

# Ein Gwlad Ar-lein

Adroddiad 2021



# Trosolwg

## Ein canfyddiadau – yn gryno

### **Defnyddiodd pobl wasanaethau ar-lein yn fwy nag erioed wrth i ni ddod yn fwy dibynnol arnynt yn ystod y pandemig**

Gyda'r DU mewn rhyw fath o gyfnod clo ar gyfer y rhan fwyaf o 2020, roeddem yn fwy dibynnol nag erioed ar wasanaethau ar-lein ar gyfer adloniant, siopa, cadw mewn cysylltiad, cael gwybodaeth, gweithio o gartref ac addysgu gartref. Erbyn diwedd y flwyddyn, roedd gan tua 94% o gartrefi'r DU fynediad i'r rhyngwrld, i fyny o tua 89% yn 2019. A gwnaethom dreulio mwy o amser ar-lein: 3 awr 37 munud y dydd ar gyfartaledd ar ffonau clyfar, llechi a chyfrifiaduron (naw munud yn fwy nag yn 2019) yn ogystal â chyfartaledd o 1 awr 21 munud y dydd yn gwylio gwasanaethau ar-lein fel Netflix a BBC iPlayer ar setiau teledu (24 munud yn fwy nag yn 2019). Ym mis Medi 2020, treuliodd defnyddwyr y rhyngwrld yn y DU bron i bedair gwaith yn fwy o amser ar ffonau clyfar (cyfartaledd o 2 awr 19 munud y dydd) nag a wnaethant ar gyfrifiaduron (37 munud).

### **Mae mwy o bobl wedi ymwneud â gemau ar-lein, galwadau fideo a gwasanaethau iechyd ar-lein yn ystod y pandemig**

Gyda phobl gartref am ran helaeth o'r flwyddyn, gwelwyd cynnydd mawr yn y niferoedd sy'n chwarae gemau ar-lein yn 2020. Dywedodd bron i ddau draean (62%) o oedolion, a 92% o bobl ifanc 16 i 24 oed, iddynt chwarae gemau ar ddyfais electronig, a chytunodd dros hanner yr holl chwaraewyr fod chwarae gemau wedi eu helpu i ymdopi yn ystod y cyfnodau clo. Mae consolau gemau a chyfrifiaduron yn cael eu defnyddio'n helaeth gan oedolion ifanc yn benodol, ond ffonau clyfar yw'r ddyfais sy'n cael ei defnyddio amlaf ar draws pob grŵp oedran, ac roeddent yn cael eu defnyddio i chwarae gemau gan 39% o holl oedolion y DU. Roedd y gêm sgiliau meddwl gymdeithasol aml-chwaraewr *Among Us* yn ffenomen fyd-eang ar ffonau clyfar, gyda dros 11 miliwn o lawrlwythiadau yn y DU yn ystod pedwar mis olaf 2020.

Aeth galwadau fideo yn ffordd bwysig i bobl gadw mewn cysylltiad yn ystod y pandemig. Bu twf anhygoel yn y defnydd o Zoom: o ychydig gannoedd o ddefnyddwyr yn ystod dau fis cyntaf 2020 i fwy na 13 miliwn ym misoedd Ebrill a Mai. Ers hynny, mae wedi gweld rhywfaint o ostyngiad (i lawr i 10.4 miliwn o ddefnyddwyr ym mis Mawrth 2021), ac mae llwyfannau a ddefnyddiwyd yn bennaf ar gyfer gwaith ac addysg, yn enwedig Microsoft Teams, wedi dangos cynnydd cyson yn y defnydd (13.7 miliwn o ddefnyddwyr ym mis Mawrth 2021, i fyny 5.3 miliwn o un flwyddyn i'r llall).

