

# Ein Gwlad Ar-lein

Adroddiad Byr 2020



**Tynnu sylw at fathau  
o niwed ar-lein**

Cyhoeddwyd 24 Mehefin 2020

## Gwybodaeth am Ein Gwlad Ar-lein

Mae adroddiad Ein Gwlad Ar-lein yn adroddiad ymchwil blynyddol, a gyhoeddwyd am y tro cyntaf yn 2019. Gan ddefnyddio ymchwil gan Ofcom ac ymchwil gan eraill, mae'r adroddiad hwn a'r [data rhyngweithiol](#) cysylltiedig yn edrych ar yr hyn mae pobl yn y DU yn ei wneud ar-lein, sut wasanaeth maen nhw'n ei gael gan lwyfannau a darparwyr cynnwys ar-lein, a'u profiadau o ddefnyddio'r rhyngwrwyd, ochr yn ochr â modelau busnes a thueddiadau yn y diwydiant. Yn ogystal ag edrych ar dueddiadau hirdymor, mae adroddiad eleni yn cynnwys data mwy diweddar sy'n edrych ar ymddygiad ar-lein yn y DU yn ystod y pandemig coronafeirws (Covid-19).

Ochr yn ochr â hyn, rydym wedi cyhoeddi ein [hadroddiad diweddaraf ar Agweddau Oedolion a'u defnydd o gyfryngau](#), ac ymchwil ar [bryderon defnyddwyr y rhyngwrwyd a'u profiad o niwed posib ar-lein](#), ar ôl cael cyngor gan Swyddfa'r Comisiynydd Gwybodaeth ar ddyluniad yr ymchwil.

Mae'r adroddiad yn dilyn strwythur tebyg i'r llynedd, gyda phenodau ar y canlynol:

- **defnyddwyr ar-lein** – sy'n sôn am y gwasanaethau ar-lein mwyaf poblogaidd a'r ffordd maen nhw'n cael eu defnyddio yn y DU, agweddau defnyddwyr tuag atynt a dealltwriaeth defnyddwyr ohonynt;
- **y diwydiant ar-lein** – sy'n sôn am dwf y sector ar-lein a thueddiadau yn y sector o safbwynt y DU; a
- thair pennod olaf sy'n edrych yn fanwl ar agweddau penodol ar brofiadau ar-lein, gan ein helpu i ddeall sut mae pobl yn y DU yn defnyddio cyfryngau a chyfathrebiadau ar-lein penodol, a sut mae busnesau'n pennu gwerth ac yn gweithredu eu gwasanaethau. Eleni, rydym yn cynnwys tair pennod fanwl ar **gemau ar-lein, llwyfannau rhannu fideo a gwasanaethau cyfathrebu ar-lein**.

Fel yn 2019, mae'r adroddiad hwn yn rhan bwysig o'n gwaith i ddeall marchnadoedd cyfathrebu ac ymddygiad defnyddwyr. Mae'n ddyletswydd arnom hefyd i ymchwilio i lythrennedd yn y cyfryngau ac i hybu hynny, ac mae'r gwaith hwnnw'n cynnwys hybu dealltwriaeth o beth sy'n digwydd ar-lein.

Bu nifer o ddatblygiadau yng nghyswllt cylch gwaith Ofcom yn ddiweddar, o ran gwasanaethau ar-lein. Yn bennaf, mae Ofcom yn paratoi i ysgwyddo dyletswyddau newydd i [reoleiddio llwyfannau rhannu fideo \(VSPs\) yn y DU](#), ac mae Llywodraeth y DU wedi [cyhoeddi](#) ei bod yn bwriadu penodi Ofcom i fod yn rheoleiddiwr y drefn rheoli niwed a gyflwynir cyn bo hir. Er y gallai'r wybodaeth yn yr adroddiad hwn fod yn berthnasol i nifer o wahanol feysydd yn ein cylch gwaith, nid yw'n cyflwyno canllawiau polisi nac yn gwneud unrhyw argymhellion ar gyfer polisiau.

# Adroddiad cryno

## Mae lefelau defnyddio'r rhyngwrwd yn uwch nag erioed oherwydd ffonau clyfar

### Mae dros bedair rhan o bump o'r amser ar-lein yn cael ei dreulio ar ddyfeisiau symudol, wrth i fwy o bobl ddefnyddio dyfeisiau sydd wedi'u cysylltu

Mae ymchwil Ofcom yn dangos bod 87% o bobl 16 oed a hŷn yn y DU wedi defnyddio'r rhyngwrwd yn 2019<sup>1</sup> – mae'r ffigur yma'n weddol gyson ers 2014. Ym mis Medi 2019, roedd 81% o'r amser ar-lein a fesurir yn cael ei dreulio ar ddyfais tabled neu symudol. Ar y llaw arall, mae nifer y defnyddwyr rhyngwrwd sydd ond yn defnyddio eu cyfrifiaduron neu liniaduron i fynd ar-lein yn dal i ostwng yn gyson – 12% yn 2017 o'i gymharu â 4% yn 2019.<sup>2</sup>

Efallai fod y newid o ddefnyddio dim ond cyfrifiadur wedi digwydd yn rhannol hefyd oherwydd bod mwy o bobl yn defnyddio dyfeisiau wedi'u cysylltu. Mae ein hymchwil yn dangos bod gan un o bob pump (22%) oedolyn yn y DU seinydd clyfar yn eu cartref yn 2020, a bod 11% o'r holl aelwydydd yn y DU yn berchen ar ryw fath o dechnoleg 'cartref clyfar' (gan gynnwys dyfeisiau fel system glyfar ar gyfer diogelwch y cartref, goleuadau clyfar neu system wresogi glyfar). Roedd nifer yr aelwydydd â theledu clyfar sydd wedi'i gysylltu â'r rhyngwrwd wedi cynyddu i 51% o'r holl oedolion yn 2020 – cynnydd o'i gymharu â 40% yn 2019.<sup>3</sup> Mae'r ffigur isod yn dangos pa ddyfeisiau technoleg glyfar yw'r rhai mwyaf poblogaidd ymysg defnyddwyr yn y DU.

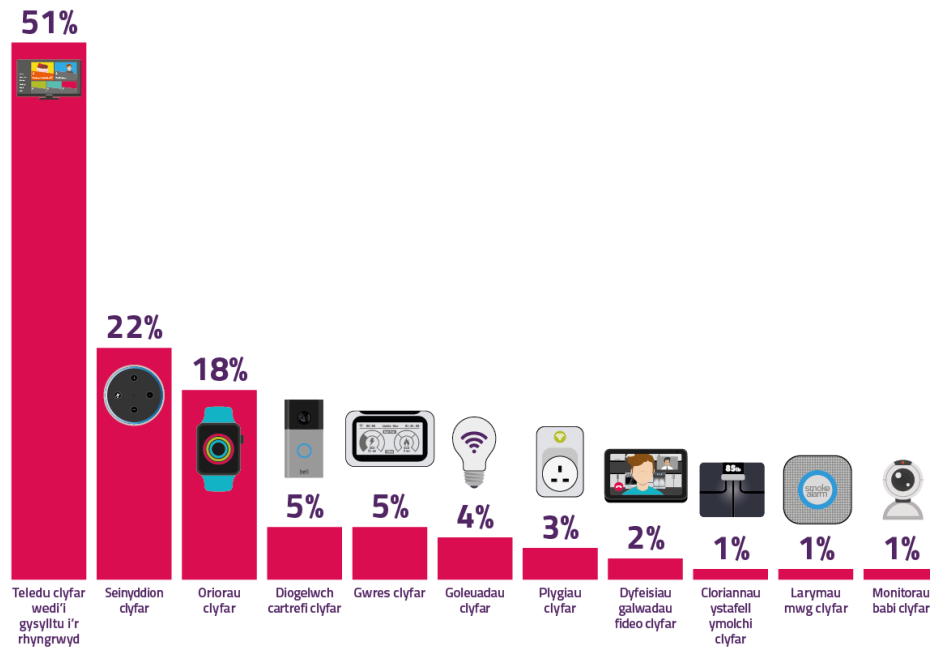
---

<sup>1</sup>[Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau 2019](#) Ofcom. Mae gwaith ymchwil mwy diweddar gan [Draciwr Technoleg 2020](#) Ofcom yn awgrymu bod gan 89% o aelwydydd yn y DU *fynediad* i'r rhyngwrwd – cynnydd o'i gymharu ag 87% yn 2019. Mae'n siŵr bod hyn yn gysylltiedig â chynnydd yn nifer yr aelwydydd sy'n defnyddio dim ond ffonau clyfar i fynd ar-lein – 5% yn 2020, o'i gymharu â 3% yn 2019 (mae'r ffigur ar gyfer band eang sefydlog wedi aros yn gadarn ar 80%).

