Y Fonesig Melanie Dawes
Prif Weithredwr
E-bost: ChiefExecutive@ofcom.org.uk

Alex Mahon
Channel Four Television Corporation
124 Horseferry Road
London, SW1P 2TX

21 Mai 2025

Datganiad Polisi Cynnwys Cyfryngau 2024 Corfforaeth Channel Four Television

Annwyl Alex,

Amgaeaf ein hadolygiad blynyddol o Ddatganiad Polisi Cynnwys Cyfryngau ('SMCP') Corfforaeth Channel Four Television ('C4C'). Mae'r asesiad hwn yn parhau i chwarae rhan bwysig yn y ffordd rydym yn dal C4C i gyfrif am ei berfformiad wrth gyflawni ei gylch gwaith gwasanaeth cyhoeddus a'i ddyletswyddau o ran cynnwys cyfryngau a hoffwn fanteisio ar y cyfle hwn i ddiolch i'ch tîm am eu hymgysylltiad â'r gwaith hwn. Wrth i ni geisio gweithredu'r Ddeddf Cyfryngau, gan ymgynghori ar amrywiaeth o ddyletswyddau rheoleiddio newydd a gofynion adrodd ar gyfer C4C, byddwn yn ystyried a fydd angen dull gweithredu newydd yn y dyfodol, er mwyn ystyried yr agweddau ychwanegol hyn o berfformiad C4C. Byddwn yn rhannu ein penderfyniad gyda'ch olynydd a'r tîm maes o law.

Rydym wedi cyflwyno ein hasesiad yn gynt eleni i gyd-fynd â chyhoeddiad cynharach eich Adroddiad a Chyfrifon Blynyddol a chyhoeddiad eich Canllawiau Comisiynu drafft. Roedd penderfyniad y Senedd Brydeinig i alluogi C4C i wneud ei gynnwys ei hun, ynghyd â rhagor o ddiwygiadau i gefnogi cynaliadwyedd tymor hir C4C, yn foment bwysig yn esblygiad Channel 4. Mae eich cyhoeddiad heddiw yn garreg filltir bwysig arall yn natblygiad C4C ac ar weithredu eich strategaeth *Fast Forward*.

Rydym yn cydnabod bod y sector cyfryngau sy'n newid yn gyflym yn creu nifer o heriau i C4C wrth i chi geisio ad-drefnu'r busnes yn unol â *Fast Forward*. Rydym yn gwybod eich bod chi a'ch timau'n gweithio'n galed i gydbwyso sicrhau dyfodol tymor hir y sefydliad drwy amrywio eich ffrydiau refeniw, gan gynnwys drwy gymryd camau tuag at berchnogaeth o eiddo deallusol a chynhyrchu cynnwys; ynghyd â chyflawni'n gryf yn erbyn cylch gwaith a dyletswyddau Channel 4 ar gyfer cynulleidfa ffrydio a chynulleidfa linol. Byddwn yn parhau i ddilyn eich cynlluniau yn y maes hwn yn ofalus.

Wrth i chi dwysáu'r broses o gyflwyno Fast Forward, mae'n rhaid i chi fonitro'r cynnydd tuag at gyflawni amcanion uchelgeisiol y strategaeth yn ofalus a'i fesur yn dryloyw.

Gan droi at asesiad eleni, mae eich adroddiad blynyddol yn dangos eich bod yn cyflymu'r broses o weithredu pob agwedd ar Fast Forward i ddod yn ffrydiwr gwasanaeth cyhoeddus digidol yn gyntaf erbyn 2030. Gan fod y farchnad hysbysebu wedi gwella, roeddech chi'n gallu gwrthbwyso gostyngiad bach yn eich refeniw o hysbysebu llinol gyda thwf mewn hysbysebu digidol, er bod hyn yn is na thwf cyfartalog y farchnad yn 2024. Gwnaethoch gynnydd hefyd gyda chynlluniau i ail-lunio'r busnes drwy dorri nifer o gostau gweithredol a sicrhau gostyngiad mawr yn niffyg ariannol C4C. Mae hefyd yn gadarnhaol gweld twf cryf pellach yn narpariaeth C4C o gynnwys ffrydio a chynnwys cymdeithasol, ac yn y gyfran gwylio ar gyfer y gwasanaethau hyn.

Fodd bynnag, mae'r gostyngiad parhaus mewn cyrhaeddiad darlledu llinol i'r holl ddarlledwyr gwasanaethau cyhoeddus masnachol yn 2024, a natur ansicr y farchnad hysbysebu yn tanlinellu rôl hollbwysig *Fast Forward* o ran helpu i sicrhau llwyddiant parhaus C4C. Mae hyn yn fy arwain i

ailadrodd pa mor bwysig yw bod C4C yn nodi rhagor o fanylion ynghylch sut bydd yr amcanion cyffredinol yn y cynllun hwn yn cael eu cyflawni ac yn datblygu metrigau bydd yn olrhain y cynnydd tuag at eich nodau mewn ffordd dryloyw a chyson. Yma yn Ofcom rydym yn edrych ymlaen at weld y rhain yn cael eu rhoi ar waith dros y flwyddyn nesaf.

Parhaodd C4C i ddarparu ar gyfer cynulleidfaoedd yn 2024 gyda pherfformiad cadarn yn erbyn ei gylch gwaith a'i ddyletswyddau o ran cynnwys.

Mae cynnwys C4C yn parhau i fod yn uchel ei barch ymysg cynulleidfaoedd sydd wedi bod yn gyson gyda mynegi lefelau uchel o fodlonrwydd â'i allbwn llinol a'i allbwn wedi'i ffrydio. Yn gyffredinol, mae perfformiad C4C yn erbyn mesurau ar gyfer arloesedd, arbrofi, hynodrwydd a chreadigrwydd yn aros yn unol â blynyddoedd blaenorol. Mae C4C hefyd wedi perfformio'n gymharol gryf yn erbyn y mesurau a gyflwynwyd gennych yn 2022 i olrhain perfformiad yn erbyn eich cylch gwaith â'ch cystadleuwyr yn well.

Mewn blwyddyn lle bu gostyngiad o 6% yn y gyllideb gomisiynu ar gyfer rhaglenni gwreiddiol, roedd perfformiad cynnwys C4C gyda chynulleidfaoedd yn un cadarn. Gwelwyd cyfresi a oedd yn dychwelyd, megis *The Great British Bake Off, Gogglebox*, *Married at First Sight* a *The Piano,* yn parhau i gyflwyno rhai o gynulleidfaoedd mwyaf C4C. Roedd rhaglenni newydd a oedd wedi perfformio'n gryf yn ystod 2024 yn cynnwys nifer o deitlau sy'n canolbwyntio ar droseddu, megis *To Catch a Copper*, *The Push: Murder on the Cliff*, a enillodd wobr RTS, a *The Jury: Murder Trial*.

Mae eich Adroddiad Blynyddol yn mynegi'n glir pa mor anodd yw denu cynulleidfaoedd i sioeau anghyfarwydd mewn amgylchedd cystadleuol iawn ac rydym yn sylweddoli maint yr her hon. Y llynedd, fe wnaethom dynnu sylw at y ffaith y byddai'r newid gan C4C i strategaeth gomisiynu digidol yn gyntaf yn hanfodol o ran cydbwyso fformatau sefydledig a chymryd risgiau ar gomisiynau newydd. Rydym yn cydnabod bod oedi bob amser rhwng nodi cynlluniau a darlledu'r sioeau sy'n deillio o hynny. Wrth i'r strategaeth gomisiynu ddod yn fwy sefydledig, rydym yn eich annog i sicrhau bod C4C yn parhau â'i thraddodiad degawdau oed o fod yn feiddgar, wrth i chi geisio darparu sioeau poblogaidd ar gyfer cynulleidfa ffrydio a chynulleidfa linol sy'n dangos brand unigryw ac arloesol C4C sy'n adnabyddus am gymryd risgiau.

Roedd darllediad pwerus Gemau Paralympaidd Paris 2024, a oedd dros 1,300 awr ar draws amrywiaeth o lwyfannau gan gyrraedd bron i 20 miliwn o bobl, wedi ymgorffori ethos Channel 4 ac ymrwymiad ehangach eich sefydliad i amrywiaeth ar y sgrin ac oddi ar y sgrin. Parhaodd C4C i ddarlledu amrywiaeth o raglenni i brocio'r meddwl a oedd yn cynrychioli natur ddiwylliannol amrywiol y DU ar y sgrin, a hefyd yn darparu gwybodaeth a safbwyntiau newydd. Roedd y rhain yn cynnwys y rhaglenni dogfen *Me and the Voice in My Head; Defiance: Fighting the Far Right* a'r ddrama wyth rhan, *Queenie*. Oddi ar y sgrin, rydym yn croesawu lansiad eich strategaeth tegwch drwy ddylunio (Equity by Design) a'ch perfformiad cryf fel cyflogwr o ran denu talent amrywiol.

Gan droi at Newyddion, mae'r rôl y mae brandiau newyddion diduedd cryf fel *Channel 4 News* yn ei chwarae yn yr ecosystem newyddion ehangach yn dod yn bwysicach fyth wrth i bobl cael newyddion a gwybodaeth yn fwy a mwy o ffynonellau amrywiol, gan gynnwys cyfryngau cymdeithasol, sy'n llai dibynadwy o ran cywirdeb neu ddidueddrwydd. Parhaodd C4C i berfformio'n dda yng nghyswllt ei ddyletswydd i ddarparu newyddion a materion cyfoes i gynulleidfaoedd yn y DU yn 2024, gan gynnwys drwy ei sylw parhaus i'r rhyfeloedd yn Wcráin a Gaza a'r etholiadau yn y DU ac yn yr Unol Daleithiau. Cafodd hyn ei gydnabod yng Ngwobrau Newyddiaduraeth y Gymdeithas Teledu Frenhinol, pan enillodd *Channel 4 News* Rhaglen y Flwyddyn ar gyfer Newyddion Dyddiol ar Deledu Rhwydwaith am yr ail dro yn olynol. Ar ben hynny, enillodd Cathy Newman wobr Newyddiadurwr y flwyddyn ar Deledu Rhwydwaith a Chyfweliad y flwyddyn ar Deledu Rhwydwaith. Mae ein hymchwil

yn dangos bod darpariaeth newyddion Channel 4 yn dal i gael ei gwerthfawrogi'n fawr gan ei chynulleidfa, ond mae'r gostyngiad parhaus mewn gwylio llinol yn tanlinellu pwysigrwydd cyrraedd cynulleidfaoedd newydd gyda newyddion dibynadwy a chywir. Mae'n galonogol gweld y cynnydd sylweddol yn y cynnwys newyddion rydych chi wedi'i ddarparu yn ystod y flwyddyn ddiwethaf ar draws llwyfannau cymdeithasol a ffrydio C4C, ac rydym yn croesawu'r twf mewn ymgysylltiad ymysg cynulleidfaoedd ifanc â'r cynnwys hwn. Rydym hefyd yn falch o weld twf yn ystod 2024 yn y nifer sy'n gwylio *Dispatches*, sef rhaglen materion cyfoes hirsefydlog C4C, ond rydym yn nodi bod gostyngiad wedi bod yn gyffredinol ymysg gwylwyr 16-34 oed. Mae hyn yn tanlinellu'r angen am allbwn materion cyfoes sy'n cyrraedd aelodau'r grŵp oedran hwn ac sy'n taro tant â nhw.

Rydym yn parhau i ddilyn ehangiad C4C o Channel 4.0, sef ei sianel YouTube sy'n canolbwyntio ar bobl ifanc, a llinynnau cynnwys mwy newydd sydd wedi'u hanelu at blant hŷn ac oedolion iau, megis *Minor Issues*, *Worst in Class*, *Baddest in the World* ac *Untold*. Er ei bod yn ymddangos bod y ffigurau yn eich Adroddiad Blynyddol ar dwf cynulleidfaoedd Channel 4.0 a'r llinyn materion cyfoes *Untold* yn galonogol, mae hon yn enghraifft dda o pan mae angen adroddiadau mwy cyson sy'n cael eu cefnogi gan ddata er mwyn dangos yn gliriach pa mor dda rydych chi'n gwasanaethu cynulleidfaoedd iau. O ran y gwasanaeth llinol, roedd yn gadarnhaol gweld *Junior Taskmaster*, sy'n sioe i blant hŷn, yn ennill gwobr adloniant comedi 2024 yng Ngwobrau Rhaglenni RTS 2025.

Mae strategaeth ddiweddaraf C4C, *4 All the UK*, yn rhoi pwyslais o'r newydd ar gomisiynu o wledydd a rhanbarthau'r DU

Er bod C4C wedi gwario 4% yn fwy ar gynnwys o'r tu allan i Lundain yn 2024, gostyngodd y buddsoddiad mewn comisiynau o'r tu allan i Loegr am yr ail flwyddyn yn olynol, felly rydym yn croesawu'n arbennig yr ymgyrch ddiweddaraf ym menter *4 All the UK* a lansiwyd fis Hydref diwethaf. Bydd eich strategaeth gomisiynu ddiweddaraf ar gyfer y gwledydd a'r rhanbarthau yn hanfodol i gryfhau'r berthynas â'r sector cynhyrchu ledled y DU wrth i chi weithio tuag at roi hwb i'r biblinell o gomisiynau Gwnaed y Tu Allan i Loegr cyn cyrraedd cwotâu uwch o 2030 ymlaen.

Rydym yn deall bod y strategaeth hyd yma wedi cael ei dderbyn yn gadarnhaol mewn rhannau o'r sector ac rydym yn falch o weld bod rhywfaint o ddadansoddiadau cychwynnol o ddata newydd wedi cael eu cynnwys yn Adroddiad Blynyddol eleni sy'n gwella ein dealltwriaeth o berfformiad C4C yn y gwledydd a'r rhanbarthau. Rydym hefyd yn croesawu eich penderfyniad i ddyblu eich buddsoddiad mewn sgiliau a chamu ymlaen mewn gyrfa ledled y DU drwy *4Skills* i £10m o 2025 ymlaen. Daw hyn ar adeg hollbwysig ar gyfer cefnogi parhad y biblinell o dalent cynhyrchu a chynaliadwyedd tymor hir sector cynhyrchu'r DU. Yn unol â'n hymrwymiad y llynedd, bydd Ofcom yn parhau i fonitro gwaith C4C yn ofalus yn y gwledydd a'r rhanbarthau cyn y flwyddyn lawn gyntaf o adrodd ar y gofynion newydd yn 2026.

Yn olaf, wrth i chi ddechrau paratoi'r ffordd i Brif Weithredwr newydd arwain C4C, hoffwn ddiolch i chi am lywio'r sefydliad drwy nifer o heriau sylweddol sydd wedi wynebu Channel 4 a darlledu yn y DU yn ystod eich cyfnod yn y swydd, gan gynnwys pandemig Covid, y posibilrwydd o breifateiddio, y cwymp yn y farchnad hysbysebu, a'r tarfu mawr ar y sector yn sgil y twf mewn cystadleuaeth fyd-eang am gomisiynau, talent a chynulleidfaoedd. Mae'r cam diweddaraf yn esblygiad Channel 4 yn cynnig cyfleoedd i'r Prif Weithredwr a'r Cadeirydd newydd i arwain y sefydliad wrth gysylltu â chenhedlaeth newydd o wylwyr a chryfhau safle Channel 4 fel darlledwr hynod unigryw sy'n cymryd risgiau. Edrychaf ymlaen at ymgysylltu â'ch olynydd a'r Cadeirydd newydd, unwaith y bydd Ofcom wedi cwblhau'r broses benodi honno.

Rwy'n anfon copi o'r llythyr hwn a'r adolygiad at yr Ysgrifennydd Gwladol dros Ddiwylliant, y Cyfryngau a Chwaraeon a Chadeiryddion Pwyllgor Dethol Tŷ'r Cyffredin ar Ddiwylliant, y Cyfryngau a

Chwaraeon, a Phwyllgor Dethol Tŷ'r Arglwyddi ar Gyfathrebu a Digidol. Byddwn hefyd yn cyhoeddi'r ddwy ddogfen ar wefan Ofcom.

Yn gywir,

Melanie Dawes

Perfformiad Corfforaeth Channel Four Television wrth gyflawni ei ddyletswyddau cynnwys a'i gylch gorchwyl yn 2024

Adroddiad

Cyhoeddwyd 21 Mai 2025

Cynnwys

Adran

1. Trosolwg 3
2. Ymateb Ofcom i Ddatganiad Polisi Cynnwys Cyfryngau C4C 4

Atodiad

A1 Atodiad 1 29

1. Trosolwg

Beth rydym wedi ei ganfod – yn gryno

Y ddogfen hon yw ymateb Ofcom i Ddatganiad Polisi Cynnwys Cyfryngau a Datganiad Polisi Rhaglenni (y cyfeirir ato fel 'SMCP') Corfforaeth Channel Four Television ('C4C'), sy'n nodi cynlluniau C4C ar gyfer cyflawni ei gylch gwaith a'i ddyletswyddau cynnwys cyfryngau yn y flwyddyn i ddod ac yn adrodd ar ei berfformiad dros y flwyddyn ddiwethaf. Fel rhan o'n rhaglen weithredu ar gyfer Deddf y Cyfryngau, fe wnaethom ymgynghori'n ddiweddar ar ganllawiau newydd sy'n ymwneud ag adroddiadau C4C, a fydd yn berthnasol o 2026 ymlaen.

Ar y cyfan, rydym wedi dod i'r casgliad, er gwaethaf yr heriau parhaus sy'n wynebu C4C, ei fod wedi perfformio'n dda yn erbyn ei gylch gwaith a'i ddyletswyddau cynnwys cyfryngau yn 2024. Yn yr ymateb eleni, rydym yn cydnabod y canlynol yn benodol:

- Y strategaeth gomisiynu ddiweddaraf ar gyfer y gwledydd a'r rhanbarthau, a fydd, yn ein barn ni, yn hanfodol i gryfhau perthynas C4C â'r sector cynhyrchu ac i roi hwb i gomisiynu ledled y DU.
- Ymrwymiad parhaus C4C i hyrwyddo amrywiaeth y DU ar y sgrin ac oddi ar y sgrin, yn enwedig gyda'i ddarlledu helaeth o Gemau Paralympaidd Paris 2024 a'i fuddsoddiad mewn hyfforddi talent newydd o dan ei fenter *4Skills*.
- Yr ymgyrch 'digidol yn gyntaf' barhaus i gyrraedd cynulleidfaoedd drwy ffrydio, yn enwedig drwy ei ddarpariaeth YouTube a'i ymdrechion i ddenu cynulleidfaoedd iau at ei gynnwys newyddion ar lwyfannau cyfryngau cymdeithasol megis TikTok.