Roedd gwasanaethau ar-lein hefyd yn ffordd hollbwysig i bobl gael gwybodaeth am y pandemig, ac i lywodraethau geisio olrhain a rheoli lledaeniad y feirws. Cafodd gwasanaeth ar-lein y GIG ei ddefnyddio gan 22.5 miliwn o oedolion yn y DU ym mis Mawrth 2020 wrth i'r wlad fynd i mewn i'r cyfnod clo. Cyrhaeddodd nifer yr oedolion a fu'n defnyddio ap Covid-19 y GIG yng Nghymru a Lloegr uchafbwynt ym mis Hydref 2020 gyda 12.6 miliwn o ddefnyddwyr (27% o'r boblogaeth yng Nghymru a Lloegr); yn yr un mis cyrhaeddodd yr ap Protect Scotland 23% o oedolion yn yr Alban a chyrrhaeddodd ap Stop COVID NI 3% o oedolion yng Ngogledd Iwerddon.

## **Hanner can mlynedd ers anfon yr e-bost cyntaf, mae 88% o'r oedolion sydd ar-lein yn y DU yn defnyddio gwasanaeth e-bost**

Er bod apiau negeseuon wedi mynd yn gyffredin iawn, mae e-bost yn dal i gael ei ddefnyddio'n helaeth ac mae'n hanfodol ar gyfer llawer o fathau o gofrestru ar-lein, gan gynnwys gwefannau siopa. Google Gmail oedd y gwasanaeth e-bost a ddefnyddiwyd fwyaf ymysg oedolion yn 2020, ac roedd 61% o boblogaeth yr oedolion sydd ar-lein yn y DU yn ei ddefnyddio. WhatsApp, sy'n eiddo i Facebook, yw'r gwasanaeth negeseua a ddefnyddir fwyaf, gyda 75% o bobl dros 15 oed ar-lein yn dweud eu bod wedi'i ddefnyddio yn ystod cyfnod clo gwanwyn 2020, mwy na Facebook Messenger (58%). Defnyddiwyd Instagram Direct Message, sy'n eiddo i Facebook, gan 24% o'r oedolion sydd ar-lein yn y DU. O'r rheini dros 15 oed ar-lein, dywedodd 83% (a 97% o bobl 15-24 oed) iddynt ddefnyddio o leiaf un o'r gwasanaethau sy'n eiddo i Facebook bob mis o leiaf.

## **Ond mae'r pandemig wedi creu gagendor ddigidol ehangach**

Er bod y rhan fwyaf ohonom wedi elwa o wasanaethau ar-lein, cafodd y cyfyngiadau symud fwy o effaith ar bobl sydd wedi'u hallgáu'n ddigidol. Nid oes gan chwech y cant o aelwydydd fynediad i'r rhyngwrwyd gartref, ac nid yw 14% o oedolion ond yn defnyddio'r rhyngwrwyd yn anaml iawn. Mae pobl hŷn yn llai tebygol o fod â mynediad i'r rhyngwrwyd gartref (mae 18% o bobl dros 64 oed heb fynediad), ond felly hefyd y rheini mewn aelwydydd economaidd-gymdeithasol is (11%). Efallai y bydd pobl sy'n dibynnu ar ffôn symudol i gael mynediad i'r rhyngwrwyd yn ei chael hi'n anodd gweithio neu ddysgu gartref neu lenwi ffurflenni ar-lein – mae hyn yn cynrychioli 10% o'r holl oedolion, a 18% o oedolion mewn aelwydydd economaidd-gymdeithasol is. Hyd yn oed ymysg y rheini sydd â mynediad i'r rhyngwrwyd, mae 5% yn dweud nad ydynt yn hyderus i'w ddefnyddio, eto gyda chyfrannau uwch ymysg pobl dros 64 oed (9%) a'r rheini mewn aelwydydd economaidd-gymdeithasol is (10%).

## **Er bod y rhyngwrwyd yn hanfodol yn 2020, cafodd dros hanner y plant brofiad negyddol ar-lein**

### **Roedd gan bron i bob plentyn ryw fath o fynediad i'r rhyngwrwyd gartref, er nad oedd gan lawer fynediad bob amser at ddyfeisiau priodol ar gyfer eu gwaith ysgol**

Roedd y rhyngwrwyd wedi helpu'r rhan fwyaf o blant i barhau â'u haddysg drwy gydol y cyfnodau clo; roedd bron i naw o bob deg o aelwydydd â phlant oedran ysgol yn gwneud addysg gartref am gyfnodau yn 2020 ac yn gynnwys yn 2021. Fodd bynnag, er bod gan bron i bob aelwyd â phlant oedran ysgol fynediad at y rhyngwrwyd gartref, nid oedd gan 7% fand eang sefydlog ac roedd gan 4% fynediad drwy ffôn symudol yn unig. Nid oedd gan un o bob pump o blant fynediad trwy'r amser at ddyfais briodol i wneud eu gwaith ysgol.

