
Adolygiad o'r Cynnwys i Blant

Gwahoddiad i gyfrannu

Adolygiad:

Dyddiad Cyhoeddi: 29 Tachwedd 2017

Dyddiad Cau ar gyfer Ymateb: 31 Ionawr 2018

Gair am y ddogfen hon

Mae'r ddogfen hon yn egluro cynlluniau Ofcom i gynnal adolygiad o'r cynnwys i blant sydd ar gael ar y teledu ac ar wasanaethau ar-alwad a ffrydio. Rydym yn gofyn am farn cynulleidfaoedd a'r diwydiant i'n helpu i lunio safbwynt cynhwysfawr ynghylch faint o gynnwys i blant sydd ar gael ar hyn o bryd ynghyd â'i amrywiaeth a'i ansawdd, rôl darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus wrth ddarparu cynnwys i blant, yn ogystal ag effaith y newid mewn deinameg yn y diwydiant ac ymysg cynulleidfaoedd.¹

Bydd adolygiad Ofcom o'r cynnwys i blant yn ein helpu i asesu a allem ddefnyddio'r pŵer newydd yn Neddf yr Economi Ddigidol 2017, a sut gallem wneud hynny.² Mae Deddf yr Economi Ddigidol yn galluogi Ofcom i gyhoeddi meini prawf ar gyfer darparu rhaglenni plant ac, os yw'n briodol, i osod amodau ar y sianeli gwasanaeth cyhoeddus trwyddedig (gwasanaethau Channel 3, Channel 4 a Channel 5) i sicrhau bod rhaglenni plant yn bodloni'r meini prawf. Gallai hyn olygu pennu faint o gynnwys i blant, a pha ansawdd neu amrywiaeth, rydym ni'n meddwl sy'n briodol er mwyn diwallu anghenion cynulleidfaoedd a bodloni disgwyliadau'r Senedd o ddarlledu gwasanaeth cyhoeddus, a llunio cwtotâu i helpu i sicrhau bod y cynnwys hwn ar gael i gynulleidfaoedd iau.

Bydd yr adolygiad yn cael ei gynnal yn unol â'n dyletswyddau cyffredinol ar gyfer darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn Neddf Cyfathrebiadau 2003, yn enwedig dyletswydd Ofcom – wrth adolygu a yw dibenion darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn cael eu cyflawni – i ystyried y dyhead bod gwasanaethau darlledu gwasanaeth cyhoeddus *(wrth eu hystyried gyda'i gilydd) yn cynnwys yr hyn sy'n ymddangos i OFCOM fel nifer ac amrywiaeth addas o raglenni gwreiddiol ac o ansawdd uchel ar gyfer plant a phobl ifanc* (a. 264(6)(h)).³

¹ Darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yw'r rheini sy'n darparu gwasanaethau Channel 3, Channel 4, Channel 5, S4C a'r BBC. Er bod pob sianel deledu gwasanaeth cyhoeddus y BBC yn sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus, dim ond prif sianeli'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus eraill sydd â'r statws hwn

² Deddf yr Economi Ddigidol 2017, <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2017/30/part/6/crossheading/provision-of-childrens-programmes/enacted>, Adran 90

³ Deddf Cyfathrebiadau 2003, <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents>, Adran 264(6)(h)

Cynnwys

Adran

1. Adolygiad o'r cynnwys i blant	1
2. Cyflwyniad	4
3. Ymddygiad ac agweddau'r gynulleidfa	7
4. Pa raglenni plant sydd ar gael?	18
5. Y cymhellion a'r rhwystrau wrth gynhyrchu cynnwys i blant	28

Atodiad

A1. Ymateb i'r gwahoddiad hwn i gyfrannu	35
A2. Egwyddorion ymgynghori Ofcom	38
A3. Dalen gyflwyno'r ymgynghoriad	39
A4. Cwestiynau'r ymgynghoriad	41

1. Adolygiad o'r cynnwys i blant

- 1.1 Dros y degawd diwethaf rydym wedi gweld newidiadau sylweddol o ran disgwyliadau a chwaeth cynulleidfaoedd teledu, nifer y sianeli teledu newydd sydd ar gael am ddim a drwy dalu, a'r nifer sy'n defnyddio technoleg symudol. Mae gwasanaethau ar-alwad a ffrydio – fel Netflix ac YouTube – yn cynnig rhywbeth newydd i gynulleidfaoedd, ond mae perygl hefyd y byddant yn ymyrryd â marchnadoedd teledu traddodiadol. Bydd adolygiad Ofcom o'r cynnwys i blant yn ystyried beth mae'r newidiadau hyn yn ei olygu i gynulleidfaoedd iau, ac yn nodi unrhyw elfennau a allai achosi pryder.
- 1.2 Mae adroddiad ymchwil a gynhaliwyd gan Ofcom yn 2017, *Plant a Rhieni: Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, yn dangos bod y cynnwys mae plant yn ei ddefnyddio, a'r ffordd maen nhw'n ei ddefnyddio, yn newid yn gyflym.⁴ Mae'n edrych ar beth sy'n bwysig i blant o ran cynnwys, a rhywfaint o bryderon y plant a'u rhieni. Mae'r gwaith ymchwil hwn – ar y cyd ag adroddiadau Ofcom ar y cynnwys i blant sy'n cael ei ddarparu gan y darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus ar hyn o bryd,⁵ a'r datblygiadau yn y farchnad teledu a chlyweledol⁶ – yn rhoi sylfaen i ni bwysu a mesur pa gynnwys y byddai cynulleidfaoedd iau yn hoffi ei gael, pa gynnwys sydd ei angen arnyd nhw a pha gynnwys maen nhw'n ei wyllo ar hyn o bryd. Mae hefyd yn ein galluogi i ystyried pa gynnwys sydd ar gael ar hyn o bryd, a beth yw'r ffactorau allweddol sy'n effeithio ar hyn. Rydym yn bwriadu gweithio gyda chynulleidfaoedd a'r diwydiant i ehangu ein sylfaen dystiolaeth er mwyn llunio safbwynt cynhwysfawr ynghylch faint o gynnwys i blant sydd ar gael ar hyn o bryd i gynulleidfaoedd yn y DU, ynghyd ag amrywiaeth y cynnwys hwnnw a'i ansawdd. Bydd rôl unigryw darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn cael ei hystyried fel rhan o hynny.
- 1.3 Bydd ein hadolygiad wedi'i rannu'n dair thema:
- a) ymddygiad a dymuniadau'r gynulleidfa;
 - b) y cynnwys sydd ar gael i blant;
 - c) y cymhellion a'r rhwystrau wrth gynhyrchu cynnwys i blant.
- 1.4 Mae'r ddogfen hon yn rhoi crynodeb o'n sylfaen dystiolaeth bresennol o dan dair thema'r adolygiad, gyda nifer o gwestiynau i gyd-fynd â hynny. Byddem yn falch o gael safbwyntiau'r gynulleidfa a thystiolaeth gan randdeiliaid mewn ymateb i'r cwestiynau hyn, ac unrhyw faterion eraill sy'n berthnasol i'n hadolygiad.

⁴ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-parents-2017>, Adran 2

⁵ Ofcom, 2017. *Adroddiad Blynyddol ar Ddarlledu Gwasanaeth Cyhoeddus*, <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/public-service-broadcasting/psb-annual-report-2017>

⁶ Ofcom, 2017. *Adroddiad ar y Farchnad Gyfathrebu: Y Deyrnas Unedig – Cynnwys Teledu a Chlyweledol*, https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0016/105442/uk-television-audio-visual.pdf

Themâu'r Adolygiad

Ymddygiad a dymuniadau'r gynulleidfa

- 1.5 O dan y thema gyntaf hon, byddwn yn ystyried beth mae plant yn ei wyllo a beth yw eu barn am amrywiaeth ac ansawdd y cynnwys sydd ar gael iddynt. Byddwn yn canolbwyntio ar sut mae ymddygiad a dymuniadau plant yn newid wrth iddynt fynd yn hŷn, o ran y math o gynnwys maent yn ei wyllo a sut maent yn ei wyllo.

Byddwn yn defnyddio ein gwaith ymchwil presennol ar ddefnydd o gyfryngau ac agweddau at gyfryngau fel man cychwyn.⁷ Gwyddom fod gwyllo teledu ar set deledu yn dal yn bwysig i blant, gyda phlant rhwng 4 a 15 oed yn gwyllo bron i 12 awr o deledu a ddarllidir ar set deledu yn ystod wythnos gyfartalog yn 2016.⁸ Maen nhw'n treulio'r rhan helaeth o'r amser hwn yn gwyllo rhaglenni plant. Mae hyn yn arbennig o wir am blant iau, sy'n treulio bron i hanner eu hamser gwyllo yn y slot amser ar gyfer rhaglenni plant. Ond mae ffefrynnau i'r teulu yn gynnar fin nos fel *Britain's Got Talent*, *Strictly Come Dancing* a *The Great British Bake Off* hefyd yn boblogaidd ymysg pob grŵp oedran, ac yn amlwg iawn ar y rhestr o'r deg o raglenni sy'n cael eu gwyllo fwyaf gan blant rhwng 4 a 9 oed a rhwng 10 a 15 oed.⁹ Er hynny, mae lleiafrif sylweddol o blant rhwng 8 a 15 oed yn teimlo nad oes digon o raglenni sy'n eu hadlewyrchu nhw a'u bywydau.¹⁰1.1

- 1.6 Mae'r opsiynau o ran cynnwys i blant, y tu hwnt i wyllo'r teledu ar set deledu, yn dal i gynyddu'n gyflym. Mae'n dod yn fwy a mwy tebygol y bydd plant yn gwyllo rhaglenni ar ddyfeisiau yn hytrach nag ar set deledu, gyda thua phedwar o bob pum plentyn rhwng 5 a 15 oed yn gwneud hynny erbyn hyn.¹¹ Mae gan y rhan fwyaf o blant fynediad at amrywiaeth eang o wasanaethau ar-alwad a ffrydio hefyd; er enghraifft, mae nifer y cartrefi â phlant sy'n defnyddio Netflix wedi cynyddu 8 pwynt canran (i 44%),¹² ac yn sgil cynnydd ffigurau dwbl mewn pwyntiau canran eleni, mae hanner y plant rhwng 3 a 4 oed, a mwy nag wyth o bob deg plentyn rhwng 5 a 15 oed, yn defnyddio YouTube erbyn hyn.¹³ Mae gwaith ymchwil a gynhaliwyd eleni ymysg plant rhwng 12 a 15 oed wedi canfod mai YouTube yw'r llwyfan cynnwys mwyaf adnabyddus ac sy'n cael ei ddefnyddio amlaf gan y grŵp hwn.¹⁴ Rydym yn bwriadu gwella ein dealltwriaeth o werth ac effaith gymharol y ffyrdd gwahanol hyn o wyllo cynnwys.

⁷ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*

⁸ Ffigurau gwyllo wedi'u cyfuno BARB, 2016. Plant rhwng 4 a 15 oed. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Agweddau a Defnydd o Gyfryngau 2017*, Adran 4

⁹ Ffigurau gwyllo wedi'u cyfuno BARB, 2016. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Agweddau a Defnydd o Gyfryngau 2017*, Adran 6

¹⁰ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 8

¹¹ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 6

¹² Cynnydd rhwng H2 2016 a H2 2017. Ofcom, 2017. *Traciwr Technoleg Ofcom H2 2016 a Traciwr Technoleg Ofcom H2 2017*, <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/data/statistics/stats17>

¹³ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 1

¹⁴ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 7

Y cynnwys sydd ar gael i blant

- 1.7 Bydd y thema hon yn canolbwyntio ar ba gynnwys mae darlledwyr a darparwyr cynnwys eraill yn ei ddarparu i blant. Bydd hyn yn cynnwys faint o gynnwys sydd ar gael ar sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus a natur y cynnwys hwnnw, ac ystyrir hefyd beth sydd ar gael ar sianeli masnachol i blant. Hoffem hefyd ystyried y cynnwys i blant sydd ar gael ar wasanaethau ar-alwad a ffrydio poblogaidd eraill, fel YouTube a Netflix.
- 1.8 Byddwn yn pwyso a mesur pa gynnwys i blant sydd ar gael ar gyfer gwahanol grwpiau oedran ac mewn gwahanol genres ar raglenni plant. Byddwn hefyd yn rhoi sylw i rôl rhaglenni sydd ddim yn cael eu creu'n benodol i blant ond sy'n boblogaidd ymysg plant, fel rhaglenni adloniant i'r teulu. Byddwn hefyd yn ystyried rôl rhaglenni gwreiddiol o'r DU sy'n cael eu dangos am y tro cyntaf, ailddarllediadau, a rhaglenni domestig a rhyngwladol sy'n cael eu prynu er mwyn bodloni anghenion a disgwyliadau'r gynulleidfa.

Y cymhellion a'r rhwystrau wrth gynhyrchu cynnwys i blant

- 1.9 Mae cymysgedd gymhleth o ffactorau masnachol a rheoleiddiol ar waith yn y farchnad cynnwys i blant. Mae'r ffaith bod cynulleidfaoedd yn cael eu rhannu ar draws gwahanol gyfryngau a sgriniau, ynghyd â thwf llwyfannau mawr fel YouTube a Netflix, a'r gwahanol fodelau ar gyfer ariannu cynnwys i blant, yn effeithio ar ffurf a dyfodol y farchnad cynnwys i blant.
- 1.10 Rydym yn awyddus i ddeall y ffactorau sydd wrth wraidd strategaethau gwahanol ddarparwyr cynnwys, y cymhellion (a'r rhwystrau) i fuddsoddi yn y diwydiant cynnwys i blant yn y DU a sut mae'r ffactorau hyn, gyda'i gilydd, yn dylanwadu ar ansawdd ac amrywiaeth y cynnwys sydd ar gael i gynulleidfaoedd yn y DU. Bydd hyn yn cynnwys ystyried rôl cystadleuaeth a'r fframwaith rheoleiddio presennol.

Y camau nesaf

Rydym yn gwahodd cynulleidfaoedd a rhanddeiliaid i gyflwyno eu safbwyntiau a thystiolaeth ategol ar gyfer yr adolygiad erbyn 31 Ionawr 2018. Os byddwn yn gweld elfennau sy'n achosi pryder, byddwn yn ystyried sut byddai modd mynd i'r afael â'r rheini, gan gynnwys addasrwydd unrhyw fesurau rheoleiddio. Rydym yn rhagweld y byddwn yn cyhoeddi ein canfyddiadau, ynghyd ag unrhyw gynigion ar gyfer y camau nesaf, erbyn haf 2018.

2. Cyflwyniad

- 2.1 Ers ein hadolygiad o raglenni plant yn 2007, gwelwyd newidiadau sylweddol ym maes cynnwys i blant a'r cyd-destun ehangach o ran y ffordd mae cyfryngau'n cael eu defnyddio, eu cynhyrchu a'u rheoleiddio.¹⁵ Mae'r newid i ddigidol wedi cynnig llawer mwy o amrywiaeth o sianeli am ddim i gartrefi a oedd â dim ond pum sianel cyn hynny. Mae gwelliannau ym maes technoleg band eang a symudol hefyd wedi helpu i sbarduno twf gwasanaethau ar-alwad a ffrydio newydd, a llwyfannau byd-eang fel YouTube, Netflix ac Amazon yn arbennig.
- 2.2 Mae nifer o newidiadau polisi hefyd wedi effeithio ar y farchnad cynnwys i blant, gan gynnwys cyflwyno gostyngiad treth ar gyfer rhaglenni plant ac animeiddio. Roedd Deddf yr Economi Ddigidol 2010¹⁶ yn cyflwyno gofyniad newydd ar Channel 4 i ddarparu cynnwys sy'n apelio at ddiddordebau a chwaeth plant hŷn ac oedolion ifanc, ac mae'r adolygiad diweddaraf o Siarter y BBC¹⁷ wedi newid y model llywodraethu a rheoleiddio ar gyfer y BBC. Mae Fframwaith Gweithredu newydd y BBC wedi cyflwyno amodau trwydded newydd ar gyfer darparu rhaglenni plant.¹⁸
- 2.3 Bydd yr adolygiad hwn yn ystyried i ba raddau mae nifer y rhaglenni sydd ar gael ar hyn o bryd, eu hamrywiaeth a'u hansawdd, yn cynnig gwasanaeth da i blant. O ystyried pa mor bwysig yw cynnwys ar wahân i raglenni teledu i blant ym mywyd cynulleidfaoedd iau, bydd ein hadolygiad yn ceisio gweld beth yw rôl mathau eraill o gynnwys poblogaidd – fel rhaglenni adloniant i'r teulu, cynnwys fideo ar-alwad a chynnwys wedi'i ffrydio, gan gynnwys fideos byr – ac yn ystyried y rôl honno.
- 2.4 Gwyddom nad un grŵp ar ei ben ei hun yw plant – maen nhw'n cynrychioli nifer fawr o grwpiau cynulleidfaoedd, a'r rheini'n bur wahanol yn aml iawn. Mae gwaith ymchwil Ofcom yn dangos y gwahaniaeth rhwng ymddygiad ac agweddau plant. Felly, pan fydd yn bosib, bydd ein hadolygiad yn ystyried y ddarpariaeth bresennol i bedwar grŵp oedran: o dan 5 oed (cyn ysgol), rhwng 5 a 7 oed (plant iau), rhwng 8 ac 11 oed (plant hŷn) a rhwng 12 a 15 oed (pobl ifanc).¹⁹ Bydd ein hadolygiad hefyd yn ystyried y cymhellion (a'r rhwystrau) i fuddsoddi mewn cynnwys i blant, a sut mae'r ffactorau hyn yn dylanwadu ar ansawdd ac amrywiaeth y rhaglenni sydd ar gael i blant.