<sup>2</sup> Comscore MMX bwrdd gwaith, Oedran: 18 oed a hŷn, Medi 2019, y DU. Drwy'r adroddiad i gyd, defnyddir mis Medi 2019 fel y mis enghreifftiol sylfaenol, oherwydd mis Medi yw un o'r misoedd mwyaf sefydlog o ran defnyddio'r rhyngwrwd (er enghraifft, nid yw'n cynnwys gwyliau ysgol na chenedlaethol ar y cyfan).

<sup>3</sup>[Traciwr Technoleg 2020](#) Ofcom

**Ffigur 1: Nifer yr aelwydydd â dyfeisiau sydd wedi'u cysylltu â'r rhyngwrwyd, 2020**



Ffynhonnell: Traciwr Technoleg Ofcom, 2020. Sail: Pob ymatebydd (3959)

Cwestiwn: CV1. Pa rai o'r rhain sydd gennych chi, neu unrhyw un yn eich cartref, yn eich cartref ar hyn o bryd? (SAWL COD). QH62. A oes unrhyw un o'ch setiau teledu yn "Deledu Clyfar"? Mae'r mathau hyn o setiau teledu wedi'u cysylltu â'r rhyngwrwyd ac yn gallu ffrydio fideo yn uniongyrchol i'ch sgrin deledu, heb fod angen cyfrifiadur, blwch pen-set na chonsol gemau. (UN COD).

QH80. Ac a oes unrhyw un o'ch setiau teledu clyfar wedi'u cysylltu â gwasanaeth band eang eich cartref? (UN COD).

### **O'i gymharu â 2018, roedd oedolion yn y DU yn treulio 17 munud yn fwy ar-lein bob dydd, ar gyfartaledd**

Ym mis Medi 2019, roedd oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd yn y DU wedi treulio 3 awr 29 munud ar-lein yr un (ar ddyfais symudol, tabled neu gyfrifiadur) bob dydd ar gyfartaledd – cynnydd o'i gymharu â 3 awr 11 munud yn 2018.<sup>4</sup> Mewn cymhariaeth roedd oedolion, ar gyfartaledd, yn treulio 3 awr 19 munud yn gwyllo teledu ar set deledu bob dydd,<sup>5</sup> a 2 awr 40 munud yn gwrandao ar y radio bob dydd.<sup>6</sup>

Rydym hefyd yn cynnwys data mwy diweddar ynghylch y defnydd rhwng mis Mawrth ac Ebrill 2020, pan oedd cyfyngiadau symud ar waith ar draws y DU. Ym mis Ebrill 2020, roedd defnyddwyr y rhyngwrwyd yn y DU wedi treulio 4 awr 2 funud ar-lein ar gyfartaledd bob dydd– y ffigur uchaf erioed<sup>7</sup> – a 37 munud yn fwy bob dydd fesul oedolyn sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd o'i gymharu â mis Ionawr

<sup>4</sup> Ffynhonnell: Comscore MMX Multi-Platform, Cyfanswm – Rhyngwrwyd, Oedolion 18 oed a hŷn, Medi 2018 a 2019

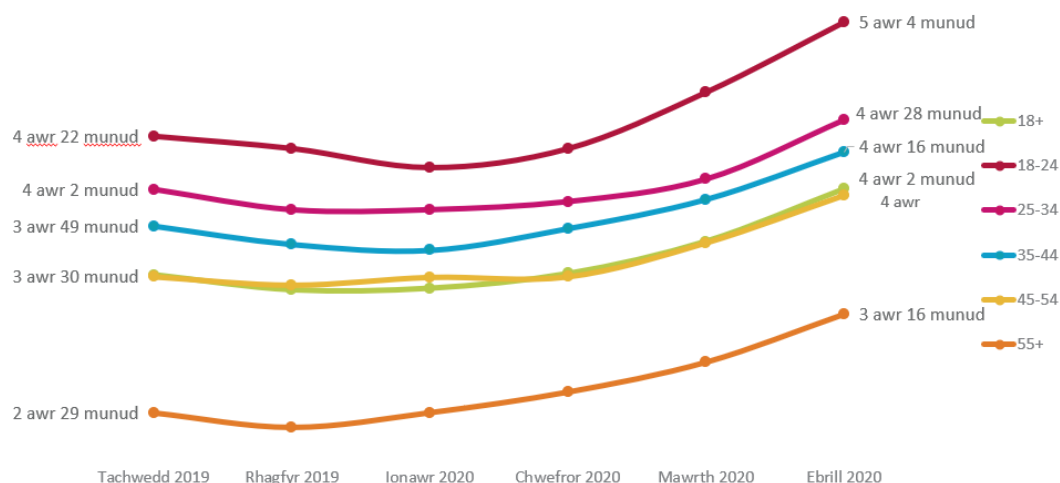
<sup>5</sup> BARB, Cyfartaledd. Munudau bob dydd yn seiliedig ar oedolion mewn aelwydydd â theledu, Oedolion 18 oed a hŷn, Medi 2019

<sup>6</sup> RAJAR 2019 Q3, Gwrandawyr sy'n oedolion 18 oed a hŷn; ddim yn cynnwys gwrandao ar y radio; maint 3 mis

<sup>7</sup> Comscore MMX Multi-Platform-Cyfanswm Rhyngwrwyd, Oedolion 18+ Mehefin 2015-Ebrill 2020, DU. Dyma'r tro cyntaf mae Comscore wedi recordio amser a dreuliodd ar gyfartaledd fesul diwrnod sy'n uwch na pedair awr ers Mehefin 2015 (newid mewn nethodoleg sy'n golygu na allwn gymharu canlyniadau Ebrill 2020 gyda chanlyniadau cyn 2015).

2020. Ar gyfartaledd, roedd pobl ifanc rhwng 18 a 24 oed yn treulio dros awr yn fwy ar-lein bob dydd nag oedolion yn gyffredinol.<sup>8</sup>

**Ffigur 2: Faint o amser yr oedd pob ymwelydd yn ei dreulio ar-lein bob dydd ar gyfartaledd, yn ôl oedran: Tachwedd 2019 - Ebrill 2020**



*Ffynhonnell: Comscore MMX Multi-Platform, Cyfanswm – Rhyngrwyd, Oedolion 18 oed a hŷn, Tachwedd 2019 - Ebrill 2020, y DU*

**Mae'r rhyngrwyd wedi dod yn bwysicach nag erioed er mwyn cael gafael ar newyddion, gwybodaeth a phrosesau dinesig**

Ym mis Medi 2019, roedd safleoedd newyddion a gwybodaeth wedi cyrraedd bron i 99% o'r holl oedolion sy'n defnyddio'r rhyngrwyd yn y DU, ac roedd pob un o'r defnyddwyr hyn wedi treulio 12 munud ar gyfartaledd ar y safleoedd hyn bob dydd. Er bod hyn yn cyd-fynd â mis Medi 2018, roedd defnyddwyr wedi treulio mwy o amser ar safleoedd newyddion a gwybodaeth yn 2020 wrth fynd ati i gael y newyddion diweddaraf am ddatblygiadau'r pandemig coronafeirws. O'i gymharu â dechrau'r flwyddyn, roedd ymwelwyr â safleoedd newyddion wedi treulio 3 munud yn fwy ar y safleoedd bob dydd ar gyfartaledd ym mis Mawrth 2020 (15 munud 43 eiliad), er bod y ffigur yma wedi gostwng ychydig ym mis Ebrill 2020 (15 munud 32 eiliad).<sup>9</sup>

Fel rydym yn egluro yn ein pennod ar ddefnyddwyr ar-lein, er bod ein hymchwil yn dangos mai teledu oedd y ffordd fwyaf poblogaidd o hyd o gael gafael ar newyddion yn 2019 (75% o oedolion yn defnyddio teledu i gael newyddion, o'i gymharu â 66% sy'n defnyddio'r rhyngrwyd i wneud hynny), mae'r bwlch wedi lleihau ers 2018 wrth i ffynonellau ar-lein ddatblygu ac wrth i lai ddefnyddio'r teledu i gael newyddion (wedi gostwng o 79% yn 2018). Rhwng 2018 a 2019, tyfodd y defnydd o safleoedd cyfryngau cymdeithasol fel ffynhonnell newyddion: dywedodd 49% o oedolion eu bod yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol fel ffynhonnell newyddion yn 2019 – cynnydd o'i gymharu â 44% yn 2018.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Comscore MMX Multi-Platform, Cyfanswm – Rhyngrwyd, Oedran: 18+ oed a hŷn, Tachwedd 2019 - Ebrill 2020, y DU.