Yn ein hymateb i SMP y llynedd, nodwyd gennym ar ôl i C4C nodi ei strategaeth *Fast Forward* i newid i fod yn ffrydiwr gwasanaethau cyhoeddus digidol yn gyntaf, roeddem yn disgwyl iddo ddarparu rhagor o fanylion am sut byddai'r cynllun hwn yn cael ei weithredu ac i osod targedau iddo'i hun i ddal ei hun yn atebol am ei gyflawni. Yn 2024, cyflymodd C4C y broses o weithredu nifer o agweddau ar ei strategaeth digidol yn gyntaf ond nid oes llawer o fanylion ar gael o hyd ynghylch sut y bydd yn cyflawni ei amcanion *Fast Forward* cyffredinol, ac ychydig iawn o fesurau cyhoeddus sy'n dryloyw ac yn gyson wrth olrhain ei gynnydd. Gan gydnabod y bydd yr arweinwyr newydd yn C4C eisiau bod yn rhan o'r gwaith o ystyried beth ddylai'r rhain fod, edrychwn ymlaen at weld rhagor o nodau a metrigau'n cael eu rhoi ar waith dros y flwyddyn nesaf.

2. Ymateb Ofcom i Ddatganiad Polisi Cynnwys Cyfryngau C4C

Ynghylch yr adolygiad hwn

Mae Corfforaeth Channel Four Television ('C4C') yn gorff nid-er-elw sydd ym mherchnogaeth y cyhoedd ac sy'n cael ei ariannu drwy refeniw masnachol. Lansiwyd y brif sianel, Channel 4,[1] yn 1982 gyda'r nod o ymestyn y dewis sydd ar gael i wylwyr, gan apelio at chwaethau a diddordebau nad yw darlledwyr eraill yn darparu ar eu cyfer yn gyffredinol ac, wrth wneud hynny, annog arloesi a datblygu'r sector cynhyrchu annibynnol. Dros y blynyddoedd, mae C4C wedi lansio amrywiaeth o sianeli ychwanegol: E4, E4 Extra, More4, Film4, y saith sianel Box,[2] a'i wasanaeth ffrydio ei hun, a elwid gynt yn All4.

Er bod gan brif sianel C4C gylch gwaith gwasanaeth cyhoeddus unigryw ac y dylai hefyd gyfrannu at amcanion cyffredinol darlledu gwasanaeth cyhoeddus, roedd Deddf yr Economi Ddigidol 2010 yn ymestyn rhwymedigaethau C4C y tu hwnt i'r brif sianel drwy gyflwyno dyletswyddau cynnwys cyfryngau y gall C4C eu cyflawni ar draws ei gyfres lawn o wasanaethau.

Yn unol â Deddf Cyfathrebiadau 2003, rhaid i C4C baratoi Datganiadau Polisi Rhaglenni ("SoPP") mewn perthynas â chyflawni cylch gwaith gwasanaeth cyhoeddus a rhwymedigaethau trwydded Channel 4. Rhaid i C4C hefyd baratoi datganiad blynyddol sy'n amlinellu ei gynlluniau ar gyfer cyflawni ei ddyletswyddau cynnwys cyfryngau yn ystod y flwyddyn nesaf, ac adrodd ar ei berfformiad dros y flwyddyn ddiwethaf. Rhaid i C4C ymgynghori ag Ofcom wrth baratoi'r cyhoeddiad a rhoi sylw i ganllawiau Ofcom. Yn ein canllawiau, rydym yn gofyn i C4C gyfuno'r datganiadau yn un ddogfen. Er eglurder, cyfeiriwn at y ddogfen gyfun fel Datganiad Polisi Cynnwys Cyfryngau ('SMCP') C4C.

Fel rhan o'r broses ymgynghori, mae C4C wedi rhannu copïau drafft o'i Adroddiad Blynyddol ar gyfer 2024 (sy'n cynnwys yr SMCP) ag Ofcom ac wedi cwrdd â ni i drafod ei berfformiad a'i strategaethau. Mae hwn yn fecanwaith pwysig i sicrhau bod C4C yn cael ei ddal i gyfrif yn effeithiol am gyflawni ei gylch gwaith a'i ddyletswyddau cynnwys cyfryngau. Ar ben hynny, mae'n ofynnol i C4C gyflwyno ei Adroddiad a'i Gyfrifon Blynyddol gerbron y Senedd.

Mae'r adolygiad hwn yn cynrychioli ymateb Ofcom i SMCP 2024, gan nodi ein safbwyntiau ar gyflawni cylch gwaith, dyletswyddau a strategaeth C4C yn y dyfodol. Mae adroddiad C4C a'n hymateb yn cael eu paratoi ar sail y canllawiau presennol ar gyfer cwblhau'r SMCP. Fel rhan o'n rhaglen weithredu ar gyfer Deddf y Cyfryngau, gwnaethom ymgynghori ar ganllawiau newydd ar gyfer y darlledwyr masnachol wrth iddynt gwblhau eu SoPPs ac, yn achos C4C, ei SMCP. O 2026

[1] Drwy gydol yr adroddiad hwn rydym yn cyfeirio at "Channel 4" fel "prif sianel C4C".
[2] Caewyd y sianeli Box ym mis Gorffennaf 2024, ond yn wreiddiol roeddent yn cynnwys The Box, Box Upfront, 4seven, 4Music, Kerrang, Kiss TV a Magic TV.

ymlaen, bydd canllawiau newydd ar waith ar gyfer cwblhau'r dogfennau hyn, a byddwn ni a C4C yn addasu ein prosesau yn unol â hynny.

Mae Fast Forward yn ennill momentwm ond mae dal angen targedau tryloyw er mwyn mesur ei effaith

Lansiwyd *Fast Forward* yn 2024, ac mae'n adeiladu ar strategaeth ddigidol gyntaf C4C, sef *Future4*, a'i nod yw amrywio refeniw C4C a chyflymu'r broses o'i drawsnewid yn "ffrydiwr gwasanaethau cyhoeddus" digidol yn gyntaf erbyn 2030. Mae'r strategaeth yn canolbwyntio ar foderneiddio gweithrediadau C4C ac ymateb i dueddiadau defnyddwyr wrth i gynulleidfaoedd barhau i symud i wasanaethau ar-lein. Yn ei flwyddyn gyntaf, mae C4C wedi adrodd ar gynnydd yn erbyn tair colofn ei strategaeth:

Twf a thrawsnewid digidol: Dywedodd C4C y byddai'n mabwysiadu strategaeth gomisiynu "digidol yn gyntaf", gan ganolbwyntio ar gynnwys effeithiol ar gyfer ffrydio yn ogystal â thargedu cynulleidfaoedd iau ar lwyfannau fel YouTube. Mae 4Studio C4C yn Leeds yn allweddol i'r elfen hon o *Fast Forward*, gan gynhyrchu cynnwys ar gyfer y prif lwyfannau cymdeithasol gan gynnwys YouTube, TikTok ac Instagram.

Adroddwyd gan C4C fod 18% o gyfanswm gwylio cynnwys C4C yn 2024 yn cael ei ddarparu drwy gynnwys Fideo ar-Alw (VoD) C4C. Bu cynnydd o 13% yn ffrydio (i 1.8 biliwn) yn 2024. Ar ben hynny, cynyddodd C4C ei gynnwys ar YouTube 31% o un flwyddyn i'r llall, ac yn ystod y 18 mis diwethaf cynyddodd ei bortffolio o sianeli ar y llwyfan o 15 i 29. Cynyddodd ffigurau gwylio cyffredinol C4C ar YouTube yn y DU 26% o un flwyddyn i'r llall yn 2024, gyda'r cynnwys yn cael ei wylio 340 miliwn o weithiau.[3]

Busnes newydd amrywiol: Nod strategaeth C4C yw amrywio ei ffrydiau refeniw i leihau ei dibyniaeth ar refeniw hysbysebu llinol. Yn 2024, cyrhaeddodd C4C ei darged *Future4*, sef bod 30% o refeniw yn dod o hysbysebu digidol, yn gynt na'r disgwyl.[4] Ers hynny, mae C4C wedi cynyddu'r targed hwn i 50%, sydd i'w gyrraedd erbyn 2030, fel rhan o *Fast Forward*.[5] Er bod C4C wedi adrodd bod 9% o'i refeniw ar gyfer 2024 yn dod o ffynonellau nad ydynt yn ymwneud â hysbysebu,[6] sydd i lawr o 10% yn 2023, roedd cyfanswm ei refeniw amrywiol (anllinol) yn 39% (sydd i fyny 2 bwynt canran o un flwyddyn i'r llall).[7]

Mae C4C hefyd wedi dweud y gallai symud i berchnogaeth Eiddo Deallusol ei helpu i gyflawni nodau ehangach i amrywio ffrydiau refeniw C4C i gefnogi cynaliadwyedd parhaus C4C a'r gwaith o gyflawni ei gylch gwaith.[8] [9]

Ail-lunio'r busnes ar gyfer byd digidol yn gyntaf: Mae C4C wedi datgan ei fwriad i dorri costau gweithredu. Hyd yma, mae wedi lleihau nifer ei staff o tua 150 ac wedi cau ei gyfres o sianeli

---

[3] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.11.
[4] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.15.
[5] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.102.
[6] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.102. Mae ffynonellau C4C nad ydynt yn ymwneud â hysbysebu yn cynnwys (ond heb eu cyfyngu i) refeniw o incwm hawliau, o ddosbarthu, a refeniw theatrig.
[7] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.14.
[8] Corfforaeth Channel 4 Television, Fast Forward, 2025, t.2.
[9] Ochr yn ochr â'i Adroddiad Blynyddol 2024, mae C4C wedi cyhoeddi ei Ganllawiau Comisiynu arfaethedig, sy'n nodi sut mae'n bwriadu diogelu cystadleuaeth deg ac effeithiol ar gyfer comisiynau pan fydd ei gynlluniau cynhyrchu ar waith.

cerddoriaeth.[10] Mae hefyd wedi datgan ei fod yn bwriadu ystyried yr opsiwn o werthu ei swyddfeydd yn Llundain yn Horseferry Road.

Yn ein hymateb i'r SMP y llynedd, gwnaethom groesawu datblygiad C4C o'i strategaeth newydd. Mae C4C wedi cyhoeddi dogfen gryno ar ei chyfer. Gwnaethom hefyd nodi ein bod, fel rhan o'r gwaith o ddatblygu manylion *Fast Forward*, yn disgwyl i C4C osod targedau newydd iddo'i hun - fel y gwnaeth ar gyfer Future4 - er mwyn dal ei hun yn atebol yn gyhoeddus am gyflawni ei nodau. Rydym yn falch o weld bod C4C yn adrodd ar gynnydd o ran gweithredu ei strategaeth yn 2024, ond nid ydym eto wedi gweld tystiolaeth yn Adroddiad Blynyddol a SMCP C4C bod yr haen ychwanegol hon o fanylder wedi cael ei hychwanegu at y cynllun cryno na'r adroddiadau a gefnogir gan ddata. O ystyried y rôl hollbwysig y mae'n rhaid i *Fast Forward* ei chwarae o ran helpu i sicrhau llwyddiant parhaus C4C, rydym yn ailadrodd pa mor bwysig yw hi bod C4C yn fwy tryloyw ynghylch manylion sut bydd amcanion cyffredinol y cynllun yn cael eu cyflawni; yr amserlenni ar gyfer cyflawni'r nodau hyn; a'r metrigau y bydd yn eu defnyddio'n gyson i adrodd ar fanylion y cynnydd mae'n ei wneud. Gan gydnabod yr angen i'r arweinwyr newydd sy'n dod i C4C fod yn rhan o'r gwaith o ystyried beth ddylai'r rhain fod, edrychwn ymlaen at weld y pwyntiau hyn yn cael sylw dros y flwyddyn nesaf.

Perfformiad ariannol

Llwyddodd C4C i sicrhau refeniw cyson o un flwyddyn i'r llall a lleihau'r diffyg yn 2024

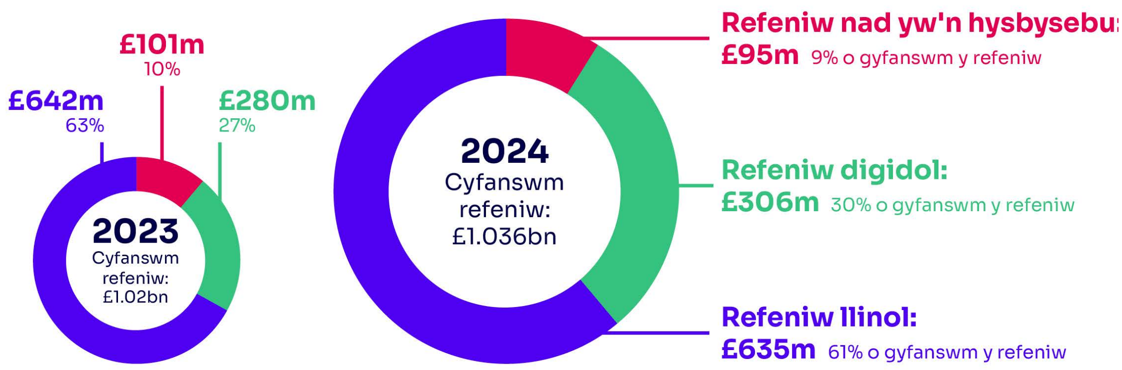
Yn dilyn 2023 heriol, gwelwyd cyfanswm gwariant hysbysebu teledu yn y DU yn tyfu unwaith eto yn 2024, i fyny 3.8% i £5.3 biliwn.[11] Cafodd hyn ei sbarduno gan dwf o 25.7% mewn hysbysebu fideo-ar-alw ('VoD') a gyrhaeddodd y lefel uchaf erioed, £1.3 biliwn.[12] Roedd hyn wedi'i hybu'n bennaf gan gynnydd mewn hysbysebu darlledu fideo ar-alw ('BVoD')[13] ac yn rhannol gan lansiad a thwf haenau sy'n cael eu cefnogi gan hysbysebion ar wasanaethau fideo ar-alw drwy danysgrifio ('SVoD').[14] Mae hysbysebu drwy fideo ar-alw drwy danysgrifio yn dal yn fach ond mae'n tyfu'n gyflym o sylfaen fach. Mae'r twf mewn hysbysebu fideo ar-alw ar draws y diwydiant yn gwrthbwyso'r gostyngiad o 2% mewn hysbysebu llinol, wrth i fwy o ddarlledwyr geisio symud mwy o refeniw hysbysebu i'r hyn y maent yn ei gynnig yn ddigidol.

Fel y dangosir yn Ffigur 1, mae model cyllido C4C yn dal i ddibynnu'n bennaf ar hysbysebu. Cynyddodd cyfanswm refeniw C4C 1% i £1.036 biliwn yn 2024, i fyny o £1.02 biliwn yn 2023.[15] Fodd bynnag, mae hyn yn dal £104 miliwn yn is na lefelau 2022 (£1.14 biliwn). Parhaodd hysbysebu llinol i gynrychioli y rhan fwyaf o refeniw C4C yn 2024, ac er bod hyn wedi gostwng 1% o un flwyddyn i'r llall

[10] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.107. Roedd y rhwydwaith Box yn cynnwys The Box, 4Music, Kerrang!, Magic a Kiss. Mae C4C wedi egluro i ni nad yw'r sianeli hyn bellach ar raddfa ddigonol i sicrhau elw ystyrlon ar fuddsoddiad ac mae'n adlewyrchu newidiadau yn arferion cynulleidfaoedd o ran gwylio.
[11] AA/WARC.
[12] AA/WARC.
[13] Mae darlledu fideo ar-alw (BVoD) yn cyfeirio at gynnwys fideo sy'n cael ei gynhyrchu gan ddarlledwyr traddodiadol (fel C4C) ac sydd ar gael ar-lein ac ar-alw.
[14] Gwasanaethau fideo ar-alw drwy danysgrifio (SVoD) yw gwasanaethau fideo ar alw drwy danysgrifio y telir amdanynt fel Netflix ac Amazon Prime Video.
[15] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.171.

i £635 miliwn,[16] roedd cyfradd y gostyngiad wedi arafu o'i gymharu â 2022-23. Roedd y gostyngiad hwn ychydig yn llai na'r gostyngiad a welwyd yn y farchnad drwyddi draw.

Ffigur 1: Cymhariaeth o gyfran refeniw C4C o ffynonellau llinol, digidol a ffynonellau nad ydynt yn ymwneud â hysbysebu 2024 a 2023.

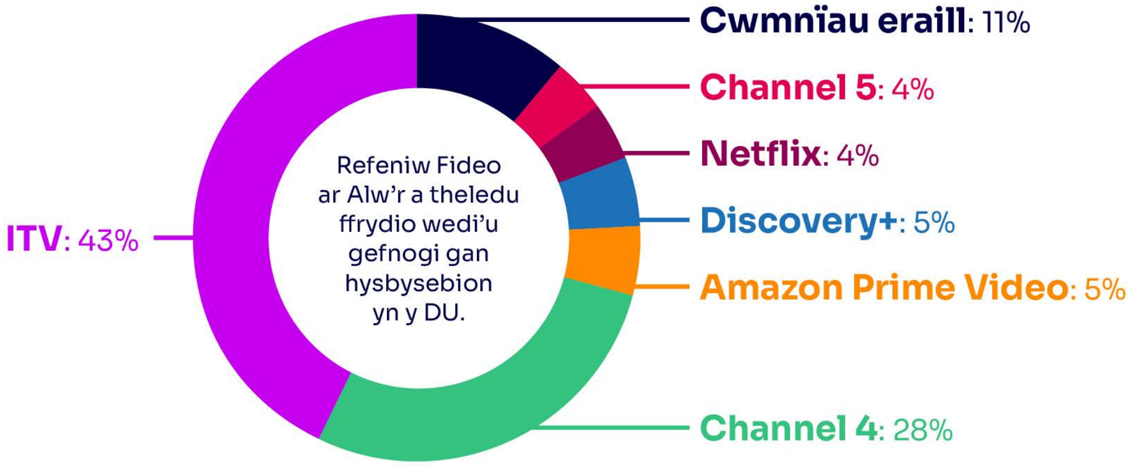


Ffynhonnell: Adroddiad Blynyddol a Datganiad Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television, 2023 a 2024.