¹⁵ Ofcom, 2007. *Dyfodol Rhaglenni Teledu i Blant 2007*,

https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0020/37406/statement.pdf

¹⁶ Deddf yr Economi Ddigidol 2010, <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2010/24/contents>, Adran 22(1)(2)(b)

¹⁷ Y Siarter Brenhinol ar gyfer Parhad y Gorfforaeth Ddarlledu Brydeinig, 2016

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/577829/57964_CM_9365_Charter_Accessible.pdf, Adran 44(1)

¹⁸ Ofcom, 2017. Y Drwydded Weithredu ar gyfer Gwasanaethau Cyhoeddus y BBC yn y DU,

https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0017/107072/bbc-operating-licence.pdf

¹⁹ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 1

- 2.5 Bydd yr adolygiad yn llywio'r ffordd y byddwn yn defnyddio'r pŵer newydd a roddwyd i Ofcom yn Neddf yr Economi Ddigidol 2017.²⁰ Roedd Deddf yr Economi Ddigidol 2017 yn diwygio Deddf Cyfathrebiadau 2003^{21,22} er mwyn cyflwyno pŵer sy'n galluogi Ofcom i gyhoeddi meini prawf ar gyfer darparu rhaglenni plant. Os byddwn yn gweld elfennau sy'n achosi pryder, mae hefyd yn ein galluogi i osod amodau newydd ar y sianeli gwasanaeth cyhoeddus trwyddedig – sef gwasanaethau Channel 3, Channel 4 a Channel 5 ('darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus masnachol') – i sicrhau bod y rhaglenni plant a ddarperir yn bodloni'r meini prawf hynny. Yn y cyd-destun hwn, mae rhaglenni plant yn cael eu diffinio fel rhaglenni a wneir ar gyfer gwasanaeth rhaglenni teledu, neu wasanaeth rhaglenni ar-alwad, i'w gwyllo'n bennaf gan rai sy'n iau nag 16 oed. Cyn gosod unrhyw amod ar wasanaethau Channel 3, Channel 4 neu Channel 5, bydd yn rhaid i asesiad Ofcom o raglenni plant hefyd ystyried y rhaglenni plant sy'n cael eu darparu ar bob gwasanaeth cysylltiedig.²³
- 2.6 Mae gennym nifer o ddyletswyddau mewn perthynas â darlledu gwasanaeth cyhoeddus sy'n berthnasol yn y cyd-destun hwn. Mae hyn yn cynnwys dyletswydd, a nodir yn adran 264 o Ddeddf Cyfathrebiadau 2003, i fynd ati'n rheolaidd i adolygu i ba raddau y mae'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus dynodedig wedi darparu gwasanaethau teledu perthnasol sydd (gyda'i gilydd) yn cyflawni dibenion darlledu gwasanaeth cyhoeddus. Mae amcanion a dibenion statudol darlledu gwasanaeth cyhoeddus wedi'u nodi yn Neddf Cyfathrebiadau 2003, gan gynnwys bod y darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus *"(wrth eu hystyried gyda'i gilydd) yn cynnwys yr hyn sy'n ymddangos i OFCOM fel nifer ac amrywiaeth addas o raglenni gwreiddiol ac o ansawdd uchel ar gyfer plant a phobl ifanc"* (a.264(6)(h)).^{24,25}
- 2.7 Mae plant yn genre allweddol ym maes darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn y DU. Mae dibenion darlledu gwasanaeth cyhoeddus fel y maen nhw wedi'u gosod gan y Senedd, a nodweddion darlledu gwasanaeth cyhoeddus a ddatblygwyd gan Ofcom fel rhan o'n dyletswyddau ar gyfer darlledu gwasanaeth cyhoeddus, yn fframwaith dadansoddi defnyddiol i asesu'r ddarpariaeth bresennol.²⁶

²⁰ Deddf yr Economi Ddigidol 2017, <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2017/30/part/6/crossheading/provision-of-childrens-programmes/enacted>, Adran 90

²¹ Drwy fewnosod adran 289A newydd yn Neddf Cyfathrebiadau 2003

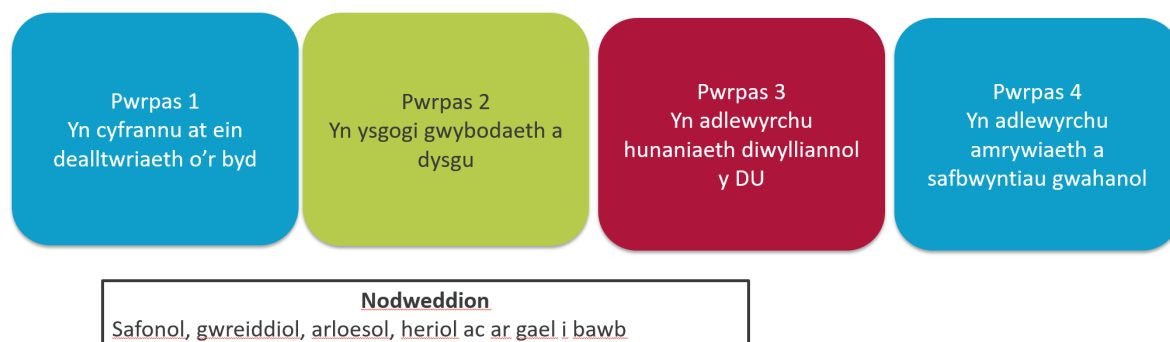
²² Deddf Cyfathrebiadau 2003

²³ Mae gwasanaethau cysylltiedig yn cael eu diffinio fel gwasanaethau sydd ar gael yn y DU, sydd am ddim ac sy'n ymddangos i Ofcom fel rhai sydd â digon o gysylltiad â sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus masnachol a pherthnasol

²⁴ Darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yw'r rheini sy'n darparu gwasanaethau Channel 3, Channel 4, Channel 5, S4C a'r BBC. Er bod pob sianel deledu gwasanaeth cyhoeddus y BBC yn sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus, dim ond prif sianeli'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus eraill sydd â'r statws hwn

²⁵ Deddf Cyfathrebiadau 2003, Adran 264(6)(h)

²⁶ Cafodd y rhain eu nodi am y tro cyntaf yn adolygiad cyntaf Ofcom o ddarlledu gwasanaeth cyhoeddus. Ofcom, 2005. Adolygiad Ofcom o Ddarlledu Teledu Gwasanaeth Cyhoeddus: Cam 3 – Cystadleuaeth i Sicrhau Ansawdd, https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0017/15911/psb3.pdf, Adran 1



- 2.8 Mae Ofcom yn cyhoeddi ystod o ddata ac ymchwil sy'n berthnasol i gynnwys ar gyfer plant a fydd yn llywio ein hystyriaeth o'r ddarpariaeth bresennol. Mae ein Hadroddiad Blynyddol ar Ddarlledu Gwasanaeth Cyhoeddus²⁷ yn cynnwys tystiolaeth am y rhaglenni gwasanaeth cyhoeddus sy'n cael eu darparu, ac mae ein Hadroddiadau ar y Farchnad Gyfathrebu²⁸ yn rhoi golwg gyffredinol ar ddatblygiadau ehangach yn y farchnad teledu a chlyweledol. Hefyd mae'r adroddiadau Plant a Rhieni: Agweddau a Defnydd o Gyfryngau²⁹ ac Y Cyfryngau ym Mywyd Plant³⁰ – a gyhoeddir yn flynyddol gan Ofcom – yn rhoi tystiolaeth ansoddol a meintiol ar y defnydd o gyfryngau, agweddau at gyfryngau a dealltwriaeth o gyfryngau ymysg plant a phobl ifanc rhwng 5 a 15 oed. Maen nhw hefyd yn rhoi gwybodaeth fanwl am fynediad at gyfryngau, a defnydd o gyfryngau ymysg plant rhwng 3 a 4 oed. Mae hefyd yn cynnwys gwybodaeth am farn rhieni ynghylch defnydd eu plant o gyfryngau, a'r ffordd mae rhieni yn ceisio – neu'n penderfynu peidio – monitro neu gyfyngu ar ddefnydd o'r fath.
- 2.9 Mae'r ddogfen hon yn crynhoi ein gwaith ymchwil a'n data presennol o dan dair thema: ymddygiad ac agweddau'r gynulleidfia; y cynnwys sydd ar gael i blant; a'r cymhellion a'r rhwystrau wrth gynhyrchu cynnwys i blant. Ochr yn ochr â'n sylfaen dystiolaeth bresennol, byddwn yn gofyn cwestiynau i sbarduno trafodaeth ac annog cynulleidfaoedd a rhanddeiliaid eraill i gyfrannu. Drwy hyn, gallwn greu darlun cynhwysfawr o faint o gynnwys sydd ar gael i blant ar hyn o bryd, ynghyd ag amrywiaeth ac ansawdd y cynnwys hwnnw. Bydd hefyd yn ein galluogi i nodi unrhyw elfennau sy'n achosi pryder ac opsiynau i fynd i'r afael â'r rheini.

²⁷ Ofcom, 2017. Adroddiad Ymchwil Blynyddol ar Ddarlledu Gwasanaeth Cyhoeddus, https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0019/103924/psb-annual-report-2017.pdf

²⁸ Ofcom, 2017. Adroddiad ar y Farchnad Gyfathrebu: Y Deyrnas Unedig – Cynnwys Teledu a Chlyweledol

²⁹ Ofcom, 2017. Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau, <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-parents-2017>

³⁰ Ofcom, 2017. Y Cyfryngau ym Mywyd Plant 2017, <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens>

3. Ymddygiad ac agweddau'r gynulleidfa

- Mae dymuniadau ac arferion plant wrth ddefnyddio cyfryngau yn amrywio'n sylweddol yn ôl oedran, ond mae gwyllo'r teledu ar set deledu yn dal yn bwysig i bob plentyn
- Mae cynnwys yn allweddol, ond mae'r math o gynnwys a'r ystod o lwyfannau a gwasanaethau mae plant yn eu defnyddio i wyllo'r cynnwys wedi cynyddu'n sylweddol dros y degawd diwethaf
- Gall rhaglenni teledu chwarae rôl hynod bwysig ym mywyd y teulu, a chynnig dull y gellir ymddiried mwy ynddo ar gyfer gwyllo cynnwys

- 3.1 Gwelwyd twf aruthrol dros y degawd diwethaf o ran mynediad plant at dechnolegau newydd a'u defnydd ohonynt, ac mae llawer o ffyrdd newydd i blant ddefnyddio cynnwys.³¹ Erbyn hyn, mae'r set deledu yn cystadlu yn erbyn dyfeisiau eraill i geisio cael sylw plant – pethau fel ffonau clyfar a dyfeisiau tabled. Ac mae rhaglenni teledu sy'n cael eu darlledu mewn ffyrdd traddodiadol yn cystadlu yn erbyn amryw o wahanol ddarparwyr cynnwys – fel gwasanaethau ar-alwad a ffyrddio.
- 3.2 Mewn byd lle mae cyfryngau a'r defnydd ohonynt yn newid yn gyson, mae gwyllo cynnwys teledu yn dal yn rhan bwysig o fywyd plant, ac mae plant a'u rheini a'u gofalmwyr yn dal i weld gwerth yn hynny.³² Mae teledu yn gallu bod yn fan diogel y gellir ymddiried ynddo, ac mae ein gwaith ymchwil yn dangos bod llai o rieni sydd â phlant rhwng 5 a 15 oed yn poeni am gynnwys ar y teledu a'r amser sy'n cael ei dreulio'n gwyllo'r teledu, o'i gymharu â'r cynnwys ar y rhyngwrdd a'r amser sy'n cael ei dreulio ar y rhyngwrdd.³³ Mae ein gwaith ymchwil ansoddol yn adlewyrchu hynny, ac wedi canfod bod rhieni'n ystyried y set deledu yn fan diogel i blant ac yn ganolbwynt i amser y teulu.³⁴
- 3.3 Yn yr adolygiad hwn, byddwn yn ystyried beth mae plant yn ei wyllo a beth yw eu barn am amrywiaeth ac ansawdd y cynnwys sydd ar gael iddynt. Byddwn yn canolbwyntio ar sut mae ymddygiad a dymuniadau plant yn newid wrth iddynt fynd yn hŷn, o ran y math o gynnwys maent yn ei wyllo a sut maent yn ei wyllo. Byddwn yn defnyddio ein gwaith ymchwil presennol ar ddefnyddio o gyfryngau ac agweddau at gyfryngau fel man cychwyn.³⁵

³¹ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*

³² Ffynhonnell: Traciwr Darlledu Gwasanaeth Cyhoeddus, 2016. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. *Adroddiad Ymchwil Blyneddol ar Ddarlledu Gwasanaeth Cyhoeddus 2017*, Adranau 4 a 5

³³ Yn seiliedig ar rieni â phlant rhwng 5 a 15 oed sy'n gwneud pob un o'r gweithgareddau hyn. Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 14

³⁴ Ofcom, 2016. *Y Cyfryngau ym Mywyd Plant: Canfyddiadau Blwyddyn 3*

https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0015/94002/Childrens-Media-Lives-Year-3-report.pdf

³⁵ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*

Mae'n bwysig i blant bod amrywiaeth eang o gynnwys ar gael iddyn nhw, gan gynnwys rhaglenni sy'n dangos plant yr un oedran â nhw yn gwneud pethau maen nhw a'u ffrindiau yn ei wneud

3.4 Fel rhan o'n gwaith ymchwil ar ddefnydd o gyfryngau ac agweddau at gyfryngau, gofynnwyd i blant rhwng 12 a 15 oed (sy'n mynd ar-lein) beth sy'n bwysig iddyn nhw wrth ddewis beth i'w wyllo.³⁶ Mae dros saith o bob deg yn dewis cynnwys sy'n gwneud iddyn nhw chwerthin, wedyn cynnwys sy'n eu helpu i ymlacio neu sy'n rhoi rhywbeth i'w drafod gyda'u ffrindiau. Mae bron i hanner yn dewis cynnwys sy'n eu helpu i ddysgu am bethau newydd neu i ddod o hyd i bethau newydd, ac mae pedwar ym mhob deg yn dewis cynnwys sy'n gwneud iddyn nhw feddwl (ffigur 1).

Ffigur 1: Rhesymau dros ddewis pa gynnwys i'w wyllo, yn ôl plant rhwng 12 a 15 oed sy'n mynd ar-lein



Ffynhonnell: Arolwg ar-lein gyda phlant rhwng 12 a 15 oed

C5 – Dyma rywfaint o resymau dros ddewis gwyllo rhywbeth. Cliciwch ar y rhesymau rydych chi'n meddwl sy'n bwysig wrth ddewis rhywbeth i'w wyllo. (atebion wedi'u cynnig, sawl cod)

Sail: Plant rhwng 12 a 15 oed sy'n mynd ar-lein (500).

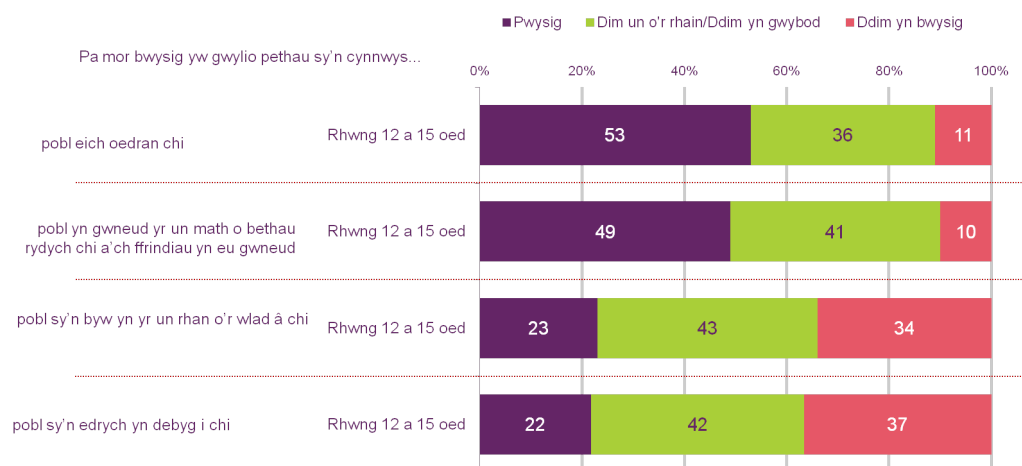
Ofcom, Plant a rhieni: adroddiad ar agweddau a defnydd o gyfryngau 2017.³⁷

³⁶ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 8

³⁷ Ffynhonnell: Ofcom, Arolwg ar-lein gyda phlant rhwng 12 a 15 oed. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 8

- 3.5 Wrth ofyn pa mor bwysig yw cael cynnwys sy'n eu hadlewyrchu nhw a'u bywyd, plant rhwng 12 a 15 oed sydd fwyaf tebygol o ddweud ei bod yn bwysig bod y cynnwys maen nhw'n ei wyllo yn dangos pobl yr un oedran â nhw (53%) neu bobl yn gwneud yr un math o bethau ag y maen nhw/eu ffrindiau yn eu gwneud (49%), wedyn bod y cynnwys yn dangos pobl sy'n byw yn yr un rhan o'r wlad â nhw (23%) a phobl sy'n edrych yn debyg iddyn nhw (22%) (ffigur 2).³⁸

Ffigur 2: Pa mor bwysig yw gwyllo gwahanol fathau o gynnwys, yn ôl plant rhwng 12 a 15 oed sy'n mynd ar-lein



2

Ffynhonnell: Arolwg ar-lein gyda phlant rhwng 12 a 15 oed.

C6 – Pa mor bwysig yw gwyllo pethau sy'n cynnwys... (atebion wedi'u cynnig, un cod).

Sail: Plant rhwng 12 a 15 oed sy'n mynd ar-lein (500).

Ofcom, Plant a rhieni: adroddiad ar agweddau a defnydd o gyfryngau 2017³⁹

- 3.6 Rydym hefyd wedi holi plant rhwng 8 a 15 oed am y rhaglenni teledu maen nhw'n eu gwyllo. Fel y gwelir yn ffigur 3, mae'r mwyafrif o blant rhwng 8 ac 11 oed (76%) a rhwng 12 a 15 oed (65%) yn dweud bod digon o raglenni ar gyfer plant eu hoedran nhw, ac sy'n dangos plant yn gwneud y math o bethau maen nhw a'u ffrindiau yn eu gwneud (63% a 54%). Fodd bynnag, dim ond hanner sy'n dweud bod digon o raglenni sy'n dangos plant sy'n edrych yn debyg iddyn nhw (52% a 50%)⁴⁰, a llai na hanner (48% a 45%) sy'n dweud bod digon o raglenni sy'n dangos plant sy'n byw yn yr un rhan o'r wlad â nhw.