<sup>9</sup> Comscore MMX Multi-platform, Newyddion a Gwybodaeth, Oedran: 18 oed a hŷn, Medi 2019, Mawrth 2020 ac Ebrill 2020, y DU

<sup>10</sup> [Arolwg ar Gael Gafael ar Newyddion 2019](#), Ofcom

Mae data arolwg mwy diweddar ar y pandemig coronafeirws a gwasanaethau newyddion, a gynhaliwyd gan Ofcom ers 27 Mawrth 2020, yn awgrymu mai gwasanaethau'r BBC sydd wedi cael eu defnyddio fwyaf yn ystod y cyfnod o gyfyngiadau symud. Mae tua 78% o oedolion wedi bod yn defnyddio gwasanaethau'r BBC i gael newyddion am y coronafeirws, o'i gymharu â 37% a ddywedodd eu bod yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol i wneud hynny (erbyn wythfed wythnos yr arolwg, 15-17 Mai). Roedd yn ymddangos bod pobl yn cael newyddion yn llai aml wrth i'r cyfnod o gyfyngiadau symud fynd rhagddo yn y DU; yn ein harolwg cyntaf ddiwedd mis Mawrth, dywedodd tua chwarter (24%) eu bod yn cael newyddion am y coronafeirws fwy nag 20 gwaith y dydd, ac roedd y ffigur yma wedi gostwng i ddim ond 8% yng nghanol mis Mai. Dywed tua dau o bob pum person eu bod wedi gweld gwybodaeth ffug neu gamarweiniol am y coronafeirws.<sup>11</sup>

Gwelwyd ymhellach ym mis Mawrth 2020 pa mor bwysig yw bod ar-lein yn ystod y cyfnod hwn, wrth i safleoedd addysg, iechyd a'r llywodraeth gyrraedd mwy o bobl ers mis Ionawr 2020<sup>12</sup> – (wedi cynyddu 3 phwynt canran, 4 pwynt canran ac 13 pwynt canran, yn y drefn honno). Mae'r tueddiadau hyn yn cael eu hegluro'n fanylach yn ein pennod ar ddefnyddwyr ar-lein.

### **Ond, dydy dros un o bob deg oedolyn ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd**

Mae ein hymchwil llythrennedd yn y cyfryngau yn awgrymu bod nifer y bobl sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd wedi aros yn sefydlog yn 2019. Dywedodd 13% o oedolion (16 oed neu hŷn) nad oeddent byth yn mynd ar-lein, ac mae'r ffigur hwnnw wedi aros yn weddol gyson ers 2014. Roedd oedolion hŷn ac oedolion DE yn fwy tebygol o beidio â defnyddio'r rhyngwrwyd (27% o oedolion DE, 30% o oedolion 65-74 oed, a 51% o oedolion 75 oed a hŷn). Ymhlith y bobl hynny nad ydynt yn mynd ar-lein, dywedodd dros hanner ohonynt (52%) nad oedd ganddynt ddiddordeb mewn gwneud hynny, a dywedodd 6% nad oes ganddynt yr offer iawn neu ei fod yn rhy ddrud.<sup>13</sup> Mae ymchwil traciwr 2020 Ofcom yn awgrymu nad oes gan 2% o aelwydydd â phlant fynediad i'r rhyngwrwyd.<sup>14</sup>

Yn yr un modd â'r rheini sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd, mae ein hymchwil llythrennedd yn y cyfryngau 2019 yn awgrymu bod pobl dros 65 oed ac oedolion mewn aelwydydd DE hefyd yn llai tebygol o ddefnyddio gwasanaethau bancio ar-lein (53% a 46% yn y drefn honno, o'i gymharu â 73% ymysg yr holl oedolion), o fynd ar-lein i gyflawni tasgau'r Llywodraeth fel adnewyddu pasbortau neu drwyddedau gyrru (44% o bobl dros 65 oed a 47% o aelwydydd DE, o'i gymharu â 59% o'r holl oedolion), neu o chwilio ar-lein am wybodaeth am wasanaethau cyhoeddus (39% o aelwydydd DE, o'i gymharu â 54% o'r holl oedolion).<sup>15</sup>

## **Er bod defnyddwyr yn y DU yn defnyddio amrywiaeth o wasanaethau ar-lein, mae'r rhan fwyaf o'r amser ar-lein yn dal i gael ei dreulio ar lwyfannau ar-lein blaenllaw**

### **Ar gyfartaledd, mae dros draean o'r amser ar-lein a fesurir yn cael ei dreulio ar Google – neu ar safleoedd sy'n eiddo i Facebook**

<sup>11</sup> [Newyddion a gwybodaeth am Covid-19: defnydd ac agweddau](#), Ofcom

<sup>12</sup> Comscore MMX Multi-platform, addysg, iechyd a gwybodaeth, Oedran: 18 oed a hŷn, Ionawr a Mawrth 2020, y DU

<sup>13</sup> Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau 2019 Ofcom

<sup>14</sup> Traciwr Technoleg 2020 Ofcom

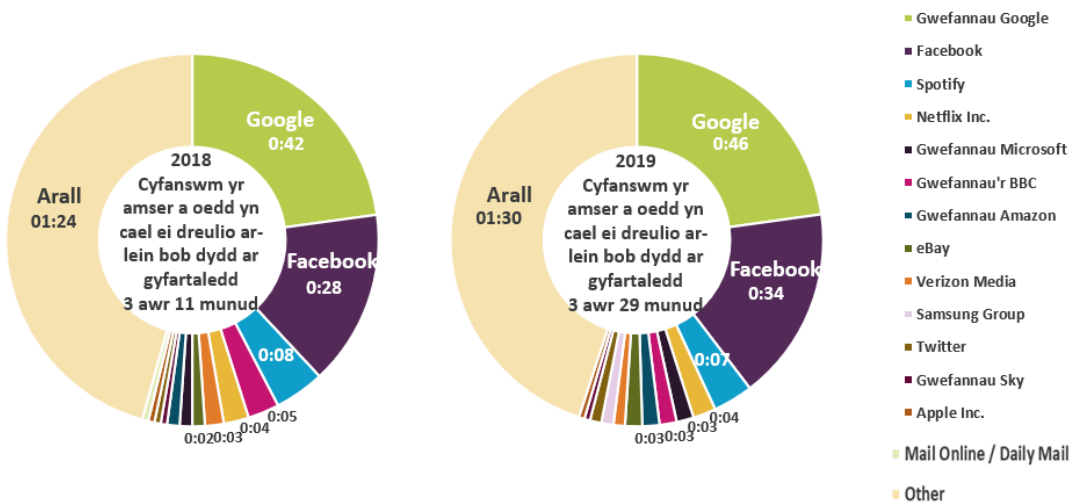
<sup>15</sup> Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau 2019 Ofcom

Fel sy'n cael ei drafod ymhellach isod, mae ein hymchwil yn awgrymu bod pobl yn y DU yn defnyddio amrywiaeth o wasanaethau i gael adloniant a gwybodaeth, ac i gadw mewn cysylltiad. Yn ddiddorol iawn, nid yw rhai o'r gwasanaethau sy'n tyfu gyflymaf yn ystod yr argyfwng coronafeirws yn eiddo i Google, Apple, Facebook, Amazon na Microsoft (a elwir yn GAFAM). Er enghraifft roedd TikTok, sy'n eiddo i gwmni technoleg Bytedance o Tsieina, wedi llwyddo i gynyddu ei gynulleidfa ymysg oedolion yn y DU – wedi cynyddu i 12.9 miliwn o 5.4 miliwn rhwng mis Ionawr ac Ebrill 2020 – ac roedd Houseparty, sy'n eiddo i Epic Games, wedi cynyddu ei gynulleidfa i 4 miliwn o 175,000. Roedd Zoom, sy'n cael ei redeg gan Eric Yuan – cyn-beiriannydd gyda Cisco Webex – wedi cyrraedd 13 miliwn o oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwd ym mis Ebrill 2020, cynnydd o'i gymharu â 659,000 ym mis Ionawr 2020.<sup>16</sup>

Ym mis Medi 2019, dangosodd data Comscore fod 13 o 'eiddo', neu grwpiau o wefannau ac apiau sydd o dan berchnogaeth yr un cwmni,<sup>17</sup> yn cael eu defnyddio am funud neu fwy ar gyfartaledd gan oedolion bob dydd yn y DU ar ddyfeisiau symudol, tabled neu gyfrifiadur;<sup>18</sup> bod 57% o'r amser cyfartalog ar-lein yn cael ei dreulio ar yr 13 eiddo yma, a bod y 43% arall o'r amser ar-lein yn cael ei dreulio ar nifer fawr o eiddo (mae pob un ohonynt yn cynnwys nifer o wefannau). Roedd dros draean o'r amser ar-lein a fesurir yn cael ei dreulio ar Google (sy'n cynnwys YouTube yn ogystal â safleoedd eraill Google) a safleoedd sydd o dan berchnogaeth Facebook (39% ym mis Medi 2019, cynnydd o'i gymharu â 37% ym mis Medi 2018).<sup>19</sup>

Chart showing average time spent online per day, by comscore property. In September 2019, internet users each spent an average of 46 minutes per day on Google-owned sites (4 minutes more than September 2018), 34 minutes on Facebook (6 minutes more than September 2018). They spent 1 hour 30 minutes on a long tail of 'other' sites, also up 6 minutes since September 2018.