Fel y soniwyd uchod, mewn ymateb i'r heriau o gynhyrchu refeniw o hysbysebu llinol, mae strategaeth *Fast Forward* C4C yn golygu ei fod yn mynd ati'n rhagweithiol i amrywio ei ffrydiau refeniw. Mae C4C yn tynnu sylw at gyrraedd y lefel uchaf erioed o ran ei refeniw hysbysebu digidol yn 2024, gan gynhyrchu £306 miliwn (cynnydd o 9% o un flwyddyn i'r llall).[17] Roedd y twf hwn yn is nag ar gyfer y farchnad drwyddi draw, fodd bynnag, rydym yn nodi bod strategaeth hysbysebu digidol sefydledig C4C wedi ei alluogi i ddenu bron i draean o holl refeniw fideo ar-alw'r DU yn 2024 (fel y dangosir yn Ffigur 2).

[16] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.104.
[17] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.21.

Ffigur 2: Refeniw hysbysebu fideo ar-alw yn y DU, yn ôl cwmni, 2024.[18]



Ffynhonnell: Ampere Analysis Markets – Gweithredwyr. Nid yw'n cynnwys hysbysebu fideo ar-lein o lwyfannau cymdeithasol.

Roedd hysbysebu digidol yn cynrychioli 30% o gyfanswm refeniw C4C yn 2024, ac mae C4C yn dweud bod hyn yn fwy na dwbl refeniw hysbysebu digidol cyfartalog darlledwyr masnachol yn y DU ac yn rhyngwladol.[19] Yn ei Adroddiad Blynyddol diweddaraf, dywedodd C4C hefyd fod ei refeniw YouTube wedi cynyddu 78%.[20] At ei gilydd, daeth 39% o refeniw C4C o ffynonellau anllinol yn 2024, sydd i fyny 2 bwynt canran ers 2023.

Mae C4C yn adrodd bod ei ffocws ar effeithlonrwydd gweithredol, a oedd yn cynnwys torri swyddi a chau'r sianeli Box, wedi arwain at welliant sylweddol yn ei ddiffyg cyn treth, sydd wedi mynd o £52 miliwn yn 2023 i £2 filiwn yn 2024,[21] ond mae hyn yn dal i lawr o warged o £20 miliwn yn 2022.

Mae'n amlwg bod C4C eisoes wedi gwneud cynnydd gydag "Ail-lunio'r busnes", sy'n un o elfennau *Fast Forward*, ac mae'n gobeithio gwneud cynnydd yn ei nod cysylltiedig o gynyddu twf hysbysebu digidol, fel rhan o'i fwriad i amrywio ei ffrydiau refeniw. Mae'n galonogol gweld C4C mewn sefyllfa gadarn ar hyn o bryd yn y farchnad hysbysebu fideo ar-alw. Fodd bynnag, roedd ei dwf hysbysebu digidol yn 2024 yn arafach o'i gymharu â'r farchnad drwyddi draw. Mae hyn ynghyd â'r potensial i'r gwasanaethau newydd yn y maes fideo ar-alw drwy danysgrifio ddenu hysbysebu oddi wrth wasanaethau fideo ar-alw darlledwyr sydd wedi bod o gwmpas yn hirach, yn golygu y bydd angen i C4C barhau i wthio'n galed i aros ar y blaen i wasanaethau eraill a lleihau ei ddibyniaeth ar hysbysebu llinol. Bydd nod C4C o ailwampio ei wasanaeth ffrydio ei hun yn rhan bwysig o'i gynllun i gyflawni hyn ac rydym yn aros yn eiddgar am ragor o fanylion.

---

[18] Nodyn am y siart: Nid oes modd cymharu data hysbysebu Ampere Analysis â gwybodaeth Adroddiad Gwariant AA/WARC felly ni ellir gosod y cyfrannau % yn y siart hwn ar ffigurau gwariant hysbysebu fideo ar-alw AA/WARC a nodir yn y testun uchod. Dylid trin yr wybodaeth hon yn ddangosol er mwyn deall cyfansoddiad y prif chwaraewyr ym marchnad hysbysebu fideo ar-alw y DU.
[19] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.21.
[20] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.17.
[21] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.11, cyn eitemau eithriadol.

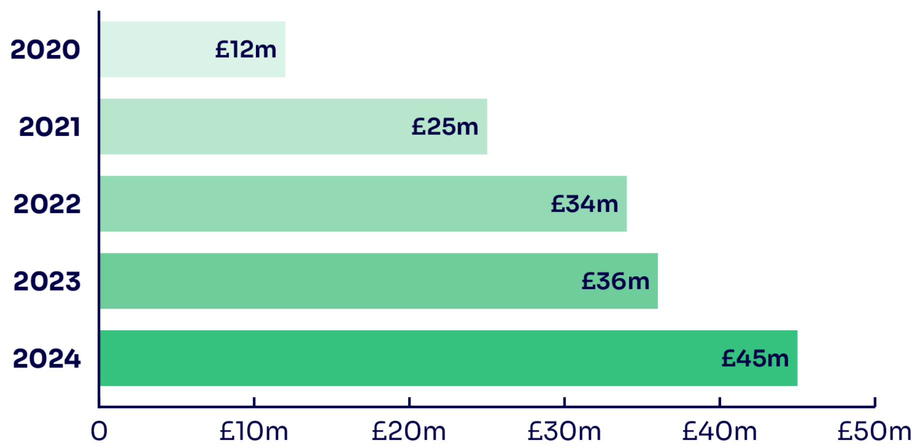
Mae C4C yn ymdrechu i gyflawni nifer o nodau gyda llai o gyllideb ar gyfer ei gynnwys

Ar draws y sector, mae cyllidebau cynnwys darlledwyr dan gryn straen, yn rhannol oherwydd ansicrwydd cynhenid yn y farchnad hysbysebu a phwysau chwyddiant mewn costau cynhyrchu. Mae C4C yn adrodd bod cyfanswm ei fuddsoddiad mewn cynnwys wedi gostwng 3% i £643 miliwn yn 2024, i lawr o £663 miliwn yn 2023 a £713 miliwn yn 2022.[22] Bu gostyngiad o 6%, sef £489 miliwn, yng nghyfanswm y gwariant ar raglenni gwreiddiol, i lawr o £520 miliwn yn 2023.[23] Roedd y brif sianel yn gyfrifol am £429 miliwn (88%) o wariant ar raglenni gwreiddiol, sydd hefyd 6% yn is o un flwyddyn i'r llall[24] a £12 miliwn yn is na'r cyfartaledd cyn Covid yn 2018-2019, sef £441 miliwn.[25]

Disgynnodd buddsoddiad mewn cynnwys gwreiddiol ar draws portffolio sianeli digidol C4C 7.5% i £49 miliwn (o £53 miliwn yn 2023).[26] Mae C4C wedi dweud wrthym fod y gostyngiad hwn mewn buddsoddi o ran cynnwys gwreiddiol yn adlewyrchu gostyngiad ehangach mewn costau sydd ar waith ar draws ei bortffolio mewn ymateb i bwysau ariannol ehangach.

Dyrannodd C4C bron i chwarter cyfanswm ei gyllideb cynnwys yn 2024 i raglenni a brynwyd[27]. Gwariodd £154 miliwn (cynnydd o £11 miliwn) o un flwyddyn i'r llall. Mae C4C wedi dweud wrthym fod rhaglenni sy'n cael eu prynu yn chwarae rôl strategol, ategol i raglenni gwreiddiol yn ei strategaeth cynnwys gyffredinol drwy wella'r dewis i wylwyr a helpu i gyrraedd cynulleidfaoedd nad ydynt yn cael eu gwasanaethu'n ddigonol.

Ffigur 3: Buddsoddiad C4C mewn cynnwys cyfryngau digidol (2020-2024).



Ffynhonnell: Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television, 2021-2024.

Fel y mae Ffigur 3 yn dangos, mae cyfanswm buddsoddiad C4C mewn cyfryngau digidol wedi cynyddu'n raddol bob blwyddyn ers 2020. Yn 2024, roedd cyfanswm y gwariant ar gyfryngau digidol

[22] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.79.
[23] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.77.
[24] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t. 89.
[25] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.77.
[26] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.77.
[27] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.77.

yn £45 miliwn, i fyny 25% o 2023.[28] O'r ffigur hwn, bu hefyd cynnydd yn y buddsoddiad mewn cynnwys cyfryngau digidol,[29] cynnydd o 22% i £11 miliwn.[30]

Rydym yn cydnabod bod C4C yn ail-gydbwyso ei gyllid cynnwys llinol a chynnwys digidol yn 2024, yn barhad o'r dull gweithredu y mae wedi'i ddefnyddio ers cyhoeddi ei strategaeth *Future4* wreiddiol. Mae hyn yn unol â'r cynllun *Fast Forward* digidol cyntaf a nodwyd yn 2024 a'i strategaeth gomisiynu *Fast Forward* a amlinellir yn ei Adroddiad Blynyddol diweddaraf. Nod y strategaeth yw darparu nifer llai, ond cryfach, o deitlau newydd sy'n gallu "torri drwodd" a chael mwy o lwyddiant ac effaith, gan ganolbwyntio ar genres sy'n gweithio ar ffrydio gan gynnwys "wedi'i sgriptio, realiti a ffeithiol premiwm" a phwyslais ar ffordd o fyw ar y gwasanaeth llinol.[31]

Mae C4C yn awyddus i bwysleisio y bydd yn gweithio i gydbwyso ffefrynnau hirsefydlog â llwyddiannau mawr newydd.[32] Mae'n anochel y bydd y dull hwn yn cyflymu'r broses o ailgydbwyso gwariant ar gynnwys o gomisiynau sy'n canolbwyntio ar wasanaethau llinol i gomisiynau sy'n canolbwyntio ar wasanaethau digidol. O ganlyniad, bydd yn hanfodol bod perfformiad cynnwys digidol a llinol newydd yn gallu cael ei fesur yn ddigonol ac yn gyson ar draws pob llwyfan a demograffeg y gynulleidfa a'i rannu'n dryloyw i ddangos effaith y strategaeth a pharhau i gyflawni cylch gwaith a dyletswyddau C4C. Mae hon yn thema rydym yn ei hystyried dro ar ôl tro yn yr adroddiad hwn.

Perfformiad o ran gwylio

Arhosodd faint o amser roedd cynulleidfaoedd yn ei dreulio'n gwylio cynnwys C4C yn sefydlog yn 2024 oherwydd cynnydd mewn gwylio ffrydio

Treuliodd cynulleidfaoedd tua 15 munud y dydd ar gyfartaledd yn gwylio cynnwys C4C ar draws ei wasanaethau llinol ac ar-lein yn 2024 (yn gyson â 2023). Treuliwyd ychydig o dan 3 munud o'r amser hwn gyda chynnwys fideo ar-alw C4C,[33] cynnydd o 14% ers 2023. Roedd gwylio cynnwys fideo ar-alw yn cyfrif am 18% o gyfanswm yr amser gwylio, i fyny ychydig (o 16%) yn 2023, gyda gwylio llinol yn cyfrif am yr 82% sy'n weddill. Treuliodd cynulleidfa darged graidd C4C o bobl ifanc 16-34 oed gyfanswm o 7 munud y dydd gyda chynnwys C4C (llinol a ffrydio), i lawr o 8 munud yn 2023.[34]

Cynnwys fideo ar-alw C4C yw'r pedwerydd mwyaf poblogaidd o blith y darlledwyr yn gyffredinol o hyd, mae hyn ar gyfer pob unigolyn a'r rhai hynny sydd rhwng 16 a 34 oed, y tu ôl i'r BBC, ITV a Sky. Fodd bynnag, parhaodd i fod y darlledwr gwasanaeth cyhoeddus fideo ar-alw yn y DU yn 2024 oedd yn denu'r gynulleidfa ieuengaf, gyda phobl ifanc 16-24 oed yn cyfrif am 6.9% o'i gynulleidfa (o'i gymharu â 6.7% ar gyfer ITVX, 5.7% ar gyfer BBC iPlayer a 3.4% ar gyfer My5).[35]

Yn ei Adroddiad Blynyddol diweddaraf, dywedodd C4C ei fod wedi cyrraedd mwy o wylwyr ar-lein nag erioed am yr ail flwyddyn yn olynol.[36] Roedd cyrhaeddiad cynnwys fideo ar-alw C4C wedi cynyddu 13% ers 2023 i 6.2 miliwn o wylwyr yn y DU ar gyfartaledd bob wythnos, sy'n 9.6% o'r holl

[28] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.79.
[29] Mae hyn yn cynnwys gwefannau a chynnwys ar draws llwyfannau.
[30] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.77.
[31] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.16.
[32] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.16.
[33] Mae hyn yn cynnwys gwylio gwasanaeth darlledu fideo ar-alw C4C ei hun, gwylio ei gynnwys drwy Sky Go/NOW a'i gynnwys YouTube sy'n cael ei fesur gan Barb.
[34] Barb fel y'i gwyliwyd.
[35] Barb fel y'i gwyliwyd.
[36] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.11.

unigolion. Cafodd y twf yn y nifer sy'n gwylio cynnwys fideo ar-alw C4C ei sbarduno gan gynulleidfaoedd hŷn, tra bod ei gyrhaeddiad i gynulleidfaoedd targed craidd o bobl 16-34 oed a phobl o grwpiau ethnig lleiafrifol heb newid rhyw lawer ers 2023. Gan ddadansoddi'r grwpiau oedran iau ymhellach, gallwn weld bod nifer y bobl 25-34 oed sy'n gwylio cynnwys fideo ar-alw C4C wedi gostwng ychydig (-7%), a bod y rhai hynny rhwng 16 a 24 oed wedi cynyddu ychydig bach (4%).[37]

Cynyddodd C4C ei gynnwys ar YouTube 31% yn 2024 ac mae'n gwneud cynnydd o ran denu gwylwyr yn y DU at ei nifer cynyddol o sianeli.[38] Yn ystod 2024, tyfodd gwylio cynnwys mesuredig YouTube C4C yn y cartref yn sylweddol ar gyfer pob grŵp oedran yn ogystal ag ar gyfer pobl o grwpiau ethnig lleiafrifol.[39] Roedd data C4C ei hun yn dangos bod achosion o wylio ei ddeunydd ar YouTube yn y DU wedi cynyddu 26% yn 2024 i dros 340 miliwn, a bod gwylio penodau llawn ffurf hir o'i gynnwys (30-60 munud a mwy) ar YouTube wedi cynyddu 169% (i dros 110 miliwn) yn 2024.[40] O ganlyniad, mae C4C yn dweud ei fod yn bwriadu cynyddu faint o'i gynnwys ffurf hir sydd ar YouTube.[41]

Dywedodd C4C fod cynnwys C4C ar lwyfannau cyfryngau cymdeithasol wedi arwain at tua 2.3 biliwn o achosion o wylio yn y DU, i fyny 5.5% o un flwyddyn i'r llall, gyda chynulleidfaoedd iau yn y DU yn cyfrif am 1.2 biliwn o'r achosion hyn (i fyny 3.4% o un flwyddyn i'r llall).[42] Dywedodd C4C mai TikTok oedd ei lwyfan mwyaf ar gyfer achosion o wylio, ac Instagram oedd y llwyfan a oedd yn tyfu cyflymaf, gyda'r nifer o achosion o wylio saith gwaith yn uwch yn 2024 o'i gymharu â'r flwyddyn flaenorol.[43]

Fodd bynnag, gostyngodd cyfanswm cyrhaeddiad C4C, yn bennaf oherwydd gostyngiad mewn cynulleidfaoedd llinol, gan danlinellu pwysigrwydd cyflawni Fast Forward yn llwyddiannus

Er gwaethaf y twf yn nifer y bobl a oedd yn gwylio cynnwys fideo ar-alw C4C yn 2024, nid oedd yn ddigon i wrthbwyso'r gostyngiad yn y rhai hynny a oedd yn gwylio teledu llinol yn rheolaidd. Bu gostyngiad hefyd yn y nifer a oedd yn gwylio unrhyw gynnwys o C4C (ar draws gwasanaethau llinol a ffrydio), i lawr 7% o un flwyddyn i'r llall i 24.8 miliwn ar gyfartaledd bob wythnos (38.8% o'r holl unigolion).[44]