### **Mae plant rhwng saith ac 16 oed yn treulio bron i bedair awr y dydd ar-lein**

Po hynaf yw'r plentyn, y mwyaf yw'r amser y mae'n ei dreulio ar-lein. Treuliodd pobl ifanc rhwng saith ac wyth bron i dair awr y dydd ar-lein ar gyfartaledd ym mis Medi 2020 a phobl ifanc rhwng 15 ac 16 oed bron i bum awr. Mae hanner y plant yn berchen ar ffôn symudol erbyn eu bod yn ddeg oed, ac mae gan bron i bob plentyn ffôn erbyn eu bod yn 13 oed.

Ymysg rhieni plant rhwng pump a 15 oed a oedd yn mynd ar-lein, teimlodd hanner fod angen llacio rhai o'r rheolau o ran beth oedd eu plentyn yn ei wneud ar-lein gan iddynt dreulio mwy o amser gartref nag arfer. Ond er gwaethaf y cynnydd yn amser plant o flaen sgrin, dywedodd y rhan fwyaf o rieni (59%) fod gan eu plentyn gydbwysedd da rhwng amser o flaen sgrin a gwneud pethau eraill.

### **Mae llawer o ddefnydd plant o'r rhyngwyd yn ymwneud â gwyllo cynnwys fideo a chwarae gemau**

Mae YouTube yn nodwedd gyson ym mywydau ar-lein plant yn y DU, sy'n cael ei ddefnyddio gan bron i naw o bob deg plentyn o bob grŵp oedran, o blant tair i bedair oed i bobl ifanc yn eu harddegau. YouTube oedd yr ap roedd pobl ifanc rhwng saith ac 17 oed yn fwyaf tebygol o'i enwi fel eu ffefryn ddechrau 2021, ond TikTok oedd y llwyfan fwyaf poblogaidd ar gyfer merched 13 i 17 oed.

Chwaraeodd tri chwarter o bobl ifanc rhwng pump a 15 oed y DU gemau ar-lein yn 2020. Mae gwahaniaethau rhwng y gemau mae bechgyn a merched yn hoffi eu chwarae. Mae gemau creadigol fel *Roblox* a *Minecraft* yn arbennig o boblogaidd ymysg merched, ac mae bechgyn yn tueddu i ffafrio chwarae gemau cystadleuol ar gonsolau fel *Fortnite* a *Call of Duty*.

### **Mae'r cyfryngau cymdeithasol yn rhan annatod o fywydau'r rhan fwyaf o bobl ifanc yn eu harddegau**

Er i'r rhan fwyaf o lwyfannau nodi 13 oed fel isafswm oedran eu defnyddwyr, erbyn eu bod yn 11 oed, mae'r rhan fwyaf (59%) o blant y DU yn defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol. Erbyn iddynt gyrraedd 15 oed, mae 95% o blant yn eu defnyddio. Defnyddir Instagram gan 66% o bobl ifanc rhwng 12 a 15 oed, mwy na Snapchat (58%) a Facebook (54%).

Dywedodd tua naw o bob deg o blant rhwng wyth a 15 oed sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol eu bod wedi eu helpu i deimlo'n agosach at eu ffrindiau yn 2020. Ond mae pwysau cymdeithasol o ran defnyddio cyfryngau cymdeithasol; dywedodd naw o bob deg o bobl ifanc 12 i 15 oed a ddefnyddiodd y cyfryngau cymdeithasol, neu apiau sgwrsio a negeseua, iddynt deimlo o dan bwysau i fod yn boblogaidd ar y mathau hyn o apiau neu wefannau.