**Ffigur 3: cyfran yr amser sy'n cael ei dreulio ar-lein bob dydd ar gyfartaledd (oriau:munudau)**



<sup>16</sup> Comscore MMX Multi-Platform, Oed: 18 oed a hŷn, Ionawr, Ebrill 2020, y DU

<sup>17</sup> Er enghraifft mae eiddo Google yn cynnwys Google Search, YouTube, Gmail a safleoedd eraill sydd o dan berchnogaeth Google.

<sup>18</sup> Sylwch nad yw Comscore yn cynnwys pob llwyfan ar-lein – yn arbennig, nid yw'n mesur y defnydd o'r rhyngwrwd drwy setiau teledu clyfar.

<sup>19</sup> Comscore MMX Multi-Platform, Oedran: 18 oed a hŷn, Medi 2018 a 2019, y DU

*Ffynhonnell: Comscore MMX Multi-Platform, Oedolion 18 oed a hŷn, Medi 2018 a 2019, y DU. Nodyn: nid yw'n cynnwys y defnydd o setiau teledu.*

### Roedd 2019 yn flwyddyn arall o dwf i'r farchnad hysbysebu ar-lein

Mae mesur yr amser a dreulir a'r cyfraddau trosi, ochr yn ochr â thargeddu manwl sy'n defnyddio data cwsmeriaid a biliau talu-i-wyllo ar gyfer hysbysebwr, yn nodweddion sydd wedi sbarduno twf mewn hysbysebion ar-lein ac mae'n anodd eu hatgynhyrchu mewn cyfryngau eraill. Hysbysebu yw'r brif ffynhonnell refeniw ar gyfer llawer o eiddo ar-lein, ac mae wedi tyfu ar gyfradd twf cyfansawdd o 20% dros y pum mlynedd diwethaf.<sup>20</sup> Roedd safleoedd Google a Facebook gyda'i gilydd wedi derbyn tua 78% o refeniw hysbysebu ar-lein y DU yn 2019.<sup>21</sup>

Er bod 2019 yn flwyddyn arall o dwf ar gyfer hysbysebu ar-lein, mae adroddiad gwariant diweddaraf yr Advertising Association/WARC yn darogan y bydd effaith y coronafeirws yn 2020 yn arwain at ostyngiad o un flwyddyn i'r llall mewn hysbysebion tâl am chwilio (paid search) a hysbysebion arddangos ar-lein (online display) am y tro cyntaf.<sup>22</sup>

**Ffigur 4: Amcangyfrif o gyfran sectorau ar-lein yn y DU yn ôl ffrwd refeniw: 2014-2019**

Refeniw sectorau ar-lein yn y DU gyda'i gilydd yn ôl ffrwd refeniw – % cyfran	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Amcan. CAGR 2014-19
<b>Cyfanswm refeniw'r DU - £m</b>	55,420	63,431	72,506	80,833	85,549	92,009	11%
<b>Hysbysebu</b>	12%	13%	14%	15%	17%	18%	20%
<b>Tanysgrifio</b>	2%	2%	2%	3%	3%	3%	23%
<b>Trafodiadol</b>	86%	85%	83%	82%	80%	79%	9%
<b>Cyllid cyhoeddus</b>	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	2%

*Ffynhonnell: Dadansoddiad ac amcangyfrifon Oliver & Ohlbaum, wedi'u seilio ar ddata gan AA/WARC, PwC Global Entertainment and Media Outlook, Enders Analysis (sy'n seiliedig ar ddata cwmnïau ac AA/WARC), Zenith, Statista, e-Commerce Foundation, adroddiadau cwmnïau a ffeiliau cyhoeddus. Mae Ofcom wedi addasu ffigurau'r DU ar gyfer CPI yn ôl prisiau 2019. Ffigurau dangosol yn unig yw'r rhain, gyda categorïau yn gorgyffwrdd – ac, o'r herwydd, gallai'r data a gyflwynir fod yn wahanol i ffynonellau eraill yn y diwydiant oherwydd gwahaniaethau o ran diffiniad o'r sector neu wahaniaethau methodolegol eraill.*

### Digon cymysg o hyd yw dealltwriaeth defnyddwyr o sut mae gwerth gwasanaethau ar-lein yn cael eu pennu

Yn ôl ein hymchwil ar lythrennedd oedolion yn y cyfryngau 2019, dywedodd 87% o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd eu bod yn hyderus yn eu gallu ar-lein yn gyffredinol, a dywedodd bron i dri chwarter

<sup>20</sup> Dadansoddiad ac amcangyfrifon Oliver & Ohlbaum, wedi'u seilio ar ddata gan AA/WARC, PwC Global Entertainment & Media Outlook, Enders Analysis (sy'n seiliedig ar ddata cwmnïau ac AA/WARC), Zenith, Statista, e-Commerce Foundation, adroddiadau cwmnïau a ffeiliau cyhoeddus. Mae Ofcom wedi addasu ffigurau'r DU ar gyfer CPI yn ôl prisiau 2019.

<sup>21</sup> Cyfrifiad Ofcom, ar sail data refeniw gros o ddadansoddiad AA/WARC ac Oliver & Ohlbaum

<sup>22</sup> [Adroddiad Gwariant yr Advertising Association/WARC](#) (datganiad i'r wasg), 30 Ebrill 2020



defnyddwyr y rhyngwrwd (73%) eu bod yn hyderus y gallant reoli pwy sydd â mynediad at eu data personol ar-lein.<sup>23</sup>

Fodd bynnag, o ran adnabod hysbysebion ar-lein a deall y rôl mae hysbysebion yn ei chwarae mewn modelau busnes ar-lein, dim ond tua hanner (53%) o'r holl oedolion ddywedodd mai hysbysebion oedd y brif ffynhonnell gyllid ar gyfer peiriannau chwilio, a 43% oedd yn ymwybodol mai hysbysebion yw prif ffynhonnell gyllid YouTube. Mae'r ffigurau hyn wedi aros yn weddol sefydlog ers 2018,<sup>24</sup> ac maen nhw'n cyd-fynd ar y cyfan â dealltwriaeth defnyddwyr 12-15 oed o'r llwyfannau hyn (54%).<sup>25</sup>

Dywedodd lleiafrif sylweddol o ddefnyddwyr y rhyngwrwd (45%) nad oeddent yn fodlon i gwmnïau gasglu a defnyddio eu gwybodaeth bersonol o dan unrhyw amgylchiadau – cynnydd o chwe phwynt canran ers 2018. Yn 2019, dim ond 13% ddywedodd eu bod yn fodlon i gwmnïau gasglu gwybodaeth bersonol er mwyn dangos hysbysebion mwy perthnasol iddynt.<sup>26</sup> Mae'r lefelau ymddiriedaeth mewn gwasanaethau i ddefnyddio eu data'n gyfrifol hefyd yn gymharol isel; er enghraifft, yn ôl ein hymchwil yn 2020 ar brofiadau defnyddwyr y rhyngwrwd o niwed ar-lein, 56% o oedolion sy'n ymddiried yn Amazon i wneud hynny, 43% sy'n ymddiried yn Google a 35% sy'n ymddiried yn Facebook.<sup>27</sup>

## **Yn 2019 a 2020, mae'r rhyngwrwd wedi dod yn bwysicach nag erioed i gadw mewn cysylltiad ac i gael adloniant**

### **Mae gemau ar-lein yn hobi cyffredin, yn enwedig ymysg plant**

Fel rydym wedi amlinellu yn ein pennod ar gemau ar-lein, mae ymchwil Ofcom ar lythrennedd yn y cyfryngau yn dangos bod pedwar o bob deg oedolyn yn y DU, a thri chwarter o blant 5-15 oed, wedi chwarae gemau o ryw fath yn 2019. Roedd 16 y cant o'r holl oedolion yn chwarae gemau ar-lein gyda phobl eraill neu yn eu herbyn, ac roedd y ffigur yma'n codi i 48% ymysg pobl ifanc 16-24 oed,<sup>28</sup> ac i 59% ymysg plant 5-15 oed.<sup>29</sup>

Oherwydd y we, mae'n bosib dosbarthu gemau dros y rhyngwrwd i gonsolau, cyfrifiaduron, ffonau clyfar, dyfeisiau tabled a thechnolegau clyfar eraill. Mae ein hymchwil ni'n awgrymu bod 27% o oedolion wedi chwarae gemau ar gonsol pwrpasol yn 2009, gyda'r ffigur yma'n gostwng i 16% yn 2019, tra bo'r gyfran sy'n chwarae gemau ar ddyfeisiau symudol wedi cynyddu i 23% o 6%.<sup>30</sup> Gan fod cyflymder y gwasanaethau band eang sydd ar gael i ddefnyddwyr wedi gwella, a bod gan ffonau symudol a dyfeisiau tabled fwy o bŵer cyfrifiadurol, mae gemau wedi dod yn hobi mwy hwylus i amrywiaeth o gynulleidfaoedd, sy'n mynd ati i chwarae gemau'n gyson ar wahanol adegau o'r diwrnod.

