

Oedolion:
Adroddiad: Agweddau oedolion a'u
defnydd o'r cyfryngau 2019

Trosolwg

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

Mae Deddf Cyfathrebiadau 2003 yn rhoi dyletswydd ar Ofcom i hyrwyddo a chynnal ymchwil ym maes llythrennedd yn y cyfryngau. Mae'r adroddiad hwn yn cefnogi ein gwaith yn y maes hwn.

Mae'r adroddiad yn seiliedig yn bennaf ar ein Traciwr Llythrennedd yn y Cyfryngau Oedolion meintiol, ac mae'n darparu tystiolaeth o ddefnyddio'r cyfryngau, agweddau arnynt a dealltwriaeth ohonynt ymysg oedolion 16 oed a hŷn yn y DU, a sut mae hyn yn newid dros amser. Mae'r adroddiad hefyd yn canolbwyntio'n benodol ar y grwpiau hynny sy'n tueddu i beidio â chymryd rhan yn ddigidol.

Mae'r adroddiad hwn hefyd yn defnyddio ein gwaith ymchwil ansoddol, Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion¹, a'n Traciwr Technoleg meintiol er mwyn darparu naratif cyffredinol ar y prif themâu yng nghyswllt profiad oedolion o gyfryngau yn 2018. Mae rhagor o fanylion ar gael yn y pecyn siartiau a'r adnodd rhyngweithiol a ddaw gyda'r adroddiad hwn.²

Prif ganfyddiadau:

- **Mae ffonau symudol yn rhan fwyfwy annatod o fywyd pob dydd** ac mae hanner yr holl oedolion yn dweud erbyn hyn mai eu ffôn symudol fyddent yn gweld ei golli'n fwy na dim o blith eu holl ddyfeisiau.
- **Dydy un o bob tri oedolyn byth yn defnyddio cyfrifiadur i fynd ar-lein ac mae un o bob deg yn defnyddio ffôn clyfar yn unig**, cynnydd ers 2017.
- **Mae fideo ar-alw a chynnwys sy'n cael ei ffrydio yn dod yn rhan ganolog o dirwedd gwylio oedolion.**
- **Mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn llai tebygol nag oeddent yn 2017 o weld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw** ar gyfryngau cymdeithasol.

¹ Mae ein gwaith ymchwil, Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, yn brosiect fideo ethnograffig hydredol, ansoddol sydd wedi bod ar waith ers 2005. Mae'r ymchwil wedi dilyn yr un 19 cyfranogwr (i'r graddau roedd hynny'n bosibl) dros amser, gan eu cyfwrdd gartref i ddeall eu perthynas â chyfryngau digidol. Mae rhagor o wybodaeth ar gael yn: https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0037/149869/agweddau-oedolion-au-defnydd-o-gyfryngau.pdf

² Mae'r pecyn siartiau a'r adnodd rhyngweithiol ar gael yma: <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/adults/adults-media-use-and-attitudes-2019>

- **O gymharu â 2017, mae defnyddwyr y rhyngwrwd yn fwy tebygol o fod wedi dod ar draws cynnwys cas ar-lein, ond ni wnaeth y rhan fwyaf ohonynt unrhyw beth am hynny.**
- **Er bod y rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngwrwd yn gwybod am o leiaf un o'r ffyrdd y gallai eu data personol gael eu casglu ar-lein, mae llai na phedwar o bob deg yn ymwybodol o'r holl ffyrdd y gwnaethom holi amdanynt.**
- **Ychydig o newid sydd wedi bod o ran ymwybyddiaeth feirniadol yn ystod y blynyddoedd diwethaf, ac mae llawer yn dal i fod heb y sgiliau beirniadol sydd eu hangen arnynt i wybod eu bod yn gweld hysbysebion ar-lein.**
- **Mae un o bob deg defnyddiwr y rhyngwrwd yn dweud nad ydynt yn ystyried a yw cynnwys ar-lein yn wir, ond mae'r rheini sydd yn ystyried hynny yn fwy tebygol o wirio dilysrwydd y wybodaeth nag oeddent yn 2017.**
- **Dydy 13 y cant o oedolion yn y DU ddim yn defnyddio'r rhyngwrwd, ac nid yw'r ffigur hwnnw wedi newid ers 2014; mae'r rheini sy'n 55 oed a hŷn ac yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE yn dal yn llai tebygol o fod ar-lein.**
- **Dydy un o bob saith oedolyn oed gweithio mewn aelwydydd DE ddim yn mynd ar-lein, a phan fyddant yn gwneud hynny, mae un o bob pump yn mynd ar-lein ar ffôn clyfar yn unig**

Y Cyfryngau mewn Bywyd, yn ôl oedran: cipolwg

Pobl 16 i 24 oed:

99% yn defnyddio ffôn symudol

12% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

79% yn gwyllo cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

93% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

47% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

85% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwd)

1% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwd

Pobl 25 i 34 oed:

99% yn defnyddio ffôn symudol

22% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

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

91% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

52% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

86% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwd)

1% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwd

Pobl 35 i 44 oed:

100% yn defnyddio ffôn symudol

9% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

75% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

84% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

45% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

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

4% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

Pobl 45 i 54 oed:

98% yn defnyddio ffôn symudol

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

69% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

76% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

46% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

84% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd)

7% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

Pobl 55 i 64 oed:

96% yn defnyddio ffôn symudol

9% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

43% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

58% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

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

81% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd)

19% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

Pobl 65 i 74 oed:

92% yn defnyddio ffôn symudol

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

34% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

34% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

52% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

72% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd)

33% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

Pobl 75 oed a hŷn:

81% yn defnyddio ffôn symudol

1% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

22% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

20% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

46% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

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

48% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

Y Cyfryngau mewn Bywyd, yn ôl grŵp economaidd-gymdeithasol: cipolwg

AB:

97% yn defnyddio ffôn symudol

4% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

73% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

74% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

57% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

87% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd)

6% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

C1:

98% yn defnyddio ffôn symudol

7% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

61% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

79% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

47% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

85% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd)

8% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

C2:

95% yn defnyddio ffôn symudol

16% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

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

69% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

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

80% yn ymwybodol o un ffordd o leiaf mae cwmnïau'n gallu casglu data personol ar-lein (ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd)

15% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

DE:

93% yn defnyddio ffôn symudol

17% dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein

46% yn gwylio cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio

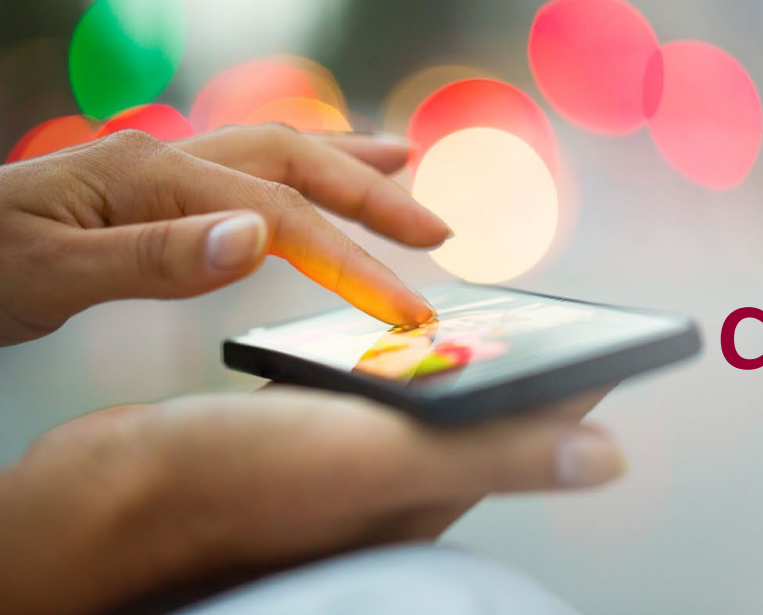
56% â phroffil cyfryngau cymdeithasol

37% yn nodi hysbysebion yn gywir ar Google (ymysg defnyddwyr peiriannau chwilio)

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

23% ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd





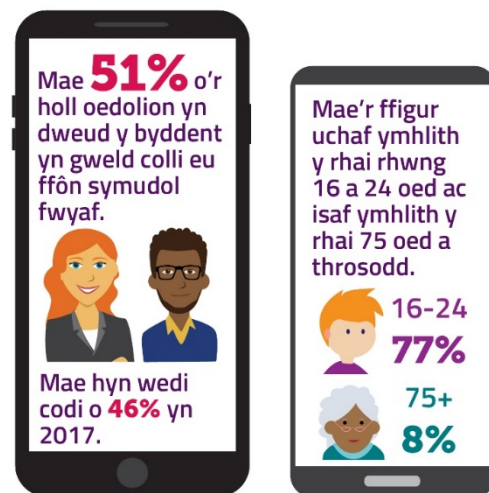
Crynodeb o'r prif ganfyddiadau

Newidiadau mewn arferion ar-lein

Mae ffonau symudol yn rhan fwyfwy annatod o fywyd pob dydd ac mae hanner yr holl oedolion yn dweud erbyn hyn mai eu ffôn symudol fyddent yn gweld ei golli'n fwy na dim o blith eu holl ddyfeisiau

Mae bron i bob oedolyn yn y DU yn defnyddio ffôn symudol (96%). Mae hyn yn wir ar draws pob grŵp oedran; mae defnydd ffonau symudol yn amrywio o 100% ymysg y grŵp oed 35-44 oed i 81% ymysg y rheini sy'n 75 oed a hŷn. Dim ond tyfu mae ein dibyniaeth ar ffonau symudol; mae hanner yr holl oedolion yn dweud erbyn hyn mai eu ffôn symudol yw'r ddyfais fyddent yn gweld ei golli'n fwy na dim pe bai'n cael ei gymryd oddi wrthynt, cynnydd ers 2017. Mae'r ddibyniaeth hon yn amrywio'n sylweddol yn ôl oedran a'r grŵp oedran 16-24 sy'n teimlo'n fwyaf cryf yn hynny o beth (77%), a'r grŵp oedran 75 oed a hŷn sy'n teimlo'n lleiaf cryf amdano (8%). Wrth i ddibyniaeth ar ffonau symudol leihau wrth fynd yn hŷn, mae'r ddibyniaeth ar set deledu yn cynyddu; 5% o bobl 16 i 24 oed sy'n dweud y byddent yn gweld colli eu set deledu yn fwy na dim, o'i gymharu â dau draean y bobl 75 oed a hŷn.

Cyfran o oedolion sy'n dweud mai eu ffôn symudol yw'r dyfais byddent yn ei golli fwyaf



Gan edrych ar yr ymddygiad sy'n sail i'r ddibyniaeth hon ar ffonau symudol, canfu ein gwaith ymchwil ansoddol, Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, fod nifer o weithgareddau craidd y mae bron i bob un o'r rhai a gymerodd ran yn yr astudiaeth yn eu gwneud yn rheolaidd, fel mynd ar gyfryngau cymdeithasol, cyfnewid negeseuon, siopa, a gwylio a gwrando ar wasanaethau ffrydio ac YouTube. Mae'r gweithgareddau craidd hyn yn hawdd eu gwneud ar apiau a dyfeisiau symudol, ac felly maen nhw'n cael eu gwneud ar ffonau clyfar gan mwyaf. Roedd y cyfranogwyr hefyd yn tynnu sylw at enghreifftiau penodol o fanteision apiau ffonau clyfar. Er enghraifft, roedd un

cyfranogwr, sy'n hyfforddwr gymnasteg, yn defnyddio ap ar ei iPhone i ffilmio a rhoi adborth i'r athletwyr mae'n eu hyfforddi.