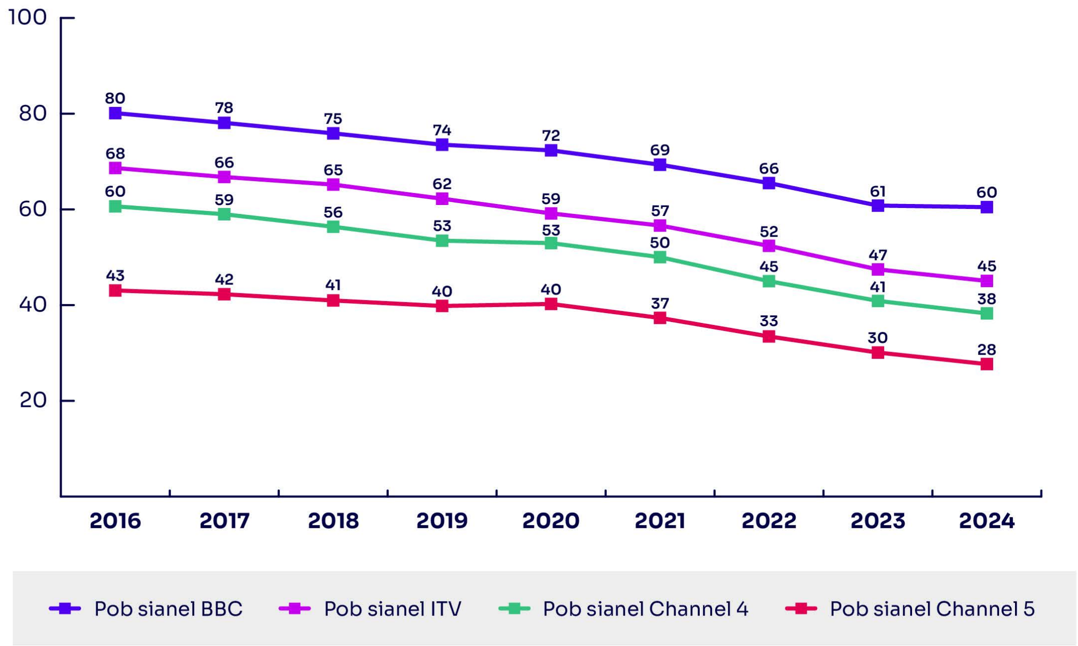
Yn 2024, gostyngodd cyrhaeddiad i brif sianel C4C ymysg yr holl gynulleidfaoedd 2 bwynt canran i 27.7% (o 29.7% yn 2023). Mae Ffigur 4 yn dangos bod cyrhaeddiad wythnosol cyfartalog teulu C4C o sianeli teledu llinol[45] wedi gostwng i 38.3% yn 2024 (i lawr o 40.9% yn 2023). Mae hyn yn debyg i

---

[37] Barb fel y'i gwyliwyd. Meini prawf cyrhaeddiad: 15+ munud yn olynol.
[38] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.58.
[39] Barb fel y'i gwyliwyd. Mae'r amser cyfartalog sy'n cael ei dreulio ar gynnwys YouTube C4C sy'n cael ei fesur gan Barb bron wedi dyblu (98%) rhwng 2023 a 2024, ond nid ydym yn gwybod a allai rhywfaint o'r cynnydd hwn fod oherwydd datblygiadau yn y dull mesur.
[40] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.11.
[41] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.15.
[42] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.56, yn y cyd-destun hwn 'cynulleidfaoedd iau' yw 13-34 oed.
[43] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.58, mae hyn yn gynnydd o 231% o un flwyddyn i'r llall.
[44] Barb fel y'i gwyliwyd.
[45] Roedd teulu sianeli Channel 4 yn cynnwys Channel 4, Channel 4+1, E4, More4, Film 4, Box, E4 Extra, 4 Music, Kiss TV, Kerrang a Magic TV yn 2024, er bod y sianeli Box wedi cau ym mis Gorffennaf 2024. Heb gynnwys y sianeli Box o'r dadansoddiad, roedd cyrhaeddiad at deulu sianeli Channel 4 yn dal wedi gostwng o un flwyddyn i'r llall.

gyfradd y gostyngiad a welwyd gan grwpiau sianeli Channel 5, ITV a Sky, er dim ond un pwynt canran oedd gostyngiad sianeli llinol y BBC o 2023 i 60% yn 2024.[46]

Ffigur 4: Cynulleidfa wythnosol ar gyfartaledd yn ôl grŵp sianel (%): 2016-2024.



Ffynhonnell: Barb, data 28 diwrnod cyfunol, pawb 4+ oed. Meini prawf cyrhaeddiad: 15+ munud yn olynol.

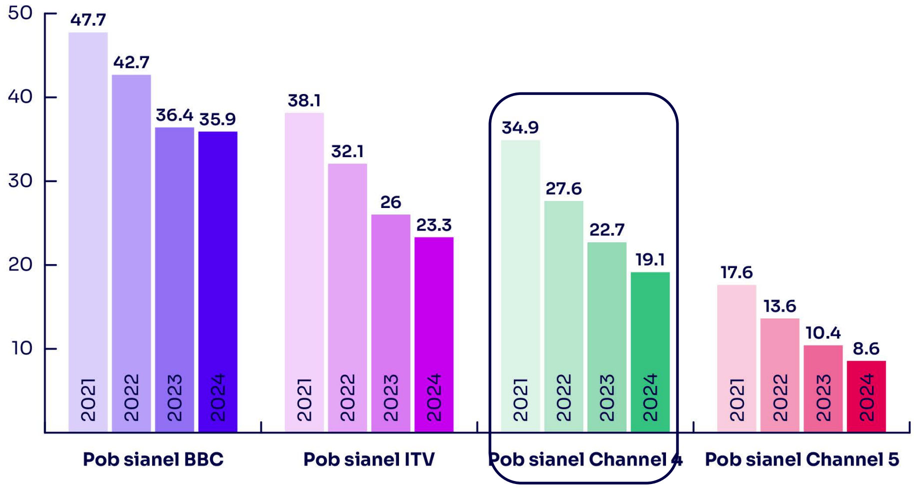
Mae gwylwyr 16-34 oed yn dal i wylio llai o deledu sy'n cael ei ddarlledu nag erioed. Yn 2024, bu gostyngiad arall o 2.8 pwynt canran i 54.5% yng nghyrhaeddiad wythnosol cyfartalog y grŵp oedran hwn ar draws cyfanswm teledu a ddarlledir. Gostyngodd cyrhaeddiad prif sianel C4C yn gyflymach, i lawr 2.7 pwynt canran o un flwyddyn i'r llall i 11.8% yn 2024. Bu gostyngiad o 3.6 pwynt canran yn nifer y bobl ifanc 16-34 oed sy'n gwylio teulu sianeli C4C bob wythnos ar gyfartaledd yn 2024, i lawr i 19.1% yr wythnos. Fel mae Ffigur 5 yn ei ddangos, mae hon yn gyfradd ychydig yn is o ddirywiad na Channel 5 ac yn gyfradd gyflymach nag ITV, tra bod ffigurau cyrhaeddiad y BBC wedi aros yn sefydlog o un flwyddyn i'r llall.[47]

---

[46] Barb. Mae cyfanswm cyrhaeddiad C4C yn defnyddio data fel y'i gwyliwyd. Mae cyrhaeddiad sianeli llinol Channel 4 yn defnyddio data 28 diwrnod cyfunol, setiau teledu yn unig. Meini prawf cyrhaeddiad: 15+ munud yn olynol.

[47] Barb, 28 diwrnod cyfunol, drwy setiau teledu yn unig. Meini prawf cyrhaeddiad 15+ munud.

Ffigur 5: Cyrhaeddiad wythnosol llinol cyfartalog yn ôl grŵp sianel ar gyfer pobl ifanc 16-34 oed: 2021-2024.



Ffynhonnell: Barb, data 28 diwrnod cyfunol, pobl 16-34 oed. Meini prawf cyrhaeddiad: 15+ munud yn olynol.

Parhaodd sianel bortffolio fwyaf C4C – sef E4, sy'n canolbwyntio ar bobl ifanc – i wynebu heriau sylweddol o ran cadw ei chynulleidfa linol yn 2024. Er bod y cyrhaeddiad cyfartalog wythnosol ar gyfer pob cynulleidfa wedi aros yn sefydlog ar 10%, gostyngodd i 6.5% ymysg ei gynulleidfa darged 16-34 oed (i lawr o 7.2% yn 2023). Yn 2024 roedd cyfradd y gostyngiad mewn cyrhaeddiad wedi arafu o'i gymharu â blynyddoedd blaenorol.[48]

Roedd plant hefyd yn gwylio sianeli llinol C4C yn llai aml yn 2024. Gostyngodd cyrhaeddiad wythnosol cyfartalog prif sianel C4C i 9.3% (11.1% yn 2023) ar gyfer plant 10-14 oed ac i 8.2% (9.3% yn 2023) ar gyfer pobl ifanc 14-19 oed yn 2024. Fodd bynnag, ar gyfer y ddwy gynulleidfa, roedd hyn yn gyfradd arafach o ddirywiad na'r flwyddyn flaenorol.[49]

Ymysg pobl o gefndiroedd lleiafrifoedd ethnig, parhaodd cyrhaeddiad wythnosol cyfartalog prif sianel C4C i ostwng hefyd yn 2024 i 14.5% (o 17.1% yn 2023). Roedd 7.7% o gynulleidfa C4 yn dod o grwpiau lleiafrifoedd ethnig yn 2024, yr uchaf ar y cyd o'r pum prif ddarlledwr gwasanaeth cyhoeddus ochr yn ochr ag ITV1.[50]

Gan droi at gyfran, mae teulu sianeli C4C wedi sicrhau cyfran gyson o wylio teledu sy'n cael ei ddarlledu, sef tua 10% ymysg yr holl unigolion ers 2021, gyda'r brif sianel hefyd yn aros yn sefydlog ar tua 5% o un flwyddyn i'r llall.

Roedd cyfran y gwylio i deulu sianeli C4C ymysg pobl ifanc 16-24 oed yn uwch (11.8%) o'i gymharu â phob unigolyn (10%) yn 2024. Fodd bynnag, roedd y gyfran ar gyfer y brif sianel ymysg pobl 16-34 oed yn debyg i'r holl unigolion (5%) yn 2024 oherwydd bod cyfran y bobl ifanc 16-34 oed wedi gostwng dros amser. [51] Prif sianel C4C oedd â'r drydedd gyfran fwyaf o wylio ymysg pobl ifanc 16-34 oed y tu ôl i BBC One (18%) ac ITV1 (14.7%), ac roedd y ddau hynny wedi cynyddu eu cyfran o achosion o wylio gan y grŵp hwn yn 2024 o un flwyddyn i'r llall. Parhaodd prif sianel C4C i fod â'r proffil 16-34 uchaf o'r pum prif sianel darlledu gwasanaeth cyhoeddus, gydag 8% o'i gynulleidfa yn

[48] Barb, 28 diwrnod cyfunol, drwy setiau teledu yn unig. Meini prawf cyrhaeddiad 15+ munud.
[49] Barb, 28 diwrnod cyfunol, drwy setiau teledu yn unig. Meini prawf cyrhaeddiad 15+ munud.
[50] BBC One 7%, Channel 5 6.4% a BBC Two 6%. Barb 28-diwrnod cyfunol, drwy set deledu yn unig, nid yw Channel 4, ITV1 na Channel 5 yn cynnwys eu sianeli +1.
[51] Gostyngodd cyfran pobl ifanc 16-34 oed ar gyfer Channel 4 (y brif sianel) o 6.6% yn 2022 i 5.8% yn 2023 ac yna i 5% yn [2024].

perthyn i'r grŵp oedran hwn (o'i gymharu â 7% ar gyfer ITV1, 6% ar gyfer BBC One, a 5% ar gyfer BBC Two a Channel 5).[52]

Mae cyrhaeddiad C4C i gynulleidfa linol a chynulleidfa ffrydio yn dangos pam mae strategaeth gomisiynu 'digidol yn gyntaf' yn hanfodol os yw C4C am gyflawni graddfa'r gwylio digidol sy'n angenrheidiol i wrthbwyso'r gostyngiad parhaus mewn cynulleidfaoedd llinol. Rydym yn croesawu'r cynnydd hyd yma, sy'n cynnwys: C4C i ehangu faint ac amrywiaeth ei gynnwys YouTube, a'r twf yn sgil hynny mewn gwylio ar gyfer y rhan fwyaf o grwpiau oedran; yn ogystal â'i benderfyniad i fanteisio ar y nifer cynyddol o bobl sy'n gwylio YouTube ar setiau teledu, drwy ehangu faint o gynnwys ffurf hir mae'n ei ddarparu ar y llwyfan yn y dyfodol. Byddwn yn dilyn y datblygiad hwn yn frwd. Mae hefyd yn galonogol gweld y twf mewn gwylio llwyfannau cyfryngau cymdeithasol C4C ar gyfer grwpiau oedran iau a chynnwys fideo ar-alw C4C ymysg gwylwyr hŷn, ond mae'n amlwg y bydd angen twf sylweddol pellach i newid tueddiadau gwylio cyffredinol. Yn gadarnhaol, mae ein hymchwil yn dangos bod ychydig dros dri gwyliwr o bob pump (63%) yn dweud bod gwasanaeth ffrydio Channel 4 yn '*darparu gwasanaethau sy'n hawdd llywio fy ffordd drwyddynt*' yn dda.[53] Mae C4C wedi datgan ei fwriad i wneud gwelliannau pellach i'w lwyfan ffrydio a'i wasanaethau ehangach dros y blynyddoedd nesaf er mwyn gwella profiad y defnyddiwr a hysbysebwyr ymhellach. Wrth i C4C barhau i ddatblygu ei arlwy ffrydio a datblygu ei strategaeth Fast Forward, byddwn yn parhau i fonitro ei gynnydd ac yn disgwyl i C4C adrodd ar y canlyniadau i gynulleidfaoedd sy'n defnyddio ei wasanaethau digidol.

C4C yn cyflawni meysydd penodol o gylch gwaith a dyletswyddau cynnwys C4

Mae gan Channel 4 gylch gwaith eang i ddarparu ystod eang o raglenni amrywiol o ansawdd uchel sydd, yn benodol, yn dangos arloesedd, arbrofi a chreadigrwydd; yn apelio at chwaeth a diddordebau cymdeithas amrywiol yn ddiwylliannol; yn gwneud cyfraniad sylweddol at ddarparu rhaglenni o natur addysgol; ac yn arddangos cymeriad nodedig.[54]

Yn ogystal â chyflawni ei gylch gwaith drwy wasanaeth llinol Channel 4, mae gan C4C amrywiaeth o ddyletswyddau cynnwys cyfryngau statudol y gall eu cyflawni ar draws ei holl wasanaethau darlledu ac ar-lein.[55] Isod, rydym yn tynnu sylw at feysydd allweddol lle mae C4C naill ai wedi perfformio'n dda neu lle rydym yn credu bod lle i wella.

Mae cynulleidfaoedd yn parhau i werthfawrogi amrywiaeth cynnwys C4C ar wasanaethau llinol a ffrydio

Drwy gydol ei Adroddiad Blynyddol ar gyfer 2024 a'r SMCP, mae C4C wedi cyfeirio at amrywiaeth o deitlau i ddangos sut mae'n cyflawni nodweddion craidd ei gylch gwaith, yn amrywio o *Joe Lycett vs Sewage*, *We are Lady Parts* a *The Gathering*, i *The Piano*, *To Catch A Copper* a *Big Boys*. Mae ein hymchwil ni ac ymchwil C4C yn dangos bod cynulleidfaoedd yn dal i roi sgôr uchel i sianeli teledu

[52] Barb, data 28 diwrnod cyfunol. Nid yw'r 'brif sianel' yn cynnwys sianeli Channel 4 +1, mae sianeli +1 wedi'u heithrio ar gyfer ITV1 a Channel 5 yma hefyd.
[53] Traciwr Cyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus Ofcom 2024.
[54] Gweler Atodiad 1 lle rydym yn nodi cylch gwaith gwasanaeth cyhoeddus C4C yn llawn.
[55] Mae Atodiad 1 yn nodi dyletswyddau cynnwys cyfryngau C4C. Y gwasanaethau ar-lein perthnasol yw'r gwasanaethau rhaglenni ar-alw a gwasanaethau eraill a gaiff eu darparu drwy'r rhyngrwyd lle bydd rhywun yn arfer rheolaeth olygyddol dros y deunyddiau sydd wedi'u cynnwys yn y gwasanaeth.

Channel 4 a'r prif wasanaeth ffrydio am gomisiynu rhaglenni sy'n arloesi, yn arbrofi, yn greadigol ac yn unigryw.

Yn ôl Traciwr Cyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus ('PSM') 2024 Ofcom dywedodd tua thri chwarter y gwylwyr yn ystod y chwe mis diwethaf eu bod yn fodlon ar brif sianel deledu Channel 4 (77%); dywedodd dros saith o bob deg (72%) yr un peth ar gyfer gwasanaeth ffrydio Channel 4. Mae'r ddau yn parhau i fod yn weddol gyson â blynyddoedd blaenorol.[56]

Mae cynulleidfaoedd hefyd yn parhau i werthfawrogi amrywiaeth cynnwys C4C. Ymysg gwylwyr, ystyrir bod gwasanaeth ffrydio Channel 4 a sianeli teledu Channel 4 yn darparu '*amrywiaeth eang o wahanol fathau o raglenni, fel drama, comedi, adloniant neu chwaraeon*' yn dda (65% a 54% yn y drefn honno). Yn yr un modd, gwelir bod y ddau yn perfformio'n dda o ran darparu 'rhaglenni sy'n berthnasol i mi' (60% a 51%) ac o ran 'apelio at ystod eang o wahanol gynulleidfaoedd' (62% a 54%).[57]

Mae cynulleidfaoedd hefyd yn gwerthfawrogi natur unigryw C4C. Dywedodd dros hanner y gwylwyr fod gwasanaeth ffrydio a sianeli teledu Channel 4 yn darparu 'rhaglenni sy'n wahanol i ddarparwyr eraill o ran y ffordd maen nhw'n ymdrin â phethau' (58% a 50%) a *'rhaglenni sy'n fy helpu i weld pethau o ongl/persbectif gwahanol'* (56% a 51%) yn dda.[58]

Yn 2022, cyflwynodd C4C ei fframwaith mesur newydd ei hun, sy'n cynnwys datganiadau tracio cynulleidfaoedd sy'n cyd-fynd yn agosach ag elfennau o'i gylch gwaith gwasanaeth cyhoeddus tra hefyd yn ceisio asesu perfformiad ar draws ei holl wasanaethau. Mae C4C hefyd nawr yn tracio ei berfformiad ei hun o'i gymharu â set ehangach o gystadleuwyr, gan gynnwys Sky a'r prif wasanaethau fideo ar-alw drwy danysgrifio (gan gynnwys Netflix ac Amazon Prime), ochr yn ochr â'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus eraill. Rydym yn cefnogi datblygiad y fframwaith hwn gan ei fod yn helpu C4C i gael darlun mwy cyflawn o'i berfformiad o'i gymharu â gwasanaethau eraill sy'n boblogaidd ymysg ei grŵp cynulleidfa targed o bobl ifanc 16-34 oed.