---

<sup>23</sup> Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau 2019 Ofcom

<sup>24</sup> Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau 2019 Ofcom

<sup>25</sup> [Traciwr Llythrennedd Plant a Rhieni yn y Cyfryngau 2019](#), Ofcom

<sup>26</sup> Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau 2019 Ofcom

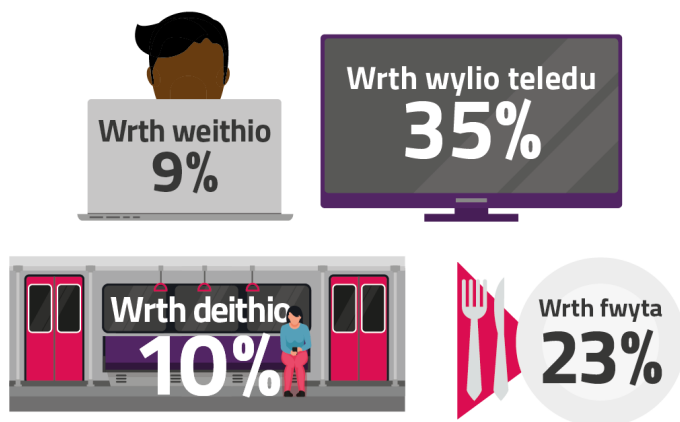
<sup>27</sup> [Pryderon defnyddwyr y rhyngwrwd a'u profiad o niwed posib ar-lein](#) ("Ymchwil Ofcom-Swyddfa'r Comisiynydd Gwybodaeth 2020")

<sup>28</sup> Traciwr Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau 2019, Ofcom

<sup>29</sup> Traciwr Llythrennedd Plant a Rhieni yn y Cyfryngau 2019, Ofcom

<sup>30</sup> Llythrennedd Oedolion yn y Cyfryngau 2019, Ofcom

Ffigur 5: Canran y chwaraewyr sy'n gwneud pethau eraill wrth chwarae gêm



Ffynhonnell: TouchPoints GB 2019. Sail: pob oedolyn (15 oed a hŷn) a oedd wedi chwarae unrhyw gêm ar unrhyw ddyfais yn ystod y 12 mis diwethaf

Roedd refeniw'r DU ar gyfer meddalwedd gemau yn fwy na £3.8bn yn 2019, o'i gymharu â £2.6bn ar gyfer fideo ac £1.4bn ar gyfer cerddoriaeth.<sup>31</sup> Gyda'i gilydd, roedd defnyddwyr wedi gwario cyfanswm o £5.3bn ar feddalwedd gemau, caledwedd gemau a'r diwylliant gemau yn 2019.<sup>32</sup>

### Mae diwydiant creadigol bywiog wedi datblygu o amgylch fideos a gynhyrchir gan ddefnyddwyr

Mae llawer iawn o gynnwys fideo a gynhyrchir gan ddefnyddwyr yn cael eu llwytho i fyny ar-lein ar draws amrywiaeth o wasanaethau. Mae ymchwil ar gyfer adroddiad eleni yn awgrymu bod 90% o oedolion a 98% o blant 8-15 oed sy'n defnyddio'r rhyngwrwd wedi defnyddio llwyfan rhannu fideo yn ystod y flwyddyn diwethaf. Dywed 32% o oedolion eu bod yn treulio mwy o amser yn gwyllo fideos ar lwyfannau rhannu fideo nac yn gwyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu'n fyw, ac roedd y ffigur yma'n codi i 57% ymysg pobl ifanc 18-24 oed.<sup>33</sup> Wrth edrych ar YouTube yn benodol, roedd oedolion yn y DU a oedd wedi ymweld â'r llwyfan hwnnw wedi treulio bron i 29 munud ar y safle bob dydd ar gyfartaledd ym mis Medi 2019. Roedd pobl ifanc 18-24 oed wedi treulio mwy na dwywaith yn fwy o amser na'r cyfartaledd ar YouTube – 65 munud bob dydd.<sup>34</sup>

Fel rydym wedi egluro yn ein pennod ar lwyfannau rhannu fideo, mae'r amrywiaeth o gynnwys fideo sydd ar gael i ddefnyddwyr ar-lein yn enfawr, gyda chynnwys a gynhyrchir gan ddefnyddwyr yn diffinio'r gwasanaethau hyn. Ar YouTube, er bod cynnwys brand a chynnwys darlledwyr yn cyrraedd llawer o bobl, mae'r dewis helaeth o gynnwys a gynhyrchir gan ddefnyddwyr yn dal i gyfrif am y rhan fwyaf o'r amser a dreulir ar YouTube, gyda'r 20 sianel fwyaf poblogaidd ar YouTube yn cyfrif am ddim ond un rhan o bump (21.5%) o gyfanswm yr amser roedd oedolion wedi'i dreulio ar y llwyfan

<sup>31</sup> Entertainment Retailers Association, [2020 Yearbook Statistics](#)

<sup>32</sup> Ukie, [UK Consumer Games Market Valuation](#). Mae Ofcom wedi addasu'r ffigurau ar gyfer CPI yn ôl prisiau 2019.

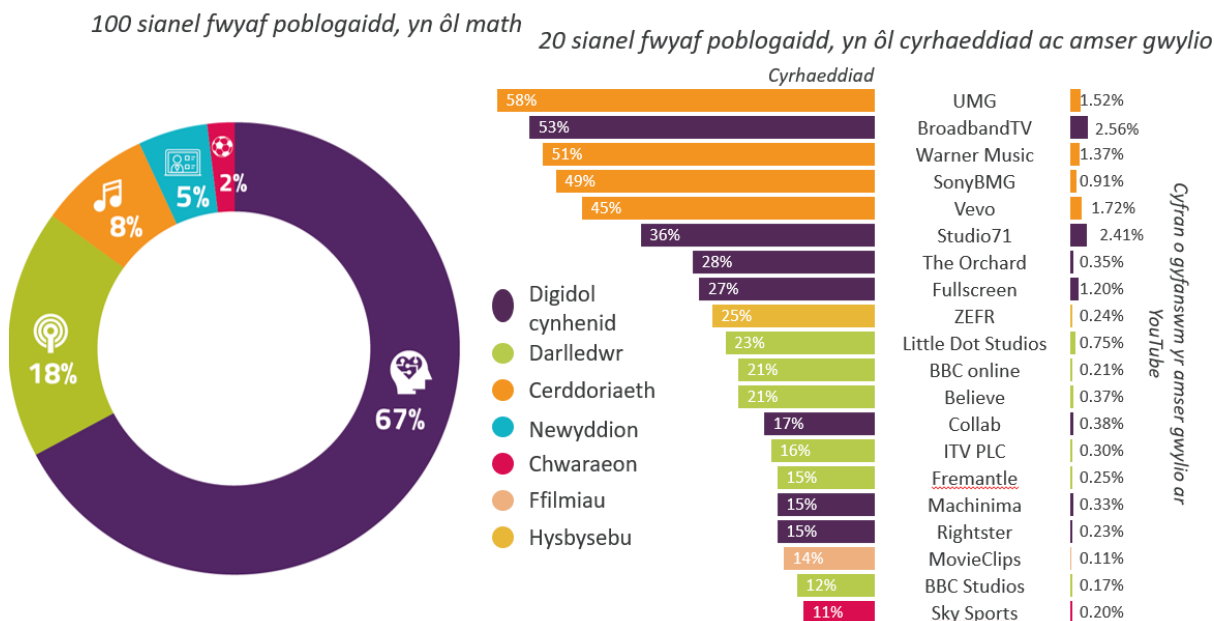
<sup>33</sup> [Ymchwil ar lwyfannau rhannu fideo yn 2020 \(oedolion\), Ofcom](#)

<sup>34</sup> Comscore MMX Multi-Platform, YouTube.com, Oedran: 18 oed a hŷn, Medi 2019, y DU. Nodyn: Ddim yn cynnwys y defnydd o setiau teledu.

ym mis Medi 2019. Sianeli â chynnwys sydd wedi'i ddylunio'n benodol i gael ei wyllo'n ddigidol (cynnwys 'digidol cynhenid') yw 67 o'r 100 o sianeli mwyaf poblogaidd (yn ôl cyrhaeddiad).<sup>35</sup>

Graphic showing the type of the top YouTube channels among UK internet users; 67% of the top 100 channels on YouTube feature content by 'digital native' creators, the next highest category being channels from broadcasters (18%). The graphic also shows that specific channels which have a high reach among YouTube users, such as UMG (58%) and BroadbandTV (53%), have a very small share of time spent (1.52% and 2.56% respectively).