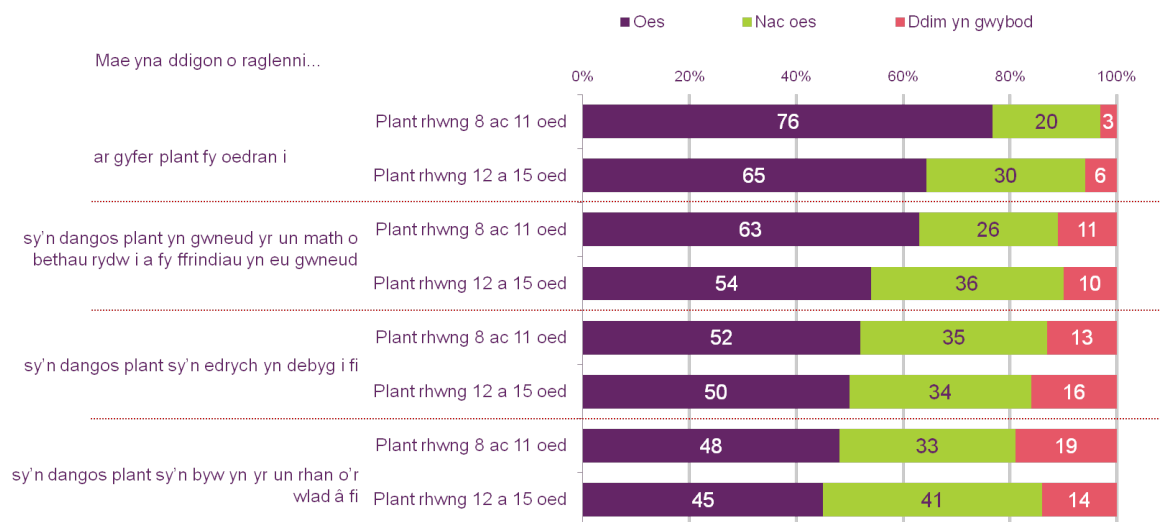
³⁸ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 8

³⁹ Ffynhonnell: Ofcom, Arolwg ar-lein gyda phlant rhwng 12 a 15 oed. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 8

⁴⁰ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 8

- 3.7 Canfu'r gwaith ymchwil hefyd fod lleiafrif sylweddol o blant rhwng 8 ac 11 oed a rhwng 12 a 15 oed yn dweud nad oes digon o raglenni ar draws y ddwy elfen olaf hyn.⁴¹ Plant rhwng 8 ac 11 oed sydd fwyaf tebygol o ddweud nad oes digon o raglenni sy'n dangos plant sy'n edrych yn debyg iddyn nhw (35%) a phlant rhwng 12 a 15 oed sydd fwyaf tebygol o ddweud nad oes digon o raglenni sy'n dangos plant sy'n byw yn yr un rhan o'r wlad â nhw (41%).

Ffigur 3: Agweddau at raglenni teledu, ymysg plant rhwng 8 a 15 oed



CC4A/B/C/D – Rydw i'n mynd i ddweud rhai pethau am y rhaglenni teledu rydych chi'n eu gwyllo. Pa ateb fydddech chi'n ei ddewis ar gyfer pob un (atebion wedi'u cynnig, un cod).

Sail: Plant rhwng 8 a 15 oed sy'n gwyllo'r teledu yn y cartref neu'n rhywle arall (488 rhwng 8 ac 11 oed, 467 rhwng 12 a 15 oed).

Ofcom, Plant a rhieni: adroddiad ar agweddau a defnydd o gyfryngau 2017⁴²

- 3.8 Cafodd plant rhwng 12 a 15 oed hefyd eu holi ynghylch brandiau 14 o ddarparwyr cynnwys. Mae o leiaf wyth o bob deg plentyn rhwng 12 a 15 oed yn gwybod am bum darparwr, ac YouTube sydd fwyaf cyfarwydd (94%), wedyn ITV (89%), Netflix (87%), BBC One/BBC Two (82%) a'r Disney Channel (80%).⁴³ YouTube yw'r unig ddarparwr mae'r mwyafrif o blant rhwng 12 a 15 oed yn dweud eu bod yn ei ddefnyddio'n 'aml' i wyllo pethau (67%). Ym marn y mwyafrif o blant rhwng 12 a 15 oed does dim un o'r darparwyr wedi'i anelu at 'bobl fy oedran i', er bod y mwyafrif o blant rhwng 12 a 15 oed yn credu bod pedwar o'r darparwyr wedi'u hanelu at 'bawb': YouTube, Netflix, Amazon Prime ac ITV. Pan ofynnwyd iddyn nhw ddweud pa un o'r darparwyr cynnwys fydden nhw'n gweld ei golli fwyaf os na fydden nhw'n gallu ei wyllo mwyach, mae hanner y plant rhwng 12 a 15 oed yn dweud

⁴¹ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 8

⁴² Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 8

⁴³ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 7

YouTube (48%) ac un o bob pump yn dweud Netflix (19%). Does dim un darparwr cynnwys arall yn cael ei enwi gan fwy nag un o bob deg plentyn rhwng 12 a 15 oed.

- 3.9 Mae gan Gorfforaeth Channel 4 (C4C) ddyletswydd benodol i ddarparu cynnwys sy'n apelio at blant hŷn ac oedolion ifanc.⁴⁴ Yn 2017, comisiynodd Ofcom waith ymchwil a oedd yn cynnwys cwestiynau i ystyried agweddau plant rhwng 10 ac 14 oed ac oedolion (gan gynnwys rhieni) at y ffordd mae C4C yn cyflawni'r ddyletswydd hon.⁴⁵ Datgelodd y gwaith ymchwil ymysg oedolion fod rhai ohonynt, yn enwedig rhieni, yn teimlo bod y ddyletswydd hon yn bwysig, ond bod y ddarpariaeth i blant hŷn yn annigonol ac nad oedd digon o gynnwys pwrpasol ar gyfer y grŵp oedran hwn.⁴⁶ Roedd hyn yn berthnasol i C4C yn ogystal â'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn ehangach. Fodd bynnag, roedd barn y plant yn wahanol: roedd y gwaith ymchwil ansoddol ymysg plant rhwng 10 ac 14 oed yn dangos bod cynnwys C4C yn apelio at y grŵp oedran hwn. Dywedodd cyfran fawr o'r rheini a holwyd fod teulu Channel 4 (sy'n cynnwys ei wasanaethau teledu ac ar-lein) yn dangos rhaglenni maen nhw'n eu mwynhau, a rhaglenni ar gyfer pobl eu hoedran nhw.

Mae cynnwys ar y teledu – boed yn cael ei wylïo'n fyw ar set deledu, ar-alwad, ei ffrydio neu ar ddyfeisiau eraill – yn weithgaredd o bwys i blant o bob oed

- 3.10 Mae gwylïo rhaglenni teledu ar set deledu yn dal yn weithgarwch o bwys i blant o bob oed. Mae data BARB yn dangos, ar gyfartaledd yn 2016, bod 86% o blant rhwng 4 a 15 oed mewn cartrefi â set deledu sy'n gweithio wedi treulio o leiaf 15 munud yn olynol mewn wythnos yn gwylïo cynnwys teledu a ddarlledir.⁴⁷ Fodd bynnag, mae defnydd plant o gyfryngau yn amrywio mwy a mwy, ac maen nhw'n treulio llai o amser yn gwylïo teledu a ddarlledir ar set deledu.
- 3.11 Ar gyfartaledd yn 2016, roedd plant rhwng 4 a 15 oed yn gwylïo ychydig o dan 12 awr o deledu a ddarlledir yr wythnos. Mae hyn awr yn llai yr wythnos ers 2015, a dros bum awr yn llai ers 2011.⁴⁸ Mae hyn yn cynnwys gwylïo rhaglenni'n fyw wrth iddyn nhw gael eu darlledu a gwylïo rhaglenni dal i fyny ac wedi'u recordio ar y set deledu o fewn saith diwrnod i ddarlledu'r rhaglen (gwylïo'n ddiweddarach). Mae'r gostyngiad yn deillio o'r ffaith nad oes cymaint o gynnwys teledu'n cael ei wylïo'n fyw (69 munud yn llai yr wythnos), ac mae mwy o gynnwys yn cael ei wylïo'n ddiweddarach hyd at saith diwrnod ar ôl y darllediad – ond dim ond dwy funud yr wythnos yn fwy.

⁴⁴ Cyflwynwyd gan Ddeddf yr Economi Ddigidol 2010. At ddibenion y ddyletswydd hon, mae C4C wedi diffinio plant hŷn fel rhai rhwng 10 ac 14 oed, ac oedolion ifanc fel rhai rhwng 14 ac 19 oed

⁴⁵ Ofcom 2017. *Adroddiad Ymchwil ar Gylch Gwaith Corfforaeth Channel 4*

https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0018/104094/Channel-4-Corporation-Remit-Research-Report-2017.pdf

⁴⁶ Dydy dyletswydd C4C ddim yn mynnu ei bod yn rhaid iddo wneud rhaglenni pwrpasol o reidrwydd

⁴⁷ Ffynhonnell: Ffigurau gwylïo wedi'u cyfuno BARB. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, *Adroddiad Blynyddol ar Ddarlledu Gwasanaeth Cyhoeddus* 2017

⁴⁸ Ffynhonnell: Ffigurau gwylïo wedi'u cyfuno BARB. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 4

- 3.12 Yn ogystal â'r 12 awr o gynnwys teledu arferol sy'n cael ei wyllo bob wythnos, ar gyfartaledd, roedd plant wedi treulio 25 munud yn gwyllo rhaglenni rhwng 8 a 28 diwrnod ar ôl y darllediad, a phum awr ar wyllo anhysbys (unmatched viewing) yr wythnos. Mae gwyllo anhysbys yn cynnwys tanysgrifiadau fideo ar-alwad fel Netflix, apiau ar deledu clyfar, gwyllo rhaglenni fwy na 28 diwrnod ar ôl iddyn nhw gael eu darlledu, DVDs a gemau. Ar gyfartaledd, mae gwyllo anhysbys ymysg plant wedi cynyddu ychydig dros hanner awr yr wythnos (31 munud).
- 3.13 Law yn llaw â hynny, gwelwyd cynnydd o ran cynulleidfaoedd iau sy'n mynd ar-lein ac sy'n berchen ar ffonau symudol. Mae hyn yn golygu ei bod yn haws i gynulleidfaoedd iau gael gafael ar ddarparwyr cynnwys sydd wedi dod i'r amlwg yn fwy diweddar, fel Netflix ac YouTube. Mae 52% o gartrefi â phlant yn defnyddio tanysgrifiadau fideo ar-alwad erbyn hyn, ac mae 44% o gartrefi â phlant yn defnyddio Netflix ac 20% yn defnyddio Amazon Prime.⁴⁹ Erbyn hyn, mae YouTube yn cael ei ddefnyddio gan 48% o blant rhwng 3 a 4 oed, 71% rhwng 5 a 7 oed, 81% rhwng 8 ac 11 oed, a 90% rhwng 12 a 15 oed.⁵⁰
- 3.14 Roedd gwaith ymchwil a gynhaliwyd ar gyfer Adroddiad 2017 ar y Farchnad Gyfathrebu yn edrych ar ddefnydd plant rhwng 12 a 15 oed o ddarparwyr cynnwys ar-lein ac ar-alwad.⁵¹ Canfu'r gwaith ymchwil hwn fod 66% o blant rhwng 12 a 15 oed yn dweud eu bod yn defnyddio YouTube i wyllo rhaglenni teledu neu ffilmiau, 54% yn defnyddio BBC iPlayer, 46% yn defnyddio Netflix, 32% yn defnyddio ITV Hub, 18% yn defnyddio Amazon Prime ac 18% yn defnyddio SkyGo. Canfu gwaith ymchwil arall gan Ofcom fod cyfran sylweddol o blant sy'n gwyllo YouTube yn ei ddefnyddio i wyllo rhaglenni cyfan (13% o blant rhwng 3 a 4 oed, 14% rhwng 5 a 7 oed, 22% rhwng 8 ac 11 oed, a 27% rhwng 12 a 15 oed), a'i bod yn well gan blant hyn wyllo cynnwys YouTube na rhaglenni teledu ar set deledu (40% o'i gymharu â 18% o blant rhwng 8 ac 11 oed, a 46% o'i gymharu â 15% o blant rhwng 12 a 15 oed).⁵²

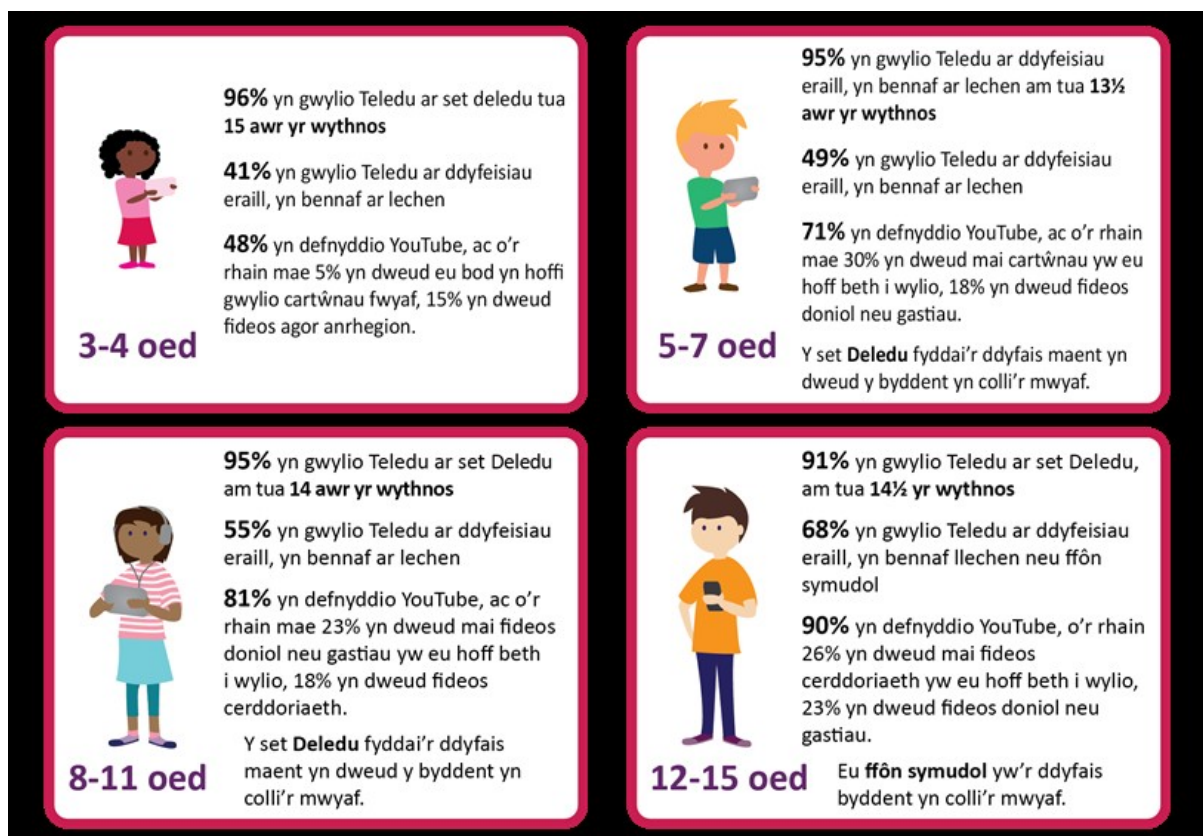
⁴⁹ Ofcom, 2017. *Traciwr Technoleg Ofcom H2 2017 (Hanner 1 ar gyfer Mesuryddion Teledu Clyfar ac wedi'i Gysylltu)*, https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0017/107360/Ofcom-Technology-Tracker-H2-2017-data-tables.pdf

⁵⁰ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 7

⁵¹ Ffynhonnell: Populus, Defnydd o Gynnwys Fideo Ar-Alwad, Gwaith Ymchwil Adroddiad 2017 ar y Farchnad Gyfathrebu Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. *Adroddiad ar y Farchnad Gyfathrebu: Y Deyrnas Unedig – Cynnwys Teledu a Chlyweledol*, 39-40

⁵² Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 7

Ffigur 4: Y cyfryngau ym mywyd plant yn ôl oedran: cipolwg



Ffynhonnell: Ofcom, *Plant a rhieni: adroddiad ar agweddau a defnydd o gyfryngau 2017*⁵³

- 3.15 Mae defnydd plant o gyfryngau a'u hagwedd at gyfryngau yn amrywio yn ôl oedran, ac mae plant hŷn yn arbennig yn treulio amser ar gyfryngau yn hytrach na gwyllo'r teledu (ffigur 4). Mae hyn yn cael ei adlewyrchu yn y dyfeisiau mae plant yn dweud y bydden nhw'n gweld eu colli fwyaf, gyda phlant iau yn fwyaf tebygol o ddweud y bydden nhw'n gweld colli'r set deledu, a phlant hŷn yn fwyaf tebygol o ddweud y bydden nhw'n gweld colli eu ffôn symudol.⁵⁴
- 3.16 Er bod gan fwy a mwy o blant fynediad at ystod ehangach o gynnwys nag mewn blynnyddoedd a fu, dydy'r cynnydd hwn mewn dewisiadau ddim ar gael i bawb.⁵⁵ Dim ond Freeview sydd gan 19% o gartrefi â phlant yn y DU, ac felly does ganddyn nhw ddim mynediad at wasanaethau fideo ar-alwad na gwasanaethau teledu drwy dalu. Mae'r ffigur hwn yn cynyddu i 33%⁵⁶ ar gyfer cartrefi â phlant sy'n perthyn i'r grŵp economaidd-gymdeithasol DE. Does gan gyfran fach (3%) o gartrefi â phlant ddim cysylltiad â'r we

⁵³ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 1

⁵⁴ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 6

⁵⁵ Ofcom, 2017. *Traciwr Technoleg Ofcom H2 2017 (Hanner 1 ar gyfer Mesuryddion Teledu Clyfar ac wedi'i Gysylltu)*

⁵⁶ Roedd maint y sail yn isel ar gyfer hyn – 76 – felly mae angen trin y ffigur hwn yn ofalus

chwaith (10% o'r cartrefi â phlant sy'n perthyn i'r grŵp DE). Mae 2% o gartrefi â phlant yn y DU yn defnyddio Freeview yn unig, a does ganddyn nhw ddim cysylltiad â'r rhyngwrdd.