Rhan o gylch gwaith C4C yw bod yn arloesol, ysbrydoli newid a chynnig llwyfan ar gyfer safbwyntiau gwahanol. Yn ei Adroddiad Blynyddol diweddaraf, mae C4C yn adrodd bod cynulleidfaoedd yn cysylltu ei wasanaethau â "*bob amser yn rhoi cynnig ar rywbeth newydd*", gyda 47% o'r ymatebwyr yn cytuno bod C4C yn perfformio'n dda ar y mesur hwn (48% yn 2023). Roedd C4C yn ail i Netflix yn unig ar y metrig hwn (51% yn 2024) ac yn amlwg ar y blaen i'w gystadleuydd darlledu gwasanaeth cyhoeddus agosaf (y BBC gyda 35% yn 2023). Canfu C4C hefyd fod 50% o'r ymatebwyr yn credu bod C4C yn "gwthio ffiniau" (51% yn 2023), ar y blaen o'i gystadleuydd agosaf, sef Netflix (41%), a bod 55% o'r ymatebwyr yn meddwl bod rhaglenni C4C yn gwneud iddynt feddwl yn wahanol (cynnydd ar 50% yn 2023).[59]

Mae llawer o gyfresi C4C sy'n dychwelyd yn parhau i fod yn boblogaidd gyda chynulleidfaoedd. Yn ei phymthegfed gyfres, roedd pennod gyntaf *The Great British Bake Off* y rhaglen unigol fwyaf poblogaidd o'r flwyddyn unwaith eto ar C4C, gydag 8.3 miliwn o wylwyr. Roedd ffefrynnau eraill ymysg cynulleidfaoedd yn cynnwys *Gogglebox* a *Celebrity Gogglebox*, gyda chyfartaledd o dros 4.5 miliwn o wylwyr yn gwylio'r penodau a berfformiodd orau. Yn dychwelyd i amserlen E4, parhaodd

[56] Traciwr Cyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus Ofcom 2024.
[57] Traciwr Cyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus Ofcom 2024.
[58] Traciwr Cyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus Ofcom 2024.
[59] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.88.

Married at First Sight i berfformio'n dda a fersiwn y DU oedd y sioe a berfformiodd orau ar y sianel am y drydedd flwyddyn yn olynol.[60]

Roedd rhaglenni newydd a berfformiodd yn dda yn 2024, ac y nododd C4C eu bod yn cyfrannu at ei gylch gwaith, yn cynnwys tri theitl a enillodd wobrau a oedd yn canolbwyntio ar droseddu.[61] Aeth *To Catch a Copper* i'r afael â'r mater o gamymddwyn gan yr heddlu a gofynnodd gwestiynau amserol ynghylch sut mae'r heddlu'n cael eu dal yn atebol. Yn ôl C4C roedd y rhaglen wedi perfformio'n arbennig o dda ymysg pobl ifanc 16–34 oed.[62] Dilynodd *The Push: Murder on the Cliff* hanes treial llofruddiaeth yng Nghaeredin ac aeth i'r afael â materion sy'n ymwneud â thrais domestig a rheolaeth drwy orfodaeth. Y bennod a berfformiodd orau o blith cyfresi newydd C4C yn 2024 oedd *The Jury: Murder Trial*, a oedd yn fformat newydd o raglenni trosedd go iawn, gan iddi ddenu 3.5 miliwn o wylwyr i'r bennod gyntaf.[63]

Y llynedd, fe wnaethom dynnu sylw at y ffaith bod llawer o raglenni C4C sy'n perfformio orau ar deledu llinol a ffrydio yn fformatau sydd wedi cael eu profi, gan gynnwys y teitlau hynny sy'n dychwelyd y soniwyd amdanynt uchod. Wrth i C4C newid i strategaeth gomisiynu 'digidol yn gyntaf' drwy *Fast Forward*, fe wnaethom nodi y bydd yn hanfodol cael y cydbwysedd cywir rhwng fformatau sefydledig a chymryd risgiau ar gomisiynau newydd. Yn ei Adroddiad Blynyddol diweddaraf, mae C4C yn cydnabod, oherwydd bod gymaint o ffynonellau adloniant yn cystadlu â'i gilydd, ei bod yn anodd denu cynulleidfaoedd i raglenni anghyfarwydd. Wrth i'w strategaeth gomisiynu newydd ddod yn fwy sefydledig, rydym yn gobeithio gweld C4C yn parhau â'i draddodiad degawdau oed o fod yn feiddgar, i ddarparu mwy o raglenni unigryw ac arloesol sy'n apelio'n fawr ac sy'n gallu sbarduno gwylio ar wasanaethau ffrydio a llinol.

Rydym yn croesawu'r pwyslais o'r newydd ar gomisiynu o'r gwledydd a'r rhanbarthau yn strategaeth ddiweddaraf C4C, sef 4 *All the UK*

Ers nifer o flynyddoedd yn ein hymatebion i'r SMCP, rydym wedi annog C4C i sicrhau bod ei fuddsoddiad mewn cynnwys yn cael effaith ledled y DU, a bod pobl o bob cwr o'r gwledydd a'r rhanbarthau yn cael cyfle i weld eu hunain yn cael eu cynrychioli yn ei allbwn. Yn ein hymateb i'r SMCP y llynedd, fe wnaethom ailadrodd nad yw effaith buddsoddiad C4C yn cael ei theimlo'n gyfartal ar draws y DU a thynnwyd sylw at y ffaith y gallai wneud mwy i gynrychioli gwahanol wledydd a rhanbarthau'r DU yn ei allbwn ac i olrhain effaith ei gomisiynu ar draws y DU.

Ar ben hynny, fe wnaethom nodi gofynion adrodd newydd mewn llythyr a anfonwyd at C4C ym mis Rhagfyr 2024, ar ôl cyhoeddi ein Datganiad aildrwyddedu, ynghylch comisiynu C4C y tu allan i Lundain, er mwyn gwella ei atebolrwydd i ni ac i randdeiliaid ehangach.

Ym mis Hydref 2024 cyhoeddodd C4C strategaeth newydd ar gyfer y gwledydd a'r rhanbarthau sy'n ffurfio cam nesaf ei raglen waith *4 All the UK* ac mae wedi ymrwymo i:

---

[60] Y rhaglenni sy'n perfformio orau ar sail y bennod sy'n cael y sgôr uchaf fel y'i gwyliwyd ar draws gwasanaeth llinol a gwasanaeth ffrydio ar gyfer pob unigolyn 4 oed a hŷn.

[61] Enillodd *To Catch a Copper* a *The Jury: Murder Trial* wobrau am y Gyfres Ffeithiol Orau a'r Gyfres Realiti Orau yng ngwobrau teledu BAFTA 2025, ac enillodd *The Push: Murder on the Cliff* y Gyfres Ddogfen Orau yng ngwobrau Rhaglenni'r RTS yn 2025.

[62] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.58. Mae ein dadansoddiad ein hunain o Barb yn dangos bod pennod 3 *To Catch a Copper* wedi ymddangos yn yr 20 pennod a berfformiodd orau ar gyfer pobl ifanc 16-34 oed a 14-19 oed (y teitl mwyaf poblogaidd) yn ystod 2024 ar sianeli llinol ac ar-alw C4C.

[63] Barb, fel y'i gwyliwyd, ar setiau teledu yn unig.

- Cynyddu gwariant rhaglen hyfforddi a datblygu gyrfa 4Skills i £10 miliwn y flwyddyn, gan gynnwys *Accelerate*, sef rhaglen newydd dwy flynedd, werth £6 miliwn, i ddatblygu gyrfa newydd.
- Cynyddu buddsoddiad i gryfhau comisiynu C4C y tu allan i Lundain ac ad-drefnu'r timau comisiynu i sicrhau dull gweithredu strategol, pwrpasol ar gyfer comisiynu ym mhob gwlad y DU.
- Anelu at gynyddu ei ymrwymiad i gomisiynu yn y gwledydd o draean – o 9% i 12% o wariant ac oriau cynnwys y brif sianel – yng Nghymru, yr Alban a Gogledd Iwerddon erbyn 2028 cyn i gwotâu newydd ddod i rym yn 2030.
- Ehangu gweithlu C4C y tu allan i Lundain i 600 o rolau.

Ochr yn ochr â hyn, cyhoeddodd C4C hefyd ei fod wedi penodi Jo Street yn Gyfarwyddwr Comisiynu ar gyfer y gwledydd a'r rhanbarthau i weithio ochr yn ochr â Sinead Rocks, Rheolwr Gyfarwyddwr y gwledydd a'r rhanbarthau er mwyn rhoi hwb i gomisiynu y tu allan i Lundain.

Rydym yn croesawu'r cynlluniau hyn ac yn eu hystyried yn gam cadarnhaol tuag at gryfhau comisiynu y tu allan i Lundain a meithrin perthynas gryfach â chynhyrchwyr yn y gwledydd a'r rhanbarthau. Rydym wedi clywed gan rai rhanddeiliaid am newidiadau cadarnhaol i'r broses gomisiynu yn ystod y misoedd diwethaf a byddwn yn parhau i fonitro'r maes hwn cyn blwyddyn lawn gyntaf C4C o adrodd ar y gofynion newydd yn 2026.

Roedd gwariant comisiynu C4C yng ngwledydd a rhanbarthau'r DU yn parhau i amrywio o un flwyddyn i'r llall

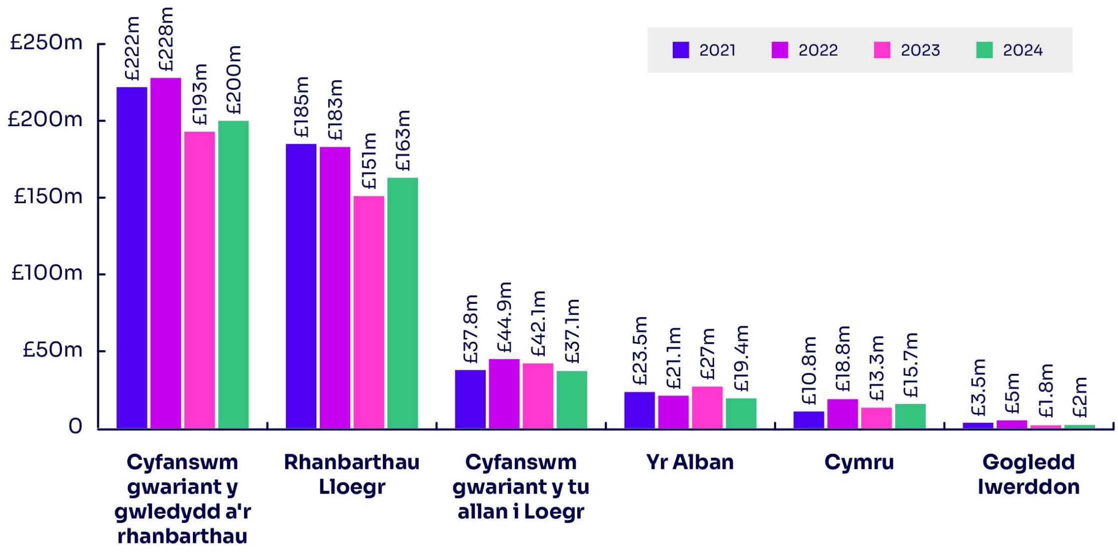
Yn wahanol i gyfanswm y gyllideb ar gyfer rhaglenni gwreiddiol a ddisgynnodd yn 2024, cynyddodd gwariant C4C ar gomisiynu ar gyfer y gwledydd a'r rhanbarthau 4% i £200 miliwn (i fyny o £193 miliwn yn 2023).[64] Fodd bynnag, gostyngodd gwariant y tu allan i Loegr 12% i £37 miliwn yn dilyn gostyngiad blaenorol o 6% yn 2023. Roedd y gwariant yn yr Alban yn 2024 yn £19.4 miliwn (i lawr 28% o un flwyddyn i'r llall), sy'n 52% o gyfanswm gwariant y gwledydd. I'r gwrthwyneb â hyn, cynyddodd y gwariant yng Nghymru i £15.7 miliwn (cynnydd o 18%) ac yng Ngogledd Iwerddon i £2 filiwn (cynnydd o 11%).[65]

Roedd gwariant portffolio teledu C4C ar gomisiynau yn rhanbarthau Lloegr wedi cynyddu 8% gan gyrraedd £163 miliwn yn 2024. Dywedodd SMCP C4C fod y buddsoddiad yn rhanbarthau Lloegr wedi'i ddosbarthu'n fwy cyfartal, gyda llai o arian yn cael ei ddyrannu i Ogledd Lloegr (£86.6 miliwn) a mwy i Dde Lloegr (£58.2 miliwn) a Chanolbarth Lloegr (£6.5 miliwn). Gwariwyd £11.3 miliwn yn ychwanegol ar raglenni a wnaed mewn mwy nag un rhanbarth.[66]

---

[64] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.13.
[65] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t. 78.
[66] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t. 78.

Ffigur 6: Gwariant C4C ar gynnwys gwreiddiol yn y gwledydd a'r rhanbarthau (2021-2024).



Ffynhonnell: Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television, 2021-2024.

Dywedodd C4C fod 47 o'r 150 o gwmnïau cynhyrchu a gomisiynwyd gan C4C wedi'u lleoli yn y gwledydd a'r rhanbarthau, yr un nifer ag yn 2023, ond roedd hyn yn 31% o sylfaen cyflenwyr C4C yn 2024, ychydig yn is o un flwyddyn i'r llall (o 33%).[67]

Ochr yn ochr ag olrhain buddsoddiad C4C yng ngwledydd a rhanbarthau'r DU o un flwyddyn i'r llall, rydym hefyd yn monitro cydymffurfiaeth ag amodau trwydded C4C. Ar hyn o bryd mae gan C4C gwotâu ar gyfer cynhyrchu y tu allan i Lundain (35% o'r gwariant a'r oriau) a'r tu allan i Loegr (9% o'r gwariant a'r oriau) sy'n berthnasol i'r brif sianel, Channel 4.[68] Yn 2024, roedd C4C wedi rhagori ar ei gwotâu, gyda 63% o oriau cymwys a 54% o wariant cymwys yn cael ei ddyrannu y tu allan i Lundain, a 15% o oriau cymwys a 10% o wariant cymwys yn cael ei ddyrannu y tu allan i Loegr.[69]

Mae'r gofynion adrodd newydd yn tynnu sylw at sut mae C4C yn mireinio ei ddull o gomisiynu yn y gwledydd a'r rhanbarthau

Yn y llythyr a anfonwyd at Channel 4 ar ôl cyhoeddi ein datganiad aildrwyddedu, fe wnaethom nodi gofynion adrodd newydd,[70] yn gofyn i C4C ddangos:

- Sut mae ei ddull o gomisiynu y tu allan i Loegr yn cefnogi ac yn ysgogi'r sector cynhyrchu teledu yn y gwledydd;
- Ei strategaeth ar gyfer comisiynu ym mhob gwlad unigol dros y flwyddyn nesaf a sut mae wedi cyflawni ei strategaeth ar gyfer y flwyddyn flaenorol; ac
- Ei gynlluniau i ymgysylltu â rhanddeiliaid a chynulleidfaoedd yn y gwledydd yn ystod y flwyddyn nesaf a sut mae wedi ymgysylltu â nhw dros y flwyddyn flaenorol.

[67] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.81.
[68] Rydym wedi cadw'r cwotâu hyn o drwydded flaenorol C4C, ond fel y nodwyd uchod, bydd cwotâu Gwnaed y tu allan i Loegr Channel 4 yn codi i 12% o oriau a gwariant o 2030 ymlaen.
[69] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.90.
[70] Roedd y gofynion adrodd newydd hyn yn diweddaru'r canllawiau cyfredol ar Ddatganiad Polisi Rhaglenni a Pholisi Cynnwys Cyfryngau Cyfunol C4C a byddant yn parhau mewn grym nes byddant yn cael eu disodli gan ganllawiau newydd, y disgwylir iddynt fod yn berthnasol o 2026 ymlaen. Fe wnaethom ymgynghori ar y canllawiau newydd ym mis Chwefror 2024.

Fe wnaethom hefyd ddweud ein bod yn disgwyl i C4C adrodd ar ei gynnydd o un flwyddyn i'r llall tuag at y cwotâu newydd Gwnaed y tu allan i Loegr, o ran cyfran yr oriau a'r gwariant a ddyrennir i bob gwlad y tu allan i Loegr cyn i'r rhain ddod i rym yn 2030.