**Ffigur 6: Y sianeli YouTube mwyaf poblogaidd yn y DU**



Ffynhonnell: Comscore VMX, adroddiad partneriaid YouTube, Oedran: 18 oed a hŷn, Medi 2019, y DU

Mae cynnwys sy'n gysylltiedig â gemau yn un ffactor pwysig sy'n cymell pobl i wyllo cynnwys ar safleoedd ffyrddio a llwyfannau rhannu fideo. Fel y disgrifir ymhellach yn ein pennod ar gemau ar-lein, mae 15% o oedolion yn dweud eu bod yn gwyllo fideos gemau ar safleoedd ar-lein bob mis, ac roedd y ffigur yma'n cynyddu i bron i ddau o bob pump (37%) o bobl ifanc 18-24 oed.<sup>36</sup> Ym mis Medi 2019, gwylodd 2.2 miliwn o oedolion yn y DU fideo ar Twitch – llwyfan blaenllaw sy'n ffyrddio'n fyw ar gyfer chwaraewyr gemau – ac roedd y ffigur yma'n codi i 4.2 miliwn ym mis Ebrill 2020.<sup>37</sup> Dywed un o bob pump (21%) oedolyn sy'n gwyllo fideos gemau ei bod yn well ganddynt wyllo pobl eraill yn chwarae gemau fideo na chwarae gemau eu hunain.<sup>38</sup>

Mae'r penodau ar llwyfannau rhannu fideo a gemau ar-lein hefyd yn egluro sut gall y rheini sy'n creu cynnwys a pherchnogion eiddo deallusol bennu gwerth eu cynnwys drwy'r llwyfannau hyn, gan gynnwys drwy ennill cyfrannau o refeniw hysbysebu neu danysgrifio a gynhrychir gan llwyfannau neu wasanaethau trydydd parti. Mae ein hymchwil yn awgrymu bod 40% o oedolion a 59% o blant 8-15

<sup>35</sup> Comscore MMX Multi-platform, adroddiad partneriaid YouTube, Oedran: 18 oed a hŷn, Medi 2019, y DU. Nodyn: Ddim yn cynnwys y defnydd o setiau teledu

<sup>36</sup> [Ymchwil Ofcom ar gemau ar-lein yn 2020 \(oedolion\)](#)

<sup>37</sup> Comscore VMX, Twitch.tv, Oedran: 18+ oed a hŷn, Medi 2019, Ebrill 2020, y DU

<sup>38</sup> Ymchwil Ofcom ar gemau ar-lein yn 2020 (oedolion)

oed sy'n defnyddio safleoedd rhannu fideo wedi gwneud fideo a'i lwytho i fyny ar-lein. Mae 17 y cant o oedolion sy'n llwytho fideos i fyny ar lwyfannau rhannu fideo yn dweud eu bod yn cael arian neu roddion.<sup>39</sup> Ar y llaw arall, mae 4% o oedolion sy'n chwarae gemau yn dweud eu bod yn gwario arian bob mis ar gefnogi ffrydiwr, ac roedd y ffigur yma'n codi i 8% ar gyfer pobl ifanc 18-24 oed.<sup>40</sup>

### **Mae pobl yn y DU hefyd yn defnyddio amrywiaeth o wasanaethau ar-lein i gadw mewn cysylltiad â ffrindiau a theulu**

Mae pobl yn y DU yn defnyddio mwy a mwy ar wasanaethau dros y rhyngwrwd i gyfathrebu â'i gilydd – drwy wasanaethau e-bost, testun, fideo a llais ar-lein. Fel rydym wedi egluro yn ein pennod ar wasanaethau cyfathrebu ar-lein, mae pob grŵp oedran yn defnyddio gwasanaethau cyfathrebu dros e-bost, testun, fideo a llais ar-lein yn helaeth: roedd 73% o oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwd yn y DU yn defnyddio negeseuon testun ar-lein, 54% yn defnyddio galwadau llais ar-lein, 35% yn defnyddio galwadau fideo a 55% yn defnyddio e-bost bob wythnos o leiaf. Roedd naw o bob deg oedolyn sy'n defnyddio'r rhyngwrwd yn defnyddio unrhyw rai o'r pedwar gwasanaeth yma bob wythnos o leiaf.<sup>41</sup>

Er bod llawer o wasanaethau cyfathrebu ar-lein ar gael, mae defnyddwyr yn tueddu i ddefnyddio gwasanaethau gan nifer fach o ddarparwyr yn unig. Mae ymchwil Ofcom a gynhaliwyd ym mis Chwefror 2020 yn dangos mai WhatsApp a Facebook Messenger yw'r gwasanaethau mwyaf poblogaidd ar gyfer galwadau fideo, galwadau llais a negeseuon testun ar-lein. Mae lefel y defnydd o WhatsApp ar gyfer negeseuon testun bellach yn debyg iawn i gyrhaeddiad a lefel y defnydd o SMS ymysg oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwd.<sup>42</sup> Er bod nifer yr oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwd a ddywedodd eu bod wedi defnyddio SMS (94%) i anfon negeseuon testun yn ystod y 12 mis diwethaf ychydig yn fwy na'r nifer a ddywedodd eu bod wedi defnyddio WhatsApp i wneud hynny (71%), mae defnyddwyr yn defnyddio WhatsApp (40%) ac SMS (41%) i raddau tebyg o ddydd i ddydd. Roedd defnyddwyr y rhyngwrwd hefyd yn defnyddio galwadau llais ar-lein a galwadau ar rwydwaith symudol i raddau tebyg, gyda 31% yn gwneud galwadau llais ar-lein bob dydd, a 38% yn gwneud galwadau ar rwydwaith symudol bob dydd.<sup>43</sup>

---

<sup>39</sup> Ymchwil Ofcom ar lwyfannau rhannu fideo yn 2020 ([plant](#) ac oedolion)

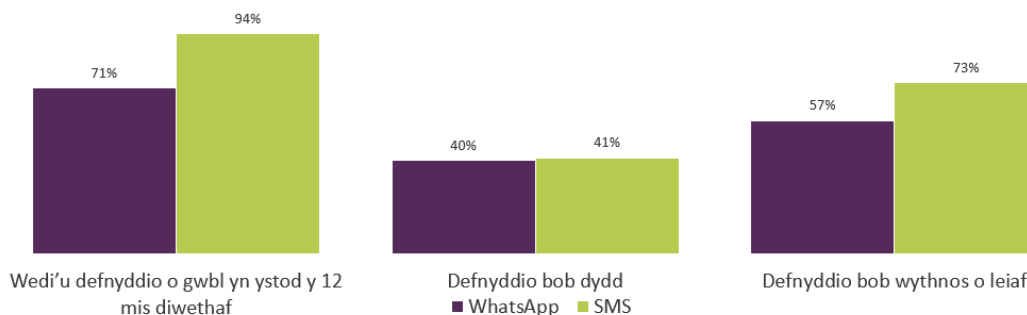
<sup>40</sup> Ymchwil Ofcom ar gemau ar-lein yn 2020 ([plant](#) ac oedolion)

<sup>41</sup> [Ymchwil Ofcom ar wasanaethau cyfathrebu ar-lein yn 2020](#)

<sup>42</sup> Mae SMS (sy'n sefyll am 'short message service' yn Saesneg) yn fath o neges destun a ddefnyddir yn eang ar rwydweithiau symudol.