- 3.17 Wrth i arferion newid o ran defnyddio'r cyfryngau, mae hynny'n achosi anawsterau dadansoddi hefyd. Mae data presennol am y diwydiant (BARB) yn rhoi gwybodaeth fanwl am ba raglenni a sianeli teledu mae plant yn eu gwyllo ar set deledu, ond nid yw'n gallu dangos ffigurau gwyllo ar gyfer pob dyfais ar hyn o bryd. Does dim un ffynhonnell ddata yn ein galluogi i edrych ar ddefnydd o deledu ar draws dyfeisiau. Mae cynllun newydd gan BARB – y prosiect Dovetail – yn addo y bydd yn gwneud hyn i ryw raddau (bydd yn cael ei lansio yn 2018), yn enwedig ar gyfer y prif ddarlledwyr. Ond ni fydd, am y tro, yn cynnwys gwasanaethau tanysgrifiad fideo ar-alwad (SVoD) fel Netflix ac Amazon. Ar hyn o bryd, mae'n rhaid i ni ddefnyddio ffynonellau ar wahân i fesur yr holl ddefnydd o wasanaethau clyweledol ar bob math o deledu a dyfais. Dim ond drwy ffynonellau arolwg y mae modd cael gwybodaeth am ddefnydd ar draws llwyfannau ac ar draws dyfeisiau.
- 3.18 Yn ogystal â llunio safbwynt mwy cynhwysfawr ynghylch pa raglenni teledu mae cynulleidfaoedd iau yn eu gwyllo ar ystod o wasanaethau a dyfeisiau. Hoffem hefyd deall yn well pam mae plant a rhieni/gofalwyr yn dewis defnyddio'r gwahanol wasanaethau cynnwys hyn, pa fath o raglenni maen nhw'n eu gwyllo a beth maen nhw'n ei ddisgwyl gan y gwahanol wasanaethau hyn, a sut maen nhw'n dod ar draws rhaglenni ac yn dewis pa rai i'w gwyllo.

Mae gwyllo'r teledu yn weithgaredd pwysig i'r teulu

- 3.19 Gwyddom fod gwyllo'r teledu ar set deledu a gwyllo fel teulu yn gallu bod yn rhan bwysig o fywyd teulu. Mae data BARB yn dangos mai yn ystod yr amser gwyllo fel teulu (6pm-9pm) mae'r nifer fwyaf o blant yn gwyllo'r teledu, a bod cyd-wyllo (gydag oedolion neu blant eraill) yn digwydd fwyaf rhwng 8pm a 10pm.⁵⁷ Mae plant yn treulio tua hanner eu hamser gwyllo yn gwyllo rhaglenni teulu neu raglenni i gynulleidfaoedd hŷn, a ffilmiau a rhaglenni adloniant yw'r rhan fwyaf o'r rhaglenni mwyaf poblogaidd. Mae plant rhwng 4 a 9 oed yn treulio 53% o'u hamser gwyllo wythnosol yn gwyllo rhaglenni sydd ddim wedi'u creu yn benodol i blant. Fel y byddech chi'n ei ddisgwyl, mae hyn yn cynyddu gydag oedran. Felly, mae plant rhwng 10 a 15 oed yn treulio 79% o'u hamser gwyllo wythnosol ar set deledu yn gwyllo rhaglenni sydd heb gael eu creu yn benodol i blant.⁵⁸ Mae Ffigur 5 yn dangos yr 20 o raglenni mwyaf poblogaidd ymysg plant rhwng 4 a 15 yn 2016: dim ond un rhaglen sy'n perthyn i'r genre rhaglenni plant.

⁵⁷ Ffynhonnell: Gwyllo'n fyw yn unig, BARB. Plant rhwng 4 a 15 oed. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran A1

⁵⁸ Ffynhonnell: Ffigurau gwyllo wedi'u cyfuno BARB. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 6

Ffigur 5: Yr 20 rhaglen fwyaf poblogaidd ymysg plant rhwng 4 a 15 oed yn 2016

	Teitl	Sianel	Dyddiad	Amser Dechrau	Amser Gorffen	Hyd	Genre	000	Cyfradd (%)	Cyfran (%)
1	BRITAIN'S GOT TALENT	ITV	16/04/2016	20:02:20	21:20:46	01:18:26	Adloniant	1638	18.4	68.3
2	WE'RE GOING ON A BEAR HUNT	CH4	24/12/2016	19:29:13	19:53:39	00:24:26	Plant	1539	17.2	43.7
3	THE GREAT BRITISH BAKE OFF	BBC1	26/10/2016	19:59:13	20:58:49	00:59:36	Diddordebau/Hamdden	1331	14.9	58.3
4	NEW YEAR'S EVE FIREWORKS	BBC1	31/12/2016	23:59:01	24:15:01	00:16:00	Adloniant	1270	14.2	65.2
5	BILLIONAIRE BOY	BBC1	01/01/2016	19:01:05	20:01:05	01:00:00	Drama:Un Rhaglen	1241	14.0	40.5
6	I'M A CELEBRITY - GET ME OUT OF HERE!	ITV	13/11/2016	21:02:05	22:46:05	01:44:00	Adloniant	1205	13.5	70.9
7	THE X FACTOR	ITV	03/09/2016	20:16:10	21:14:57	00:58:47	Adloniant	1081	12.1	55.5
8	ANT & DEC'S SATURDAY NIGHT TAKEAWAY	ITV	20/02/2016	19:00:00	20:30:10	01:30:10	Adloniant	1077	12.1	41.6
9	STRICTLY COME DANCING: THE FINAL	BBC1	17/12/2016	18:39:55	20:54:15	02:14:20	Adloniant	1064	11.9	46.8
10	STRICTLY COME DANCING	BBC1	19/11/2016	18:58:00	20:10:21	01:12:21	Adloniant	987	11.1	39.4
11	THE GREAT CHRISTMAS BAKE OFF	BBC1	25/12/2016	16:44:01	17:42:58	00:58:57	Adloniant	934	10.5	35.3
12	DOCTOR WHO	BBC1	25/12/2016	17:44:12	18:44:36	01:00:24	Drama:Cyfes/Rhifynnol	926	10.4	31.5
13	PLANET EARTH II	BBC1	13/11/2016	20:00:39	20:58:50	00:58:11	Rhaglenni Dogfen	922	10.3	40.7
14	FFILM: WRECK-IT RALPH (2012)	BBC1	01/01/2016	16:33:42	18:05:14	01:31:32	Ffilmiau:Sinema	916	10.3	38.8
15	NINJA WARRIOR	ITV	16/01/2016	18:59:08	19:58:25	00:59:17	Adloniant	880	9.9	39.7
16	STRICTLY COME DANCING LAUNCH SHOW	BBC1	03/09/2016	18:51:57	20:15:49	01:23:52	Adloniant	877	9.8	42.9
17	STRICTLY COME DANCING CHRISTMAS SPECIAL	BBC1	25/12/2016	18:46:42	19:58:33	01:11:51	Adloniant	876	9.8	30.7
18	EASTENDERS	BBC1	01/01/2016	20:01:47	20:33:13	00:31:26	Drama:Dramâu Sebon	872	9.8	39.1
19	EURO 2016: POR V FRA	BBC1	10/07/2016	20:01:03	22:32:20	02:31:17	Chwaraeon	869	9.7	51.7
20	FFILM: FROZEN (2013)	BBC1	25/12/2016	15:10:21	16:42:08	01:31:47	Ffilmiau:Sinema	832	9.3	35.5

Ffynhonnell: Ffigurau gwyllo wedi'u cyfuno BARB, 2016. Plant rhwng 4 a 15 oed. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. Plant a Rhieni: Agweddau a Defnydd o Gyfryngau 2017

- 3.20 Mae ein gwaith ymchwil ansoddol yn dangos bod gwyllo fel teulu yn cynnig cyfleoedd i wahanol genedlaethau rannu diddordebau a threulio amser yn gwneud rhywbeth gyda'i gilydd.⁵⁹ Mae hyn yn cynnwys teuluoedd sy'n dod at ei gilydd i wyllo rhaglenni teledu sy'n cael eu darlledu'n fyw, yn ogystal â theuluoedd sy'n gwyllo'r teledu mewn ffordd sy'n cyd-fynd â bywyd y teulu drwy ddefnyddio gwasanaethau ar-alwad a dal i fyny. Yn ein gwaith ymchwil ansoddol, roedd plant a theuluoedd hefyd yn trafod sut mae gwyllo fel teulu yn gallu cynnig cyfleoedd i blant, rhieni a gofalwyr fynd ati mewn sefyllfa ddiogel i bwysu a mesur cysyniadau a themâu sy'n gallu bod yn anodd.
- 3.21 Mae ein gwaith ymchwil yn dangos bod gan radio, teledu a darlledwyr traddodiadol ran bwysig i'w chwarae o hyd o ran y ddarpariaeth newyddion i blant.⁶⁰ Teledu yw'r ffynhonnell newyddion fwyaf poblogaidd ymysg plant rhwng 12 a 15 oed sy'n dweud bod ganddyn nhw ddiddordeb yn y newyddion (64%), wedyn cyfryngau cymdeithasol (56%) a ffrindiau neu deulu (48%). Mae'r plant hynny sydd rhwng 12 a 15 oed sy'n defnyddio'r teledu fel un o'u prif ffynonellau newyddion hefyd yn fwy tebygol o ddweud bod yr

⁵⁹ Ofcom, 2017. Y Cyfryngau ym Mywyd Plant 2017

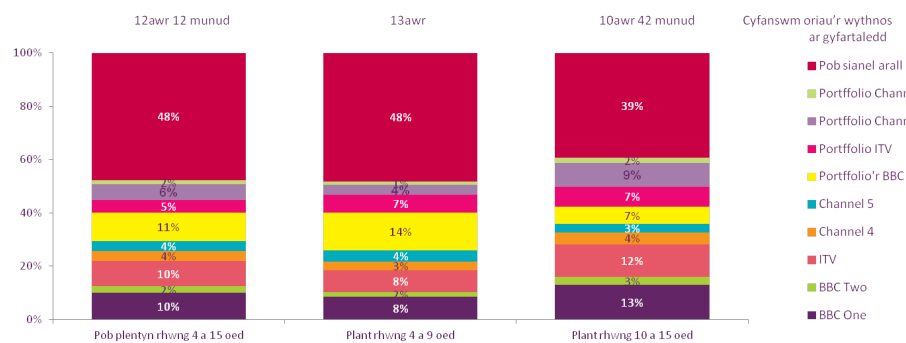
⁶⁰ Ofcom, 2017. Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau, Adran 10

adroddiadau newyddion yn wir bob amser neu gan amlaf (59%), o'i gymharu â 32% ymysg y rheini sy'n defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol.

Mae darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn dal i chwarae rhan bwysig ym mywyd plant

- 3.22 Mae darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn cynrychioli cyfran o 41% o'r amser mae plant yn ei dreulio'n gwyllo cynnwys teledu a ddarlledir ar set deledu.⁶¹ Mae hyn yn cynyddu i tua 56% wrth gynnwys sianeli portffolio'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus. O ran y genre rhaglenni plant, CBBC a CBeebies yw'r gwasanaethau sy'n cael eu gwyllo fwyaf ar draws pob sianel o hyd. Wrth edrych ar yr holl raglenni mae plant yn eu gwyllo, BBC One ac ITV sydd â'r gyfran fwyaf o'r amser mae plant yn ei dreulio'n gwyllo'r teledu (ffigur 6). Er bod cyfanswm yr amser gwyllo ymysg plant wedi lleihau, mae cyfran y darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus o'r amser gwyllo wedi aros yn eithaf sefydlog dros y blynyddoedd diwethaf.

Ffigur 6: Cyfran wythnosol gyfartalog fesul sianel, ymysg plant rhwng 4 a 15 oed



Ffynhonnell: BARB, teledu rhwydwaith, 2016. Munudau'r wythnos ar gyfartaledd.

- 3.23 Mae rhaglenni plant sydd ar gael drwy ddarlledu gwasanaeth cyhoeddus yn dal yn bwysig i rieni a gofalwyr, gydag 87% yn meddwl bod darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus y DU yn darparu amrywiaeth o raglenni o ansawdd uchel wedi'u creu yn y DU ar gyfer plant.⁶³

⁶¹ Mae darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn cael eu diffinio fel holl wasanaethau'r BBC, ITV, Channel 4, Channel 5 ac S4C. Dydy sianeli portffolio'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus ddim wedi cael eu cynnwys, fel CiTV ac E4.

⁶² Ffynhonnell: BARB, teledu rhwydwaith, 2016. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, *Adroddiad Ymchwil Blynyddol ar Ddarlledu Gwasanaeth Cyhoeddus 2017*, Atodiad B

⁶³ Ffynhonnell: Traciwr Darlledu Gwasanaeth Cyhoeddus, 2016. Cyhoeddwyd yn adroddiad Ofcom, 2017. *Adroddiad Ymchwil Blynyddol ar Ddarlledu Gwasanaeth Cyhoeddus 2017*, Adran 4

Rydym yn awyddus i ddeall sut mae'r agweddau ac ymddygiad uchod yn dylanwadu ar faint o gynnwys i blant, a'r math o gynnwys i blant, sy'n cael ei gomisiynu a'i gynhyrchu

- 3.24 Bydd pwysigrwydd ac effaith y ffactorau uchod yn amrywio'n sylweddol yn ôl oedran. Hoffem ddeall yn well sut mae ymddygiad, dymuniadau ac anghenion yn newid wrth i blant fynd yn hŷn, o ran y math o gynnwys maen nhw'n ei wyllo, sut maen nhw'n ei wyllo a sut mae hyn yn effeithio ar y math a'r amrywiaeth o gynnwys sy'n cael ei greu ar gyfer plant o bob oed. Rydym hefyd yn awyddus i ddeall effaith newid mewn ymddygiad plant, fel gwyllo ar ffonau clyfar a gwyllo gwasanaethau ar-alwad a ffrydio, a sut mae'r rhain yn datblygu dros amser.

Cwestiynau am y cynnwys mae plant yn ei wyllo

- 1) Beth yw'r nodweddion pwysicaf i (i) blant a (ii) rhieni/gofalwyr mewn cynnwys sydd wedi'i anelu at blant? Sut mae hyn yn amrywio yn ôl oedran y plentyn?
- 2) Ydy plant neu rieni/gofalwyr yn mwynhau ac yn gwyllo rhai genres yn benodol ym maes cynnwys i blant (dyma rai o'r genres posib: newyddion, ffeithiol, animeiddiadau a rhaglenni sy'n defnyddio actorion) ac os felly, pam?
- 3) Oes gan blant neu rieni/gofalwyr ddisgwyliadau gwahanol o ran ansawdd neu nodweddion eraill yn dibynnu ar y fformat (e.e. ffurf hir o'i gymharu â ffurf fer/cynnwys wedi'i ddarlledu o'i gymharu â chynnwys ar-lein) neu'r darparwr/brand (e.e. BBC/ITV o'i gymharu â Netflix o'i gymharu ag YouTube ac ati)? Ydyn nhw'n gweld gwerth gwahanol i'r fformatau gwahanol hyn neu'r darparwyr gwahanol hyn? Ydy'r fformatau neu'r darparwyr gwahanol hyn yn bodloni anghenion gwahanol ar gyfer plant?
- 4) Pryd a pham mae plant a rhieni/gofalwyr yn dewis gwasanaethau ar-lein neu ffrydio (er enghraifft iPlayer, Netflix, YouTube) yn hytrach na gwyllo teledu ar set deledu? Ydyn nhw'n gwneud hynny ar gyfer mathau penodol o raglenni?
- 5) Sut mae plant yn dod ar draws rhaglenni ac yn penderfynu beth i'w wyllo? Pa rôl mae darlledwyr, llwyfannau, rhieni a ffrindiau yn ei chwarae, ac ydy hyn yn newid wrth i blant fynd yn hŷn?

4. Pa raglenni plant sydd ar gael?

- Mae rhaglenni plant a chynnwys sy'n apelio at blant ar gael yn fwy eang nag erioed, drwy wasanaethau ar-alwad a ffrydio, teledu am ddim a theledu drwy dalu
- Fodd bynnag, mae amser darlledu sianeli teledu ar gyfer plant yn llawn o aildarllediadau
- Mae gan ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus rôl unigryw o ran darparu cymysgedd o genres i gynulleidfaoedd iau a chynnwys gwreiddiol o'r DU sy'n cael ei ddangos am y tro cyntaf⁶⁴

- 4.1 Mae'r adran hon yn ystyried pa gynnwys mae darlledwyr a darparwyr cynnwys eraill yn ei ddarparu i blant – faint o gynnwys sydd ar gael ar sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus, a beth yw natur y cynnwys hwnnw. Mae hefyd yn rhoi sylw i'r hyn sydd ar gael ar sianeli masnachol i blant.
- 4.2 Rydym yn ystyried pa gynnwys i blant sydd ar gael ar gyfer gwahanol grwpiau oedran ac mewn gwahanol genres ar raglenni plant, gan roi sylw i rôl rhaglenni sydd ddim yn cael eu creu'n benodol i blant ond sy'n boblogaidd ymysg plant, fel rhaglenni adloniant i'r teulu. Byddwn hefyd yn ystyried rôl rhaglenni gwreiddiol, aildarllediadau a rhaglenni sy'n cael eu prynu er mwyn bodloni anghenion a disgwyliadau'r gynulleidfa.