Mae C4C wedi adrodd ar y gofynion hyn am y tro cyntaf yn ei Adroddiad Blynyddol diweddaraf. Mae C4C wedi nodi "mannau oer" o ran genre ym mhob gwlad ac yn rhanbarthau Lloegr ac mae'n galonogol gweld ei fod wedi rhoi strategaethau ar waith i fynd i'r afael â'r rhain. Mae hefyd wedi nodi bod drama yn genre allweddol sy'n cyfrannu at nodau *Fast Forward* a bydd yn cael blaenoriaeth ar draws yr holl wledydd a rhanbarthau. Mae C4C yn tynnu sylw at y ffaith mai ei uchelgais gyda chomisiynau drama yw gweithio gyda chynhyrchwyr lleol lle bo hynny'n bosibl a sicrhau bod pob cynhyrchiad yn cael effaith leol sylweddol.[71]

Rydym yn falch o weld bod y strategaeth newydd yn cynnwys nifer o bwyntiau mynediad at C4C er mwyn i gynhyrchwyr gael mynediad at gyfleoedd comisiynu gan gynnwys: drwy More4; drwy raglen gomisiynu ddigidol sy'n cael arian cyfatebol gan asiantaethau sgrin y gwledydd; a thrwy biblinellau comisiynu sefydledig. Nod pob un yw datblygu graddfa a sicrhau bod mwy o gomisiynau tariff uchel a chyfresi sy'n dychwelyd yn dod o wledydd a rhanbarthau'r DU dros amser.[72]

O ran uchafbwyntiau o'r gwledydd unigol mae'n braf gweld bod C4C wedi adeiladu ar lwyddiant drama ddwyieithog arloesol y llynedd o Gymru, *Y Golau/The Light in the Hall* drwy gomisiynu opera Gymraeg *Un Nos Ola Leuad/One Moonlit Night*. Mae C4C hefyd wedi dweud y bydd yn datblygu ymhellach Ganolfan Ddarlledu Cymru sy'n gwbl hygyrch yng Nghaerdydd, a sefydlwyd i ddechrau ar gyfer Gemau Paralympaidd Paris 2024 ac y bydd yr hyb cynhyrchu hwn yn gartref i raglenni F1 C4C o 2025 ymlaen.[73]

Rydym eisoes wedi tynnu sylw at lefelau cymharol isel o wariant ar ddrama yn yr Alban ac rydym yn falch o weld bod C4C wedi buddsoddi mewn drama chwe rhan sydd ar y gweill, *Summerwater*, yn ogystal â buddsoddi mewn sioe weu gystadleuol newydd o'r enw *Game of Wool: Britain's Best Knitter* (teitl dros dro) sydd â'r potensial o ddod yn gyfres sy'n dychwelyd.[74]

Mae C4C hefyd wedi ymrwymo i nifer o ddramâu newydd o ranbarthau Lloegr gan gynnwys *Tip Toe*, dilyniant Russell T Davies i *It's a Sin* yn 2021 ac addasiad wedi'i ddiweddaru o *A Woman of Substance* gan Barbara Taylor Bradford, a ddarlledwyd yn wreiddiol ar Channel 4 yn 1985.[75]

Rydym wedi dweud o'r blaen bod angen i C4C wneud mwy i fuddsoddi mewn cynnwys o Ogledd Iwerddon, lle mae gwariant ar ddrama yn benodol wedi bod yn isel ers i *Derry Girls* ddod i ben yn 2022. Mae Adroddiad Blynyddol diweddaraf C4C yn tynnu sylw at *Trespasses* ac *In Flight* - cynyrchiadau drama sydd ar y gweill.[76] Dros y blynyddoedd nesaf rydym yn disgwyl gweld C4C yn cynyddu ei ymdrechion i ystyried ac i fuddsoddi yn ei ymrwymiad i gynrychioli a phortreadu bywyd yng Ngogledd Iwerddon.

Mae'n galonogol gweld y data cychwynnol y mae C4C wedi'i gynnwys yn ei Adroddiad Blynyddol eleni ar ei ddull gweithredu ar gyfer comisiynu yn y gwledydd a'r rhanbarthau. Mae bod yn fwy tryloyw yn galluogi rhanddeiliaid i ddeall strategaeth gyffredinol C4C yn well ar gyfer y gwledydd a'r rhanbarthau, ac i'w ddal i gyfrif am gynnydd yn erbyn *4 All the UK*. Byddwn yn monitro'r teitlau

[71] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.28.
[72] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.28.
[73] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.30.
[74] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.29.
[75] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.29.
[76] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.29.

newydd y sonnir amdanynt uchod yn ofalus i weld sut maent yn helpu i gyflawni cwotâu Gwnaed y Tu Allan i Loegr a Gwnaed y Tu Allan i Lundain yn ystod y blynyddoedd nesaf.[77]

Mae C4C yn parhau i gefnogi datblygu sgiliau a hyfforddiant ledled y DU

Yn ei SMCP, mae C4C yn cyfeirio at amrywiaeth o gynlluniau dan ymbarél *4Skills* i ddangos sut mae'n cefnogi datblygu talent greadigol ledled y DU. Lansiwyd y rhaglen *4Skills* yn Leeds yn 2020 a'i nod yw darparu hyfforddiant a datblygiad i bobl sy'n adeiladu gyrfa yn sector y cyfryngau, gan ganolbwyntio'n benodol ar grwpiau sydd wedi cael eu tangynrychioli'n hanesyddol yn y diwydiant. Yn 2024 roedd ei mentrau'n cynnwys: gweithio mewn partneriaeth â'r Ysgol Ffilm a Theledu Genedlaethol ar 3,800 o leoedd hyfforddi ac ysgoloriaeth llawrydd; darparu profiad gwaith ar-lein i dros 2,000 o bobl ifanc dros 14 oed i ddeall diwydiant cyfryngau'r DU; a gweithio gyda 22,632 o fyfyrwyr ar draws 68 o ysgolion yn y DU gan gynnwys, am y tro cyntaf, ysgolion yng Ngogledd Iwerddon.[78]

Yn ôl C4C, mae *4Skills* wedi darparu dros 34,900 o gyfleoedd hyfforddi, datblygu a dysgu yn 2024, sy'n ostyngiad o 39% o un flwyddyn i'r llall. Yn ôl C4C, roedd y gostyngiad hwn yn sgil y ffaith bod ei strategaeth *4Schools* wedi newid i flaenoriaethu ymgysylltiad dyfnach â myfyrwyr, drwy leihau nifer yr ysgolion sy'n rhan o'r cynllun ac ychwanegu mwy o werth drwy ddychwelyd i ymweld â'r un ysgolion a myfyrwyr. Mae C4C wedi ymrwymo i ddyblu cyllideb *4Skills* i £10 miliwn yn 2025.[79]

Rydym yn croesawu'r ymrwymiad y mae C4C wedi'i ddangos i hyfforddi a datblygu talent newydd drwy ei fenter *4Skills*. Mae cefnogi'r llif o dalentau cynhyrchu yn bwysig i gynaliadwyedd hirdymor sector cynhyrchu'r DU, felly rydym yn falch iawn o benderfyniad C4C i ddyblu c*yllideb 4Skills* i £10 miliwn o 2025 ymlaen. Byddwn yn dilyn gwaith C4C yn y maes hwn yn frwd.

Mae C4C wedi ymrwymo o hyd i hyrwyddo amrywiaeth ar y sgrin ac oddi arni

Fel rhan o'i gylch gwaith, mae'n rhaid i C4C apelio at chwaethau a diddordebau cymdeithas sy'n ddiwylliannol amrywiol. Dywed C4C fod hyrwyddo cynhwysiad a chynrychiolaeth deg yn rhan allweddol o'r rôl hon a thynnodd sylw at amrywiaeth o raglenni o 2024 ymlaen a oedd yn cyfleu straeon amrywiol o bob cwr o'r DU gan gynnwys: *Me and the Voice in My Head* a oedd yn dilyn taith Joe Tracini sydd ag anhwylder personoliaeth ffiniol;[80] *Defiance: Fighting the Far Right*, cyfres dair rhan sy'n dangos sut roedd cymuned De Asiaidd Prydain wedi gwrthsefyll eithafiaeth y dde eithafol rhwng 1976 a 1981; y ddrama wyth rhan, *Queenie*, a roddodd sylw i hil, hunaniaeth, diwylliant a chymuned; a Gemau Paralympaidd Paris 2024, a oedd yn ymgorffori ymrwymiad C4C i amrywiaeth ar y sgrin ac oddi arni.[81]

---

[77] Byddwn yn trosi'r cwotâu ar gyfer cynyrchiadau rhanbarthol cyfrannol yn niferoedd absoliwt fel rhan o'n gwaith o weithredu Rhan 1a o'r Ddeddf Cyfryngau. Rydym yn cynnig gosod lefelau cwota absoliwt sydd, ar y cyfan, yn cynnal y gofynion cyfredol. I gael rhagor o wybodaeth am ein cynigion, cymerwch gip ar ein Hymgynghoriad: Cynigion i ddiweddaru cwotâu darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus.

[78] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.44.

[79] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.44.

[80] *Me and the Voice in My Head* - Enillydd y Rhaglen Ddogfen Unigol Orau a'r Cyflwynydd Gorau ar Raglen Ddogfen yng Ngwobrau Rhaglenni Dogfen Grierson.

[81] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.64.

Astudiaeth achos: Darpariaeth C4C o Gemau Paralympaidd 2024

Ers 2012, C4C yw darlledwr swyddogol y Gemau Paralympaidd yn y DU ac rydym wedi tynnu sylw'n rheolaidd at ei ymrwymiad i ehangu mynediad at y Gemau ac i arloesi o ran ei ddarpariaeth yn ein hymatebion blynyddol i SMCPs C4C.

Ar gyfer Gemau Paralympaidd Paris 2024, dywed C4C iddo ddarparu 1,300 awr o ddarllediadau byw o'r Gemau dros ddwy sianel linol a 18 ffrwd gyd-ddarlledu.[82] Yn ei Adroddiad Blynyddol diweddaraf, dywedodd C4C fod 91% o'i dalent ar y sgrin a 23% o'i griwiau cynhyrchu yn anabl.[83] Rose Ayling-Ellis oedd y cyflwynydd byddar cyntaf i weithio'n fyw ar y Gemau a chafodd ei chydnabod ochr yn ochr â Claire Balding yng ngwobrau RTS fel y Cyflwynydd/Sylwebydd/Pyndit Chwaraeon Gorau. Yn y cyfnod cyn y Gemau, darparodd cynllun hyfforddiant cynhyrchu C4C leoliadau gwaith 12 mis ledled y DU ar gyfer 16 o hyfforddeion anabl.

[84] Cyrhaeddodd darpariaeth lwyddiannus C4C[85] 19.9 miliwn o bobl, sy'n cyfateb i 31% o boblogaeth teledu'r DU ar draws ei sianeli llinol ac ar-alw. Cyflawnodd y ddarpariaeth 6.1 biliwn o funudau gwylio, i fyny o 4.9 biliwn yn Tokyo yn 2020.[86] Yn ôl adroddiadau C4C, fe wnaeth y Gemau Paralympaidd a gafodd eu ffrydio'n fyw ar ei sianel YouTube benodol ddenu 2.5 miliwn o wylwyr byd-eang. Ar ei lwyfannau cyfryngau cymdeithasol, dywedodd C4C ei fod hefyd wedi cael dros 65 miliwn o wylwyr byd-eang ar Facebook, Instagram, TikTok a YouTube.

Mae C4C yn monitro amrywiaeth y bobl sy'n cyfrannu at ei raglenni ar y sgrin ac oddi arni gan ddefnyddio data o system Diamond, a weithredir gan y Rhwydwaith Amrywiaeth Creadigol (CDN).[87] Yn 2024, mae'r data hwn yn awgrymu, ar Channel 4, fod cynrychiolaeth pobl o grwpiau ethnig lleiafrifol ar y sgrin 2.2 bwynt canran yn uwch na chyfartaledd cenedlaethol y boblogaeth, sef 18.3%. Yn yr un modd, roedd cynrychiolaeth LHD ar y sgrin yn 16.7% (yn uwch o lawer na'r amcangyfrif cenedlaethol o'r boblogaeth, sef 3.2%), sydd ychydig yn is na'r ffigur yn 2023. Yn yr un modd â'r llynedd, roedd cynrychiolaeth menywod ar y sgrin yn 49.5% yn 2024, sydd fymryn yn is na chyfartaledd cenedlaethol y boblogaeth o hyd, sef 50.1%. Nodwn fod cynnydd bach wedi bod yn nifer y bobl anabl sy'n cael eu cynrychioli ar y sgrin, i fyny o 8% yn 2023 i 9.6% mewn cynnwys y tu allan i'r Gemau Paralympaidd, ond mae'r lefelau'n dal yn sylweddol is na chyfartaledd cenedlaethol y boblogaeth, sef 17.7%.[88] Mae C4C wedi cydnabod bod pobl anabl yn cael eu tangynrychioli ar y sgrin ac mae'n datgan ei fod yn ceisio gwella ansawdd a maint y gynrychiolaeth o bobl anabl drwy'r Cod Portreadu Anabledd, y Prosiect Mynediad Teledu, a mentrau eraill – gan gynnwys adnoddau a chymorth ar gyfer cynyrchiadau.[89]

---

[82] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television, t. 63.
[83] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television, t. 63.
[84] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television, t. 63.
[85] Enillydd Gwobr RTS 2025 - Rhaglen Chwaraeon.
[86] Barb fel y'i gwyliwyd, pob dyfais. Meini prawf cyrhaeddiad: pawb a wyliodd o leiaf 3 munud yn olynol o unrhyw raglenni wedi'u hidlo yn ôl yr holl deitlau hynny sy'n cynnwys y geiriau 'Paralympaidd' neu 'Paris' yn ystod ddyddiadau'r gystadleuaeth a hyd at 28 diwrnod wedyn.
[87] Yn ôl Adroddiad Blynyddol C4C yn 2024, cofnododd Diamond bron i 100,000 o gyfraniadau ar y sgrin ar gyfer rhaglenni Channel 4 - cyfradd gwblhau o 32% yn 2024.
[88] Nid yw'r ffigurau hyn yn cynnwys y darlledu o'r Gemau Paralympaidd gan nad yw Diamond yn cofnodi data yn ymwneud â chwaraeon.
[89] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t. 82.

Yn ei Adroddiad Blynyddol diweddaraf, mae C4C yn datgan ei fod hefyd wedi adeiladu ar ei strategaeth *Fresh Faces of 4* yn 2024. Mae'r strategaeth hon yn cefnogi unigolion sy'n newydd i fyd teledu gyda'r nod o greu llif o dalent sy'n adlewyrchu amrywiaeth y DU. Mae tair elfen i'r strategaeth: chwilio am dalent newydd sydd ag ychydig neu ddim profiad blaenorol yn y diwydiant; datblygu talent sy'n dod i'r amlwg er mwyn iddynt allu datblygu eu proffil a chryfhau eu henw da; a chynnig cyfleoedd newydd i dalentau sefydledig arallgyfeirio a chyrraedd cynulleidfaoedd ehangach byth. Yn ôl C4C, mae Channel 4.0 wedi dod yn brif gyrchfan ar gyfer lansio talent newydd i gynulleidfa ifanc. Yn 2024, arddangosodd C4C dros 50 o grewyr newydd ar y sianel, dim ond rhai o'r 150 a mwy o wynebau sydd wedi cael eu harddangos ers iddi lansio yn 2022.[90]

Mae ein hymchwil yn dangos bod cynulleidfaoedd yn teimlo bod C4C yn gwneud yn dda i adlewyrchu amrywiaeth y DU, gyda dros hanner (56%) y gwylwyr yn ystod y chwe mis diwethaf yn dweud bod sianeli teledu Channel 4 yn darparu *'rhaglenni sy'n cynnwys pobl o gefndiroedd gwahanol'* yn dda, sy'n cyd-fynd yn fras â 2023 (55%) a gyda darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus eraill. Mae nifer cynyddol o wylwyr (34%) hefyd yn dweud bod sianeli teledu Channel 4 yn darparu *'rhaglenni sy'n cynnwys fy rhanbarth/fy ngwlad'* yn dda.[91]

Yn ôl ymchwil C4C ei hun, roedd ar frig y rhestr o frandiau pan ofynnwyd i gynulleidfaoedd i ba raddau maen nhw'n cysylltu ei raglenni â *"dangos gwahanol fathau o ddiwylliannau a safbwyntiau yn y DU"*. Yn 2024, roedd 55% o'r ymatebwyr yn cytuno bod C4C wedi perfformio'n gryf ar y mesur hwn, 3 phwynt canran yn well na'r BBC (y brand nesaf o ran sgôr) ac 13 pwynt canran yn uwch na'r cyfartaledd (42%).[92]

Mae C4C hefyd yn cydnabod bod angen talent amrywiol oddi ar y sgrin hefyd er mwyn sicrhau portreadau amrywiol dilys ar y sgrin. Cofnododd C4C ei fod wedi gweithio gyda 27 o gwmnïau cynhyrchu y mae'n eu hystyried yn "amrywiol o ran ethnigrwydd",[93] sy'n cynrychioli 18% o'i sylfaen cyflenwyr yn 2024[94]. Dywedodd C4C hefyd ei fod yn parhau i ymgymryd ag amrywiaeth eang o fentrau Tegwch, Amrywiaeth a Chynhwysiad yn 2024, gan gynnwys: adeiladu ar ddwy o'i raglenni mentora, *Momentum* ar gyfer gwneuthurwyr ffilmiau a chrewyr cynnwys du a *Rise* ar gyfer talentau anabl ar lefel ganolig-uwch; yn ogystal â lansio hyfforddiant rhuglder hiliol ar gyfer uwch arweinwyr mewn 36 o gwmnïau cynhyrchu.

Yn ei sefydliad ei hun, dechreuodd gwaith Tegwch, Amrywiaeth a Chynhwysiad C4C gam newydd yn 2024. Dywedodd C4C ei fod wedi cynnal ymgyrch gyfathrebu lwyddiannus yn 2023 i annog ei weithwyr i rannu eu gwybodaeth am amrywiaeth â'r sefydliad. Gwelodd C4C gynnydd o 90% yn nifer yr aelodau o staff a ddywedodd fod ganddynt gyflwr niwroamrywiol, nam neu gyflwr hirdymor. O ganlyniad, llwyddodd C4C i gyrraedd ei holl dargedau amrywiaeth neu ragori arnynt yn gynt na'r disgwyl. Yn 2024, yn hytrach na thargedau, cyflwynodd "linellau sylfaen" amrywiaeth ar gyfer cynrychiolaeth gweithwyr, a bydd bob amser yn ceisio aros uwchben y rhain. Yn ôl adroddiadau C4C, ym mis Rhagfyr 2024, roedd yn dal i fod yn uwch o lawer na'i holl linellau sylfaen.[95]

Adlewyrchwyd y cyflawniad hwn hefyd yn nata C4C yn ein Hadroddiad Tegwch, Amrywiaeth a Chynhwysiad mewn Darlledu 2023/24. Roedd y data'n dangos bod C4C wedi perfformio'n gryf o'i

[90] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t. 89.
[91] Traciwr Cyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus Ofcom 2024.
[92] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t. 80.
[93] Dywed C4C yn ei Adroddiad Blynyddol ar gyfer 2024 ei fod yn ystyried bod gan gwmnïau cynhyrchu sy'n "amrywiol o ran ethnigrwydd" brif gyfranddalwyr, prif benderfynwyr neu arweinwyr creadigol sy'n dod o gefndiroedd Du, Asiaidd neu ethnig lleiafrifol.
[94] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t. 81
[95] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t. 108.

gymharu â darlledwyr mawr eraill gan gynnwys mewn perthynas â chynrychiolaeth menywod mewn rolau uwch ac yn ehangach, bobl o grwpiau ethnig lleiafrifol mewn rolau uwch a phobl anabl yn ei weithlu. O'r gweithwyr hynny a ddatgelodd ddata, mae cyfran y menywod (58%) a phobl o grwpiau ethnig lleiafrifol (22%) yng ngweithlu C4C yn uwch na chyfartaleddau'r boblogaeth sy'n gweithio (48% ac 16% yn y drefn honno). Mewn rolau uwch, mae menywod (53%) a phobl o grwpiau ethnig lleiafrifol (21%) hefyd yn dal i gael eu cynrychioli'n dda ac yn uwch o lawer na chyfartaledd y diwydiant teledu (44% a 12% yn y drefn honno). Parhaodd C4C i arwain y diwydiant o ran cynrychioli pobl anabl yn y gweithlu. Roedd 23% o'r gweithwyr C4C hynny a ddatgelodd ddata yn anabl, 5 pwynt canran yn uwch na'r darlledwr mawr nesaf (STV). Roedd gweithwyr o gefndiroedd dosbarth gweithiol yn cynrychioli 32% o weithlu C4C (a ddatgelodd ddata). Er bod hyn yn dal yn is na chyfartaledd y boblogaeth o 39%, roedd cynrychiolaeth yn C4C yn uwch na chyfartaledd y sector darlledu (27%).