"Ar gyfer fy swydd, yn amlwg rwy'n hyfforddi llawer ac mae'n dechnegol iawn. Pan fydda' i'n ffilmio un o'r gymnastwyr, mae'n haws ei weld ar sgrin fwy er mwyn i mi allu cywiro eu camgymeriadau. Mae gen i ap o'r enw Coach's Eye lle rwy'n gallu ysgrifennu ynddo, dweud wrthyn nhw o ba radd i gychwyn ac ati. Felly mae'n haws i mi eu gweld nhw, ac iddyn nhw eu gweld eu hunain hefyd."

Merch 18 oed, Hyfforddwr Gymnasteg, Coventry

Dydy un o bob tri oedolyn byth yn defnyddio cyfrifiadur i fynd ar-lein ac mae un o bob deg yn defnyddio ffôn clyfar yn unig, cynnydd ers 2017

Er nad oes newid wedi bod ers 2017 yng nghyfran yr oedolion sy'n mynd ar-lein (87%) a'r amcangyfrif o gyfanswm cyfartalog yr oriau

sy'n cael eu treulio ar-lein bob wythnos (25.3 awr³), mae'r ffordd rydym yn defnyddio'r rhyngwrdd yn newid. Erbyn hyn, mae oedolion yn credu eu bod yn treulio mwy o amser ar-lein pan fyddant allan o'r tŷ nag oeddent yn 2017 (2.9 awr o'i gymharu â 2.5 awr).

Mae defnydd pobl o ddyfeisiau'n newid hefyd. Mae oedolion yn llai tebygol nag oeddent yn 2017 o ddefnyddio cyfrifiadur i fynd ar-lein⁴ (58% o'i gymharu â 62%), ac mae hyn wedi lleihau 20 pwynt canran ers 2013 (78%). Felly, dydy tri oedolyn o bob deg byth yn defnyddio cyfrifiadur i fynd ar-lein. Mae oedolion yn y grwpiau economaidd-gymdeithasol C2 (38%) a DE (35%) yn fwy tebygol o wneud hyn, ac oedolion yn y grŵp AB yn llai tebygol (15%). Tua un o bob deg oedolyn sy'n dweud eu bod dim ond yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein; cynnydd o dri phwynt canran ers 2017, ac eto mae hynny'n fwy tebygol ymysg oedolion C2 (16%) a DE (17%) nag oedolion AB (4%) ac C1 (7%).

Dyfeisiau a ddefnyddiwyd i fynd ar-lein



³ Mae'r ffigurau sy'n cael eu hadrodd yma yn seiliedig ar frasamcan yr ymatebwyr eu hunain o'r amser sy'n cael ei dreulio ar-lein, ac felly efallai fod rhywfaint o gofnodi gormod a rhywfaint o beidio â chofnodi digon. Mae'r data'n wahanol i'r data ComScore a nodwyd yn adroddiad Cenedl Ar-lein Ofcom oherwydd mae data ComScore yn cyfuno technegau mesur panel a chyfrifiad i gael ystadegau mesur cynulleidfaoedd digidol. Mae'r adroddiad Cenedl Ar-lein ar gael yma:

https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0030/149862/adroddiad-ein-gwlad-ar-lein.pdf

⁴ Caiff cyfrifiadur ei ddiffinio fel cyfrifiadur bwrdd gwaith neu liniadur

Ond mae heriau'n gallu bod yn gysylltiedig â dim ond defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein; er bod dau draean y defnyddwyr ffôn clyfar wedi defnyddio eu ffôn i lenwi ffurflen neu gais (mae defnyddwyr ffonau clyfar rhwng 16 a 34 oed yn fwy tebygol o ddweud eu bod wedi gwneud hyn), mae saith o bob deg yn cytuno bod llenwi ffurflenni neu weithio ar ddogfennau'n haws ar gyfrifiadur.

Mae mynd ar-lein pan fyddwch allan o'r tŷ yn gallu sugno eich lwfans data, ond mae'n ymddangos bod defnyddwyr ffonau clyfar yn dechrau rheoli eu defnydd o ddata'n well. O'i gymharu â 2017, mae defnyddwyr ffonau clyfar yn llai tebygol o ddweud eu bod wedi defnyddio eu lwfans data i gyd ar ryw adeg (34% o'i gymharu â 38%). Mae'r rheini sydd wedi defnyddio eu lwfans data i gyd ar ryw adeg yn defnyddio strategaethau lliniaru os ydynt mewn perygl o redeg allan; mae dros hanner yn cyfyngu ar eu defnydd data neu ddim ond yn mynd ar-lein pan fyddant yn gallu defnyddio wi-fi, ac mae ychydig o dan hanner yn defnyddio eu ffôn i fynd ar-lein i raddau llai.

Mae'r amrywiaeth o weithgareddau ar-lein mae defnyddwyr y rhyngwrwyd yn eu gwneud yn amrywio yn ôl oedran a grŵp economaidd-gymdeithasol

Agwedd arall ar ddeall defnydd ar-lein yw edrych ar y mathau o weithgareddau mae pobl yn eu gwneud ar-lein. Yn debyg i'r blynyddoedd blaenorol, ar y cyfan, mae defnyddwyr y rhyngwrwyd dan 35 oed yn fwy tebygol na'r cyfartaledd o fod wedi gwneud

amrywiaeth eang o weithgareddau ar-lein yn ystod yr wythnos flaenorol, ac mae'r rheini sy'n 55 oed a hŷn yn llai tebygol o fod wedi gwneud hynny.⁵ Mae'r amrywiaeth ehangaf o weithgareddau ar-lein yn cael eu gwneud gan bobl rhwng 25 a 35 oed, sy'n fwy tebygol na'r cyfartaledd o fod wedi gwneud 14 o'r 15 math o weithgareddau ar y rhyngwrwyd yn ystod yr wythnos flaenorol. Ar ben arall y sbectrwm, mae defnyddwyr y rhyngwrwyd yn y grwpiau oedran 65-74 a 75+ yn llai tebygol na'r cyfartaledd o fod wedi gwneud y 15 math o weithgaredd yn ystod yr wythnos flaenorol.

Yn yr un modd â'r blynyddoedd blaenorol, mae gwahaniaethau rhwng grwpiau economaidd-gymdeithasol o ran yr amrywiaeth o weithgareddau ar-lein sy'n cael eu gwneud. Mae pobl yn y grŵp AB yn fwy tebygol na defnyddwyr y rhyngwrwyd yn gyffredinol o fod wedi gwneud bron i bob un o'r 15 math o weithgaredd yn yr wythnos flaenorol, ac eithrio chwarae gemau ar-lein. Ar y llaw arall, mae pobl yn y grŵp DE yn llai tebygol na'r cyfartaledd o fod wedi bod ar-lein i wneud 13 o'r 15 math o weithgaredd yn ystod yr wythnos flaenorol; maen nhw'r un mor debygol â defnyddwyr rhyngwrwyd yn gyffredinol o fod wedi bod ar-lein i gyfathrebu ac i chwarae gemau.

Gofynnwyd i ddefnyddwyr y rhyngwrwyd am y gweithgareddau creadigol roeddent wedi'u gwneud ar-lein hefyd; y tri gweithgaredd mwyaf poblogaidd oedd ychwanegu hidlyddion at lun digidol neu ei olygu (35%),

⁵ Dangoswyd 24 o weithgareddau gwahanol mae modd eu gwneud ar y rhyngwrwyd i ddefnyddwyr rhyngwrwyd sy'n 16 oed a hŷn, a gofynnwyd iddynt pa rai ohonynt, os o gwbl, maen nhw wedi bod ar-lein i'w gwneud, a pha rai o'r rhain maen nhw wedi'u gwneud yn ystod yr wythnos flaenorol. Ar gyfer y dadansoddiad cychwynnol hwn, mae 23 o'r 24 o weithgareddau⁵ wedi cael eu grwpio yn 15 math o ddefnydd, er mwyn gallu cymharu'n ehangach. Dyma'r 15 math o weithgaredd: e-bost; cyfathrebu; bancio; trafodion; cyfryngau cymdeithasol; newyddion; chwilio am wybodaeth ar gyfer gwaith/ysgol/coleg; gwylio clipiau fideo byr; gwrando ar y radio/gwasanaethau sain; gwylio cynnwys teledu; cael gafael ar wybodaeth am iechyd; defnyddio gwasanaethau'r llywodraeth; gemau; gweithgareddau o bell (e.e. cael gafael ar ffeiliau drwy wasanaeth cwmwl neu reoli'r teclynau'r cartref o bell); llwytho cynnwys i fyny/ychwanegu cynnwys.

yna dilyn tiwtorialau ar-lein (31%) a gwneud fideo a'i rannu ar-lein (29%).⁶

Mae ein hastudiaeth, Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, yn adleisio'r canfyddiadau hyn; roeddem wedi arsylwi bod patrymau'r cyfranogwyr o ran eu hymddygiad ar-lein yn amrywiol iawn a bod gwahanaeth clir rhwng y rheini sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd ar gyfer yr hyn a allai gael ei ddisgrifio fel tasgau 'sylfaenol', a'r rheini sy'n ei ddefnyddio ar gyfer amrywiaeth ehangach a mwy amrywiol o weithgareddau. Mae cymryd rhan mewn amrywiaeth ehangach o weithgareddau (gan gynnwys defnyddio'r rhyngwrwyd ar gyfer ymchwil, cymorth dysgu ac astudio, chwilio am swydd, bancio, cadw golwg ar ffitrwydd, chwilio am gariad, gamblo ac ati) yn fwyaf tebygol o gael ei wneud gan gyfranogwyr iau sy'n fwy addysgedig ac yn fwy ymwybodol o gyfryngau digidol. Ac yn wahanol i'r gweithgareddau craidd, maen nhw'n cael eu gwneud ar borwr gwe ar gyfrifiadur yn amlach na pheidio.

"Fe wnes i fy marddoniaeth eleni... y cynllun oedd gwneud 100 cerdd mewn wyth mis. 'Nes i greu fy mharth fy hun a sefydlu WordPress... roeddwn yn cyhoeddi cerdd bob tua dau ddiwrnod ar fy mlog WordPress. Ar ôl cerdd 30 efallai, 'nes i sefydlu tudalen Instagram."
Dyn 23 oed, tiwtor, Llundain

Y dirwedd gwylio sy'n datblygu

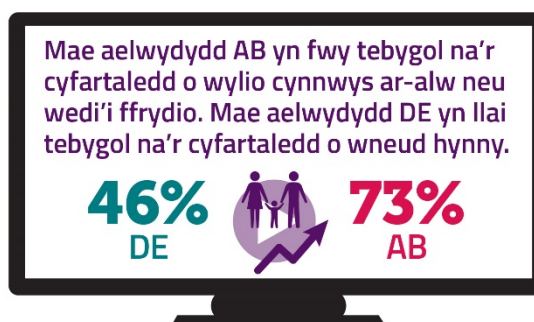
Mae fideo ar-alw a chynnwys sy'n cael ei ffrydio yn dod yn rhan ganolog o dirwedd gwylio oedolion

Mae tirwedd gwylio oedolion yn newid; mae cynnydd wedi bod yng nghyfran yr oedolion sy'n gwylio cynnwys ar-alw ac wedi'i ffrydio (60%) ers 2017 (55%). O ran hoffter o'r math hwn o gynnwys, mae gwahaniaethau clir rhwng oedrannau a grwpiau economaidd-gymdeithasol; mae pobl rhwng 16 a 24 oed (79%) a phobl yn y grŵp AB (73%) yn fwy tebygol o lawer na'r cyfartaledd o wyllo cynnwys ar-alw ac wedi'i ffrydio, ac mae pobl 75 oed a hŷn (22%) a phobl yn y grŵp DE (46%) yn llai tebygol o lawer o wneud hynny.