### **Ond nid yw'r rhyngwyd bob amser yn amgylchedd sy'n addas i blant, ac mae llawer o blant yn agored i'r posibilrwydd o niwed**

Dywedodd dros hanner y bobl ifanc rhwng 12 a 15 oed a gymerodd ran yn yr arolwg iddynt gael profiad negyddol ar-lein yn 2020. Ar ffonau symudol, y profiadau mwyaf cyffredin oedd 'bod rhywun nad ydych chi'n ei adnabod sydd eisiau bod yn ffrind i chi yn cysylltu â chi ar-lein' (wedi'i fynegi gan 30% yn gyffredinol) ac roedd lleiafrif sylweddol wedi gweld rhywbeth brawychus neu rywbeth a oedd yn eu cynhyrfu (18%), neu wedi gweld rhywbeth o natur rywiol a oedd yn gwneud iddyn nhw deimlo'n anghyfforddus (17%). Mae plant hefyd yn dod ar draws bwlio. Dywedodd chwarter y rhai rhwng wyth ac 11 oed a thraean y rhai rhwng 12 a 15 oed iddynt gael eu bwlio'n bersonol, naill ai ar-lein neu oddi ar-lein. Mae plant hŷn yn fwy tebygol o gael eu bwlio drwy gyfryngau cymdeithasol ac apiau negeseua, ac mae plant iau yn fwy tebygol o ddweud iddynt gael eu bwlio wrth chwarae gemau ar-lein.

Byddai'r rhan fwyaf o blant yn dweud wrth rywun petaent yn gweld rhywbeth 'cas neu sy'n peri pryder' ar-lein Mae plant hŷn yn fwy tebygol o ddweud wrth ffrind, ac mae plant iau yn fwy tebygol o ddweud wrth eu hathrawon.

## **Mae YouTube yn dal i gael ei ddefnyddio gan bron i bawb sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd yn y DU, a thyfodd TikTok yn gyflym yn 2020**

### **Mae pobl ifanc yn gwyllo llawer o fideos cymdeithasol**

YouTube a Facebook yw'r llwyfannau fideo cymdeithasol mwyaf yn y DU, gyda phob un yn cyrraedd dros 95% o ddefnyddwyr rhyngwrwyd y DU ym mis Medi 2020. Maen nhw hefyd yn cyfrif am y rhan fwyaf o'r amser gwyllo – treuliodd defnyddwyr YouTube gyfartaledd o 43 munud y dydd arno ar adeg y cyfnod clo ym mis Ebrill 2020 (yn gostwng i 35 munud ym mis Medi 2020), ac roedd defnyddwyr Facebook (gan gynnwys Facebook Messenger) yn treulio cyfartaledd o 31 munud y dydd arno ym mis Ebrill (yn gostwng i 21 munud ym mis Medi 2020).

Mae oedolion ifanc yn arbennig o frwd dros wyllo fideos cymdeithasol. Yn ystod cyfnod clo gwanwyn 2020, dywedodd bron i dri chwarter y bobl ifanc rhwng 15 a 24 iddynt wyllo cynnwys fideo byr ar-lein bob dydd, ac ym mis Medi 2020, treuliodd defnyddwyr YouTube 18 i 24 oed 1 awr 16 munud ar y gwasanaeth ar gyfartaledd.

Mae TikTok, sy'n eiddo i gwmni o Tsieina, Bytedance, wedi cynyddu nifer ei ddefnyddwyr sy'n oedolion yn y DU o 3.2 miliwn ym mis Medi 2019 i 11.5 miliwn ym mis Medi 2020, a thyfodd hyn ymhellach yn ystod cyfnod clo gaeaf 2021, gan gyrraedd 13.9 miliwn o oedolion yn y DU ym mis Mawrth 2021. Mae hefyd yn arbennig o boblogaidd ymysg pobl ifanc yn eu harddegau, gyda dros 37% o bobl ifanc 13 i 17 oed yn dweud iddynt ei ddefnyddio ym mis Mawrth 2021.