Mae gan blant fwy o ddewis nag erioed

- 4.3 Mae rhaglenni plant yn cael eu darparu ar nifer o sianeli teledu drwy dalu, sianeli am ddim a sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus, a drwy ystod o wasanaethau ar-alwad a ffrydio. Yn ychwanegol at y rhaglenni plant sydd ar gael ar sianeli genres cymysg fel BBC Two, ITV, Channel 5, S4C a BBC Alba, mae 17 o sianeli penodol i blant ar gael ar draws gwasanaethau am ddim a gwasanaethau talu, gyda rhai sianeli'n darlledu bob awr o'r dydd ac yn cynnig sianeli +1.⁶⁵
- 4.4 Mae data Ofcom a gasglwyd gan ddarlledwyr yn dangos bod dros 120,000 o oriau o gynnwys i blant ar gael ar draws sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus a sianeli masnachol i blant yn 2016.⁶⁶ Mae gan nifer o'r rhaglenni a'r sianeli hyn wefannau, gemau ac apiau cysylltiedig hefyd.
- 4.5 Fel y gwelir yn ffigur 7, mae nifer o sianeli penodol ar gyfer plant rhwng 5 ac 11 oed, ond llai i'r rhai rhwng 12 a 15 oed. Fodd bynnag, nid dim ond gwasanaethau a sianeli i blant

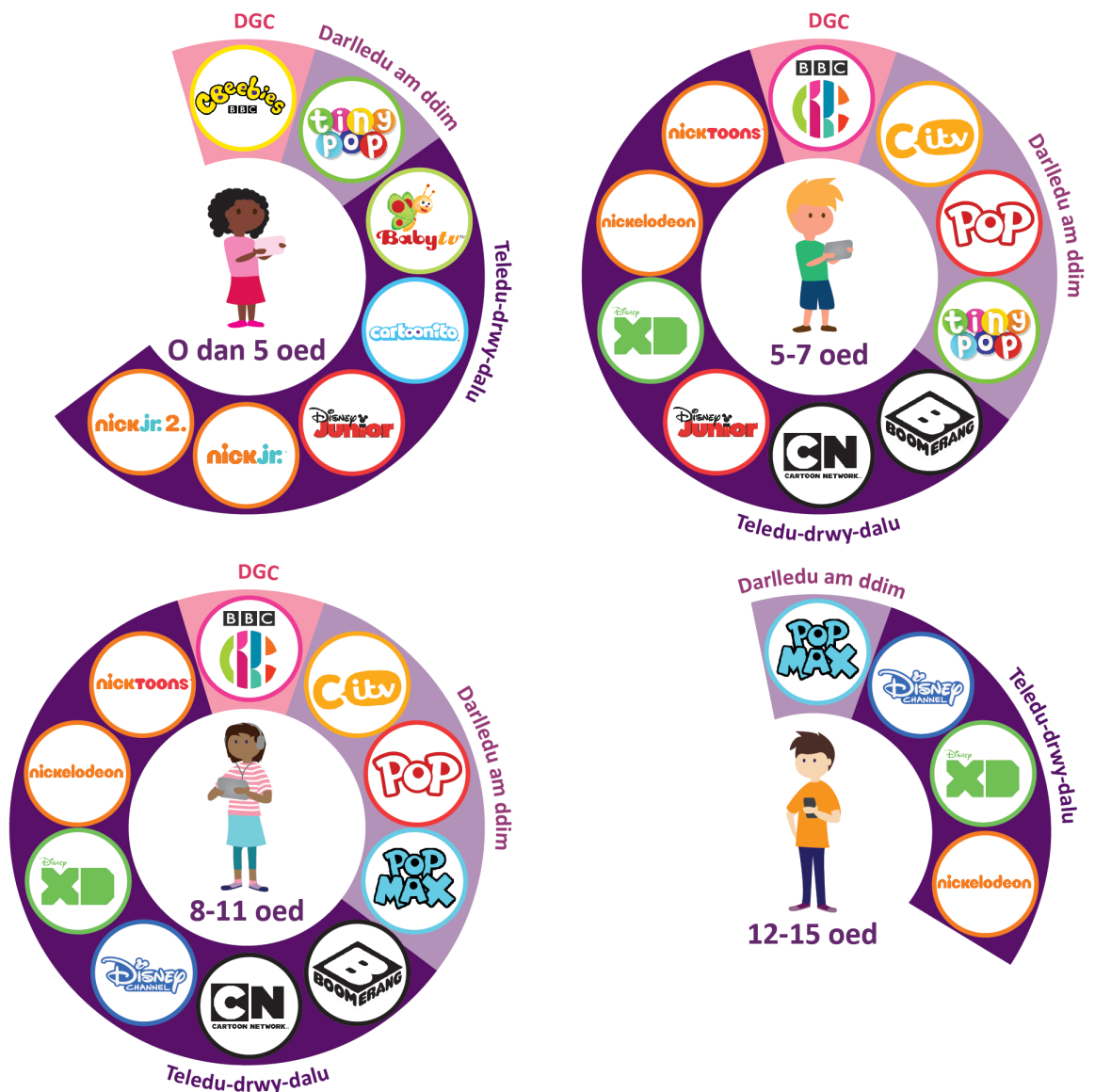
⁶⁴ Mae rhaglenni gwreiddiol o'r DU sy'n cael eu dangos am y tro cyntaf yn cael eu diffinio fel rhaglenni a gomisiynir gan sianel gwasanaeth cyhoeddus drwyddedig, neu ar ei chyfer, gyda'r bwriad o'u dangos am y tro cyntaf ar deledu yn y Deyrnas Unedig yn y flwyddyn gyfeirio

⁶⁵ Dydy hyn ddim yn cynnwys sianeli +1 na chyd-ddarlledu HD, na sianeli sy'n neilltuo rhannau penodol o'r amserlen ar gyfer rhaglenni plant gan gynnwys ITV, Channel 5, S4C a BBC Alba

⁶⁶ Ofcom, 2017. Adroddiad ar y Farchnad Gyfathrebu: Y Deyrnas Unedig – Cynnwys Teledu a Chlyweledol, https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0016/105442/uk-television-audio-visual.pdf, Ffigur 2.25

mae plant yn eu gwyllo. Fel y trafodwyd o ran ymddygiad gwyllo cynulleidfaoedd iau, mae amrywiaeth eang o gynnwys sy'n apelio at gynulleidfaoedd iau ar gael ar draws ystod o wasanaethau a sianeli prif ffrwd.

Ffigur 7: Sianeli penodol i blant, yn ôl y gynulleidfa darged



Ffynhonnell: Ofcom/BARB

- 4.6 Mae data BARB ar gyfer 2016 yn adlewyrchu poblogrwydd rhaglenni adloniant ar y prif sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus, gyda rhaglenni i'r teulu yn gynnar fin nos fel *Britain's Got Talent*, *Strictly Come Dancing* a *The Great British Bake Off* ymysg y 10 o raglenni mwyaf poblogaidd ymhlith plant rhwng 4 a 15 oed (ffigur 5). Er bod y cynnwys hwn yn sicr yn boblogaidd ymysg plant, mae hefyd yn boblogaidd ymysg cynulleidfaoedd o bob oed. Felly mae'n anodd asesu faint o raglenni prif ffrwd sy'n cael eu cynllunio'n bwrpasol i apelio at blant.

Mae gwasanaethau ar-alwad a ffrydio yn dod yn fwyfwy pwysig o ran darparu cynnwys i blant

- 4.7 Mae gwasanaethau ar-alwad a ffrydio yn dod yn fwyfwy pwysig o ran darparu cynnwys i blant a chynnwys sy'n apelio at gynulleidfaoedd iau. Wrth gael y dewis, mae'n amlwg bod plant yn ffafrio gwylio cynnwys YouTube yn hytrach na rhaglenni teledu ar set deledu – 40% o'i gymharu â 18% ymysg plant rhwng 8 ac 11 oed, a 46% o'i gymharu â 15% ymysg plant rhwng 12 a 15 oed.⁶⁷
- 4.8 Mae'n bosib bod poblogrwydd YouTube yn deillio'n rhannol o amrywiaeth y cynnwys sydd ar gael. Canfu gwaith ymchwil a gyhoeddwyd yn 2016 fod gan y 50 o sianeli mwyaf poblogaidd i blant ar YouTube bron i 28,000 o raglenni sy'n cynrychioli dros 3,994 o oriau o gynnwys i blant, a bod sianel gyffredin i blant ar YouTube yn lanlwytho dros 20 o fideos bob mis – 25% yn fwy ers 2015, a phedair gwaith y gyfradd ddwy flynedd cyn hynny.⁶⁸ Mae blogwyr fideo a chynnwys arall sy'n cael ei greu gan ddefnyddwyr, sy'n defnyddio llwyfannau sydd ddim yn cael eu rheoleiddio, hefyd yn gallu cynnig cyfleoedd gwerthfawr i gynulleidfaoedd iau ystyried materion sy'n berthnasol iddyn nhw – gan a rhwng cyfoedion – mewn llais sy'n berthnasol i'w diwylliant.
- 4.9 Mae darlledwyr traddodiadol hefyd yn defnyddio llwyfannau ar-lein er mwyn cyrraedd mwy o bobl a chynnig ffyrdd newydd i gynulleidfaoedd ddefnyddio a gwylio cynnwys, a rhyngweithio ag ef. Er enghraifft, drwy greu sianeli â brand ar YouTube neu wneud cynnwys ffurf fer sy'n gallu cael ei rannu'n hawdd ar gyfryngau cymdeithasol. Gallai hyn fod yn arbennig o effeithiol wrth geisio cyrraedd plant hŷn sydd ddim yn uniaethu â sianeli plant mwyach.
- 4.10 Ym mis Gorffennaf 2017, cyhoeddodd y BBC ei fwriad i gynnig £34m ychwanegol o gyllid ar gyfer rhaglenni plant dros y tair blynedd nesaf. Bydd y buddsoddiad hwn yn canolbwyntio ar ei gynnwys a'i wasanaethau ar-lein, yn ogystal â cheisio cyrraedd plant hŷn.⁶⁹
- 4.11 Mae cynnwys i blant hefyd yn un o brif nodweddion gwasanaethau tanysgrifiad fideo ar-alwad (SVoD) byd-eang, fel Netflix ac Amazon. Mae dadansoddiadau cynnwys gan Ampere Analysis yn awgrymu mai cynnwys i blant oedd rhwng 5 a 15% o gatalogau gwasanaeth y prif danysgrifiadau fideo ar-alwad yn 2016, ac mae'r cynnwys a gomisiynwyd yn ddiweddar yn awgrymu eu bod yn ceisio cynyddu neu ddiweddarau eu gwasanaeth er mwyn apelio at danysgrifwyr a dal gafael arnynt.⁷⁰
- 4.12 Mae'r farchnad ar gyfer cynnwys digidol yn dal i ddatblygu, gyda modelau busnes ac wynebau newydd yn dod i'r amlwg yn y DU ac ar hyd a lled y byd. Mae hyn yn cynnwys

⁶⁷ Ofcom, 2017. *Plant a Rhieni: Adroddiad ar Agweddau a Defnydd o Gyfryngau*, Adran 7

⁶⁸ Ampere Analysis ar gyfer MIPCOM, Kids' TV and the Future of Entertainment; Gen Z & Gen 'Alpha': Driving the New TV Dynamic, dadansoddiad data am y flwyddyn hyd at fis Mehefin 2016

⁶⁹ BBC, *Cynllun Blynyddol 2017-2018*

http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/bbc_annual_plan_2017_final.pdf

⁷⁰ Ampere Analysis ar gyfer MIPCOM, Kids' TV and the Future of Entertainment; Gen Z & Gen 'Alpha': Driving the New TV Dynamic, dadansoddiad data am y flwyddyn hyd at fis Mehefin 2016

gwasanaethau ar gyfryngau cymdeithasol sy'n dechrau datblygu cyfresi gwreiddiol a phrynu hawliau cynnwys, a gallai hyn effeithio'n benodol ar blant hŷn sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol. Er enghraifft, cyhoeddodd Facebook yn ddiweddar y bydd yn cyhoeddi fersiwn newydd Saesneg o *Skam* – cyfres o Norwy sy'n hynod boblogaidd ymysg pobl ifanc – a bydd Snapchat yn cyflwyno cynnwys o Gemau Olympaidd y Gaeaf y flwyddyn nesaf er mwyn ceisio cyrraedd cynulleidfaoedd iau.⁷¹

Mae'r cynnwys sydd ar gael yn amrywio'n fawr yn ôl oedran a genre

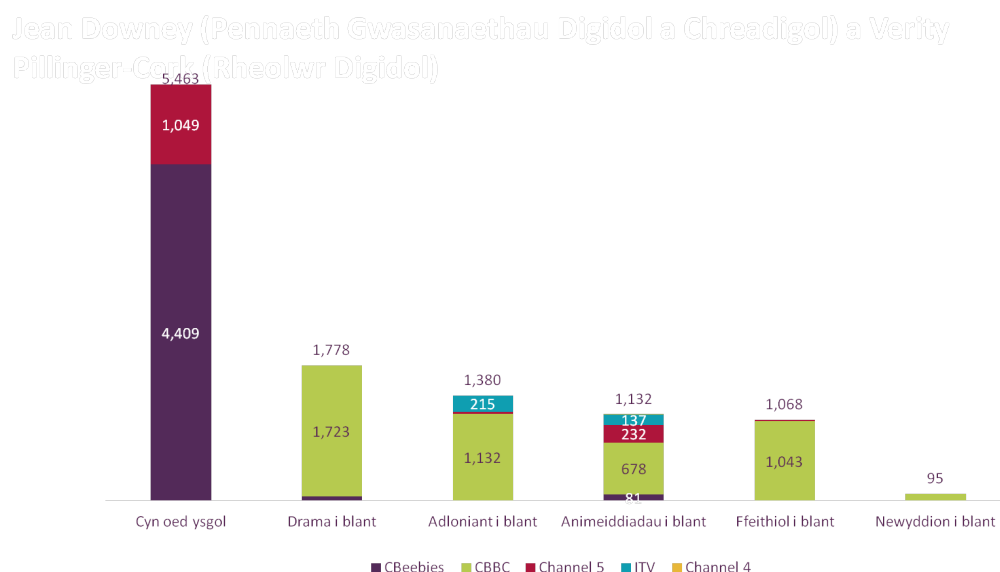
- 4.13 Mae disgwyliadau ac ymddygiad yn amrywio'n sylweddol rhwng plant cyn oed ysgol, plant iau a hŷn a phobl ifanc. Felly mae ystod y cynnwys sydd ar gael yn amrywio'n ôl oedran targed y gynulleidfa, a hefyd o ran amrywiaeth y genres a ddarperir.
- 4.14 Mae Ofcom yn monitro'r gymysgedd o genres mewn rhaglenni plant a ddarperir ar draws y darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus, ac i ba raddau mae'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn cyrraedd cynulleidfaoedd iau. Mae'r mesurau hyn yn arwydd o ystod y cynnwys sydd ar gael ar hyn o bryd.⁷² Mae Ffigur 8 yn dangos cydbwysedd y ddarpariaeth i blant ar draws y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn 2016. O ran genre, mae'n dangos mai rhaglenni cyn oed ysgol oedd hanner yr holl raglenni plant a oedd ar gael drwy ddarlledu gwasanaeth cyhoeddus yn 2016, ac mai BBC oedd yr unig un oedd yn darparu newyddion a drama i blant.

⁷¹ Variety, 18 Hydref 2017, *Facebook orders online teen drama 'Skam'*. <http://variety.com/2017/digital/global/facebook-orders-skam-1202593108/>

Snapchat Daily.com, 29 Mawrth 2017, *You can watch 2018 Winter Olympics on Snapchat*. <http://snapchatdaily.com/watch-2018-winter-olympics-snapchat/>

⁷² Mae'r ffigurau a ddefnyddir drwy'r adroddiad hwn ar gyfer gwariant a chynnwys darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn cyfeirio at gynnwys rhwydwaith darlledu gwasanaeth cyhoeddus sydd ar gael ar sianeli teledu ar hyd a lled y DU. Felly, dydy'r cynnwys i blant ar S4C ddim yn cael ei ystyried yn y ffigurau. Dydy sianeli portffolio'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus, ac eithrio'r BBC, ddim yn sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus

Ffigur 8: Oriau o raglenni plant ar sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn ôl is-genre; 2016



Ffynhonnell: Ofcom/darlledwyr Nodyn: Mae oriau cynnwys yn seiliedig ar slotiau amser. Dydy'r ffigurau ddim yn cynnwys 7 awr o gynnwys ffeithiol i blant ar BBC Two, 2 awr o gynnwys cyn oed ysgol ar BBC One na dwy awr o gynnwys drama i blant ar BBC Four a ddarlledwyd yn 2016. Dydy'r ffigurau ddim yn ystyried cynnwys i blant sy'n cael ei ddarlledu ar S4C a BBC Alba.

- 4.15 Mae gennym lai o ddata ar gymysgedd genre ac ystod oedran targed y rhaglenni plant sydd ar gael ar sianeli masnachol, ac ar wasanaethau ar-alwad a ffrydio fel YouTube a Netflix. Er bod Netflix yn darparu rhaglenni i blant mewn fformat tebyg i raglenni sy'n cael eu darlledu ar deledu, mae natur a fformatau'r cynnwys ar YouTube yn amrywio'n sylweddol – o ffurf fer i ffurf hir, ac o gynnwys sylfaenol sydd wedi'i greu gan y defnyddiwr i gynnwys tebyg i gynnwys teledu sydd wedi'i gynhyrchu'n broffesiynol.
- 4.16 Mae plant hŷn a phobl ifanc yn eu harddegau yn gallu bod yn gynulleidfa anodd ei chyrraedd, gan fod eu dymuniadau'n newid a'u bod yn troi at raglenni i gynulleidfa hŷn. Gan fod dyfeisiau eraill a llwyfannau llai traddodiadol ar gael, gan gynnwys cyfryngau cymdeithasol, mae hynny'n rhoi mwy o ddewisiadau i gynulleidfaoedd a mwy o gyfle i benderfynu eu hunain beth maen nhw am ei wyllo. Fel y nodwyd uchod, mae'r defnydd o ddyfeisiau symudol a gwasanaethau ar-alwad a ffrydio yn golygu nad oes gennym ddarlun clir o'r cynnwys sydd ar gael ar y llwyfannau hyn, a'r cynnwys maen nhw'n ei wyllo ar y dyfeisiau a'r llwyfannau hyn.