Ar ben hynny, lansiodd C4C ei strategaeth gyntaf sy'n benodol i degwch *Equity by Design* sy'n ceisio creu canlyniadau teg i'r holl weithwyr a chyflymu newid ar draws y diwydiant. Mae'r strategaeth yn seiliedig ar chwe egwyddor strategol; gwneud dewisiadau gwybodus, dylunio ar gyfer cynhwysiad, dewis partneriaid cynhwysol, trin pobl yn iawn, creu cyfleoedd ac arwain ar effaith gymdeithasol.

Roedd 2024 yn flwyddyn gref i bortffolio eang C4C o waith tegwch, amrywiaeth a chynhwysiad ar y sgrin ac oddi arni. O'i lwyddiant gyda'r Gemau Paralympaidd, a'i gyfranogiad mewn amrywiaeth eang o fentrau wedi'u creu gan unigolion ac ar draws y diwydiant, i sicrhau newid sylweddol yn ei ddata ar Degwch, Amrywiaeth a Chynhwysiad ei weithlu i gyflawni targedau a pharatoi'r ffordd ar gyfer pennod newydd yn ei waith ar gynhwysiad yn y sefydliad. Byddwn yn parhau i ddilyn ei hynt yn frwd.

Mae *Channel 4 News* yn dal i sgorio'n uchel ymysg ei gynulleidfaoedd ac mae C4C yn ehangu ei arlwy newyddion ar-lein i ennyn diddordeb gwylwyr iau

Perfformiodd C4C yn gryf yn erbyn ei dyletswydd i ddarparu newyddion a materion cyfoes i gynulleidfaoedd yn y DU yn 2024. Gan edrych ar newyddion yn benodol, rydym o'r farn bod darpariaeth nodedig drwy gydol 2024 yn cynnwys: Darpariaeth barhaus C4C o'r rhyfeloedd yn Wcráin a Gaza, yn ogystal â chwymp Assad yn Syria; straeon domestig fel ymgyrch Clacton Reform ac ymddiswyddiad Archesgob Caergaint; a'r etholiadau yn y DU ac yn Unol Daleithiau America. Daeth i'r brig am yr eildro yn olynol pan enillodd Rhaglen y Flwyddyn ar gyfer Newyddion Dyddiol ar Deledu Rhwydwaith yng Ngwobrau Newyddiaduraeth y Gymdeithas Teledu Frenhinol, gyda Cathy Newman yn ennill gwobr Newyddiadurwr y Flwyddyn ar Deledu Rhwydwaith a gwobr Cyfweliad y Flwyddyn ar Deledu Rhwydwaith.

Yn 2024, gwelwyd cyfanswm cynulleidfa prif raglen newyddion min nos C4C, *Channel 4 News*, yn aros yn sefydlog gyda chyfran o 3.5% o'r holl wylio ar gyfer teledu sy'n cael ei ddarlledu ar y brif sianel yn unig.[96] Ymysg pobl ifanc 16-34 oed, gostyngodd y gynulleidfa gyfartalog 10% o un flwyddyn i'r llall gan fod gwylwyr iau yn gwylio llai o deledu sy'n cael ei ddarlledu yn gyffredinol. Fodd bynnag, roedd cyfran *Channel 4 News* o'r holl bobl ifanc 16-34 oed wedi aros yn sefydlog ar ychydig o dan 3%. Er bod proffil 16-34 oed *Channel 4 News* wedi gostwng ychydig eto (llai nag 1 pwynt canran) i 5.5%, y rhaglen hon oedd y rhaglen newyddion brig ffurf hir yn ystod yr wythnos oedd yn denu'r gynulleidfa ieuengaf o blith y pum prif sianel darlledu gwasanaeth cyhoeddus. Mae *Channel 4 News*

[96] Barb, data 28 diwrnod cyfunol. Mae hyn ar gyfer sianel linol Channel 4 yn unig, heb gynnwys Channel 4 +1 a ychwanegodd 43,000 o wylwyr eraill at y cyfartaledd.

yn boblogaidd o hyd ymysg grwpiau ethnig lleiafrifol ac fe wnaeth gynnal y proffil uchaf ar gyfer y gynulleidfa hon o blith y pum prif sianel darlledu gwasanaeth cyhoeddus.[97]

O ystyried yr arferion newydd o ran cael gafael ar newyddion yn y DU, mae C4C wedi gwneud yn dda i gynnal y gynulleidfa i'w raglen newyddion yn gynnar fin nos, yn unol â'i strategaethau newyddion[98] a chynnwys ehangach[99] i roi Newyddion wrth galon ei allbwn a pharhau i gynyddu presenoldeb *Channel 4 News* ar lwyfannau digidol. Mae ein data diweddaraf yn dangos bod 70% o'r holl oedolion yn cael gafael ar newyddion ar-lein yn 2025. Ymysg pobl ifanc 16-24 oed, mae 81% yn cael gafael ar newyddion ar-lein, sy'n cael ei sbarduno'n bennaf gan eu defnydd o gyfryngau cymdeithasol i gael newyddion. Mae hyn wedi gostwng o 88% yn 2024 ond mae'n dal yn sylweddol uwch nag ar gyfer teledu sy'n cael ei ddarlledu, sy'n cael ei ddefnyddio gan 43% o bobl ifanc 16-24 oed.[100]

Dywedodd C4C fod 2024 yn flwyddyn o dwf uchaf erioed ar gyfer cynnwys ar-lein *Channel 4 News*, a nododd mai YouTube oedd y prif lwyfan ar gyfer cynulleidfaoedd sy'n cael gafael ar *Channel 4 News* a TikTok oedd y llwyfan sy'n tyfu gyflymaf ar gyfer *Channel 4 News* yn 2024. Yn benodol, mae C4C wedi nodi bod YouTube a TikTok yn allweddol i ddenu gwylwyr iau at ei allbwn newyddion ac mae'n adrodd bod 67% o'i gynulleidfa newyddion ar TikTok o dan 35 oed yn 2024, i fyny o 61% yn 2023.[101]

Mae ein hymchwil yn dangos bod cynulleidfaoedd yn dal i roi sgôr uchel i *Channel 4 News* am ansawdd, cywirdeb a dibynadwyedd. Mae data diweddaraf ein Harolwg Cael Gafael ar Newyddion yn dangos bod 72% o ddefnyddwyr rheolaidd yn dal i roi sgôr uchel i *Channel 4 News* am ymddiriedaeth, y sgôr uchaf o blith yr holl ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus, a bod 70% yn rhoi sgôr uchel iddi am gywirdeb, ar y cyd â'r BBC.[102] Roedd 75% o'r farn bod *Channel 4 News* "*o ansawdd uchel*," ac unwaith eto sgoriodd uchaf ymysg y darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus a dywedodd 74% *"mae'n fy helpu i ddeall beth sy'n digwydd yn y byd heddiw"* yn ail yn unig i'r BBC (75%).

Mae data C4C ei hun yn dangos bod 88% o wylwyr *Channel 4 News* yn 2024 yn cytuno eu bod yn ymddiried ynddo i adrodd newyddion yn gywir ac yn deg, ac mae hyn 1 pwynt canran yn uwch nag yn 2023 (87%).[103]

Yn ei Adroddiad Blynyddol ar gyfer 2024, dywedodd C4C hefyd ei fod yn treialu ffordd newydd o archwilio ymddiriedaeth cynulleidfaoedd mewn amrywiaeth o ffynonellau newyddion, gan gynnwys canfyddiadau o newyddion ar gyfryngau cymdeithasol ac mewn papurau newydd.[104] Gallai'r fethodoleg newydd hon ddarparu cyd-destun gwerthfawr ar gyfer deall rôl cynnwys *Channel 4 News* yn y dirwedd newyddion ehangach, a byddwn yn parhau i fonitro hyn yn y dyfodol pan fydd data cymaradwy ar gael.

Rydym yn falch o weld y sgoriau uchel a roddwyd i Channel 4 News gan ei chynulleidfaoedd o ran ymddiriedaeth a chywirdeb, a newyddion o ansawdd uchel. Mae pwysigrwydd brandiau newyddion cryf fel *Channel 4 News* yn parhau i dyfu mewn byd lle mae pobl yn dod o hyd i'w newyddion a'u gwybodaeth fwyfwy o ffynonellau amrywiol gan gynnwys cyfryngau cymdeithasol, sy'n llai dibynadwy o ran cywirdeb neu ddidueddrwydd. Fel rhan o'n hadolygiad o Gyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus, rydym wedi bod yn ystyried y rôl mae darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus y DU, gan

---

[97] Cynyddodd y proffil ar gyfer y gynulleidfa hon 1 pwynt canran yn 2024 i 15% - Barb, 28 diwrnod cyfunol. Y prif sianeli llinol yn unig (heb gynnwys sianeli +1).
[98] Ymateb C4C i Ymgynghoriad Ofcom ar y cynigion ar gyfer trwydded newydd Channel 4 Chwefror 2024 t10
[99] Ymateb C4C i Ymgynghoriad Ofcom ar y cynigion ar gyfer trwydded newydd Channel 4 Chwefror 2024 t11
[100] Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2025 - tablau data
[101] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television, t. 51.
[102] Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2025 - tablau data
[103] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television, t. 86.
[104] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television, t. 86.

gynnwys C4C, yn ei chwarae o ran darparu newyddion dibynadwy a chywir. Yn ystod haf 2025, byddwn yn cyhoeddi canfyddiadau ein hadolygiad, a fydd yn ystyried cyfleoedd i gefnogi argaeledd newyddion cywir o ansawdd uchel y gall cynulleidfaoedd ymddiried ynddo.

Er bod *Channel 4 News* wedi cadw ei chyfran o'r gynulleidfa ar y teledu yn y slot 7pm yn 2024, roedd nifer absoliwt gwylwyr y rhaglen wedi parhau i ostwng wrth i lai o bobl wylio'r teledu o un flwyddyn i'r llall.[105] Mae hyn yn tanlinellu pwysigrwydd C4C yn datblygu niferoedd cadarn o ddilynwyr newyddion digidol ac mae'n galonogol gweld ymgyrch barhaus C4C i ddenu cynulleidfaoedd i'w gynnwys newyddion ar-lein, gan ddefnyddio amrywiaeth o lwyfannau. Mae C4C wedi adrodd cynnydd mawr iawn yn nifer gwylwyr byd-eang ei gynnwys newyddion a nifer y dilynwyr neu danysgrifwyr i'w wasanaethau newyddion. Rydym yn croesawu hyn ac yn cydnabod y cyfleoedd posibl y gallai hyn eu cynnig i C4C adeiladu cynulleidfa newyddion ryngwladol newydd ar gyfer rhywfaint o'i gynnwys o ansawdd uchel. Hyd yma, ychydig iawn o ddata mae C4C wedi'i adrodd i ddangos pa gyfran o'i wylwyr newyddion byd-eang sy'n dod o gynulleidfaoedd yn y DU ac yn benodol o gynulleidfaoedd iau yn y DU. O ystyried pwysigrwydd cyflwyno newyddion i'r grŵp hwn, yn y dyfodol hoffem i C4C ddarparu rhagor o wybodaeth am ei strategaeth ar gyfer cyflawni'r nod penodol hwn a metrigau pellach i ddangos y cynnydd a wnaed. Byddwn yn mynd ati i ymgysylltu ymhellach â C4C ar y mater hwn.

Perfformiodd rhaglen materion cyfoes Channel 4 Dispatches yn dda gyda chynulleidfaoedd yn 2024

Mae C4C yn darparu materion cyfoes yn bennaf drwy ei gyfresi hirsefydlog *Dispatches* ac *Unreported World*, a thrwy ei gyfres ddogfen gymharol newydd sy'n canolbwyntio ar bobl ifanc, *UNTOLD*. Bob blwyddyn, mae C4C hefyd yn darlledu nifer o raglenni dogfen materion cyfoes untro, gan gynnwys *State of Rage*, a enillodd wobr BAFTA yn 2024.

Eleni, tyfodd y ffigurau gwylio llinol cyfartalog ar gyfer *Dispatches* yn gadarn ar gyfer cyfanswm y gwylwyr (+46%), ond ymysg pobl 16-34 oed gwelwyd gostyngiad o 14% o un flwyddyn i'r llall.[106] Y bennod *Dispatches* a gafodd ei gwylio fwyaf yn gyffredinol oedd *Britain's Benefits Scandal: Dispatches*, gan ddenu 1 miliwn o wylwyr ar brif sianel C4C. Y bennod a berfformiodd orau ymysg pobl 16-34 oed oedd *Undercover A&E: NHS in Crisis,* gan ddenu cyfartaledd o 91,000 o wylwyr ar brif sianel C4C. Roedd y rhaglen hefyd yn cynnwys y bennod bwerus sydd wedi ennill sawl gwobr, *Kill Zone*: *Inside Gaza – Dispatches.*[107]

I'r gwrthwyneb, gwelodd *Unreported World* ostyngiad o 18% ymysg cyfanswm y gwylwyr, a gostyngiad o 48% ymysg pobl 16-34 oed yn 2024. Y bennod a gafodd ei gwylio fwyaf yn gyffredinol oedd *Homeless in Sin City*, gan ddenu 520,000 o wylwyr ar draws cynnwys llinol a fideo ar-alw C4C[108], ac ymysg pobl ifanc 16-34 oed *Inside the K-pop Dream Machine* oedd y bennod a berfformiodd orau, gan ddenu 35,000 o wylwyr ar draws prif sianel C4C.[109] Nodwn fod gan *Unreported World* sianel YouTube benodol gydag 1.5 miliwn o danysgrifwyr yn fyd-eang. Byddem yn croesawu gweld C4C yn darparu data ar wylwyr y gwasanaeth hwn yn y DU yn ei Adroddiadau Blynyddol yn y dyfodol er mwyn cael darlun mwy cyflawn o'i berfformiad ar draws pob llwyfan.

---

[105] Barb, data 28 diwrnod cyfunol, pawb 4+ oed.
[106] Yn 2023, cafodd Dispatches lwyddiant ysgubol gyda *Russell Brand: In Plain Sight*, a berfformiodd yn arbennig o dda ymysg cynulleidfaoedd iau. Rydym wedi eithrio'r bennod hon o'n cyfrifiad o'r ffigurau gwylio cyfartalog ar gyfer Dispatches, oherwydd ei bod yn ystumio'r ffigurau cyfartalog yn sylweddol.
[107] Barb, data 28 diwrnod cyfunol.
[108] Barb fel y'i gwyliwyd.
[109] Barb, data 28 diwrnod cyfunol. Nid yw'n cynnwys Channel 4 +1.

Rydym wedi adrodd o'r blaen bod *UNTOLD* wedi perfformio'n dda ers ei lansio yn 2022, ac rydym o'r farn ei fod yn ychwanegiad gwerthfawr at raglenni materion cyfoes C4C, gan ei bod wedi'i dylunio'n benodol i apelio at wylwyr iau. Mae C4C wedi dweud bod *UNTOLD* hefyd yn allweddol i lansio talent newydd yn unol â'i strategaeth *Fresh Faces of 4*. Cafodd llai o benodau o *UNTOLD* eu darlledu yn 2024 (10, o gymharu â 14 yn 2023) ac ni chafodd pob pennod ei rhyddhau ar holl wasanaethau C4C (llinol, cynnwys fideo ar-alw C4C a chyfryngau cymdeithasol), felly mae'n anodd cymharu perfformiad y rhaglen hon o un flwyddyn i'r llall. Dywed C4C yn 2024 mai *Magaluf Undercover: Predators and Parties* oedd y bennod o *UNTOLD* a berfformiodd orau yn 2024 ar gynnwys fideo ar-alw C4C ac ar YouTube. Yn gyffredinol, cyrhaeddodd rhaglen *UNTOLD* 5.5 miliwn o wylwyr yn y DU ar YouTube ar gyfer penodau llawn.[110]

Rydym yn falch o weld perfformiad cryf *Dispatches* yn 2024 wrth iddi barhau i ddogfennu straeon pwysig sy'n cael effaith. O ystyried pwysigrwydd *UNTOLD* i strategaeth newyddion a materion cyfoes gyffredinol C4C ar gyfer cyrraedd pobl iau, a'r dull arloesol y mae'n ceisio ei ddefnyddio ar gyfer materion sy'n bwysig i'r gynulleidfa hon, hoffem weld rhagor o wybodaeth am sut mae'r rhaglen yn perfformio ymhlith ei chynulleidfa darged ar draws llwyfannau amrywiol yn y dyfodol.

Mae C4C yn parhau i fireinio ei ddull digidol yn gyntaf o gyrraedd a gwasanaethu plant hŷn ac oedolion iau

Un o ddyletswyddau cynnwys cyfryngau C4C yw gwneud "cynnwys cyfryngau perthnasol sy'n apelio at chwaeth a diddordebau plant hŷn ac oedolion ifanc". Wrth i arferion gwylio cynulleidfaoedd iau barhau i symud oddi wrth ddarlledu traddodiadol, mae'r rhan hon o gylch gwaith C4C nawr yn bwysicach nag erioed.