### **Yn y DU, fideos cerddoriaeth yw'r math o gynnwys sy'n cael ei wyllo fwyaf ar lwyfannau fideo cymdeithasol, gyda chynnwys gemau hefyd yn boblogaidd**

Mae 47% o'r holl ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn gwyllo fideos cerddoriaeth, ac mae perfformwyr wedi dringo'r siartiau cerddoriaeth rhyngwladol ar ôl iddynt fynd yn 'feiral' ar lwyfannau fideo cymdeithasol. Er enghraifft, daeth y cyn bostmon Nathan Evans yn boblogaidd iawn ar TikTok gyda'i sianti *Wellerman*, ac yn ddiweddarach cyrhaeddodd frig Siart Senglau'r DU ym mis Ionawr 2021.

Dylanwadodd y cyfnod clo hefyd ar y mathau o fideos cymdeithasol a fu'n fwyaf poblogaidd. Y fideo YouTube a wylwyd fwyaf yn 2020 yn y DU oedd pennod gyntaf *PE with Joe*, fideo ffitrwydd Joe Wicks ar 23 Mawrth 2020, gyda 7.2 miliwn o wylwyr. Yn ystod wythnosau cyntaf y cyfnod clo, dywedodd YouTube fod poblogrwydd dyddiol fideos gyda 'ymarfer corff cartref' yn y teitl wedi cynyddu 515%, ac roedd gwyllo fideos a oedd yn ymwneud â 'surdoes' wedi cynyddu 458% a fideos gyda 'hunanofal' yn y teitl wedi cynyddu 215%.

Cafodd fideo cymdeithasol ei ddefnyddio yn 2020 i rannu cynnwys ar faterion cymdeithasol a gwleidyddol amlwg, gan gynnwys, yn benodol, y mudiad '#BlackLivesMatter', newid yn yr hinsawdd a phrotestiadau yn erbyn y cyfnod clo. Fodd bynnag, mewn rhai achosion, mae rhannu fideos i hyrwyddo trais neu droseddau casineb wedi arwain at lwyfannau'n cymryd camau drwy ddileu cynnwys neu wahardd cyfranwyr.

### **Mae fideo cymdeithasol yn cynnig manteision enfawr, ond mae hefyd yn ffynhonnell cynnwys niweidiol**

Mae gwasanaethau fideo cymdeithasol yn cynnig manteision enfawr i ddefnyddwyr a'r economi. Maent yn darparu llwyfan ar gyfer hunanfynegiant drwy alluogi cynnwys a gynhyrchir gan ddefnyddwyr (mae ein hymchwil yn dangos bod 31% o oedolion a 40% o bobl ifanc rhwng 13 a 17 oed yn postio cynnwys fideo). Mae fideo cymdeithasol hefyd yn ddull o adloniant ac addysg i lawer (sy'n cael ei ddefnyddio gan 97% o oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwyd), ac mae'n ddull pwysig o farchnata ar gyfer busnesau (roedd gwariant ar hysbysebu ar fideo ar-lein wedi cynyddu 23% yn y DU yn 2020 i £2.7bn).

Fodd bynnag, canfu ein hymchwil fod 70% o'r rheini sy'n gwylio gwasanaethau fideo cymdeithasol wedi gweld neu wedi profi rhywbeth a allai fod yn niweidiol yn ystod y tri mis diwethaf. Newyddion ffug ac iaith dramgwyddus oedd y profiadau mwyaf cyffredin ar-lein a allai fod yn niweidiol, ac yna delweddau/fideos ffug neu dwyllodrus. Ceisiadau annerbyniol i fod yn ffrindiau, dilyn a throlio oedd y mathau mwyaf cyffredin o gyswllt a allai fod yn niweidiol ar draws pob llwyfan.

Yn 2020, cafodd 34.8 miliwn o fideos eu tynnu oddi ar YouTube, 1% ohonynt wedi eu llwytho i fyny yn y DU, a chafodd 194 miliwn o fideos eu tynnu oddi ar TikTok. Ar y ddwy lwyfan, diogelwch plant oedd y rheswm mwyaf cyffredin dros dynnu'r lluniau hyn i lawr.