Mae darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn dal i chwarae rôl unigryw, yn enwedig o ran darparu cynnwys sy'n adlewyrchu bywyd plant yn y DU

- 4.17 Mae rôl darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus wedi'i sicrhau mewn deddfwriaeth. Fel y nodwyd ym mhwynt 2.7, un o ddibenion darlledu gwasanaeth cyhoeddus yw y dylai'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus gyda'i gilydd ddarparu 'nifer ac amrywiaeth addas o

raglenni gwreiddiol ac o ansawdd uchel ar gyfer plant a phobl ifanc'. Fodd bynnag, mae'r ffordd mae'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn mynd ati i ddarparu rhaglenni i gynulleidfaoedd iau yn amrywio, yn sgil amryw o ofynion deddfwriaethol a rheoleiddiol penodol yn ogystal â dewisiadau masnachol a strategol. Byddwn yn edrych yn fanylach ar hyn yn yr adran nesaf.

4.18 Mae'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn mynd ati'n bennaf i ddarparu cynnwys i blant drwy sianeli penodol, neu yn ystod cyfnodau penodol ar yr amserlen ar wahanol sianeli, fel a ganlyn:

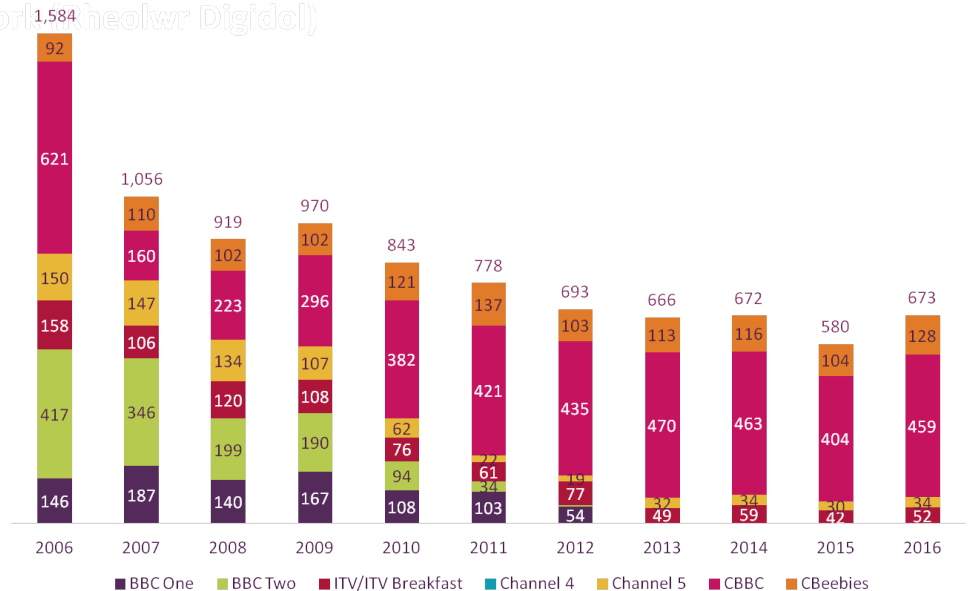
- i) Mae gan y BBC ddwy sianel sy'n darlledu i blant: CBBC ar gyfer plant rhwng 6 a 12 oed, a CBeebies ar gyfer plant hyd at 6 oed. Mae'r BBC hefyd yn darparu rhaglenni plant ar BBC Alba, a rhai ar BBC One a BBC Two.
- ii) Mae ITV yn cyd-ddarlledu rhaglenni plant ar CiTV (sianel gwbl fasnachol ar gyfer plant rhwng 6 ac 11 oed) rhwng 6.00am a 9.25am ar ddydd Sadwrn a dydd Sul dros y gaeaf, a hyd at 8.25am rhwng mis Ebrill a mis Medi.
- iii) Mae cylch gwaith Channel 4 yn mynnu bod y darlledwr yn darparu cynnwys sy'n apelio at blant hŷn, ac mae'n ceisio gwneud hynny drwy raglenni yn ystod oriau brig a chyn y trothwy ar ei brif sianel. Mae'r rhaglenni hyn yn rhoi sylw i themâu sy'n taro tant â phlant rhwng 10 ac 14 oed, ond maen nhw hefyd yn apelio at gynulleidfa ehangach, fel *Ackley Bridge*.
- iv) Mae Channel 5 yn darlledu rhaglenni plant o dan y brand 'Milkshake', sy'n targedu cynulleidfaoedd cyn oed ysgol, rhwng 6.00am a 9.15am bob diwrnod yn ystod yr wythnos. Mae ganddo hefyd slot hirach, rhwng 6.00am a 10.35am fel arfer, ar benwythnosau.
- v) Fel rheol mae S4C yn darparu rhaglenni plant rhwng 6.00am a 12.00am a rhwng 4.00pm a 6.00pm yn ystod yr wythnos, a rhwng 6.00am a 10.00am ar ddydd Sadwrn a rhwng 6.00am a 9.00am ar ddydd Sul. Mae'n darparu rhaglenni i blant o bob oed.

4.19 Yn 2016, cafodd bron i 11,000 o oriau o gynnwys i blant ei ddarlledu ar y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus (Ffigur 8). Mae hyn 4% yn fwy nag yn 2015, a dyma'r lefel uchaf ers 2012.⁷³ Fodd bynnag, mae'r ffaith bod CBBC wedi ymestyn ei amserlenni i ddarlledu gyda'r nos (tan 9pm) yn 2016 yn egluro'r cynnydd hwn i raddau helaeth. Mae Ffigur 9 yn dangos nifer yr oriau o raglenni plant gwreiddiol o'r DU a gafodd eu dangos am y tro cyntaf ar y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus rhwng 2006 a 2016. Cafodd 673 awr o gynnwys i blant a oedd yn gynnwys gwreiddiol o'r DU ei ddangos am y tro cyntaf ar y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn 2016. Mae hynny 16% yn fwy nag yn 2015, a dyma'r lefel uchaf ers 2012.

⁷³ Adroddiad Blynyddol ar Ddarlledu Gwasanaeth Cyhoeddus 2016, Atodiad C, Ffigur 34.

Ffigur 9: Nifer yr oriau o gynnwys i blant a oedd yn gynnwys gwreiddiol o'r DU a gafodd ei ddangos am y tro cyntaf ar y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus

Jean Downey (Pennaeth Gwasanaethau Digidol a Chreadigol) a Verity Pilling-Cork (Cheolwr Digidol)



Ffynhonnell: Ofcom/darlledwyr Nodyn: Mae oriau cynnwys yn seiliedig ar slotiau amser. Dydy'r ffigurau ddim yn ystyried cynnwys i blant sy'n cael ei ddarlledu ar S4C a BBC Alba.

- 4.20 Yn sgil y ddarpariaeth gan ddarlledwyr masnachol sydd ddim yn ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus, gwasanaethau SVoD a gwasanaethau ar-alwad a ffrydio, mae mwy o gynnwys nag erioed ar gael i blant y tu hwnt i'r hynny sy'n cael ei ddarparu gan y darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus. Fodd bynnag, dydy'r gwasanaethau a'r sianeli hyn ddim ar gael i bawb, a dydy llawer ohonyn nhw ddim ar gael am ddim (ac mae gwasanaethau ar-alwad a ffrydio yn mynnu bod y cartref yn talu i gael mynediad i'r rhyngwrdd).
- 4.21 Mae cartrefi â phlant yn fwy tebygol o gael gwasanaethau teledu drwy dalu ac SVoD, yn ogystal â 'sgriniau' eraill ar ffurf dyfeisiau tabled a dyfeisiau eraill.⁷⁴ Fodd bynnag, o ystyried bod bron pawb yn berchen ar setiau teledu, dim ond darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus a darlledwyr am ddim sy'n darparu cynnwys ar gyfer plant am ddim i bawb fwy neu lai.
- 4.22 Mae gan ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus rôl bwysig o ran darlledu a buddsoddi mewn cynnwys i blant neu gynnwys sy'n apelio at blant. Ond mae'r darlun llawn yn dangos mai'r BBC yw'r unig ddarparwr gwasanaeth cyhoeddus fwy neu lai sy'n darparu rhaglenni plant sy'n rhaglenni gwreiddiol o'r DU ac yn cael eu dangos am y tro cyntaf, a hynny mewn cymysgedd o genres. Fel y gwelir yn Ffigur 8, CBBC a CBeebies oedd i gyfrif am 87% (587

⁷⁴ Ofcom, 2017. *Traciwr Technoleg Ofcom, H2 2017*

allan o 673 o oriau) o'r holl raglenni plant a oedd yn rhaglenni gwreiddiol o'r DU a gafodd eu dangos am y tro cyntaf gan ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn 2016.

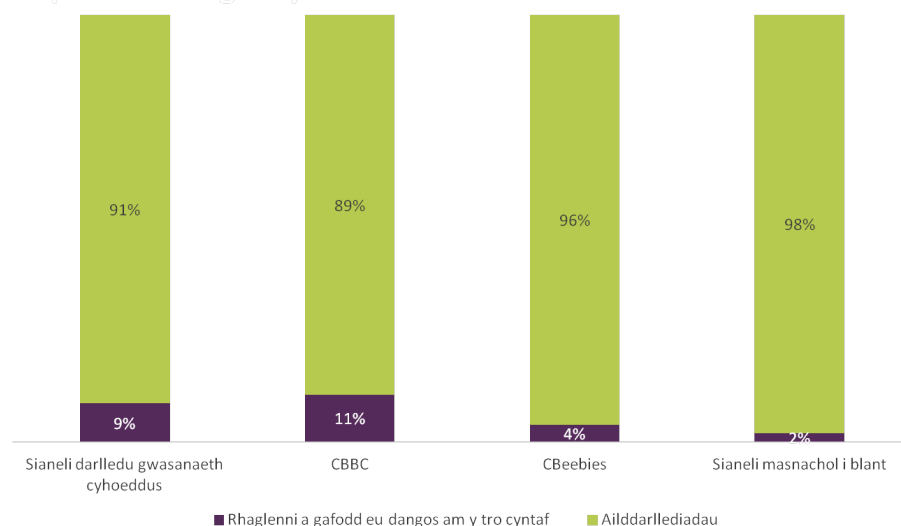
- 4.23 Mae pwysigrwydd y BBC hefyd yn cael ei adlewyrchu yng ngwobrau'r diwydiant, ac mae wedi bod yn amlwg iawn yn y rhan fwyaf o gategoriâu plant yn y gwobrau BAFTA dros y degawd diwethaf. Er mai arwydd goddrychol o ansawdd yw hyn o bosib, gallai hyn awgrymu nad oes digon o gystadleuaeth ymysg darlledwyr sy'n darparu cynnwys i blant sydd wedi'i greu yn y DU. Os felly gallai dibyniaeth cynhyrchwyr ar y BBC, fel y comisiynydd mwyaf o bell ffordd o ran cynnwys gwreiddiol o'r DU sy'n cael ei ddangos am y tro cyntaf, gyfyngu ar greadigrwydd – er enghraifft, os nad yw syniadau ar gyfer rhaglen yn cyd-fynd â brand sianel benodol.

Mae ailddarllediadau yn nodwedd amlwg iawn o raglenni teledu i blant

- 4.24 Mae nifer sylweddol o raglenni plant ar sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus a sianeli masnachol i blant yn cynnwys ailddarllediadau. O ran sianeli masnachol i blant, ailddarllediadau oedd 98% o'r amserlen yn 2016. Mae lefel yr ailddarllediadau'n is ar draws y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn gyffredinol – 91% yn 2016 ac 89% ar gyfer CBBC (ffigur 10).

Ffigur 10: Y gyfran o oriau o raglenni a gafodd eu dangos am y tro cyntaf cyntaf/ailddarllediadau; 2016

Jean Downey (Pennaeth Gwasanaethau Digidol a Chreadigol) a Verity Pillinger-Cork (Rheolwr Digidol)



Ffynhonnell: Ofcom/darlledwyr. Mae'r ffigurau darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn seiliedig ar gynnwys i blant. Mae'r sianeli masnachol i blant yn cynnwys y sianeli teledu penodol i blant sy'n darlledu i'r DU o'r Baby Network, CSC, ITV (CITV), Nickelodeon, The Walt Disney Company a Turner. Dydy'r ffigurau ddim yn ystyried cynnwys i blant sy'n cael ei ddarlledu ar S4C a BBC Alba.

- 4.25 Wrth gymharu â rhaglenni prif ffrwd, byddem yn disgwyl gweld cyfran uwch o ailddarllediadau yn y farchnad rhaglenni teledu i blant, gan fod y gynulleidfa'n mynd yn rhy

hen i'r cynnwys ac yn 'adnewyddu' ei hun bob ychydig flynyddoedd wrth i'r rhaglenni ddenu gwylwyr newydd (plant iau). Hefyd, mae ailddarllediadau ac ail-wyllo rhaglenni penodol yn gallu bod yn boblogaidd ymysg plant cyn oed ysgol a phlant iau, ac mae ein gwaith ymchwil yn dangos bod rhieni a gofawyr yn fodlon iawn â'r cynnwys sydd ar gael i blant drwy'r ddarpariaeth darlledu gwasanaeth cyhoeddus.

- 4.26 Arloesi (syniadau newydd a dulliau newydd), gwreiddioldeb (cynnwys newydd yn y DU) a natur unigryw yw rhai o'r nodweddion pwysig a nodwyd gan Ofcom ar gyfer darlledu gwasanaeth cyhoeddus, er mwyn i'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus gyflawni'r dibenion a osodwyd gan y Senedd. Fodd bynnag, gallai nifer fawr o ailddarllediadau olygu nad yw'r nodweddion hyn yn cael eu sicrhau ar gyfer cynulleidfaoedd. Gallai hyn hefyd fod yn berthnasol i amserlenni sy'n cynnwys nifer fawr o raglenni rhyngwladol a brynwyd (gan ddibynnu ar gynnwys y rhaglenni unigol a brynwyd) os nad yw rhaglenni'n adlewyrchu'n ddigonol agweddau ar fywydau a diddordebau cynulleidfaoedd yn y DU. Er bod ail-ddangos rhaglenni'n gallu bod ychydig yn fuddiol i blant cyn oed ysgol a phlant ifanc, gallai nifer fawr o ailddarllediadau fod yn fwy problemus ar sianeli sy'n targedu plant hŷn.
- 4.27 Un o'r canlyniadau posib eraill gyda nifer fawr o ailddarllediadau a phrynu llawer iawn o raglenni yw bod hynny – law yn llaw â dylanwad cynyddol llwyfannau byd-eang ym maes cynnwys i blant – yn arwain at lai o ddarpariaeth a buddsoddiad mewn cynnwys gwreiddiol o'r DU sy'n cael ei ddangos am y tro cyntaf. Bydd y cymhellion a'r rhwystrau i ddarlledwyr yn cael eu hystyried ymhellach o dan y thema nesaf.

Rydym yn awyddus i ddeall faint o gynnwys i blant sydd ar gael ar draws llwyfannau, y math o gynnwys a'i natur

- 4.28 Mae'r cynnwys sydd ar gael i blant yn creu darlun cymhleth o'r oriau sydd ar gael ar bob math o wahanol lwyfannau, rhai am ddim ac eraill y mae'n rhaid tanysgrifio iddynt, a rhai ar wasanaethau ar-alwad a ffrydio. Mae'r buddsoddiad mewn cynnwys i blant yn amrywio'n sylweddol ar draws darlledwyr a buddsoddwyr (darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus), sianeli masnachol, a gwasanaethau ar-alwad a ffrydio). Byddem yn hoffi deall yn well y gwahaniaethau o ran y cynnwys i blant sydd ar gael ar gyfer gwahanol grwpiau oedran ac mewn gwahanol genres ar raglenni plant. Byddem yn hoffi ystyried rôl rhaglenni gwreiddiol o'r DU sy'n cael eu dangos am y tro cyntaf, ailddarllediadau, a rhaglenni domestig a rhyngwladol sy'n cael eu prynu er mwyn bodloni anghenion a disgwyliadau'r gynulleidfa.

Cwestiynau am y cynnwys sydd ar gael i blant

- 6) A oes genres penodol o ran cynnwys i blant (ar unrhyw lwyfan) lle nad yw'r cyflenwad gan ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus, sianeli masnachol, neu wasanaethau ar-alwad a ffrydio – neu gyfuniad o'r rhain – yn bodloni galw neu anghenion y gynulleidfa? Beth sy'n cefnogi'ch safbwynt ar hynny?
- 7) O ran rhaglenni gwreiddiol o'r DU sy'n cael eu dangos am y tro cyntaf, beth yw rôl a phwysigrwydd hynny i gynulleidfaoedd? I ddarlledwyr? Ydy hyn yn amrywio yn ôl is-genre neu grŵp oedran?

5. Y cymhellion a'r rhwystrau wrth gynhyrchu cynnwys i blant

- Mae cyfuniad cymhleth o ffactorau polisi, economaidd a thechnolegol yn effeithio ar fuddsoddiad mewn cynnwys i blant yn y DU
- Mae'n bosib bod dylanwad cynyddol llwyfannau byd-eang, llwyfannau newydd i rannu cynnwys a chyfleoedd cyllid yn achosi newidiadau sylweddol i'r broses o gynhyrchu cynnwys i blant.

