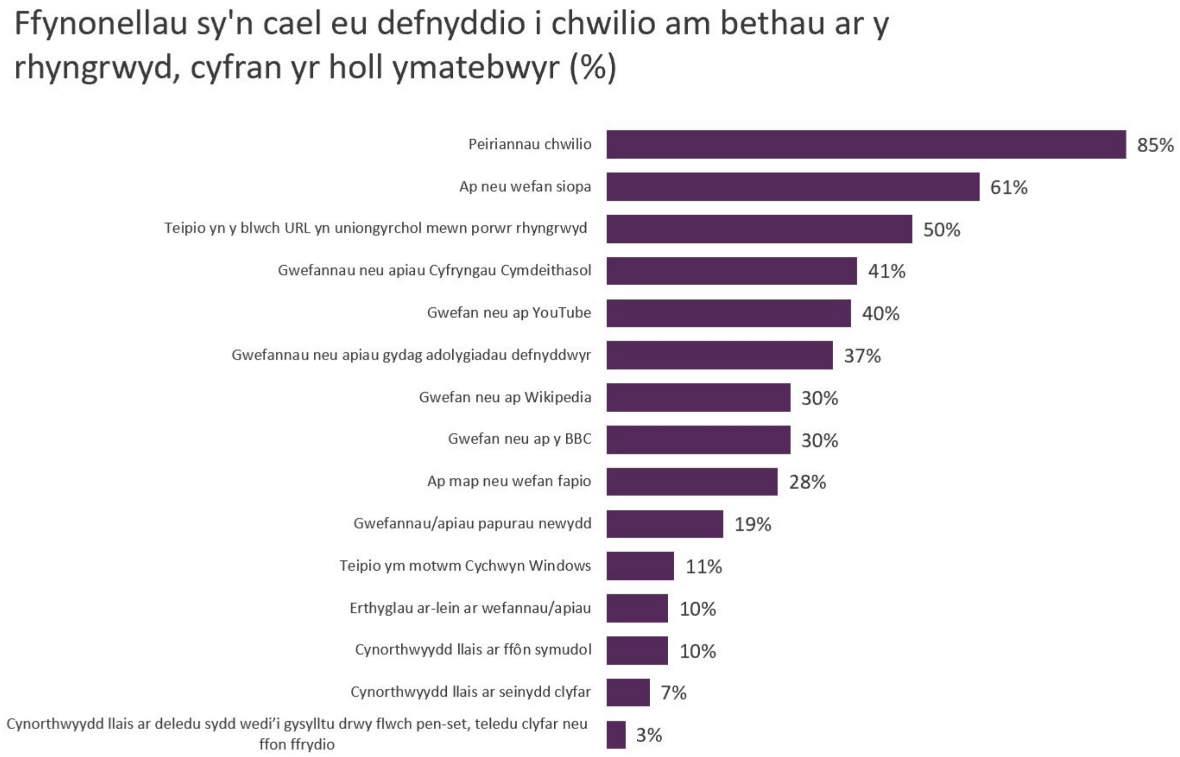
Ffynhonnell: Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau Ofcom 2018

Mae defnydd ar-lein yn y DU yn canolbwyntio'n gynyddol ar fideos

Fideo oedd yn cyfrif am y mwyafrif o draffig ar y rhyngrwyd yn y DU yn 2017, sef 70% o'r data a drosglwyddwyd, gan gynnwys gweithgareddau fel ffrydio teledu a fideos, yn ogystal â gwneud galwadau fideo a chwarae gemau ar-lein.

YouTube yw'r wefan/ap fideo mwyaf, gyda 92% o ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn y DU yn ei ddefnyddio unwaith y mis am 27 munud y diwrnod ar gyfartaledd. Mae hyn yn bennaf i wylio cerddoriaeth (62% o ddefnyddwyr gwasanaeth fideo) a fideos 'sut mae gwneud' (57%). Mae YouTube yn cael ei ddefnyddio'n gynyddol hefyd fel arf chwilio, gyda 40% o oedolion y DU yn chwilio'n uniongyrchol drwy wefan neu ap YouTube yn 2019.

Math o gynnwys fideo sy'n cael ei ddefnyddio ar-lein



Ffynhonnell: Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau Ofcom 2018
Cwestiwn: IN19B. (CERDYN) A pha fath o fideos ydych chi'n dueddol o'u gwylio ar y gwefannau a'r apiau hyn? (SAWL COD) Sail: Rhai sydd ar unrhyw adeg yn gwylio fideos ar wefannau neu apiau fel YouTube, Vimeo, Snapchat neu Facebook