<sup>43</sup> Ymchwil Ofcom ar wasanaethau cyfathrebu ar-lein yn 2020

**Ffigur 7: Defnydd cymharol o WhatsApp ac SMS i anfon negeseuon testun, yn ôl amllder: y 12 mis diwethaf**



*Ffynhonnell: Ymchwil Ofcom ar Wasanaethau Cyfathrebu Ar-lein yn 2020. Cwestiwn: Q6. Yn ystod y 12 mis diwethaf, pa mor aml ydych chi wedi defnyddio'r gwasanaethau hyn i anfon negeseuon testun? Q7. Yn ystod y 12 mis diwethaf, pa mor aml ydych chi wedi defnyddio'r gwasanaethau neu'r apiau hyn i anfon negeseuon testun? Sail: oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd (2094)*

Mae'r defnydd o'r gwasanaethau hyn wedi cynyddu'n ddramatig yn ystod y pandemig coronafeirws, yn enwedig y defnydd o alwadau fideo. Tan ddechrau eleni, roedd galwadau fideo ar-lein yn cael eu defnyddio llai o lawer na gwasanaethau eraill i gyfathrebu ar-lein, gyda 35% o oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd yn defnyddio galwadau fideo ar-lein bob wythnos o leiaf yn ystod y 12 mis hyd at fis Chwefror 2020. Ym mis Mai 2020 roedd hyn wedi dyblu ymysg oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd, wrth i 71% ohonynt ddefnyddio gwasanaethau galwadau fideo ar-lein bob wythnos o leiaf, gyda 38% yn eu defnyddio bob dydd o leiaf.<sup>44</sup> Mae ein hymchwil yn awgrymu bod 7% o oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd wedi defnyddio galwadau fideo am y tro cyntaf o ganlyniad i'r pandemig coronafeirws.<sup>45</sup>

### **Mae swyddogaeth ryngweithiol a chymdeithasol yn dod yn nodwedd fwyfwy amlwg mewn amrywiaeth o wasanaethau ar-lein**

Nid dim ond gwasanaethau cyfathrebu a chyfryngau cymdeithasol sy'n defnyddio nodweddion ryngweithiol a chymdeithasol. Gan fod ystod ehangach o wasanaethau ar-lein yn cynnwys swyddogaethau cyfathrebu, mae pobl yn defnyddio amrywiaeth o apiau i ddiwallu gwahanol anghenion ac i gyfathrebu â gwahanol grwpiau o bobl.

Er enghraifft, mae gan lwyfannau gemau nodweddion integredig sy'n caniatáu i chwaraewyr sgwrsio a chysylltu mewn grwpiau, i rannu cynnwys ac i chwarae gyda'i gilydd. Mae ein hymchwil yn awgrymu bod un o bob deg (9%) oedolyn yn y DU sy'n chwarae gemau wedi defnyddio rhwydwaith cymdeithasol gemau fel Steam neu Xbox Live yn ystod y mis diwethaf. O blith y rheini sy'n defnyddio nodweddion cyfathrebu gemau a llwyfannau gemau, mae traean (33%) yn siarad mwy â ffrindiau drwy'r llwyfannau hyn na drwy ddulliau eraill o gyfathrebu ar-lein, ac mae dros hanner (53%) yn

<sup>44</sup> Newyddion a gwybodaeth am Covid-19: defnydd ac agweddau, Ofcom

<sup>45</sup> Newyddion a gwybodaeth am Covid-19: defnydd ac agweddau, Ofcom

siarad am ystod ehangach o bynciau, nid dim ond y gemau maen nhw'n eu chwarae. Mae gemau aml-chwaraewr yn caniatáu i ddefnyddwyr greu grwpiau cymdeithasol mwy ffurfiol ('guilds' neu 'clans'): mae un o bob 20 oedolyn sy'n chwarae gemau yn y DU, a thri o bob 20 plentyn sy'n chwarae gemau, wedi ymuno neu gymryd rhan yn y math yma o grŵp cymdeithasol ar gêm yn ystod y mis diwethaf. Dywed 52 y cant o blant 8-15 oed sy'n cymryd rhan yn y grwpiau hyn eu bod yn gwneud hynny er mwyn cymdeithasu â phobl eraill, ac mae 83% yn dweud eu bod yn gwneud hynny er mwyn chwarae gyda ffrindiau.<sup>46</sup>

Yn y cyfamser, mae gwasanaethau cyfathrebu ar-lein a chyfryngau cymdeithasol yn cynnwys nodweddion gemau ar eu llwyfannau. Mae Snap Games, er enghraifft, yn caniatáu i ddefnyddwyr chwarae gemau ar eu pen eu hunain neu gyda ffrindiau ar ap Snapchat, ac mae Houseparty – ap sgwrsio dros fideo – yn gadael i ddefnyddwyr chwarae gemau gyda'i gilydd a chymryd rhan mewn cwisiau. Mae ein hymchwil ni'n awgrymu bod 15% o oedolion yn y DU sy'n chwarae gemau wedi gwneud hynny ar lwyfan cyfryngau cymdeithasol.<sup>47</sup>

Ymysg y rheini sy'n postio fideos ar safleoedd rhannu fideos, dywed 49% o oedolion eu bod yn gwneud hyn i rannu eu profiad â ffrindiau neu deulu. O blith y rheini sy'n rhoi sylwadau ar safleoedd rhannu fideos (45% o oedolion sy'n ddefnyddwyr), dywed 61% eu bod yn gwneud hyn yn bennaf gyda fideos o bobl maen nhw'n eu hadnabod yn bersonol.<sup>48</sup> Mae'r ffigur isod yn dangos swyddogaethau cymdeithasol a rhannu fideos ar rai gwasanaethau poblogaidd.

**Ffigur 8: Crynodeb o safleoedd penodol sydd â swyddogaethau cymdeithasol a rhannu fideos**

	Rhannu fideos	Ffrindiau	Dilynwyr	Sylwadau	Negeseuon preifat	Hoffi	Hashnodau
<b>YouTube</b>							#
<b>Facebook</b>							#
<b>Instagram</b>							#
<b>Twitter</b>							#
<b>Imgur</b>							#
<b>Vimeo</b>							
<b>TikTok</b>							#
<b>Twitch</b>							#
<b>Snapchat</b>							

*Ffynhonnell: Ymchwil desg Ofcom. Nodyn: safleoedd a swyddogaethau penodol; darllenwch y bennod ar Lwyfannau Rhannu Fideo i weld y tabl llawn a'r troednodiau.*

<sup>46</sup> Ymchwil Ofcom ar gemau ar-lein yn 2020

<sup>47</sup> Ymchwil Ofcom ar gemau ar-lein yn 2020

<sup>48</sup> Ymchwil Ofcom ar lwyfannau rhannu fideo yn 2020 (oedolion)

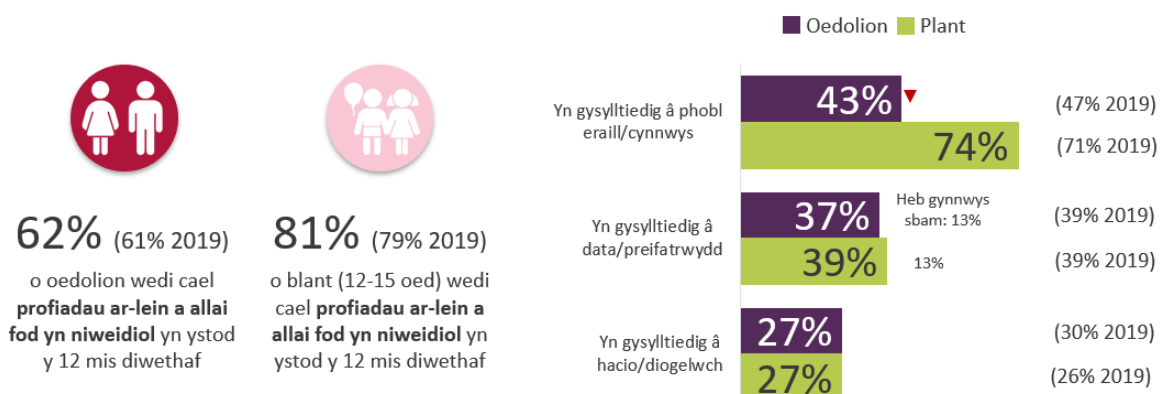
## Er bod llawer o fanteision i wasanaethau ar-lein, mae pobl yn dal i fynegi llawer iawn o bryder ynghylch mynd ar-lein

**Mae 81% o blant 12-15 oed a 62% o oedolion yn dweud eu bod wedi cael profiad ar-lein a allai fod yn niweidiol yn ystod y flwyddyn diwethaf**

Fel yn 2019, mae ein hymchwil ar brofiadau defnyddwyr y rhyngwrwyd o niwed ar-lein – a gomisiynwyd ar y cyd â Swyddfa'r Comisiynydd Gwybodaeth – yn dangos bod y rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn y DU yn cydnabod manteision y rhyngwrwyd; mae'r rhan fwyaf (57%) o blant 12-15 oed yn cytuno bod y rhyngwrwyd yn gwella bywydau plant, ac mae'r rhan fwyaf (66%) o oedolion yn cytuno bod y manteision o fynd ar-lein yn drech na'r risgiau.