## **Tyfodd y llwyfannau rhyngwyd mawr hyd yn oed yn fwy yn 2020**

### **O'r holl amser a dreuliwyd ar-lein yn 2020, roedd mwy na thraean ar Google neu Facebook**

Roedd gwefannau ac apiau sy'n eiddo i Google (gan gynnwys YouTube) a Facebook (gan gynnwys Instagram) yn gyfrifol am 39% o'r holl amser a dreuliwyd ar-lein ar gyfrifiaduron, ffonau clyfar a llechi. Yna, mae rhestr arall o 18 o wefannau ac apiau, y mai'r rhai pennaf ohonynt yw Spotify, Netflix a Bytedance (sy'n cynnwys TikTok), yr oedd pob un ohonynt yn cael eu defnyddio gan oedolion sydd ar-lein yn y DU am funud neu fwy y dydd, gan gyfateb i 22% o'r amser cyfartalog a dreulid ar-lein bob dydd. Mae'r 39% sy'n weddill o'r amser sy'n cael ei dreulio ar-lein ar draws ystod o fwy na 180 miliwn o wefannau.

Mae poblogrwydd gwasanaethau Google a Facebook yn amlwg hefyd yn y defnydd o apiau symudol, gyda naw o'r deg ap mwyaf poblogaidd yn y DU yn eiddo i naill ai Google neu Facebook. Mae rhai gwahaniaethau fesul dyfais, sy'n dangos pŵer y system weithredu. Ar Android, Google sy'n berchen ar y tri ap mwyaf; ar iOS mae'r ddau brif ap yn eiddo i Facebook, gyda thri ap gan Apple yn ymddangos yn y deg uchaf.

Gan edrych yn fwy cyffredinol, elwodd y grŵp GAFAM<sup>1</sup> o lwyfannau mawr yn fawr o'r cynnydd yn y defnydd o wasanaethau ar-lein yn 2020. Cofnododd pob un o'r pum cwmni eu referniw ac elw mwyaf erioed yn Ch4 2020.

### **Ehangodd adwerthwyr ar-lein eu busnesau wrth i'r pandemig newid ymddygiad defnyddwyr**

<sup>1</sup> Mae GAFAM yn golygu Google, Apple, Facebook, Amazon a Microsoft.

Cynyddodd gwariant manwerthu ar-lein yn y DU 48% i amcangyfrif o £113bn yn 2020 (o'i gymharu â chynnydd blynyddol cyfartalog o 13% yn y pedair blynedd flaenorol) wrth i gyfran gwariant manwerthu ar-lein gynyddu o tua 20% yn 2019 i 35% yng nghyfnod clo'r gwanwyn a 30% ym mis Rhagfyr 2020. Ehangodd archfarchnadoedd eu gwasanaethau ar-lein, ac erbyn mis Rhagfyr 2020, roedd 11% o werthiant marchnadoedd bwyd y DU ar-lein, i fyny o 5% ar ddechrau'r flwyddyn. Elwodd gwasanaethau danfon bwyd ar-lein hefyd o'r cynnydd sylweddol yn y galw – Just Eat oedd y mwyaf poblogaidd, ymwelodd bron i 10 miliwn o bobl â nhw ym mis Rhagfyr 2020, gwnaethant nodi fod eu harchebion yn y DU 58% yn uwch yn chwarter olaf 2020 o'i gymharu â'r un cyfnod yn 2019.

## **Mae llawer o bobl yn cael eu newyddion ar-lein, ond amlygodd y pandemig y risgiau o wybodaeth anghywir a ledaenir trwy gyfryngau cymdeithasol**

### **Mae pobl wedi dibynnu ar y rhyngwrwd i gael newyddion a gwybodaeth drwy'r pandemig**

Yn ystod cyfnod clo gwanwyn 2020, dywedodd hanner yr oedolion sydd ar-lein ym Mhrydain Fawr (52%) mai newyddion a materion cyfoes oedd un o'u prif resymau dros fynd ar-lein. O blith gwefannau newyddion, gwefan neu ap newyddion y BBC a ddefnyddir amlaf, gyda 26% o oedolion yn ei ddefnyddio yn chwarter cyntaf 2021 i gael gwybodaeth neu newyddion am y coronafeirws.