- 5.1 Mae ymddygiad y gynulleidfa, technolegau newydd a rhai sy'n newid, gwahanol fodelau busnes, ac ymyriadau deddfwriaethol a rheoleiddiol yn debygol o ddylanwadu ar y gwahanol benderfyniadau creadigol a statudol a wneir gan wasanaethau tanysgrifio, gwasanaethau am ddim a theledu drwy dalu. Fodd bynnag, mae'n debygol y bydd denu a dal gafael ar gynulleidfaoedd iau a'u teuluoedd yn dal yn allweddol i ddarparwyr cynnwys, er mwyn sicrhau cysylltiad rhwng y brand a chynulleidfaoedd iau – cysylltiad a fydd yn parhau o bosib wrth iddyn nhw fynd yn hŷn.
- 5.2 Hoffem gael dealltwriaeth fwy cynhwysfawr o'r ffactorau sy'n effeithio ar faint o gynnwys sydd ar gael i blant, ac ar amrywiaeth ac ystod y cynnwys hwnnw, ochr yn ochr â rôl rheoliadau i gefnogi marchnad fywiog ac amrywiol ar gyfer cynnwys i blant.

Mae gan ddarlledwyr amryw o gymhellion masnachol ac anfasnachol sy'n dylanwadu ar y cynnwys i blant maent yn buddsoddi ynddo, a faint maent yn ei fuddsoddi

- 5.3 Mae trwydded weithredu'r BBC yn mynnu bod y BBC yn darlledu ac yn buddsoddi mewn rhaglenni plant. Rhaid i CBBC ddangos o leiaf 400 awr – a rhaid i CBeebies ddangos o leiaf 100 awr – o raglenni gwreiddiol o'r DU sy'n cael eu dangos am y tro cyntaf bob blwyddyn. Rhaid i'r BBC sicrhau ei fod hefyd yn darparu cymysgedd o genres ar gyfer plant drwy gynnig cynnwys ffeithiol, dramâu a newyddion ar CBBC, yn ogystal â rhaglenni sy'n cefnogi addysg plant cyn oed ysgol.⁷⁵ Mae'n rhaid i Gorfforaeth Channel 4 ddarparu cynnwys sy'n apelio at ddiddordebau a chwaeth plant hŷn. Fodd bynnag, does dim gofynion iddo wneud nifer benodol o raglenni pwrpasol ar gyfer plant hŷn bob blwyddyn. Mae C4C yn diffinio plant hŷn fel plant rhwng 10 ac 14 oed.
- 5.4 Mae darlledwyr eraill (darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus ac eraill) yn gwneud penderfyniadau am y cynnwys i blant maent am fuddsoddi ynddo ar sail amrywiaeth eang o ffactorau masnachol, y tu hwnt i'r gofynion rheoleiddio ar gyfer y ddarpariaeth i blant.

⁷⁵ Mae trwydded weithredu'r BBC, amodau 2.22, 2.62, 2.23.1, 2.23.2, 2.35 a 2.36 yn berthnasol i CBeebies a CBBC https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0015/107070/bbc-performance-statement-annexes.pdf

- 5.5 Y tu hwnt i ffi'r drwydded a ariennir gan y BBC, mae cymhellion darlledwyr i fuddsoddi mewn rhaglenni plant yn dibynnu'n sylweddol ar y refeniw hysbysebu y gallant ei ddenu gan raglenni plant o'u cymharu â rhaglenni eraill mewn slot amser tebyg. Er bod plant yn rhan bwysig o'r gynulleidfa i rai hysbysebwy, yn gyffredinol, gall rhaglenni plant fod yn llai deniadol i hysbysebwy ac felly i ddarlledwyr wrth eu cymharu â genres eraill. Y rheswm am hynny yw ei bod yn annhebygol y byddan nhw'n cyrraedd cynulleidfa enfawr o oedolion (sydd â'r incwm i brynu cynnyrch, ac sydd felly'n ddeniadol i lawer o hysbysebwy) a gan fod cyfyngiadau hysbysebu (gan gynnwys Cyfyngiadau HFSS 2007⁷⁶ sy'n atal hysbysebion ar gyfer cynnyrch sy'n cynnwys llawer iawn o fraster, halen a siwgr, a chyfyngiadau ar gyfer hysbysebion gamblo ac alcohol) yn lleihau'r grŵp o hysbysebwy posib.
- 5.6 Er bod refeniw hysbysebu yn gymhellant masnachol pwysig, gallai mathau penodol o gynnwys i blant fod o werth strategol neu frand ehangach i sianel o ran denu cynulleidfa drwy'r amserlen i gyd. Er nad yw'n ofyniad rheoleiddio, mae Channel 5 yn ymrwymo – yn wirfoddol – i ddarlledu o leiaf 600 awr o raglenni gwreiddiol o'r DU i blant bob blwyddyn dros gyfnod ei drwydded bresennol (2015-2024). Does gan ITV ddim ymrwymiadau rheoleiddio penodol ar gyfer rhaglenni plant, ond mae ganddo sianel benodol i blant (CITV) sy'n cael ei chyd-ddarlledu ar ITV yn ystod y bore ar benwythnosau.
- 5.7 Gall cynnwys i blant hefyd fod yn fuddiol wrth gynyddu neu gynnal y niferoedd sy'n tanysgrifio i lwyfannau a gwasanaethau talu. Yn y DU mae Sky, Virgin a Netflix wedi buddsoddi er mwyn cynnig cynnwys penodol i blant heb gost ychwanegol i danysgrifwyr ar rai pecynnau, sy'n awgrymu bod cynnwys i blant yn bwysig iddyn nhw er mwyn cynnal eu cronfa o danysgrifwyr.

Mae darlledwyr yn buddsoddi llai, ond mae mwy a mwy o gyllid ychwanegol ar gael ar gyfer cynrychiadau newydd i blant

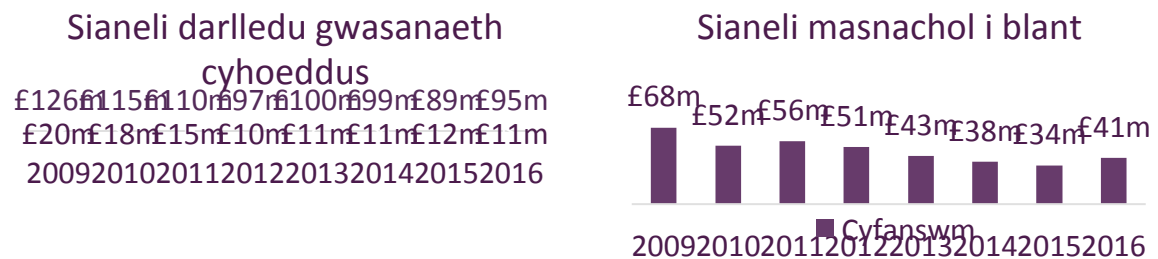
- 5.8 Mae data Ofcom yn dangos bod y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus wedi gwario £95m ar raglenni plant ar y rhwydwaith yn 2016 (rhaglenni gwreiddiol o'r DU a oedd yn cael eu dangos am y tro cyntaf, ailddarllediadau a rhaglenni wedi'u prynu), a bod sianeli masnachol i blant sy'n darlledu i'r DU wedi gwario £41m.⁷⁷ Mae hyn yn golygu bod y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus wedi gwario 25% yn llai mewn termau real rhwng 2009 a 2016, a bod sianeli masnachol wedi gwario 39% yn llai mewn termau real dros yr un cyfnod (ffigur 11). Fel y soniwyd ym mhwynt 4.22, yn 2016 y BBC oedd yn gyfrifol am 87% o'r oriau o raglenni i blant a oedd yn rhaglenni gwreiddiol o'r DU a oedd yn cael eu dangos am y tro cyntaf gan ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus. Mae hyn yn golygu mai'r BBC sy'n

⁷⁶ Ymgynghoriad CAP: hysbysebu bwyd a diodydd meddal i blant, datganiad Rheoleiddio. 8 Rhagfyr 2016, <https://www.asa.org.uk/asset/98337008-FA03-481B-92392CB3487720A8/>

⁷⁷ Mae rhaglenni rhwydwaith yn cael eu dangos gan y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus ar draws y DU, lle mae rhaglenni sydd heb fod yn rhai rhwydwaith yn cael eu creu'n benodol i wylwyr yn y gwledydd a'r rhanbarthau, ac ond yn cael eu dangos mewn rhai rhannau o'r DU. Roedd S4C wedi gwario £7m ar raglenni Cymraeg i blant a oedd yn cael eu dangos am y tro cyntaf ym mlwyddyn ariannol 2016/17. Am ragor o wybodaeth, mae ei adroddiad blynyddol diweddaraf ar gael yn <http://www.s4c.cymru/abouts4c/annualreport/acrobats/s4c-annual-report-2017.pdf>

darparu'r mwyafrif helaeth o'r buddsoddiad mewn cynnwys o'r fath ar draws y sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus.

Ffigur 11: Gwariant sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus/sianeli masnachol i blant ar raglenni plant; 2009-2016



Ffynhonnell: Ofcom/darlledwyr. Nodyn: mae'r ffigurau wedi cael eu mynegi yn ôl prisiau 2016. Mae'r ffigurau yn cynnwys y gwasanaethau darlledu gwasanaeth cyhoeddus canlynol: BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four, BBC News, CBBC, CBeebies, BBC Parliament, ITV, ITV Breakfast, Channel 4 a Channel 5. Nid yw'r dadansoddiad yn cynnwys S4C, BBC Alba na BBC HD. Nid yw'r ffigurau yn cynnwys rhaglenni'r gwledydd a'r rhanbarthau. Mae'r sianeli masnachol i blant yn cynnwys gwariant darlledwyr ar gynnwys ar gyfer sianeli teledu penodol i blant sy'n darlledu i'r DU gan y Baby Network, CSC, ITV (CITV), Nickelodeon, The Walt Disney Company a Turner.

- 5.9 Fodd bynnag, dim ond rhan o gyfanswm y gyllideb cynhyrchu ar gyfer cynnwys i blant sydd ar gael i wylwyr yn y DU sy'n cael ei chynrychioli gan fuddsoddiad uniongyrchol darlledwyr yn y DU. Mae cynrychiadau o'r fath yn aml yn cael eu hariannu drwy gyfuniad o ffynonellau: gwerthiannau ymlaen llaw, buddsoddiad preifat, cyd-gynhyrchu, gwerthu hawliau eilaidd neu ategol, grantiau a chymhellion treth. Hefyd, mae natur ryngwladol (fel cwmnïau rhiant) y sianeli masnachol i blant sydd ar gael yn y DU yn golygu ei bod yn debygol y bydd buddsoddiad ychwanegol yn y cynnwys sydd ar gael i wylwyr yn y DU sydd ddim yn cael ei briodoli i'w sianeli yn y DU.
- 5.10 Dydy gwariant ar raglenni sy'n apelio at blant, yn hytrach na rhaglenni plant *fel y cyfryw*, ddim wedi'i gynnwys uchod. Mae hynny'n rhannol oherwydd ei bod yn anoddach mynd ati mewn ffordd gyson i ddiffinio cynnwys a'i wahanu oddi wrth genres eraill ar draws gwahanol ddarlledwyr sianeli. Mae Channel 4 yn eithriad, sydd â gofyniad penodol i gynnig cynnwys sy'n apelio at blant hŷn ac oedolion ifanc. Er mwyn apelio at blant hŷn, dros y blynyddoedd diwethaf mae C4C wedi bod yn ceisio darparu ar gyfer y gynulleidfa hon drwy raglenni yn ystod oriau brig a chyn y trothwy ar ei brif sianel sy'n rhoi sylw i themâu sy'n

taro tant â phlant rhwng 10 ac 14 oed, ond sydd hefyd yn apelio at gynulleidfa ehangach. Yn 2016, roedd Channel 4 wedi darparu 18 awr ac wedi gwario £6m ar raglenni a fyddai'n apelio at blant hŷn⁷⁸ (a oedd yn fwy na'r ymrwymiad o £5m yn flynyddol o 2018 ymlaen⁷⁹) a oedd yn cynnwys yr elfen *The Secret Life Of... a Gogglesprogs*.

Mae refeniw o hawliau eilaidd a gwerthu nwyddau yn bwysig i ddarlledwyr a chynhyrchwyr

- 5.11 Mae'n bosib y bydd gan rai rhaglenni plant gyfleoedd i gael refeniw ychwanegol ar ôl darlledu, drwy werthu hawliau eilaidd (e.e. drwy werthu DVDs neu ffrydio ar-lein) neu drwy werthu dramor. Mae gan gynhyrchwyr o'r DU (ar draws pob genre) amrywiaeth eang o gyfleoedd i werthu dramor, a chawsant £789m o refeniw rhyngwladol yn 2016, o'i gymharu â £265m yn 2008.⁸⁰ Mae'n bosib y bydd mathau gwahanol o gynnwys yn fwy neu'n llai tebygol o ddenu'r refeniw yma – e.e. efallai y bydd cynnwys â ffocws llai penodol ar y DU, neu gynnwys â llai o ffocws ar y DU, yn fwy tebygol o wneud yn dda yn rhyngwladol – a gallai hyn effeithio ar y mathau o raglenni y bydd buddsoddwyr a darlledwyr yn buddsoddi ynddyn nhw.
- 5.12 Mae rhaglenni plant hefyd yn gallu cynhyrchu refeniw sylweddol wrth werthu nwyddau – e.e. trwyddedu dillad, teganau, llyfrau a pharciau thema. I nifer fach o frandiau rhaglenni hynod llwyddiannus sydd ag apêl fyd-eang, mae'r nwyddau hyn yn gallu bod yn arwyddocaol iawn – roedd *Peppa Pig* wedi creu dros \$1.1.bn o werthiannau yn 2016.⁸¹ Mae'n bwysig nodi bod y cyfleoedd i wneud elw yn amrywio'n sylweddol, a phrin iawn yw llwyddiannau byd-eang fel *Peppa Pig*. Fodd bynnag, gallai'r angen i greu cynnwys ar raddfa fyd-eang er mwyn cael elw masnachol wneud i bobl fuddsoddi mewn mathau penodol o gynnwys sydd â photensial mawr ar gyfer nwyddau i'w gwerthu a chyfleoedd gwerthu byd-eang.
- 5.13 Er mwyn llwyddo i fanteisio ar yr hawliau eilaidd a'r cyfleoedd i werthu nwyddau, mae'n rhaid rheoli hawliau eiddo deallusol rhaglen (IP). Bydd darlledwyr gwahanol yn wynebu cyfyngiadau rheoleiddio gwahanol, gan ddibynnu ar sut mae'r refeniw a'r rheolaeth dros hawliau eilaidd yn cael eu rhannu rhwng darlledwyr a chynhyrchwyr (e.e. mae darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn rhwym wrth Delerau Masnach⁸² wrth gomisiynu cynnwys gan gynhyrchwyr annibynnol cymwys). Felly, byddan nhw a'r cynhyrchwyr maen nhw'n comisiynu gwaith ganddyn nhw yn wynebu cymhellion gwahanol o ran refeniw eilaidd.

⁷⁸ Mae Channel 4 wedi diffinio plant hŷn fel plant rhwng 10 ac 14 oed.

⁷⁹ Ofcom, 2017. *Ymateb i Ddatganiad Polisi Cynnwys Cyfryngau Corfforaeth Channel 4 2016/17*, https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0019/104095/Ofcom-letter-to-Channel-4-Corporation-on-its-Statement-of-Media-Content-Policy-2016-2017.pdf

⁸⁰ Ffynhonnell: Cyfrifiad Pact 2017 <http://www.pact.co.uk/news-detail.html?id=international-revenues-continue-to-drive-growth-in-the-uk-tv-production-sector>, Adran 4

⁸¹ BBC News, 2017. Entertainment One, perchennog Peppa Pig, yn cyhoeddi cyfres newydd, <http://www.bbc.co.uk/news/business-39972237>

⁸² Mae darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus a Pact yn cytuno ar Delerau Masnach, ac maen nhw ar gael ar wefan y darlledwyr fel arfer

Mae technolegau newydd a thwf defnydd ar-lein yn creu cyfleoedd newydd i'r rhai sy'n cynhyrchu cynnwys i blant

- 5.14 Gan fod plant yn treulio mwy o amser ar-lein, mae darlledwyr yn buddsoddi mewn cynnwys i blant sy'n cael ei gynllunio i'w ddefnyddio ar-lein. Mae hyn yn galluogi darlledwyr i gynnig cynnwys i blant mewn man lle maent eisoes yn treulio amser, ac i greu lle ar gyfer rhaglenni a allai fod yn fwy proffidiol ar yr amserlen linol. Mae darlledwyr yn y DU ac mewn marchnadoedd eraill eisoes yn arbrofi â ffyrdd i ddefnyddio mathau gwahanol o gynnwys ar-lein ar gyfer cynulleidfaoedd iau – er enghraifft, mae Channel 4 yn defnyddio llwyfannau cyfryngau cymdeithasol, gan gynnwys Facebook, i gyrraedd cynulleidfaoedd iau gyda newyddion a materion cyfoes, ac mae Netflix yn arbrofi â chynnwys rhyngweithiol i blant.
- 5.15 Mae defnydd ar-lein hefyd wedi arwain at gomisiynwyr eraill a phrynwyr cynnwys i blant sy'n debyg i gynnwys teledu – mae Netflix ac Amazon yn comisiynu cynnwys gwreiddiol, ac mae apiau penodol i blant, fel Hopster, hefyd wedi dod i'r amlwg. Mae'r llwyfannau newydd hyn yn creu cyfleoedd newydd i werthu cynnwys cynradd ac eilaidd (mae cynhyrchwyr a darlledwyr comisiynu cynradd yn elwa o hyn). Ond byddant yn ffafrio rhai mathau o gynnwys wrth gomisiynu, a bydd hynny'n effeithio ar benderfyniadau buddsoddi – gan gynnwys rhai'n ymwneud â genre, hyd, naws ac apêl ryngwladol.
- 5.16 Mae rhannu cynnwys ar-lein – ac YouTube yn benodol – wedi rhoi cyfle i gynhyrchwyr cynnwys rannu eu cynnwys yn uniongyrchol â defnyddwyr, gyda chyfle i wneud arian drwy hysbysebion ar YouTube. Mae'r llwyfannau hyn yn agored i gynnwys gan bob cynhyrchydd yn gyffredinol, gyda llwyfannau'n chwarae rôl gyfyngedig o ran archwilio ansawdd neu naws. Mae hyn wedi galluogi rhai cynhyrchwyr i fod yn llwyddiannus heb gael perthynas gomisiynu â darlledwyr (e.e. LittleBabyBum, sianel hwiangerddi sydd ag un o'r fideos sydd wedi'u gwyllo fwyaf ar y llwyfan). Serch hynny, mae'r ffaith bod YouTube a llwyfannau eraill yn hyrwyddo ac yn argymhell cynnwys ar sail algorithm amwys yn hytrach na dewisiadau pobl, yn gallu golygu y bydd yn anoddach rhagweld refeniw a nifer y gwylwyr. Gallai hynny yn ei dro gymhell cynhyrchwyr i greu cynnwys ar gyfer cynulleidfaoedd bydeang a chynnwys sy'n bodloni nodweddion penodol a ffafir gan yr algorithmau (fel hyd, nifer y fideos neu fideos sydd wedi'u cynllunio i gael eu gwyllo sawl tro).