Cyfran o oedolion sy'n gwylio cynnwys ar-alw neu gynnwys wedi'i ffrydio



Nawr bod mwy a mwy o wasanaethau ar-lein yn cynnig cynnwys ar-alw neu wedi'i ffrydio,



mae'n gallu bod yn anodd penderfynu beth i'w wyllo. Pan ofynnwyd iddynt, dywedodd

⁶ Dangoswyd deg gweithgaredd creadigol i ddefnyddwyr y rhyngwrwyd sy'n 16 oed a hŷn a gofynnwyd iddynt a oeddent erioed wedi gwneud unrhyw un ohonynt ar-lein. Dyma'r gweithgareddau creadigol hynny: ychwanegu hidlyddion at lun digidol neu ei olygu; dilyn tiwtorialau ar-lein; gwneud fideo a'i rannu ar-lein; ffrydio fideo'n fyw; creu llyfr lluniau, calendr neu gerdyn penblwydd personol ar-lein; gwneud meme neu gif; gwneud, adeiladu neu addasu gwefan neu ap; gwneud blog neu flog; creu llyfr lloffion o syniadau ar-lein; a gwneud eu cerddoriaeth ar-lein neu newid/golygu cerddoriaeth rhywun arall ar-lein.

bron i chwech o bob deg oedolyn eu bod yn chwilio am gynnwys cyfarwydd ac yn dewis rhaglenni oherwydd eu bod "yn rhywbeth maen nhw'n ei wyllo'n rheolaidd". Mae dal i fyny â rhaglenni'n rheswm poblogaidd hefyd; mae bron i hanner yn dweud eu bod yn dewis cynnwys oherwydd eu bod wedi'i fethu pan gafodd ei ddarlledu'n wreiddiol. Mae'n ymddangos bod cyfryngau cymdeithasol yn cael dylanwad mawr ar ddewis cynnwys ymysg gwylwyr cynnwys ar-alw rhwng 16 a 24 oed, sy'n fwy tebygol na'r cyfartaledd o ddewis ar sail adolygiadau ar gyfryngau cymdeithasol (25% o'i gymharu ag 14%). Mae pori drwy'r gwasanaeth i weld beth sydd ar gael yn ddull llai poblogaidd o ddod o hyd i gynnwys nag yr oedd yn y flwyddyn flaenorol (46% o'i gymharu â 54% yn 2017).

Caiiff poblogrwydd gwasanaethau fideo ar-alw a ffrydio ei ddangos yn glir yn ein gwaith ymchwil, Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion. Mae ein cyfranogwyr yn parhau i grybwyll gwasanaethau ffrydio'n helaeth wrth drafod eu harferion gwyllo, ac mae gan y rhan fwyaf fynediad at o leiaf un gwasanaeth ffrydio y mae'n rhaid tanysgrifio iddo. Rydym wedi canfod hefyd fod YouTube, sydd wedi bod yn llwyfan gwyllo boblogaidd i nifer o'n cyfranogwyr dros sawl blwyddyn, wedi dod yn fwy pwysig wrth i rai ohonynt ddechrau gwyllo mwy ar eu dyfeisiau symudol. Eleni, am y tro cyntaf, dywedodd dau o'n cyfranogwyr mai at YouTube maen nhw'n troi cyntaf ar gyfer 'gwyllo teledu' ac erbyn hyn, nid oes gan rai o'n cyfranogwyr set deledu o gwbl, neu os oes ganddynt, nid yw wedi'i gysylltu â gwasanaeth daearol/lloeren/cebl traddodiadol.

Gweld safbwyntiau gwrthwynebus a phrofiadau annymunol ar-lein

Mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn llai tebygol nag oeddent yn 2017 o weld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw ar gyfryngau cymdeithasol

Nid yw cyfran y defnyddwyr rhynggrwyd sydd â chyfrif cyfryngau cymdeithasol wedi newid ers 2017 (mae gan 80% o ddefnyddwyr y rhynggrwyd broffil⁷), ond mae'r safleoedd maen nhw'n eu defnyddio yn newid. Facebook yw'r safle cyfryngau cymdeithasol mwyaf poblogaidd o hyd, ond mae'r defnydd wedi lleihau ers 2017 (88% yn defnyddio Facebook, i lawr o 91% yn 2017). Mae cynnydd cyfatebol wedi bod yn y niferoedd sy'n defnyddio WhatsApp (61% yn 2018, i fyny o 54% yn 2017) ac o Instagram (38%, i fyny o 31% yn 2017). Pan ofynnwyd iddynt am eu prif safle, Facebook yw'r mwyaf poblogaidd eto, ond mae defnyddwyr y rhynggrwyd yn llai tebygol na'r flwyddyn flaenorol o ystyried hwn yn brif safle iddynt (58% yn 2018, i lawr o 70% yn 2017) ac yn fwy tebygol o enwi WhatsApp (23% o'i gymharu ag 16%), Instagram (5% o'i gymharu â 3%) ac YouTube (4% o'i gymharu â 2%).

Mae cyfryngau cymdeithasol yn caniatáu i ni gysylltu a rhannu gwybodaeth ag eraill, ond mae'n ymddangos bod defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn cysgodi eu hunain rhag safbwyntiau sy'n groes i'w rhai nhw i raddau mwy a mwy. O gymharu â 2017, mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn llai tebygol o ddweud eu bod yn gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw; mae chwarter yn dweud mai 'prin' y maen nhw'n gweld safbwyntiau maen nhw'n

⁷ Fel cyfran o'r holl oedolion (yn hytrach na phob defnyddiwr y rhynggrwyd), mae gan saith o bob deg oedolyn (70%) broffil cyfryngau cymdeithasol.

anghytuno â nhw ar gyfryngau cymdeithasol (o'i gymharu â 18% yn 2017). Felly, mae mwy o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn dweud mai 'prin' y maen nhw'n gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw (24%) nag sy'n dweud eu bod yn 'aml' yn gweld safbwyntiau maen nhw'n anghytuno â nhw (17%).

Gan edrych ar yr hawl i fod yn ddienw ar-lein, mae amrywiaeth barn ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd; mae tua'r un faint yn cytuno ag sy'n anghytuno "y dylai pobl gael yr hawl i guddio pwy ydyn nhw ar-lein er mwyn mynegi eu safbwyntiau'n ddienw" (41% o'i gymharu â 40%). Serch hynny, mae defnyddwyr y rhyngwrwyd yn llai tebygol o feddwl "ei bod hi'n bwysig bod gan bobl yr hawl i ddweud eu dweud, hyd yn oed os yw hynny'n ddadleuol neu'n greulon wrth bobl eraill" (43% yn anghytuno a 36% yn cytuno).

O gymharu â 2017, mae defnyddwyr y rhyngwrwyd yn fwy tebygol o fod wedi dod ar draws cynnwys cas ar-lein, ond ni wnaeth y rhan fwyaf ohonynt unrhyw beth am hynny

Mae defnyddio'r rhyngwrwyd yn gallu golygu bod pobl yn cael profiadau annymunol ac mae

ychydig dros hanner defnyddwyr y rhyngwrwyd yn dweud bod ganddynt bryderon ynghylch y rhyngwrwyd.⁸ I archwilio hyn yn fanylach, roeddem wedi dangos saith math o ddigwyddiadau negyddol ar-lein i ddefnyddwyr y rhyngwrwyd, a gofyn iddynt pa rai, os o gwbl, roeddent wedi cael profiad ohonynt yn ystod y 12 mis diwethaf.⁹ Dywedodd dros chwarter eu bod wedi cael profiad o un o'r digwyddiadau hyn o leiaf. Dywedodd ychydig dros un o bob deg eu bod wedi cael feirws cyfrifiadur ar ddyfais maen nhw'n ei defnyddio i fynd ar-lein, a dywedodd llai eu bod wedi cael profiad o'r chwe digwyddiad arall.

Gall cyfryngau cymdeithasol fod yn ffynhonnell cynnwys annifyr neu gas; mae chwech o bob deg defnyddiwr cyfryngau cymdeithasol wedi gweld y math hwn o gynnwys yn ystod y 12 mis diwethaf ac mae un o bob deg yn dweud eu bod yn gweld y math hwn o gynnwys yn 'aml'.

O gymharu â 2017, mae cynnydd wedi bod yng nghyfran y defnyddwyr rhyngwrwyd sy'n dweud eu bod wedi gweld cynnwys cas¹⁰ ar-lein yn ystod y 12 mis diwethaf (53%, i fyny o 47% yn 2017). Yn sail i hyn mae'r cynnydd yn y gyfran sy'n dweud eu bod yn gweld y math

⁸ Mae Ofcom wedi cynnal prosiect ymchwil meintiol i niwed ar-lein (gwaith maes yn ystod gwanwyn 2019). Mae'r ymchwil hwn ymysg oedolion 16 oed a hŷn a phlant rhwng 12 a 15 oed, yn edrych ar bryderon ynglŷn â defnyddio'r rhyngwrwyd, profiad o niwed posibl (gan gynnwys amlder ac effaith) a ffynonellau niwed posibl. Canfu ein gwaith ymchwil i niwed ar-lein yn 2019 iefelau uwch o bryderon heb eu cynnig na'n gwaith ymchwil i lythrennedd yn y cyfryngau yn 2018. Yn fwy na thebyg, mae hyn o ganlyniad i wahaniaeth yng ngeiriad y cwestiwn (roedd arolwg 2019 yn gofyn i ymatebwyr feddwl am apiau, cyfryngau cymdeithasol, chwarae gemau ar-lein a chlipiau fideo) a straeon newyddion sy'n ymwneud â safleoedd cyfryngau cymdeithasol cyn ac yn ystod gwaith maes 2019. Mae modd gweld gwaith ymchwil 2019 i niwed ar-lein yma:

https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0028/149068/online-harms-chart-pack.pdf

⁹ Dyma'r digwyddiadau negyddol a ddangoswyd i'r ymatebwyr: feirws cyfrifiadur; cyfrif e-bost neu gyfryngau cymdeithasol yn cael ei hacio; cyswllt ar-lein gan rywun yn esgus bod yn rhywun arall; colli arian ar-lein neu ddioddef sgam; gwybodaeth ariannol neu bersonol yn cael ei dwyn neu ei defnyddio ar-lein heb ganiatâd y defnyddiwr a heb yn wybod iddo; bwlio/aflonyddu/trolio; a chael eich bygwth neu eich stelcio ar-lein.

¹⁰ Gofynnwyd i ddefnyddwyr y rhyngwrwyd a oeddent wedi gweld unrhyw beth cas ar y rhyngwrwyd a oedd wedi cael ei gyfeirio at grŵp penodol o bobl ar sail, er enghraifft, eu rhyw, eu crefydd, eu hanabledd, eu rhywioldeb neu eu hunaniaeth o ran rhyw. Cawsant yr esboniad canlynol hefyd: Gallai enghreifftiau o'r mathu hyn o bethau fod yn sylwadau neu ddelweddau creulon neu annifyr sydd wedi cael eu cyhoeddi ar gyfryngau cymdeithasol, sylwadau mewn ymateb i erthygl roeddech chi wedi'i darllen ar-lein, neu fideos wedi'u cyhoeddi ar safleoedd fel YouTube.

hwn o gynnwys 'weithiau' (39% yn 2018, i fyny o 33% yn 2017). Mae un o bob saith yn dweud eu bod yn gweld y math hwn o gynnwys yn 'aml' (yr un fath ag yn 2017). Serch hynny, dywedodd tri o bob pump o'r rheini a oedd wedi gweld cynnwys cas eu bod wedi ei anwybyddu neu wedi gwneud dim byd am y peth. Ymysg y rheini a oedd wedi gwneud rhywbeth amdano, yr ymatebion mwyaf poblogaidd oedd rhoi gwybod i'r wefan neu'r ap am y cynnwys cas (17%) a rhwystro'r person a oedd wedi gwneud neu rannu'r sylwadau (12%).