Fodd bynnag, mae oedolion yr un mor debygol o ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol i ddod o hyd i wybodaeth am y pandemig Covid-19 ag y maent i ddefnyddio gwefannau ac apiau newyddion (tua un o bob tri ar gyfer pob un). Ar gyfryngau cymdeithasol, Facebook yw'r brif ffynhonnell, er bod pobl iau yr un mor debygol o ddefnyddio Instagram neu Twitter. Roedd un o bob wyth o bobl ifanc 16 i 24 oed yn ystyried mai'r cyfryngau cymdeithasol yw eu ffynhonnell wybodaeth bwysicaf am bandemig y coronafeirws, o'i gymharu â 5% o'r holl oedolion sydd ar-lein yn y DU.

### **Mae'r pandemig wedi arwain at doreth o wybodaeth, sy'n cynnwys gwybodaeth anghywir a charmarweiniol**

Mae nifer fawr o fuddion yn gysylltiedig â rhwyddineb cyhoeddi newyddion ar-lein, a pha mor gyflym y gall gael ei ddsbarthu a'i rannu, ond mae hefyd yn creu'r potensial ar gyfer lledaenu gwybodaeth a allai fod yn ffug neu'n gamarweiniol, gan ei gwneud yn ofynnol i bobl benderfynu a yw'r cynnwys maen nhw'n dod ar ei draws yn wir, yn ffug neu'n gamarweiniol. Ddiwedd mis Mawrth 2020, pan oedd y DU newydd fynd i mewn i'r cyfnod clo, dywedodd 46% o oedolion y DU a oedd yn derbyn newyddion neu wybodaeth am bandemig y coronafeirws iddynt ddod ar draws gwybodaeth neu newyddion a oedd, yn eu barn nhw, yn ffug neu'n gamarweiniol. Gostyngodd y gyfran hon i 30% erbyn dechrau 2021.

Rhai o'r mathau mwyaf cyffredin o gamwybodaeth ynghylch y coronafeirws yn ystod chwarter cyntaf 2021 oedd nad oedd masgiau/gorchuddion wyneb yn cynnig dim diogelwch neu eu bod yn niweidiol, a bod nifer y marwolaethau sy'n gysylltiedig â'r coronafeirws yn llawer is mewn gwirionedd na'r hyn sy'n cael ei adrodd. Y cyfryngau cymdeithasol oedd y ffynhonnell fwyaf tebygol ar gyfer honiadau o'r fath, ac roeddent yn fwyaf tebygol o gael eu gweld ar Facebook. Fodd bynnag, mae ymddiriedaeth mewn llwyfannau cyfryngau cymdeithasol fel ffynhonnell wybodaeth am bandemig y coronafeirws yn isel; dim ond 16% o'r rheini a oedd wedi defnyddio Facebook i gael gwybodaeth am bandemig y coronafeirws a ddywedodd iddynt ymddiried yn y gwasanaeth fel ffynhonnell, gyda 43% yn dweud nad oeddent yn ymddiried ynddi. Mae pobl yn fwy tebygol o boeni am yr wybodaeth anghywir y mae pobl eraill yn ei chael am y coronafeirws na'r effaith mae'n ei chael arnyh nhw eu hunain.

Roedd dros hanner y bobl wedi gweld rhybuddion ar y cyfryngau cymdeithasol y gallai gwybodaeth fod yn annibynadwy.

Mae llawer o gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau fideo cymdeithasol wedi cymryd camau i fynd i'r afael â gwybodaeth ffug. Bu'r camau a gymerwyd yn cynnwys codi proffil ffynonellau gwybodaeth awdurdodol, dileu cynnwys sy'n ffug a fflagio cynnwys a allai fod yn anghywir. Yn Ch1 2021, dywedodd 53% o oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd iddynt ddod ar draws rhybuddion neu hysbysiadau ar gyfryngau cymdeithasol a nododd fod gwybodaeth o bosib yn annibynadwy neu'n anghywir.

Mae rhagor o fanylion a data ar gael yn yr [adroddiad rhyngweithiol](#) Ein Gwlad Ar-lein.