Serch hynny, mae'r rhan fwyaf yn dweud eu bod yn poeni am fynd ar-lein (89% o blant 12-15 oed, 86% o oedolion), a'u bod wedi cael profiad ar-lein a allai fod yn niweidiol yn ystod y flwyddyn diwethaf (81% o blant 12-15 oed, a 62% o oedolion). Mae plant 12-15 oed yn fwy tebygol nag oedolion o ddweud eu bod wedi cael profiad ar-lein a allai fod yn niweidiol – gallai hynny fod yn gysylltiedig â faint o amser maent yn ei dreulio ar-lein, ac amrywiaeth y gweithgareddau ar-lein maent yn cymryd rhan ynddynt.

**Ffigur 9: Faint o oedolion a phlant ddywedodd eu bod wedi dod i gysylltiad â niwed posib ar-lein yn ystod y 12 mis diwethaf**



*Ffynhonnell: Ymchwil Ofcom-Swyddfa'r Comisiynydd Gwybodaeth yn 2020. Sail: Pob oedolyn sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd 2020 (2080) 2019 (2057) Pob plentyn 12-15 oed 2020 (2001), 2019 (1002). Mae'r saethau'n dangos newidiadau sylweddol ers y llynedd.*

Mae'r gwaith ymchwil, sy'n cael ei egluro'n fanylach yn ein penodau ar ddefnyddwyr, gemau ar-lein, llwyfannau rhannu fideo a gwasanaethau cyfathrebu ar-lein, yn awgrymu mai cyfryngau cymdeithasol yw'r ffynhonnell fwyaf cyffredin o brofiadau a allai fod yn niweidiol ymysg oedolion a phlant. Mae 20 y cant o oedolion sydd wedi cael profiad a allai fod yn niweidiol yn dweud mai cyfryngau cymdeithasol yw'r ffynhonnell fwyaf diweddar, wedyn e-bost (16%), peiriannau chwilio (8%) a negeseua gwib (8%). Mae 30% o blant 12-15 oed yn enwi cyfryngau cymdeithasol fel ffynhonnell lle maen nhw wedi cael profiad a allai fod yn niweidiol, wedyn e-bost (13%), negeseua gwib (12%) a safleoedd rhannu fideo (8%).<sup>49</sup>

<sup>49</sup> Ymchwil Ofcom-Swyddfa'r Comisiynydd Gwybodaeth yn 2020

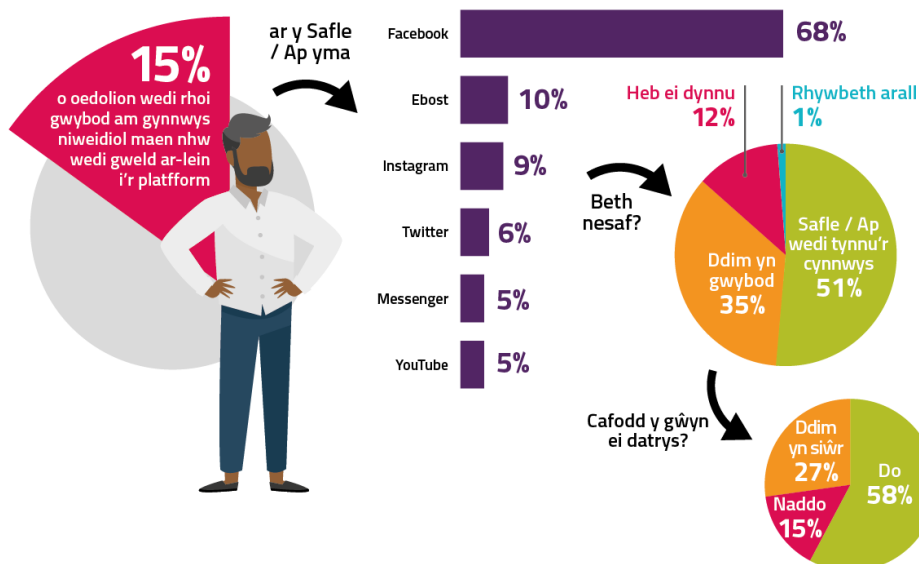
**Mae'r diwydiant yn dal i gyflwyno dulliau ac offer i helpu i liniaru'r niweidiau hyn, ac mae defnyddwyr yn manteisio rhywfaint arnynt**

Mae'r diwydiant wedi cymryd rhywfaint o gamau i fynd i'r afael â'r niwed hwn, gan gynnwys darparu ffordd i ddefnyddwyr riportio cynnwys sy'n torri telerau gwasanaeth y llwyfannau, cymedroli cynnwys a chyllido mentrau llythrennedd yn y cyfryngau a gwytnwch. Mae cynlluniau newydd, fel adnoddau gwybodaeth a chyfeirio at ffynonellau dibynadwy, wedi cael eu cyflwyno hefyd mewn ymateb i'r pandemig coronafeirws, ac mae'r rhain yn cael eu disgrifio'n fanwl gan raglen Ofcom, [Gwneud Synnwyr o'r Cyfryngau](#).

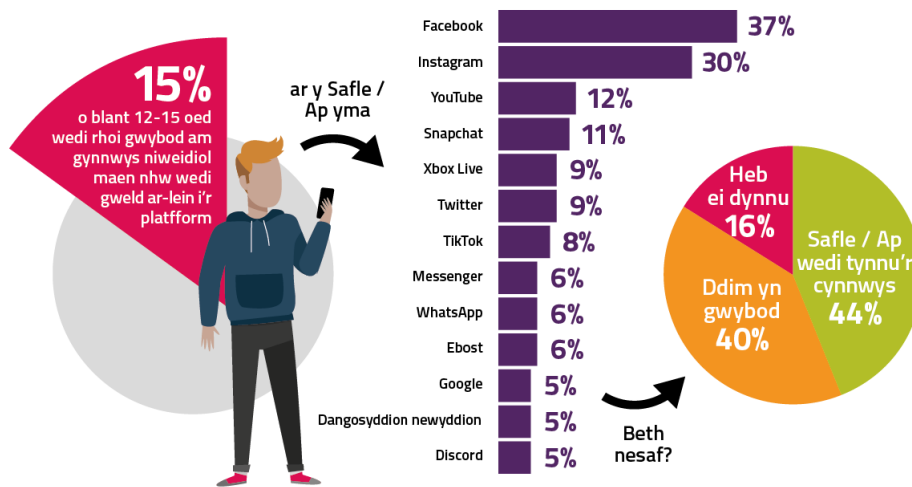
Eleni, roedd ein hymchwil yn holi sut roedd defnyddwyr yn mynd ati i riportio niwed posib a'i ganlyniadau. Dywed un o bob pump oedolyn sy'n defnyddio'r rhyngwryd (19%), ac un o bob tri phlentyn 12-15 oed (29%), eu bod wedi riportio cynnwys niweidiol maen nhw wedi'i weld ar-lein. Roedd hynny'n cynnwys cymryd pob math o gamau, fel clicio botwm riportio, dweud wrth ffrind neu aelod o'r teulu, neu roi gwybod i'w darparwr gwasanaeth rhyngwryd. Dywedodd 15% o oedolion a phlant 12-15 oed eu bod wedi riportio cynnwys i'r safle; dywedodd 51% o oedolion, a 44% o blant 12-15 oed, fod y cynnwys wedi cael ei ddileu, ond dywedodd dros draean o'r ddau grŵp nad oeddent yn gwybod beth ddigwyddodd i'r cynnwys.

15% of adults say that they have reported content to a platform. 68% of these said they had done so on Facebook, followed by email at 10%. 51% of them said that the content was removed as a result, but 35% didn't know what happened to the content. 58% said their complaint was resolved, while 27% were not sure and 15% said it was not.

**Ffigur 10: Canlyniadau riportio ar wasanaethau ar-lein**







Ffynhonnell: Ymchwil Ofcom-Swyddfa'r Comisiynydd Gwybodaeth yn 2020. Sail: Pawb sydd wedi mynd ati i riportio'r cynnwys tramgwyddus, anonymol neu niweidiol drwy glicio'r botwm riportio, neu drwy roi gwybod i'r wefan, y safle cyfryngau cymdeithasol neu'r gwasanaeth gemau mewn ffordd arall (oedolion = 374, plant 12-15 oed = 292). Dim ond camau riportio dros 5% sy'n ymddangos.