Yn ein hastudiaeth, Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, pan ofynnwyd i gyfranogwyr esbonio beth roeddent yn ei ystyried yn cynnwys niweidiol neu gas, roedd y rhan fwyaf ohonynt yn ei chael hi'n anodd diffinio hynny yn eu geiriau eu hunain. Roedd y mwyafrif yn tybio bod cynnwys niweidiol neu gas yn golygu'r ffurfiau mwy eithafol ar fwlio ar-lein neu 'trolio'. Felly, dim ond ychydig o gyfranogwyr a ddywedodd eu bod wedi cael profiad uniongyrchol o'r math hwn o gynnwys ar-lein (ond roedd rhai yn dweud eu bod wedi'i weld yn cael ei gyfeirio at bobl enwog). Nid yw'n syndod, efallai, fod gan yr unigolion hyn ddealltwriaeth fwy manwl o'r math hwn o gynnwys a'u bod yn fwy pryderus yn ei gylch.

"Mae'n eithaf amlwg ar Twitter o beth weld' i. Felly bydda i'n tynnu sylw at rhywbeth sy'n gas, yn niweidiol, neu'n hiliol yn fy marn i – dwi wedi gwneud hynny gryn dipyn a dweud y gwir – yn enwedig dros y blynyddoedd diwethaf. Mae'n cael ei achosi gan bethau fel Brexit hefyd – y math hwnnw o begynu ein safbwyntiau gwleidyddol... Dwi wedi cymryd dipyn ohono'n bersonol hefyd dwi'n meddwl, fel siaradwr Cymraeg yn arbennig."

Dyn 39 oed, swyddog gwe, Caerdydd

Yn fwy achlysurol, roedd cyfranogwyr yr astudiaeth yn sôn am enghreifftiau o weld fideos cas gyda chynnwys treisgar, neu roeddent yn ymwybodol o gynnwys cas yn cynnwys casineb hiliol neu anogaeth i fod yn dreisgar.

"Mae pethau wedi cael eu hanfon ata' i, a dylen nhw byth gael eu hanfon ar y rhyngwryd – mae ffrindiau wedi chwilio amdano, rydych chi'n gweld y fideo ac yn meddwl 'Pam wyt ti 'di anfon hwn ata' i?' Rydych chi'n gweld pethau treisgar ofnadwy a dipyn o bethau eraill na ddylai pobl orfod eu gweld."

Dyn 57 oed, gosodwr larymau, Lisburn yng Ngogledd Iwerddon

Er bod lefel uchel o ymwybyddiaeth o adnoddau rhoi gwybod ar Facebook, Twitter ac YouTube, roedd tua hanner y rheini a oedd wedi gweld cynnwys amhriodol wedi peidio â rhoi gwybod amdano

Yn 2018, am y tro cyntaf, gofynnwyd gwestiynau i ddefnyddwyr YouTube¹¹, Facebook a Twitter er mwyn archwilio'r ymwybyddiaeth a'r profiad o ddefnyddio adnoddau rhoi gwybod ar y safleoedd hyn. Mae ymwybyddiaeth uchel o adnoddau rhoi

¹¹ Holwyd y rheini a ddywedodd eu bod wedi gwyllo fideos ar safleoedd rhannu fideos fel YouTube, Vimeo, Snapchat neu Facebook yn benodol am eu hymwybyddiaeth a'u defnydd o adnoddau rhoi gwybod ar YouTube.

gwybod; mae pedwar o bob pump yn ymwybodol o'r adnodd hwn ar Facebook, a thri o bob pedwar ar Twitter ac YouTube. Mae'r gyfran sydd wedi gweld cynnwys amhriodol rywbryd yn amrywio yn ôl llwyfan; dywedodd bron i hanner eu bod wedi gweld cynnwys amhriodol ar Facebook, o'i gymharu â chwarter ar Twitter neu YouTube.

Er bod ymwybyddiaeth o'r adnoddau rhoi gwybod yn uchel, isel yw'r gyfran sydd wedi rhoi gwybod am gynnwys ar unrhyw adeg. Ymysg y rheini a oedd wedi gweld cynnwys amhriodol, roedd chwech o bob deg wedi rhoi gwybod amdano i Facebook, hanner i Twitter a phedwar o bob deg i YouTube.

Ymysg y rheini a oedd wedi gweld cynnwys amhriodol ond heb roi gwybod amdano, dywedodd tri o bob deg o'r rheini sy'n defnyddio Facebook, ac un o bob pump sy'n defnyddio YouTube, eu bod heb roi gwybod amdano oherwydd nad oeddent yn credu y byddai'r llwyfan yn gweithredu ar y gŵyn.¹² Dywedodd chwarter y defnyddwyr Facebook ac YouTube eu bod heb roi gwybod amdano oherwydd nad oedd ganddynt yr amynedd.

Yn yr un modd, pan ofynnwyd i gyfranogwyr yn ein hastudiaeth, y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, beth fyddent yn ei wneud pe baent yn gweld cynnwys amhriodol neu annifyr ar-lein, dywedodd llawer ohonynt y byddent yn ei anwybyddu yn hytrach na rhoi gwybod amdano. I rai, roedd hyn oherwydd nad oeddent yn poeni rhyw lawer am y posibilrwydd o weld cynnwys o'r fath; i eraill, roeddent yn bryderus ond yn brin o hyder y byddai'r llwyfannau dan sylw yn gweithredu ar gwynion o'r fath.

"Weithiau fydda' i ddim yn rhwystro oherwydd dwi eisiau gwybod a ydyn nhw'n dal i wneud hynny... Yn amlach na pheidio fe wnân nhw gael gwared ar neges gas neu niweidiol, ond dwi hefyd wedi gweld pethau sy'n dal i fyny er fy mod wedi rhoi gwybod iddyn nhw amdano. Does dim llawer o ddadl yn ôl gan Twitter."

Dyn 39 oed, swyddog gwe, Caerdydd

"Rydych chi'n gweld pethau ac yn meddwl 'Dydw i ddim eisiau gweld hynny'. Does gan Twitter ddim ffordd o sensro'r hyn sy'n cael ei roi i fyny. Ac wedyn mae pobl yn dweud 'Beth ddiawl, pam mae hwn yna, dwi wedi riportio hwn?' Ac fe wnân nhw ddweud pethau fel 'Beth am i bawb riportio hwn'. Bydd miloedd yn gwneud hynny, ond dau ddiwrnod wedyn bydd yn dal yno."

Dyn 20 oed, myfyriwr, Leeds

Mae dros hanner y defnyddwyr rhynggrwyd yn defnyddio cyfrineiriau cryf ar ddyfeisiau sy'n cael eu defnyddio i fynd ar-lein, neu becynnau gwrthfeirysau neu wrthysbiwedd

Agwedd arall rydym yn edrych arni yn ein harolwg yw defnydd oedolion o fesurau diogelwch i'w hamddiffyn eu hunain a'u teuluoedd wrth fynd ar-lein. Mae dau fesur diogelwch yn cael eu defnyddio gartref gan y rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhynggrwyd. Mae mwy na thri o bob pump yn defnyddio cyfrineiriau cryf ar-lein neu ar ddyfeisiau sy'n cael eu defnyddio i fynd ar-lein, ac mae ychydig yn llai na hynny'n dweud eu bod yn defnyddio meddalwedd diogelwch fel pecynnau gwrthfeirysau neu wrthysbiwedd, ond mae hyn wedi lleihau ers 2017 (65%). Efallai fod hynny oherwydd bod dyfeisiau newydd yn tueddu i gael meddalwedd gwrthfeirysau wedi'i gosod arnynt ymlaen

¹² Sylfaen yn rhy isel (<100 cyfweiliad) i ddangos canlyniadau Twitter.

llaw. Ychydig dros un o bob deg sy'n defnyddio rhith-rwydwaith preifat (VPN) i guddio eu lleoliad ar-lein.

Mae'r arferiad o fabwysiadu mesurau diogelwch yn amrywio yn ôl grŵp oedran a grŵp economaidd-gymdeithasol; mae defnyddwyr y rhynggrwyd mewn aelwydydd AB yn fwy tebygol o ddefnyddio mesurau diogelwch, a'r rheini sy'n 75 oed a hŷn ac mewn aelwydydd DE yn llai tebygol o wneud hynny. Mae defnyddwyr y rhynggrwyd rhwng 16 a 24 oed yn fwy tebygol o ddefnyddio mesurau diogelwch mwy newydd, fel ôl bys neu adnabod wyneb (37% o'u cymharu â 27% o ddefnyddwyr y rhynggrwyd yn gyffredinol), ond mae hyn yn gysylltiedig â gallu dyfeisiau yn ôl pob tebyg.

Archwilio ar-lein ac ymwybyddiaeth o sut mae cyfryngau traddodiadol a gwasanaethau ar-lein yn cael eu hariannu

Dim ond gwefannau neu apiau y maen nhw wedi'u defnyddio o'r blaen y mae traean defnyddwyr y rhynggrwyd yn eu defnyddio; mae hyn yn fwy tebygol ymysg y rheini sy'n 55 oed a hŷn neu'r rheini yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE

Mae'n bwysig deall i ba raddau y mae pobl yn fodlon archwilio ar-lein, fel cyd-destun i lawer o'u hagweddau a'u hymddygiad. Ar y cyfan, mae hyder defnyddwyr y rhynggrwyd yn dal yn uchel (87%). Nid yw hynny wedi newid dros y ddwy flynedd ddiwethaf. Er y lefelau uchel hyn o hyder a fynegir, mae mwy na thraean o ddefnyddwyr y rhynggrwyd yn dweud eu bod dim ond yn defnyddio gwefannau neu apiau maen nhw wedi'u defnyddio o'r blaen. Mae cyfran uwch (40%) yn dweud eu bod yn defnyddio "un neu ddau efallai" o safleoedd

neu apiau nad ydynt wedi'u defnyddio o'r blaen ac mae cyfran is (22%) yn dweud eu bod yn defnyddio llawer o wefannau neu apiau nad ydynt wedi'u defnyddio o'r blaen.

Mae'r tueddiad i archwilio ar-lein yn lleihau wrth i oedran gynyddu; dywedodd 30% o ddefnyddwyr y rhynggrwyd rhwng 16 a 24 oed eu bod wedi defnyddio llawer o wefannau neu apiau nad ydynt wedi'u defnyddio o'r blaen; ffigur sy'n disgyn i 10% ymysg y rheini sy'n 55 oed a hŷn. Mae'r rheini mewn aelwydydd DE yn llai tebygol o archwilio ar-lein; dywed hanner eu bod dim ond yn defnyddio gwefannau neu apiau maen nhw wedi'u defnyddio o'r blaen. Mae'r rheini mewn aelwydydd AB yn llai tebygol o ddweud hyn (25%).

Mae'r rhan fwyaf o bobl yn ymwybodol o sut mae rhaglenni teledu'n cael eu hariannu, ond yn llai ymwybodol o sut mae gwasanaethau ar-lein a gwefannau'n cael eu hariannu

Un elfen o lythrennedd yn y cyfryngau yw deall sut mae gwahanol gyfryngau a gwasanaethau ar-lein yn cael eu hariannu, a hynny i gael gwell dealltwriaeth o gymhellion y cwmnïau neu'r sefydliadau sy'n darparu'r cynnwys ar wasanaethau o'r fath. Ceir ymwybyddiaeth uchel o hyd o sut mae rhaglenni teledu'n cael eu hariannu; mae wyth o bob deg oedolyn yn gwybod mai ffi'r drwydded yw prif ffynhonnell gyllid rhaglenni teledu'r BBC, ac mae saith o bob deg yn gwybod mai hysbysebion yw prif ffynhonnell gyllid rhaglenni teledu ar y sianeli masnachol.