Dros y blynyddoedd diwethaf mae C4C wedi cyflwyno nifer o fentrau newydd sydd wedi'u hanelu at wasanaethu'r cynulleidfaoedd hyn ac rydym wedi parhau i fonitro'r meysydd hyn o ddarpariaeth C4C i sicrhau eu bod yn cyflawni ar gyfer y grwpiau hyn. Yn benodol, rydym wedi bod yn dilyn mentrau fel ehangu ei sianel YouTube sy'n canolbwyntio ar bobl ifanc, Channel 4.0, a rhaglenni cynnwys newydd sydd wedi'u hanelu at blant hŷn ac oedolion iau.

> Astudiaeth achos: Channel 4.0
>
> Lansiodd C4C ei Sianel YouTube sy'n canolbwyntio ar bobl ifanc, Channel 4.0, ar YouTube ac ar lwyfannau cyfryngau cymdeithasol yn 2022. Mae C4C wedi dweud bod cynnwys ar gyfer Channel 4.0 wedi cael ei ddatblygu i fod yn wahanol i raglenni ar ei sianeli llinol mwy, er mwyn apelio at gynulleidfaoedd iau. Mae SMCP C4C yn cynnwys nifer o ffigurau sy'n dangos cynnydd mawr yn y nifer sy'n gwylio Channel 4.0 yn fyd-eang ar draws amrywiaeth o blatfformau, gan ddenu cynulleidfa o dan 35 oed yn bennaf. Fodd bynnag, nid yw maint na chyfansoddiad gwylwyr o gynulleidfaoedd yn y DU ar y llwyfannau hyn yn glir. Mae sioeau poblogaidd Channel 4.0 yn parhau i gynnwys *Minor Issues, Tapped Out, Harry Pinero's Worst in Class, Hear Me Out* a *Baddest in the World*.

Fel y trafodwyd uchod, mae C4C yn adrodd bod *UNTOLD*, ei gyfres newyddion a materion cyfoes i bobl ifanc a ddychwelodd wedi denu 5.5 miliwn o wylwyr o'r DU ar YouTube ar gyfer penodau llawn. Mae hyn 32% yn uwch na ffigurau'r flwyddyn flaenorol.[111]

---

[110] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television, t.58.
[111] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.58.

Yn ei Adroddiad Blynyddol eleni, tynnodd C4C sylw at *Hollyoaks* fel opera sebon sefydledig gyntaf y prif ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus i newid yn llwyr i fodel digidol yn gyntaf. Roedd yn dangos sut gellir defnyddio strategaeth *Fast Forward* ar gyfer ei gynnwys llinol sydd eisoes yn bodoli lle gallai hyn wasanaethu ei gynulleidfaoedd targed yn well. Ym mis Medi 2024, symudodd C4C y rhaglen i fformat tair pennod wythnosol gyda phenodau byrrach er mwyn ceisio gwneud y sioe yn gydnaws ag arferion gwylio cynulleidfaoedd a oedd yn newid. Yn ystod y chwe mis cyntaf ar ôl ailwampio, adroddodd C4C fod *Hollyoaks* wedi gweld cynnydd o 23% o un flwyddyn i'r llall yng nghyfanswm y gwylio a chynnydd o 11% ymysg gwylwyr 16–34 oed. Cynyddodd lefel yr ymgysylltu digidol hefyd, gyda chynnydd o 71% yn nifer y gwylwyr fesul pennod a chynnydd o 20% mewn amser gwylio YouTube, sy'n awgrymu bod C4C yn gwneud cynnydd tuag at gyflawni ei dargedau o gyrraedd cynulleidfaoedd iau drwy lwyfannau digidol.[112]

Rydym yn cefnogi dull rhagweithiol C4C o gyflwyno mwy o'i gynnwys i'w gynulleidfaoedd targed ar y gwasanaethau maent eisoes yn eu defnyddio, yn benodol drwy roi mwy o'i gynnwys adloniant, materion cyfoes a newyddion ar YouTube a llwyfannau rhannu fideos a gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol eraill.

O ystyried faint o gynnwys mae C4C nawr yn ei ddosbarthu ar y gwasanaethau hyn a natur bersonol iawn profiad y gwyliwr, rydym yn cydnabod ei bod hi'n anodd i C4C gyflawni'r dull "torri drwodd" sydd ei angen arno i ennyn diddordeb cynulleidfaoedd yn y brand. Gwyddom fod y gystadleuaeth am amlygrwydd cynnwys yn her sy'n wynebu'r holl ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus ac rydym yn ystyried sut gallwn ni gefnogi mynediad cynulleidfaoedd at gynnwys cyfryngau gwasanaeth cyhoeddus o safon sy'n cael ei wneud yn y DU fel rhan o'n hadolygiad o gyfryngau gwasanaeth cyhoeddus 2025.

Rydym hefyd yn gwerthfawrogi bod mesur perfformiad cynnwys ar wasanaethau ar-lein i ganfod rhaglenni llwyddiannus yn gallu bod yn anodd. Fodd bynnag, rydym yn annog C4C i gymryd camau i safoni sut mae'n adrodd ar berfformiad ei gynnwys ar-lein mewn perthynas â chynulleidfaoedd y DU mewn Adroddiadau Blynyddol yn y dyfodol. Wrth i C4C barhau i arloesi ar gyfer cynulleidfaoedd iau yn y DU sy'n defnyddio gwasanaethau ar-lein, mae hefyd yn hanfodol ei fod yn gosod targedau beiddgar ar gyfer lefelau gwylio a darparu cynnwys ac yn adrodd yn dryloyw ar y cynnydd mae'n ei wneud tuag atynt.

Cafodd ffilmiau a gefnogir gan Film4 lwyddiant yn nhymor gwobrau 2024

Mae gan C4C ddyletswydd i wneud, darlledu a dosbarthu ffilmiau o safon, ac mae'n gwneud hynny'n bennaf drwy ei gangen cynhyrchu ffilmiau, Film4. Yn ein hymateb i'r SMCP y llynedd, nodwyd bod Film4 wedi cael blwyddyn lwyddiannus iawn a bod nifer o ffilmiau a gafodd eu rhyddhau yn 2023 wedi ennill gwobrau yn nhymor gwobrau 2024, gan gynnwys yn benodol, *Poor Things* gan Yorgos Lanthimos a *The Zone of Interest* gan Jonathan Glazer.

Mae ffilmiau a gefnogir gan Film4 a ryddhawyd yn 2024 yn cynnwys *Love Lies Bleeding* a *Wicked Little Letters*, ac roedd rhyddhau *Hard Truths* yn nodi trydydd cydweithrediad ar ddeg Film4 â'r cyfarwyddwr o Brydain, Mike Leigh. Mae Adroddiad Blynyddol C4C yn nodi bod 14 ffilm nodwedd arall wedi dechrau cael eu cynhyrchu yn 2024 gan gynnwys addasiadau llenyddol *The Thing with Feathers* (a berfformiwyd am y tro cyntaf yng ngŵyl ffilmiau Sundance ym mis Ionawr 2025) a *Midwinter Break*, ac addasiad o gofiant Helen MacDonald yn 2014 *H is for Hawk*.[113]

[112] Corfforaeth Channel 4 Television, 'Hollyoaks surges in ratings as schedule revamp and gripping storylines resonate with viewers', Mai 2025.
[113] Adroddiad Blynyddol a Datganiadau Ariannol Corfforaeth Channel 4 Television 2024, t.47.

Casgliad

Parhaodd C4C i wynebu heriau ariannol yn 2024. Mewn ymateb, mae C4C wedi cyflymu'r broses o weithredu ei strategaeth *Fast Forward* i wneud y busnes yn gydnaws ag ymddygiad newidiol cynulleidfaoedd ac ystyriaethau ariannol ehangach. Mae perfformiad C4C yn 2024 yn dangos ei fod yn gwneud cynnydd o ran ei ddull gweithredu digidol yn gyntaf. Rydym yn croesawu datblygiadau arloesol fel newid Hollyoaks o fod yn sioe 'llinol yn gyntaf' i fod yn sioe 'digidol yn gyntaf' ac ehangu'r broses o greu cynnwys digidol C4C fel enghreifftiau o ymgyrch barhaus C4C i gyrraedd a gwasanaethu cynulleidfaoedd drwy ddarparu allbwn cyfryngau gwasanaeth cyhoeddus o safon sy'n ddifyr ac yn procio'r meddwl, lle bynnag maen nhw'n dewis dod o hyd i'w cynnwys.

Wrth edrych i'r dyfodol, sylweddolwn y bydd y flwyddyn nesaf yn arwain at fwy o newid yn Channel 4, drwy benodi Prif Weithredwr a Chadeirydd newydd ac yn sgil datgelu ei gynlluniau perchnogaeth newydd o ran Eiddo Deallusol. Wrth i sector darlledu'r DU barhau i esblygu, mae'n anochel y bydd y flwyddyn i ddod yn cyflwyno heriau a chyfleoedd. O ystyried rôl hollbwysig *Fast Forward* yn nyfodol C4C – ei gynaliadwyedd ariannol a chyflawni ei gylch gwaith statudol, rydym unwaith eto wedi datgan yn glir bod angen i C4C ddarparu rhagor o fanylion am sut mae'n bwriadu cyflawni ei amcanion cyffredinol yng nghyswllt *Fast Forward*, yn ogystal â gosod targedau i ddwyn ei hun i gyfrif am eu cyflawni dros y flwyddyn nesaf. Ar ben hynny, rydym yn disgwyl i C4C adrodd yn dryloyw ar y canlyniadau i'r rheini sy'n defnyddio ei wasanaethau digidol ac ar-lein, er mwyn sicrhau bod C4C yn parhau i gyflawni ar gyfer pob cynulleidfa ledled y DU.

A1 Atodiad 1

Y fframwaith cyfreithiol

2. Mae Adran 198B o Ddeddf Cyfathrebiadau 2003 (‘y Ddeddf’) yn mynnu bod C4C yn paratoi Datganiad Polisi Cynnwys Cyfryngau blynyddol, sy’n nodi sut bydd yn cyflawni ei ddyletswyddau o ran cynnwys cyfryngau (fel y nodir yn adran 198A o’r Ddeddf, gweler isod) ar draws ei holl wasanaethau yn y flwyddyn i ddod a sut roedd wedi perfformio wrth gyflawni ei ddyletswyddau yn ystod y flwyddyn flaenorol.[114]
3. Wrth gynhyrchu’r Datganiad, rhaid i C4C ystyried y canllawiau a roddir gan Ofcom ac ymgynghori ag Ofcom. Yn unol â chanllawiau Ofcom, mae C4C yn cyhoeddi Datganiad Polisi Rhaglenni a Pholisi Cynnwys Cyfryngau cyfunol (y Datganiad) sydd hefyd yn ymdrin â chyflawni ei gylch gwaith gwasanaeth cyhoeddus a chwotâu ar ei brif sianel, Channel 4.[115]
4. Er nad yw’r Ddeddf yn mynnu hynny, rydym wedi ymateb i Ddatganiadau blaenorol C4C gan nodi ein safbwyntiau ar ei berfformiad. Mae hyn yn ein galluogi i ddwyn C4C i gyfrif yn gyhoeddus am gyflawni ei gylch gwaith a’i ddyletswyddau cynnwys cyfryngau.
5. Mae’n bwysig nodi mai dim ond un o’r dulliau a ddefnyddiwn i asesu perfformiad C4C a’i ddwyn i gyfrif yw hyn. Rydym hefyd yn:
   - aildrwyddedu'r brif sianel ar ddiwedd pob cyfnod trwydded, gan bennu telerau'r drwydded honno. Cafodd y drwydded bresennol ei hadnewyddu’n ddiweddar am gyfnod o ddeng mlynedd, o 1 Ionawr 2025 tan 31 Rhagfyr 2034.
   - cynnal adolygiad manwl o sut mae C4C yn cyflawni ei dyletswyddau cynnwys cyfryngau bob pum mlynedd, ochr yn ochr ag Adolygiad o Ddarlledu Gwasanaeth Cyhoeddus. Cynhaliwyd hyn ddiwethaf yn 2024 yn ein Hadolygiad o Gyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus (2019-2023); ac
   - adrodd ar gydymffurfiaeth C4C â chwotâu Channel 4 yn flynyddol.

Cylch gwaith gwasanaeth cyhoeddus a dyletswyddau cynnwys cyfryngau C4C

Cylch gwaith gwasanaeth cyhoeddus (adran 265(3) o’r Ddeddf) – yn berthnasol i’r brif sianel

6. Cylch gwaith gwasanaeth cyhoeddus Channel 4 yw darparu amrywiaeth eang o raglenni amrywiol o safon sydd, yn benodol:

[114] Bydd Deddf Cyfryngau 2024 yn diwygio dyletswyddau C4C o dan adran 198B o’r Ddeddf i’w gwneud yn ofynnol iddo baratoi datganiad polisi comisiynu ar yr un pryd ag y bydd yn paratoi’r Datganiad Polisi Cynnwys Cyfryngau. Nid yw’r diwygiad hwn mewn grym eto, ac eithrio i’r graddau y mae’n galluogi Ofcom i gymryd camau i baratoi ar gyfer y ddyletswydd newydd hon.
[115] Yn dilyn diwygiadau a gyflwynwyd gan Ddeddf y Cyfryngau 2024, fe wnaethom ymgynghori’n ddiweddar ar ganllawiau diwygiedig yn ymwneud â Datganiad cyfunol C4C. Rydym yn disgwyl cyhoeddi datganiad a chanllawiau terfynol maes o law, ac i’r canllawiau ddod i rym yn 2026. Paratowyd y ddogfen hon gan ystyried y canllawiau presennol.

a) yn dangos arloesi, arbrofi a chreadigrwydd o ran ffurf a chynnwys rhaglenni;
b) yn apelio at chwaethau a diddordebau cymdeithas sy'n amrywiol yn ddiwylliannol;
c) yn gwneud cyfraniad sylweddol at ddiwallu'r angen i'r sianeli gwasanaeth cyhoeddus trwyddedig gynnwys rhaglenni o natur addysgol a rhaglenni eraill o werth addysgol; ac
d) yn dangos cymeriad unigryw.[116]

Dyletswyddau cynnwys cyfryngau (adran 198A o'r Ddeddf) – yn berthnasol ar draws amrywiaeth o wasanaethau

7. Rhaid i C4C gymryd rhan yn y canlynol:

   a) gwneud ystod eang o gynnwys cyfryngau perthnasol o ansawdd uchel sydd, wrth eu hystyried gyda'i gilydd, yn apelio at chwaeth a diddordebau cymdeithas sy'n amrywiol yn ddiwylliannol;
   b) gwneud ffilmiau o ansawdd uchel y bwriedir eu dangos i'r cyhoedd yn sinemâu'r Deyrnas Unedig; a
   c) darlledu a dosbarthu cynnwys a ffilmiau o'r fath.

8. Yn benodol, rhaid i C4C gymryd rhan yn y canlynol:

   a) gwneud cynnwys cyfryngau perthnasol sy'n cynnwys newyddion a materion cyfoes;
   b) gwneud cynnwys perthnasol sy'n apelio at chwaeth a diddordebau plant hŷn ac oedolion ifanc;
   c) darlledu neu ddosbarthu drwy rwydweithiau cyfathrebiadau electronig ffilmiau sy'n adlewyrchu gweithgarwch diwylliannol yn y Deyrnas Unedig (gan gynnwys ffilmiau trydydd parti); a
   d) darlledu neu ddosbarthu cynnwys cyfryngau perthnasol drwy amrywiaeth o fathau gwahanol o rwydweithiau cyfathrebiadau electronig.

9. Wrth gyflawni ei ddyletswyddau cynnwys cyfryngau fel y nodir ym mharagraffau 6 a 7 yr Atodiad hwn, rhaid i C4C wneud y canlynol:

   a) hyrwyddo mesurau sydd wedi'u bwriadu i sicrhau bod pobl yn cael gwybodaeth a chymhelliant i gymryd rhan mewn cymdeithas mewn amrywiaeth o ffyrdd; a
   b) cyfrannu at gyflawni'r amcanion gwasanaeth cyhoeddus (fel sydd wedi'u diffinio yn adran 264A o'r Ddeddf).

10. Wrth gyflawni'r uchod, rhaid i C4C wneud y canlynol:

    a) cefnogi datblygiad pobl sydd â thalent greadigol, yn benodol -

       i) pobl ar ddechrau eu gyrfaoedd mewn ffilmiau neu gynnwys cyfryngau perthnasol; a
       ii) pobl sy'n rhan o'r gwaith o wneud cynnwys a ffilmiau arloesol.

    b) cefnogi ac ysgogi dadl ar sail gwybodaeth ar amrywiaeth eang o faterion, gan gynnwys drwy ddarparu mynediad at wybodaeth a safbwyntiau o bob rhan o'r byd a herio safbwyntiau sydd wedi ennill eu plwyf;
    c) hyrwyddo barn wahanol a safbwyntiau newydd; a
    d) darparu mynediad at ddeunyddiau sydd wedi'u bwriadu i ysbrydoli pobl i wneud newidiadau yn eu bywydau.

---

[116] Bydd Deddf Cyfryngau 2024 yn diwygio'r cylch gwaith gwasanaeth cyhoeddus a nodir yn adran 265(3) o'r Ddeddf. Fodd bynnag, nid yw'r diwygiad hwn mewn grym eto, ac eithrio i'r graddau y mae'n galluogi Ofcom i gyflawni gwaith paratoi. Felly, rydym yn cyfeirio at y fersiwn o'r Ddeddf sydd mewn grym ar hyn o bryd.

11. Wrth gyflawni'r dyletswyddau cynnwys cyfryngau a nodir ym mharagraffau 6 i 9 yr Atodiad hwn, rhaid i C4C ystyried pa mor ddymunol yw:

   a) gweithio gyda sefydliadau diwylliannol;
   b) annog arloesedd o ran y ffordd mae cynnwys cyfryngau perthnasol yn cael ei ddarlledu neu ei ddosbarthu; a
   c) hyrwyddo mynediad at wasanaethau sy'n cael eu darparu ar ffurf ddigidol ac ymwybyddiaeth ohonynt.