Er bod lefel uchel o ymwybyddiaeth mai ffi'r drwydded yw prif ffynhonnell gyllid rhaglenni teledu'r BBC, roedd llai o oedolion yn gallu nodi'n gywir mai ffi'r drwydded yw prif ffynhonnell gyllid gwefan y BBC (62%). Mae ymwybyddiaeth o sut mae BBC iPlayer yn cael ei ariannu'n is eto; tua hanner sy'n

ymwybodol mai ffi'r drwydded yw'r brif ffynhonnell gyllid.

Mae llai o ymwybyddiaeth o sut mae gwasanaethau ar-lein yn cael eu hariannu o'u cymharu â gwasanaethau teledu traddodiadol. Ychydig dros hanner yr oedolion sy'n ymwybodol o sut mae gwefannau peiriannau chwilio'n cael eu hariannu (h.y. drwy hysbysebion), ac ychydig dros bedwar o bob deg oedolyn sy'n gwybod mai hysbysebion yw prif ffynhonnell gyllid YouTube.

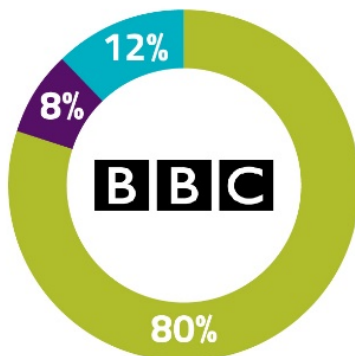
Mae gwahaniaethau clir rhwng grwpiau economaidd-gymdeithasol o ran yr

ymwybyddiaeth o gyllid cyfryngau a gwasanaethau ar-lein; mae'r rheini mewn aelwydydd DE yn llai tebygol na'r cyfartaledd o wybod sut mae'r rhan fwyaf o gyfryngau a gwasanaethau ar-lein yn cael eu hariannu, a'r rheini mewn aelwydydd AB yn fwy tebygol o wybod hynny.

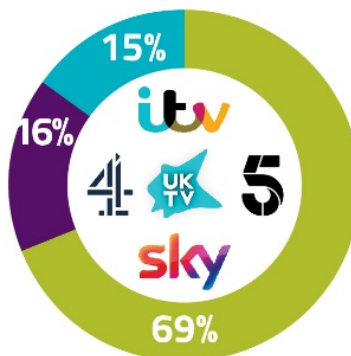
Fodd bynnag, mae'n ymddangos nad yw lleiafrif sylweddol o ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn poeni pwy sy'n ariannu neu'n berchen ar wefannau; mae pedwar o bob deg yn meddwl nad oes ots sut mae gwefannau da yn cael eu hariannu, cyhyd â'u bod ar gael ar y rhyngrwyd. Mae hynny'n uwch na'r 35% sy'n anghytuno.

Dealltwriaeth o sut caiff gwasanaethau'r cyfryngau ac ar-lein eu hariannu

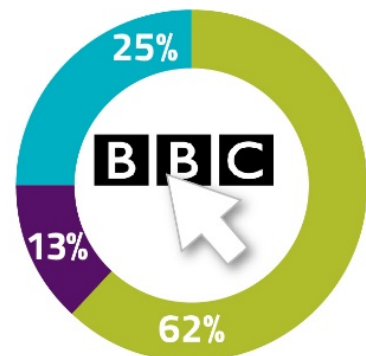
-  Gwybod sut caiff y gwasanaeth ei ariannu (ateb cywir)
-  Ddim yn gwybod sut caiff y gwasanaeth ei ariannu (ateb anghywir)
-  Ddim yn gwybod



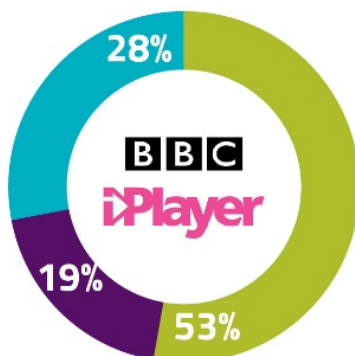
Teledu'r BBC



Teledu Masnachol



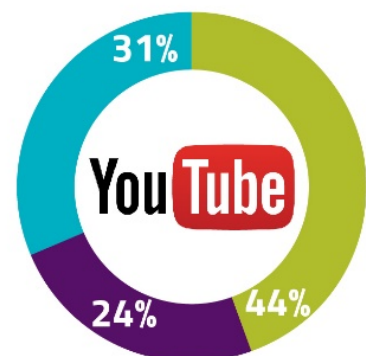
Gwefan y BBC



BBC iPlayer



Peiriannau chwilio



YouTube

Diogelu data personol

Er bod y rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn gwybod am o leiaf un o'r ffyrdd y gallai eu data personol gael eu casglu ar-lein, mae llai na phedwar o bob deg yn ymwybodol o'r holl ffyrdd y gwnaethom holi amdanynt

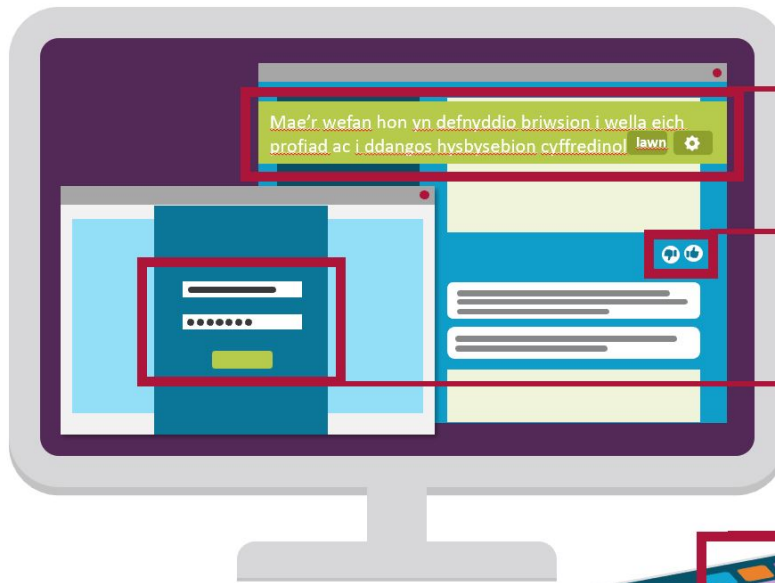
Mae tri chwarter o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn dweud eu bod yn hyderus eu bod yn gwybod sut mae rheoli pwy sydd â mynediad at eu data personol ar-lein¹³. Mae'r hyder hwn yn amrywio yn ôl grŵp oedran a grŵp economaidd-gymdeithasol; mae ar ei uchaf ymysg defnyddwyr y rhyngwrwyd rhwng 16 a 24 oed (83%) a rhwng 25 a 34 oed (84%), ac ar ei isaf ymysg oedolion 55 oed a hŷn a'r rheini mewn aelwydydd DE (66%).

Er bod ymwybyddiaeth dda o'r defnydd o gwcis i gasglu gwybodaeth am y gwefannau mae pobl yn eu defnyddio a'r cynnyrch/gwasanaethau sydd o ddiddordeb iddynt (70%), roedd ymwybyddiaeth is o'r apiau ar ffonau clyfar sy'n casglu data ar leoliadau defnyddwyr neu ar ba gynnyrch neu wasanaethau sydd o ddiddordeb iddynt (49%). Fodd bynnag, mae hyn wedi cynyddu ers 2017¹⁴ (45%). Ar y cyfan, roedd wyth o bob deg yn gwybod am o leiaf un o'r pedair ffordd y gall cwmnïau gasglu gwybodaeth am beth mae pobl yn ei wneud ar-lein¹⁵, ond roedd llai na phedwar o bob deg yn gwybod am yr holl ffyrdd.

¹³ Cafodd defnyddwyr yr esboniad canlynol: "Mae hyn yn golygu gwybod sut i rwystro cwmnïau rhag cael mynediad at wybodaeth fel eich manylion personol (er enghraifft eich cyfeiriad, eich rhif ffôn, eich dyddiad geni ac ati) neu wybodaeth am bethau fel ble rydych chi'n siopa neu beth yw eich diddordebau".

¹⁴ Yn 2017, roedd yr opsiwn o "ofyn i gwsmeriaid 'gofrestru' â gwefan neu ap ac i optio i mewn/optio allan o gael rhagor o wybodaeth ganddyn nhw neu eu partneriaid" yn ddau god ymateb gwahanol. Roedd un yn cyfeirio at "gael rhagor o wybodaeth ganddyn nhw" a'r llall at "gael gwybodaeth gan eu partneriaid neu gwmnïau eraill". Felly, nid oes data ynghylch tueddiadau ar gael ar gyfer y mesur penodol hwn.

¹⁵ Dyma'r pedair ffordd gall cwmnïau gasglu gwybodaeth am bobl yn seiliedig ar yr hyn maen nhw'n ei wneud ar-lein. Dangoswyd y rhain i ddefnyddwyr y rhyngwrwyd a gofynnwyd iddynt pa rai roeddent yn ymwybodol ohonynt: defnyddio 'cwcis' i gasglu gwybodaeth am y gwefannau mae pobl yn eu defnyddio a'r cynnyrch/gwasanaethau sydd o ddiddordeb iddynt; casglu gwybodaeth o gyfrifon cyfryngau cymdeithasol, h.y. am ddiddordebau defnyddwyr, y pethau maen nhw'n eu 'hoffi', eu lleoliad, eu dewisiadau; gofyn i gwsmeriaid gofrestru â gwefan ac optio i mewn/optio allan o gael rhagor o wybodaeth ganddyn nhw neu eu partneriaid; a defnyddio apiau ar ffonau clyfar i gasglu data ynghylch lleoliadau defnyddwyr neu ba gynnyrch neu wasanaethau sydd o ddiddordeb iddynt.



Dros

7 mewn 10
yn ymwybodol o 'friwsion'
yn cael eu defnyddio i
gasglu gwybodaeth drwy'r
gweffannau

6 mewn 10
yn ymwybodol o'r
wybodaeth yn cael ei
chasglu drwy'r cyfryngau
cymdeithasol

O dan

6 mewn 10
yn ymwybodol o'r
wybodaeth yn cael ei
chasglu drwy gofrestrïadau

O dan

5 mewn 10
yn ymwybodol o'r
wybodaeth yn cael ei
chasglu drwy apiau ffonau
clyfar



DROS

8 mewn 10 YN YMWBODOL O UNRHYW
UN O'R DULLIAU HYN

Mae cwmnïau'n defnyddio telerau ac amodau i esbonio eu defnydd o ddata personol. Ond mae saith o bob deg defnyddiwr y rhynggrwyd yn cytuno eu bod yn derbyn y telerau ac amodau ar-lein heb eu darllen fel arfer, ac mae'r un gyfran o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol a safleoedd negeseuon yn dweud yr un fath am safleoedd cyfryngau cymdeithasol.

Er nad yw lleiafrif sylweddol o ddefnyddwyr y rhynggrwyd yn fodlon i gwmnïau gasglu a defnyddio eu gwybodaeth bersonol, mae mwy a mwy yn ei dderbyn os yw hynny o fudd iddynt. Er enghraifft, cysylltu â gwasanaeth am ddim fel wi-fi cyhoeddus (22% o'i gymharu ag 13% yn 2017), neu gael gwasanaeth personol, fel diweddariad tywydd, yn



O DAN

4 mewn 10 YN YMWBODOL O'R
HOLL DDULLIAU HYN

gyfnewid am hynny (15% o'i gymharu ag 8% yn 2017). Fodd bynnag, mae lefelau bodlonrwydd defnyddwyr yn lleihau o ran defnyddio gwybodaeth bersonol, hyd yn oed os ydynt yn gallu dewis optio allan ar unrhyw adeg (30% o'i gymharu â 35%) ac os yw cwmnïau'n bod yn glir o ran sut bydd eu gwybodaeth yn cael ei defnyddio (29% o'i gymharu â 33%).¹⁶

Yn ein gwaith ymchwil, Y Cyfryngau ym Mywyd Oedolion, fe wnaethom ganfod bod rhagor o ymwybyddiaeth a sensitifrwydd ynghylch casglu a defnyddio data personol. Mae'n ymddangos bod rhan Facebook yn yr achos o ddatgelu data heb ganiatâd a oedd yn ymwneud â Cambridge Analytica (yn ogystal ag achos arall o Facebook yn datgelu data heb ganiatâd a ddigwyddodd yn ystod yr un

¹⁶ I gael rhagor o wybodaeth am y defnydd o ddata personol, gan gynnwys pa wybodaeth mae gwasanaethau ar-lein yn ei chasglu am ddefnyddwyr a sut maen nhw'n gwneud hynny, tarwch olwg ar yr adran Data Defnyddwyr yn adroddiad Cenedl Ar-lein Ofcom. Gweler:

https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0030/149862/adroddiad-ein-gwlad-ar-lein.pdf

cyfnod gwaith maes) wedi cael effaith barhaol ar hyder defnyddwyr. O ganlyniad i bryderon o'r fath, roedd rhai cyfranogwyr yn dweud eu bod yn fwy gofalus o ran sut maen nhw'n rhannu eu data erbyn hyn (e.e. wrth gofrestru ar gyfer wi-fi cyhoeddus).

"Mae'r stwff am Cambridge Analytica wedi gwneud i mi ddod i'r casgliad bod unrhyw sefydliad sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd... yn mynd i gasglu data oherwydd eu bod yn gallu ei werthu a'u bod am ei ddadansoddi, naill ai at eu defnydd eu hunain neu oherwydd eu bod yn gallu ei werthu... Roeddwn yn hynod o bryderus wrth ddarllen am yr achos o ddatgelu data a gwybodaeth o Facebook ychydig ddyddiau'n ôl... oherwydd nad ydw i'n ei ddefnyddio, rwy'n cymryd nad ydw i'n un o'r rhai sydd mewn perygl, ond pwy a wŷr?"
Dyn 74 oed, wedi ymddeol, Warwick

"Roeddwn i'n Frankie and Benny's diwrnod o'r blaen, ac roedd rhaid i chi roi eich gwybodaeth bersonol i ddefnyddio'r rhyngwrwyd. O'r blaen mi fyddwn i'n rhoi fy ngwybodaeth fy hun heb feddwl ddwywaith am wneud hynny, dyddiad geni, popeth. Yna 'nes i ddechrau meddwl, 'Pam mae angen hynny arnyn nhw?'... Felly 'nes i ddechrau rhoi cyfeiriadau e-bost ffug, dyddiadau geni ffug, enwau ffug."
Merch 26 oed, myfyriwr, Caeredin

Dydy tri o bob deg defnyddiwr rhyngwrwyd ddim yn gwneud gwiriadau 'priodol' na gwiriadau 'llythrennog yn y cyfryngau' cyn rhoi eu gwybodaeth bersonol ar-lein

Mae bron yn anochel y bydd defnyddwyr y rhyngwrwyd, ar ryw adeg, yn gorfod cyflwyno eu manylion personol ar-lein; er enghraifft i gofrestru ar gyfer gwasanaeth neu i brynu rhywbeth. Gofynnwyd i ddefnyddwyr y rhyngwrwyd a ydynt yn gwneud unrhyw wiriadau neu'n cymryd unrhyw gamau penodol cyn cyflwyno manylion ar-lein er mwyn diogelu eu data personol; mae'r rhain yn cael eu dosbarthu fel gwiriadau 'priodol' (llythrennog yn y cyfryngau)¹⁷; neu wiriadau 'llai priodol'; neu beidio â gwneud unrhyw wiriadau^{18, 19}.

Yn gyffredinol, mae dau draean o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn gwneud o leiaf un o'r gwiriadau 'priodol' (ffigur sydd heb newid ers 2016); mae dros dri o bob pump yn dweud eu bod yn edrych i weld a yw'r safle'n edrych yn ddiogel cyn cofrestru eu manylion ar-lein, a bron i hanner yn dweud eu bod yn gwneud yn siŵr eu bod yn gyfarwydd â'r cwmni neu'r brand.

Fodd bynnag, mae tri o bob deg defnyddiwr y rhyngwrwyd yn dweud eu bod yn gwneud un neu fwy o'r gwiriadau 'llai priodol' neu ddim yn gwneud unrhyw wiriadau o gwbl (uwch ymysg y grŵp oedran 16-24, 37%). Byddai tua un o bob saith yn cofrestru eu manylion pe bai dyna'r unig ffordd o gael gafael ar gynnyrch

¹⁷ Mae'r gwiriadau 'priodol' yn cynnwys: gwneud yn siŵr bod y safle'n edrych yn ddiogel (symbol clo neu https); gwirio a yw'r cwmni neu'r brand yn un cyfarwydd iddynt; a oes gwasanaeth ag enw da arall, fel PayPal; a oes gwarant na fydd manylion personol yn cael eu rhannu ag unrhyw un arall; ac a yw teulu a ffrindiau'n argymhell y safle.

¹⁸ Ymysg y gwiriadau 'llai priodol' mae gwirio a yw'r safle wedi'i restru ar beiriant chwilio. Mae peidio â gwneud unrhyw wiriadau'n cynnwys: rhoi manylion personol os mai dyna'r unig ffordd o gael gafael ar gynnyrch neu wasanaeth; neu roi manylion pryd bynnag y mae gofyn amdanynt.

¹⁹ Dywedodd pedwar y cant o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn ddigymhell nad ydynt byth yn cofrestru â gwefannau/ rhoi eu manylion personol ar-lein, felly maen nhw wedi cael eu heithrio o'r canlyniadau a ddangosir.

neu wasanaeth, neu byddent yn dibynnu ar wirio a yw'r safle wedi'i restru ar beiriant chwilio. Dywed 5% eu bod yn dueddol o roi eu manylion personol pryd bynnag y mae gofyn amdanynt, ond mae hyn yn llai tebygol nag yr oedd yn 2017 (7%).

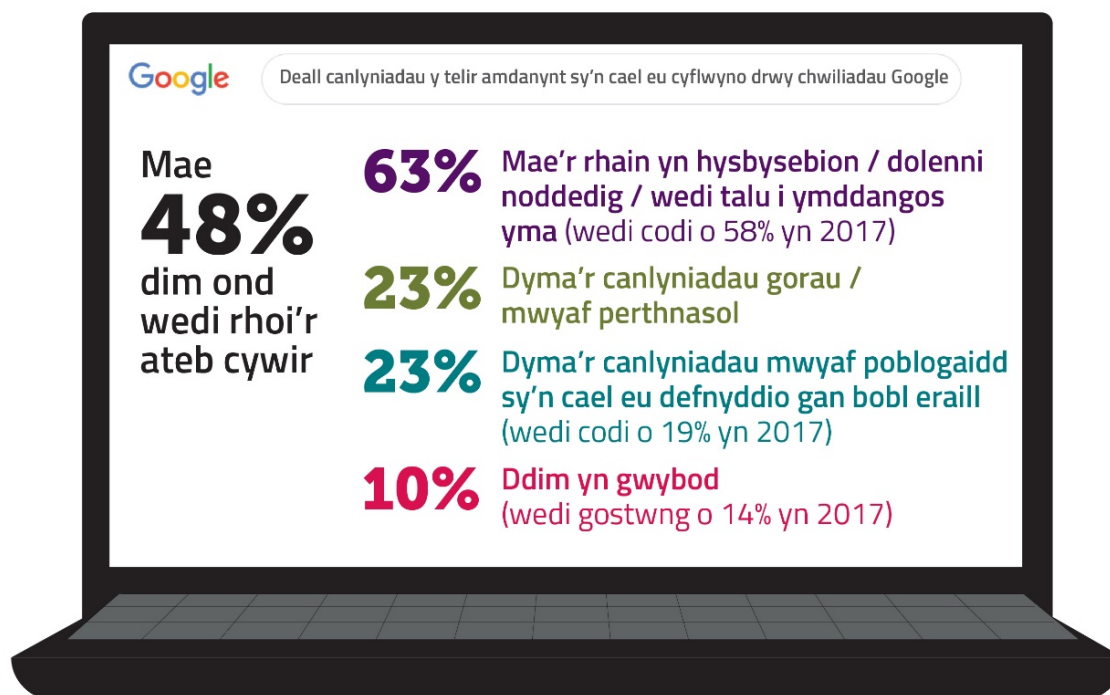
Meddwl yn feirniadol; ymwybyddiaeth o hysbysebu a gwerthuso cynnwys ar-lein

Ychydig o newid sydd wedi bod o ran ymwybyddiaeth feirniadol yn ystod y blynyddoedd diwethaf, ac mae llawer yn dal i fod heb y sgiliau beirniadol y mae eu hangen arnynt i wybod eu bod yn gweld hysbysebion ar-lein

Meddwl yn feirniadol, neu ymwybyddiaeth, yw'r sgil sy'n galluogi pobl i asesu a gwerthuso

eu hamgylchedd cyfryngau; elfen o feddwl yn feirniadol yw'r gallu i adnabod negeseuon masnachol a negeseuon golygyddol ar-lein. Mae ein harolwg yn dangos bod dros bedwar o bob pum defnyddiwr y rhyngrwyd yn dweud eu bod yn hyderus eu bod yn gallu adnabod hysbysebion ar-lein – dim newid ers 2017. Ond dim ond hanner y defnyddwyr peiriannau chwilio a nododd hysbysebion ar Google yn gywir ac sy'n deall mai dyma'r unig reswm mae'r canlyniadau'n cael eu dangos (heb newid ers 2015).²⁰ Mae'r rheini mewn aelwydydd DE yn llai tebygol o roi'r ymateb cywir hwn yn unig (37%), a'r rheini mewn aelwydydd AB yn fwy tebygol o wneud hynny(57%).

Meddwl beirniadol; ymwybyddiaeth o hysbysebu a dadansoddi cynnwys ar-lein



²⁰ Gall defnyddwyr peiriannau chwilio ddewis mwy nag un ymateb i'r cwestiwn hwn. 48 % yw'r gyfran a roddodd yr ymateb cywir yn unig ac a wnaeth beidio â dewis yr un o'r opsiynau eraill.

Nid yw'r ymwybyddiaeth o hysbysebion wedi'u teilwra wedi newid ers 2017, ac nid yw ymwybyddiaeth y gallai flogwyr fod yn cymeradwyo cynnyrch wedi newid ers 2016: mae chwech o bob deg defnyddiwr y rhyngwrwyd yn cydnabod y gallai rhai pobl weld hysbysebion gwahanol i'r rhai maen nhw'n eu gweld, ac mae tri o bob pedwar defnyddiwr safleoedd rhannu fideos yn gwybod y gallai'r flogwyr/dylanwadwyr fod yn cael eu talu gan y cwmni i ddweud pethau cefnogol.

Mae gan ddefnyddwyr y rhyngwrwyd agweddau cymysg at hysbysebion ar-lein; mae dros draean yn casáu'r holl hysbysebion ar-lein, mae chwarter yn dweud nad oes ots ganddynt weld 'unrhyw' hysbysebion ar-lein, ac mae bron i bedwar o bob deg yn dweud nad oes ots ganddynt eu gweld cyhyd â'u bod yn berthnasol iddynt.

Nid yw dau draean o'r rheini sy'n defnyddio gwefannau cymharu prisiau yn gwybod y gallai'r bargeinion sydd wedi'u rhestru'n gyntaf ar y safleoedd hyn fod wedi talu am gael ymddangos yno

Gall gwefannau cymharu prisiau fod yn adnodd defnyddiol i helpu defnyddwyr i gael y fargen rataf neu orau ar gyfer eu hanghenion. Mae bron i ddau o bob pum defnyddiwr rhyngwrwyd wedi defnyddio gwefan cymharu prisiau i chwilio am wybodaeth am wasanaethau cyfathrebu i gartrefi; mae'r rheini mewn aelwydydd DE hanner mor debygol o fod wedi gwneud hyn na'r rheini mewn aelwydydd AB (24% o'i gymharu â 50%).

Ar rai gwefannau cymharu prisiau, mae'r bargeinion sy'n cael eu rhestru'n gyntaf wedi talu am gael ymddangos yno, neu maen nhw'n hysbysebion. Mae traean yr oedolion sy'n mynd ar-lein ac sydd wedi defnyddio gwefan cymharu prisiau ar ryw adeg yn gwybod hyn; mae hyn yn golygu nad yw dau draean yn gwybod y gallai'r bargeinion sydd

wedi'u rhestru'n gyntaf fod wedi talu am gael ymddangos yno. Yn yr un modd â defnyddio gwefannau cymharu prisiau, mae gwahaniaethau rhwng grwpiau economaidd-gymdeithasol o ran ymwybyddiaeth o hysbysebion ar y gwefannau hyn; mae defnyddwyr gwefannau cymharu prisiau mewn aelwydydd DE (25%) yn llai tebygol na'r cyfartaledd o fod yn ymwybodol, a'r rheini mewn aelwydydd AB (43%) yn fwy tebygol.

Er bod bron i bob defnyddiwr y rhyngwrwyd yn defnyddio peiriannau chwilio i chwilio am wybodaeth ar-lein, dim ond chwech o bob deg sy'n deall na fydd pob gwefan a ddangosir yn gywir ac yn ddiduedd

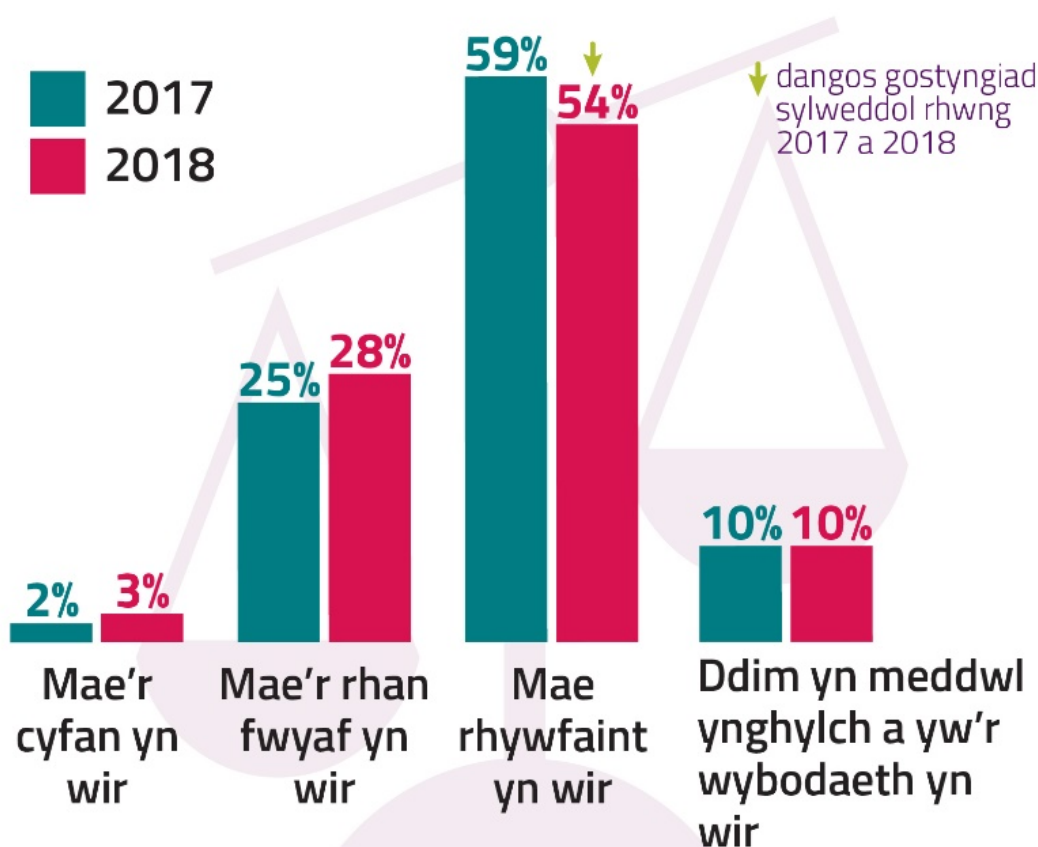
Peiriannau chwilio ydy'r ffynhonnell fwyaf poblogaidd o bell ffordd ar gyfer chwilio am wybodaeth ar-lein: maen nhw'n cael eu defnyddio gan 94% o ddefnyddwyr y rhyngwrwyd. Mae chwech o bob deg defnyddiwr peiriannau chwilio yn meddwl bod rhai o'r gwefannau sy'n codi yn gywir neu'n ddiduedd ond eraill ddim (dim newid ers 2011); mewn geiriau eraill, ymateb sy'n dangos lefel o ddealltwriaeth feirniadol neu ymwybyddiaeth o darddiad cynnwys. Serch hynny, mae un o bob pump yn meddwl os yw'r canlyniadau'n cael eu rhestru gan y peiriant chwilio, bydd y gwefannau'n cynnwys gwybodaeth gywir a diduedd ac nid yw 17% yn meddwl am gywirdeb y wybodaeth ar y gwefannau sy'n codi, dim ond defnyddio'r gwefannau maen nhw'n hoffi eu hedrychiad.

Fel y gwelsom o ran yr ymwybyddiaeth o ariannu a hysbysebion ar-lein, mae gwahaniaethau rhwng grwpiau economaidd-gymdeithasol; mae defnyddwyr peiriannau chwilio mewn aelwydydd DE (46%) yn llai tebygol o ddangos dealltwriaeth feirniadol o ganlyniadau peiriant chwilio, a'r rheini mewn aelwydydd AB (65%) yn fwy tebygol o wneud hynny.

Dydy un o bob deg defnyddiwr y rhyngrwyd ddim yn ystyried a yw cynnwys ar-lein yn wir, ond mae'r rheini sydd yn ystyried hynny yn fwy tebygol o wirio dilysrwydd y wybodaeth nag oeddent yn 2017

Mae gallu beirniadu pa mor wir a chywir yw gwahanol ffynonellau o gynnwys ar-lein yn sgil allweddol arall o ran meddwl yn feirniadol. Dywed dros hanner defnyddwyr y rhyngrwyd eu bod yn credu bod 'rhywfaint' o'r

wybodaeth ffeithiol maen nhw'n ei gweld ar-lein yn wir, sy'n dangos lefel o ddealltwriaeth feirniadol, ond mae'r ymateb hwn yn is nag yr oedd yn 2017 (59%). Mae 3% o ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn ystyried bod yr 'holl' wybodaeth ffeithiol maen nhw'n ei gweld ar-lein yn wir ac, fel y rheini yn 2017, nid yw 10% o ddefnyddwyr y rhyngrwyd yn ystyried a yw'r wybodaeth ffeithiol maen nhw'n ei gweld ar-lein yn wir ai peidio.



Ond mae defnyddwyr y rhyngrwyd sydd yn ystyried pa mor wir yw gwybodaeth ar-lein yn fwy tebygol o fynd ati i wirio'r wybodaeth hon nag oeddent yn 2017 (72% o'i gymharu â 67%). Gellir priodoli hyn i'r ffaith fod defnyddwyr yn 2018 yn fwy tebygol o wirio hygyrdd y wybodaeth, er enghraifft enw'r awdur neu ddolen i'r cyhoeddiad gwreiddiol (28% o'i gymharu â 23%). Byddai bron i hanner y rheini sy'n ystyried a yw'r wybodaeth maen nhw'n ei gweld ar-lein yn

wir ai peidio yn gwirio gwahanol wefannau i weld a yw'r un wybodaeth yn ymddangos ar bob un; hwn oedd y dull gwirio mwyaf poblogaidd.

Er bod bron i un o bob pump yn dweud na fyddent yn dueddol o wirio pa mor wir yw erthyglau newyddion, mae hyn yn llai nag yr oedd yn 2017 (23%). Dywedodd saith o bob deg y byddent yn gwneud o leiaf un gwiriad; y mwyaf poblogaidd oedd asesu a yw ffynhonnell yr erthygl yn sefydliad

adnabyddus neu ddibynadwy (46%); a'r ail oedd dyfarnu'n 'seiliedig ar gyfoedion', naill ai drwy edrych ar beth mae pobl eraill wedi'i ddweud am y stori neu drwy asesu a yw'r person sydd wedi rhannu'r stori yn ddibynadwy (37%).

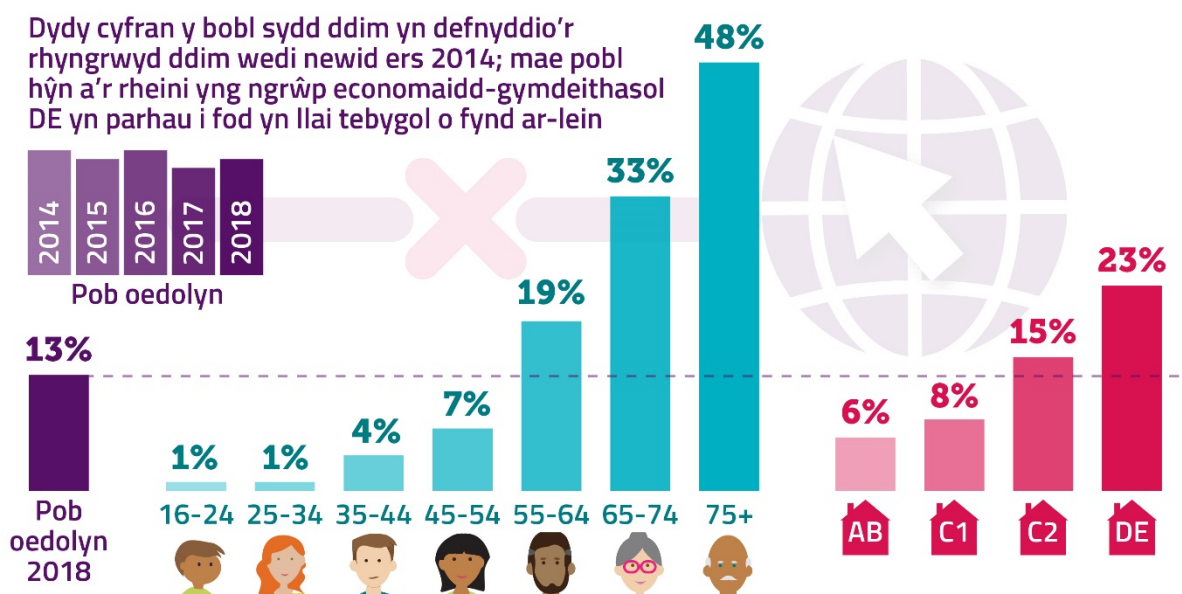
Eithrio digidol a gwahaniaethau demograffig

Dydy 13 y cant o oedolion ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd, ac nid yw'r ffigur hwnnw wedi newid ers 2014; mae'r rheini sy'n 55 oed a hŷn ac yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE yn dal yn llai tebygol o fod ar-lein

Mae'n bwysig nodi, er gwaethaf natur hollbresennol y rhyngwrwyd i nifer o oedolion yn y DU, nid yw 13% o oedolion yn y DU yn

defnyddio'r rhyngwrwyd ac nid yw'r gyfran hon wedi newid yn y pedair blynedd ddiwethaf. Gall deall pwy yw'r bobl hyn a pham nad ydynt yn defnyddio'r rhyngwrwyd fwrw goleuni ar a yw adran o gymdeithas y DU yn cael ei gadael ar ôl yn ddigidol, a beth sy'n rhwystro pobl rhag defnyddio'r rhyngwrwyd.

Mae cyfran yr oedolion sydd ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd yn cynyddu gydag oedran; i'r graddau bod bron i hanner y rheini sy'n 75 oed a hŷn ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd, ac mae'n amrywio'n sylweddol yn ôl grŵp economaidd-gymdeithasol; nid yw tua chwarter y rheini mewn aelwydydd DE yn defnyddio'r rhyngwrwyd.



Er mwyn deall beth sy'n rhwystro pobl rhag defnyddio'r rhyngwrwyd, gofynnwyd i bobl sydd ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd beth oedd eu rhesymau dros beidio â mynd ar-lein; dywedodd bron i hanner nad ydynt yn gweld yr angen neu "nid yw ar gyfer pobl fel fi", neu nad oes diddordeb ganddynt. Roedd ychydig dros un o bob pump yn sôn am reswm dros

beidio â'i defnyddio sy'n ymwneud â'i fod "yn rhy gymhleth" a soniodd 15% am reswm sy'n ymwneud â'r gost.

Er gwaethaf y cyfleoedd mae'r rhyngwrwyd yn eu cynnig – fel cysylltu â ffrindiau a defnyddio gwasanaethau ar-lein – mae saith o bob deg person sydd ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd

yn dweud na fyddai unrhyw beth yn eu hannog i fynd ar-lein yn ystod y 12 mis nesaf. Fodd bynnag, soniodd bron i chwarter am rywbeth y byddai'n eu hannog i wneud hynny; y rheswm mwyaf poblogaidd oedd prynu rhywbeth ar-lein (10%).

Mae defnyddio'r rhyngwrwyd drwy ddirprwy – h.y. pobl yn gofyn i rywun arall fynd ar-lein ar eu rhan – yn gallu bod yn ffordd i'r rheini sydd ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd ddefnyddio gwasanaethau rhyngwrwyd heb orfod mynd ar-lein eu hunain. Mae dros ddau o bob pump o'r rheini sydd ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd wedi gofyn i rywun arall ei ddefnyddio ar eu rhan yn ystod y flwyddyn ddiwethaf. Y rheswm mwyaf cyffredin oedd prynu rhywbeth (28%), ac yn ail (12%) oedd cael gafael ar wybodaeth (ar wahân i wybodaeth am wasanaethau cyhoeddus).

Ar ben hynny, mae cyfran y defnyddwyr rhyngwrwyd mwy newydd wedi disgyn ers 2017, felly nid yw'r hollt ddigidol yn lleihau

Mae 'defnyddwyr mwy newydd' yn cael eu diffinio fel y rheini a aeth ar-lein am y tro cyntaf lai na phum mlynedd yn ôl. Mae pump y cant o holl ddefnyddwyr y rhyngwrwyd yn ddefnyddwyr mwy newydd²¹ – i lawr o 7% yn 2017, ac mae mwy o achosion ymysg y grŵp oedran 65-74 (15%) ac oedolion mewn aelwydydd DE (9%).

O'u cymharu â'r rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro (y rheini a aeth ar-lein am y tro cyntaf bum mlynedd yn ôl o leiaf), mae hyder defnyddwyr mwy newydd wrth ddefnyddio'r rhyngwrwyd, fel y cofnodir ganddyn nhw eu hunain, yn is o lawer (55% o'i gymharu ag 89%).

Mae defnyddwyr mwy newydd hefyd yn defnyddio dyfeisiau mewn modd gwahanol i'r rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro; maen nhw fwy na dwywaith yn fwy tebygol o beidio â defnyddio cyfrifiadur i fynd ar-lein o gwbl (65% o'i gymharu â 31%). Mae chwarter y defnyddwyr mwy newydd yn defnyddio dyfais tabled yn unig i fynd ar-lein (o'u cymharu â 3% o'r rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro) ac mae tua un o bob pump yn defnyddio ffôn clyfar yn unig i fynd ar-lein (o'u cymharu ag 11% o'r rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro).

Mae defnyddwyr mwy newydd yn dueddol o fod yn llai tebygol na'r rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro o feddu ar ymwybyddiaeth feirniadol o gyfryngau a gwasanaethau ar-lein. Er enghraifft, maen nhw'n llai tebygol o wybod y gallai canlyniadau peiriannau chwilio gynnwys gwybodaeth anghywir neu bleidiol (38% o'i gymharu â 60% o'r rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro). O ran dilysu gwybodaeth ffeithiol ar-lein, er bod dros hanner defnyddwyr mwy newydd y rhyngwrwyd yn dweud y byddent yn defnyddio o leiaf un dull gwirio, maen nhw'n llai tebygol o wneud hyn na'r rheini sydd wedi bod yn defnyddio'r rhyngwrwyd ers tro (55% o'i gymharu â 73%).

Pan fydd y rheini sy'n 55 oed a hŷn a'r rheini yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE yn mynd ar-lein, maen nhw'n fwy tebygol o fod yn ddefnyddwyr rhyngwrwyd cul.

Nid yw deall pwy sydd mewn perygl o gael eu gadael ar ôl yn ddigidol yn golygu deall pwy sydd ddim ar-lein yn unig; mae'n ymwneud â hyd a lled defnyddio'r rhyngwrwyd. Felly, mae'n bwysig deall cyfran y defnyddwyr rhyngwrwyd

²¹ Mae sylfaen y defnyddwyr mwy newydd yn llai na 100 (97), felly dylid trin y canlyniadau fel rhai dangosol yn unig.

cul yn y DU a phwy ydyn nhw. Mae defnyddwyr cul yn cael eu diffinio fel y rheini sy'n gwneud hyd at 4 o'r 15 math o ddefnydd ar-lein y gwnaethom holi defnyddwyr y rhynggrwyd amdanynt.²²

Mae 28% o holl ddefnyddwyr y rhynggrwyd yn ddefnyddwyr cul ac mae ganddynt yr un proffil demograffig â phobl sydd ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd; maen nhw'n fwy tebygol o fod yn 55 oed a hŷn (34% ar gyfer y grŵp oedran 55-64, 41% ar gyfer 65-74 a 54% ar gyfer 75 oed a hŷn) ac o fod yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE (42%).

Dydy un o bob saith oedolyn oed gweithio mewn aelwydydd DE ddim yn defnyddio'r rhynggrwyd, a phan fyddant yn gwneud hynny, mae un o bob pump yn mynd ar-lein ar ffôn clyfar yn unig

Ac ystyried cyfran uchel y bobl hŷn yn y grŵp economaidd-gymdeithasol DE, rydym wedi defnyddio data ein harolwg i gynnal dadansoddiad ychwanegol ymysg oedolion oed gweithio (16-64 oed) i archwilio a yw'r gwahaniaethau o ran mynd ar-lein, a lefel y ddealltwriaeth feirniadol, wedi'u sbarduno gan oedran, grŵp economaidd-gymdeithasol, neu'r ddau.

Mae ein dadansoddiad wedi datgelu bod oedolion oed gweithio mewn aelwydydd DE dair gwaith yn fwy tebygol na'r rheini mewn aelwydydd eraill o beidio â defnyddio'r rhynggrwyd (14% o'i gymharu â 4%), sy'n dangos bod peidio â defnyddio'r rhynggrwyd yn cael ei sbarduno gan oedran a grŵp

economaidd-gymdeithasol. Pan fydd oedolion oed gweithio mewn aelwydydd DE yn mynd ar-lein, dydy mwy na dau o bob pump byth yn defnyddio cyfrifiadur i wneud hyn (o'i gymharu â 29% o oedolion oed gweithio mewn aelwydydd eraill). Yn ogystal, mae oedolion oed gweithio mewn aelwydydd DE ddwywaith yn fwy tebygol na'r rheini mewn aelwydydd eraill o ddefnyddio ffôn clyfar yn unig i fynd ar-lein (21% o'i gymharu â 10%).

Mae'n ymddangos bod gwahaniaethau o ran hyder ar-lein a dealltwriaeth feirniadol ar-lein hefyd yn cael eu sbarduno gan oedran a grŵp economaidd-gymdeithasol; mae defnyddwyr rhynggrwyd oed gweithio mewn aelwydydd DE yn dal yn ddefnyddwyr llai hyderus na'r rheini mewn aelwydydd eraill (84% yn hyderus o'i gymharu â 92%). Mae oedolion oed gweithio mewn aelwydydd DE yn llai tebygol na'r rheini mewn aelwydydd eraill o nodi'r ffynhonnell gyllid ar gyfer llawer o gyfryngau a gwasanaethau ar-lein yn gywir. Yn ogystal, mae defnyddwyr peiriannau chwilio oed gweithio mewn aelwydydd DE yn llai tebygol na'r rheini mewn aelwydydd eraill o ddeall y gallai canlyniadau peiriannau chwilio gynnwys gwybodaeth anghywir neu bleidiol (46% o'i gymharu â 63%) ac o allu nodi hysbysebion ar Google yn gywir (37% o'i gymharu â 51%).

²² Mae defnyddwyr canolig yn gwneud rhwng 5 a 9 o'r mathau, a defnyddwyr eang yn gwneud rhwng 10 a 15. Dyma'r 15 math o ddefnydd: e-bost; trafodion e.e. siopa ar-lein, masnachu/arwerthiannau; cyfathrebu drwy negeseuon gwib; bancio/talu biliau; cyfryngau cymdeithasol; canfod/lawrlwytho gwybodaeth ar gyfer gwaith/busnes/ysgol/colleg/prifysgol/gwaith cartref; cael gafael ar newyddion; canfod gwybodaeth am faterion iechyd, gwylio clipiau fideo byr; defnyddio safleoedd y cyngor lleol/llywodraeth e.e. i ganfod gwybodaeth, i gyflawni prosesau fel llenwi ffurflenni treth, i gysylltu â'r AS lleol; gwrandao ar y radio neu wasanaethau sain sy'n cael eu ffrydio; gwylio rhaglenni teledu neu ffilmiau ar-lein; mynediad o bell e.e. cael gafael ar ffeiliau drwy wasanaeth cwmwl, rheoli gwasanaethau teledu gartref o bell gan ddefnyddio dyfais ar-lein, rheoli neu fonitro teclynau'r cartref o bell; llwytho cynnwys i fyny neu ychwanegu cynnwys at y rhynggrwyd e.e. lluniau, fideos, negeseuon blog; a chwarae gemau ar-lein neu'n rhyngweithiol.