Mae'r Llywodraeth wedi cynnig rhywfaint o gefnogaeth ariannol i gynhyrchwyr cynnwys i blant drwy ostyngiadau trethi

- 5.17 Mae'r Llywodraeth yn rhedeg cynlluniau gostyngiadau treth ar gyfer rhaglenni plant ac animeiddio, sy'n cynnig cymhellion i gynhyrchu cynnwys Prydeinig i blant.⁸³ Cafodd y cynlluniau hyn eu cyflwyno gan y Trysorlys yn 2013 ac yn 2015 er mwyn hybu'r broses o gynhyrchu rhaglenni teledu â diwylliant Prydeinig ar gyfer plant yn y DU. Y BFI a'r Adran

⁸³ Y Llywodraeth sy'n penderfynu pwy sy'n gymwys ar gyfer y cynllun gostyngiad treth, a'r BFI sy'n gweinyddu'r prawf diwylliannol <https://www.gov.uk/government/publications/childrens-television-tax-relief>

dros faterion Digidol, Diwylliant, y Cyfryngau a Chwaraeon (DCMS) sy'n gyfrifol am asesu ac ardystio rhaglenni, sef y 'prawf diwylliannol'. Mae'r prawf diwylliannol yn amrywiol iawn ac yn cynnwys meini prawf fel cael cast a chriw o Brydain/yr Ardal Economaidd Ewropeaidd, bod y cynnwys yn cael ei ffilmio yn y DU/yr Ardal Economaidd Ewropeaidd, ac yn dangos creadigrwydd, treftadaeth a/neu amrywiaeth Prydain. Yn 2016-17, cafodd 35 o hawliadau am ostyngiad treth ar gyfer cynnwys teledu i blant (CTV) eu talu, a oedd werth £5.3 miliwn. Hefyd, cafodd 50 o hawliadau a oedd werth £10.4 miliwn eu talu o dan y cynllun Gostyngiad Treth ar gyfer Animeiddiadau (ATR).⁸⁴

- 5.18 Mae'r Llywodraeth wrthi'n ystyried hyd a lled cronfa darlledu gwasanaeth cyhoeddus arbrofol y mae modd cystadlu amdani, a allai gynnwys arian ar gyfer cynnwys i blant. Byddai'r gronfa hon, ar ôl i'r manylion gael eu cyhoeddi, yn cael ei hystyried fel rhan o'r cyd-destun, gydag unrhyw ymatebion gan randdeiliaid hefyd yn cael eu cyhoeddi.

Rydym yn awyddus i ddeall sut mae'r ffactorau uchod yn dylanwadu ar faint o gynnwys i blant, a'r math o gynnwys i blant, sy'n cael ei gomisiynu a'i gynhyrchu

- 5.19 Bydd pwysigrwydd ac effaith y ffactorau uchod yn amrywio'n sylweddol rhwng darlledwyr a chynhyrchwyr, gan ddibynnu ar eu strategaeth bresennol a'u sefyllfa o ran cystadleuaeth a rheoleiddio. Mae'n amlwg bod y cyd-destun cystadleuol yn newid i bob darlledwr a chynhyrchydd, gyda mwy o opsiynau ar-lein ar gael i gynulleidfaoedd a mwy o amrywiaeth o ran yr hyn mae plant yn ei wyllo, a'r cynnydd posib yn amrywiaeth y ffynonellau refeniw. Er y gallai'r gystadleuaeth hon olygu ei bod yn rhaid addasu ac arloesi o safbwynt masnachol a creadigol, hoffem ddeall effeithiau'r ddeinameg bresennol ar fodelau busnes ac ar gynulleidfaoedd yn y DU.
- 5.20 Hoffem ddeall yn well beth yw'r modelau refeniw a'r costau ar gyfer gwahanol genres o gynnwys i blant ar wahanol lwyfannau, sut mae'r rhain yn datblygu dros amser, a sut mae hawliau eilaidd, nwyddau, gostyngiadau treth a chymhellion ariannol eraill yn effeithio arnynt. Hoffem hefyd ymchwilio i weld sut mae cyfleoedd newydd i rannu cynnwys, a ffrydiau refeniw ehangach newydd neu sy'n deillio o hynny, yn effeithio ar strategaethau cynhyrchwyr a darlledwyr wrth fuddsoddi mewn cynnwys i blant yn y DU.

⁸⁴ Cyllid a Thollau EM, 2017. Ystadegau'r Diwydiannau Creadigol, <https://www.gov.uk/government/statistics/creative-industries-statistics-july-2017>

Cwestiynau am y cymhellion a'r rhwystrau wrth gynhyrchu cynnwys i blant

- 8) Sut mae gwasanaethau ar-alwad a ffrydio yn newid natur cystadleuaeth ym maes cynnwys i blant? Ydy hyn yn effeithio ar amrywiaeth neu ansawdd y cynnwys sydd ar gael i gynulleidfaoedd yn y DU?
- 9) Sut mae modelau ariannu a buddsoddiadau ym maes cynnwys i blant wedi newid dros y 5-10 mlynedd diwethaf? Oes gennych chi dystiolaeth y gallwch ei rhannu â ni i gefnogi'ch barn?
- 10) Os yw'n mynd yn fwyfwy anodd cael cyllid ar gyfer rhai genres ym maes cynnwys i blant (er enghraifft newyddion, ffeithiol neu ddrama), beth yw'r rhesymau dros hynny? A yw'n anoddach sicrhau elw ariannol ar gyfer rhai genres? Os felly, pam?
- 11) Ydych chi'n meddwl y dylem ystyried unrhyw gymhellion neu rhwystrau eraill fel rhan o'r adolygiad?

A1. Ymateb i'r gwahoddiad hwn i gyfrannu

Sut mae ymateb

- A1.1 Byddai Ofcom yn hoffi i chi gyflwyno eich safbwyntiau a'ch sylwadau ynghylch y materion sydd wedi'u codi yn y ddogfen hon erbyn 5pm ar 31 Ionawr 2018.
- A1.2 Gallwch lwytho ffurflen ymateb i lawr yn <https://www.ofcom.org.uk/cymru/consultations-and-statements/category-2/childrens-content-review>. Gallwch ddychwelyd y ffurflen dros e-bost neu drwy'r post i'r cyfeiriad sydd ar y ffurflen ymateb.
- A1.3 Os yw eich ymateb yn ffeil fawr, neu os yw'n cynnwys siartiau, tablau neu ddata arall i'w gefnogi, a fydddech chi cystal â'i anfon dros e-bost i **childrensreview@ofcom.org.uk**, fel atodiad mewn fformat Microsoft Word, ynghyd â'r ddalen gyflwyno (<https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/consultation-response-coversheet>). At ddibenion yr ymgynghoriad hwn yn unig y mae'r cyfeiriad e-bost hwn, ac ni fydd yn gweithio ar ôl 31 Ionawr 2018.
- A1.4 Fel arall, gellir postio ymatebion i'r cyfeiriad isod, a theitl y gwahoddiad i gyflwyno sylwadau wedi'i farcio arnynt:
- Claire Local
Ofcom
Riverside House
2A Southwark Bridge Road
London SE1 9HA
- A1.5 Mae croeso i chi gyflwyno ymatebion mewn fformatau eraill hefyd, er enghraifft recordiad sain neu fideo mewn iaith Arwyddion Prydain. I ymateb drwy ddefnyddio iaith Arwyddion Prydain:
- Anfonwch recordiad ohonoch chi'n defnyddio'r iaith arwyddion i gyfleu'ch ymateb. Ni ddylai'r recordiad bara am fwy na 5 munud. Dyma'r fformatau ffeil addas: ffeiliau QuickTime, wmv neu DVDs. Neu
 - Llwythwch fideo ohonoch chi'n defnyddio'r iaith arwyddion i gyfleu'ch ymateb yn syth i YouTube (neu safle lletya arall), ac anfon y ddolen atom ni.
- A1.6 Byddwn yn cyhoeddi trawsgrifiad o unrhyw ymatebion sain neu fideo a gawn (oni bai fod eich ymateb yn gyfrinachol)
- A1.7 Nid oes angen copi papur o'ch ymateb arnom yn ogystal â fersiwn electronig. Byddwn yn cydnabod derbyn ymatebion os cânt eu cyflwyno drwy ddefnyddio'r ffurflen ar-lein ar y we ond nid fel arall.

- A1.8 Nid oes yn rhaid i chi ateb pob cwestiwn yn yr ymgynghoriad os nad oes gennych chi safbwynt; mae ymateb byr ar ddim ond un pwynt yn iawn. Rydyn ni hefyd yn croesawu ymatebion ar y cyd.
- A1.9 Byddai'n ddefnyddiol petai modd i'ch ymateb gynnwys atebion uniongyrchol i'r cwestiynau sy'n cael eu gofyn yn y ddogfen gwahoddiad i gyflwyno sylwadau. Mae'r cwestiynau'n cael eu rhestru yn Atodiad 4. Byddai'n ddefnyddiol hefyd petai modd i chi egluro pam eich bod yn arddel eich safbwyntiau, a beth rydych chi'n ei gredu fyddai effaith cynigion Ofcom.
- A1.10 Os ydych chi eisiau trafod y materion a'r cwestiynau sydd wedi cael eu codi yn y ddogfen hon, cysylltwch â Kate Biggs drwy ffonio 020 7783 4706, neu anfon e-bost at kate.biggs@ofcom.org.uk.

Cyfrinachedd

- A1.11 Mae ymgynghoriadau'n fwy effeithiol os ydyn ni'n cyhoeddi'r ymatebion cyn i'r cyfnod ymgynghori gau. Yn benodol, gall hyn fod o gymorth i bobl a sefydliadau sy'n brin eu hadnoddau neu heb fod yn gyfarwydd iawn â'r materion dan sylw i ymateb yn fwy gwybodus. Felly, er mwyn bod yn dryloyw a sicrhau ymarfer rheoleiddio da, ac oherwydd ein bod ni'n credu ei bod hi'n bwysig bod pawb sydd â diddordeb mewn mater yn gallu gweld safbwyntiau ymatebwyr eraill, fel rheol byddwn yn cyhoeddi pob ymateb ar ein gwefan, www.ofcom.org.uk, cyn gynted ag y byddant yn dod i law.
- A1.12 Os ydych chi'n meddwl y dylid cadw eich ymateb yn gyfrinachol, a fydddech chi cystal â nodi i ba ran(nau) mae hyn yn berthnasol, ac egluro pam. Anfonwch unrhyw adrannau cyfrinachol fel atodiad ar wahân. Os ydych am i'ch enw, eich cyfeiriad, manylion cyswllt eraill, neu deitl eich swydd aros yn gyfrinachol, rhwch y manylion hynny ar y ddalen gyflwyno'n unig, fel na fydd rhaid inni olygu'ch ymateb.
- A1.13 Os bydd rhywun yn gofyn i ni gadw ymateb cyfan neu ran ohono yn gyfrinachol, byddwn yn trin y cais hwn o ddifrif ac yn ceisio ei barchu. Ond weithiau bydd angen i ni gyhoeddi pob ymateb, gan gynnwys y rheini sydd wedi'u marcio'n rhai cyfrinachol, er mwyn bodloni rhwymedigaethau cyfreithiol.
- A1.14 Sylwch hefyd y cymerir bod yr hawlfraint a phob eiddo deallusol arall sydd mewn ymatebion wedi'u rhoi o dan drwydded i Ofcom i'w defnyddio. Mae hawliau eiddo deallusol Ofcom yn cael eu hegluro ymhellach yn <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/website/terms-of-use>

Y camau nesaf

- A1.15 Rydym yn gwahodd cyfraniadau cychwynnol ar gyfer yr adolygiad erbyn 31 Ionawr 2018. Os byddwn yn nodi elfennau sy'n achosi pryder, byddwn yn ystyried sut byddai modd mynd i'r afael â'r rheini, gan gynnwys addasrwydd unrhyw fesurau rheoleiddio. Rydym yn rhagweld y byddwn yn cyhoeddi ein canfyddiadau, ynghyd ag unrhyw gynigion ar gyfer y camau nesaf, erbyn haf 2018.

- A1.16 Gallwch chi gofrestru i gael diweddariadau post i roi gwybod i chi am gyhoeddiadau newydd Ofcom; i gael rhagor o fanylion edrychwch ar <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/email-updates/>

Prosesau ymgynghori Ofcom

- A1.17 Mae Ofcom yn ceisio sicrhau ei bod mor hawdd â phosib ymateb i ymgynghoriad. I gael rhagor o wybodaeth, edrychwch ar ein hegwyddorion ymgynghori yn Atodiad 2.
- A1.18 Os oes gennych unrhyw sylwadau neu awgrymiadau ynghylch y modd rydyn ni'n rheoli ein hymgyngoriadau, anfonwch neges drwy'r e-bost atom yn consult@ofcom.org.uk. Rydym yn arbennig o falch o gael syniadau ynghylch sut y gallai Ofcom fod yn fwy effeithiol wrth ofyn am farn grwpiau neu unigolion, fel busnesau bach a defnyddwyr preswyl, sy'n llai tebygol o roi eu barn drwy ymgynghoriad ffurfiol.
- A1.19 Os hoffech drafod y materion hyn neu brosesau ymgynghori Ofcom yn gyffredinol, cysylltwch â Steve Gettings, hyrwyddwr ymgynghori Ofcom:

Steve Gettings
Ofcom
Riverside House
2a Southwark Bridge Road
London SE1 9HA
E-bost: corporationsecretary@ofcom.org.uk

A2. Egwyddorion ymgynghori Ofcom

Mae Ofcom yn dilyn saith egwyddor ar gyfer pob ymgynghoriad ysgrifenedig cyhoeddus:

Cyn yr ymgynghoriad

- A2.1 Os oes modd, byddwn yn cynnal sgysiau anffurfiol â phobl a chyrff cyn cyhoeddi ymgynghoriad mawr i gael gwybod a ydym ar y trywydd iawn o ran ein ffordd o feddwl. Os nad oes gennym ddigon o amser i wneud hyn, byddwn yn cynnal cyfarfod agored i egluro ein cynigion yn fuan ar ôl cyhoeddi'r ymgynghoriad.

Yn ystod yr ymgynghoriad

- A2.2 Byddwn yn glir ynghylch pwy rydym yn ymgynghori â nhw, pam, ar ba gwestiynau ac am ba hyd.
- A2.3 Byddwn yn gwneud y ddogfen ymgynghori'n un mor fyr ac mor syml ag y bo modd gyda chrynodeb o ddim mwy na dwy dudalen. Byddwn yn ceisio ei gwneud mor hawdd â phosib i bobl roi ymateb ysgrifenedig i ni. Os yw'r ymgynghoriad yn gymhleth, efallai y byddwn yn darparu canllaw Cymraeg Clir / Plain English i helpu sefydliadau llai neu unigolion na fyddent yn gallu rhoi o'u hamser i rannu eu barn fel arall.
- A2.4 Byddwn yn ymgynghori am gyfnod o hyd at ddeg wythnos yn dibynnu ar effaith bosib ein cynigion.
- A2.5 Bydd rhywun yn Ofcom yn gyfrifol am sicrhau ein bod yn dilyn ein canllawiau ein hunain ac yn ceisio cyrraedd y nifer fwyaf o bobl a sefydliadau sydd efallai â diddordeb yng nghanlyniad ein penderfyniadau. Hyrwyddwr Ymgynghori Ofcom yw'r prif unigolyn i gysylltu ag ef i roi barn am y modd rydym yn cynnal ein hymgyngoriadau.
- A2.6 Os na fyddwn yn gallu dilyn unrhyw un o'r saith egwyddor hyn, byddwn yn egluro pam.

Ar ôl yr ymgynghoriad

- A2.7 Rydym yn credu ei bod hi'n bwysig bod pawb sydd â diddordeb mewn mater yn gallu gweld safbwyntiau pobl eraill. Felly, fel rheol, byddwn yn cyhoeddi pob ymateb ar ein gwefan cyn gynted ag y byddant yn dod i law. Ar ôl yr ymgynghoriad byddwn yn gwneud ein penderfyniadau ac yn cyhoeddi datganiad sy'n egluro beth fyddwn ni'n ei wneud, a pham, gan ddangos sut mae safbwyntiau'r ymatebwyr wedi helpu i siapio'r penderfyniadau hyn.

A3. Dalen gyflwyno'r ymgynghoriad

MANYLION SYLFAENOL

Teitl yr ymgynghoriad: Adolygiad o'r Cynnwys i Blant

At (cyswllt Ofcom):

Enw'r ymatebydd:

Yn cynrychioli (eich hun neu sefydliad(au)):

Cyfeiriad (os na chafwyd ef drwy'r e-bost):

CYFRINACHEDD

Ticiwch isod i ddangos pa ran o'ch ymateb rydych yn ei hystyried yn gyfrinachol, a rhowch eich rhesymau am hynny

Dim byd ☐

Enw/manylion cyswllt/teitl swydd ☐

Ymateb cyfan ☐

Sefydliad ☐

Rhan o'r ymateb ☐

Os nad oes atodiad ar wahân, pa rannau? _____

Os nad ydych am i ran o'ch ymateb, eich enw neu enw'ch sefydliad gael eu cyhoeddi, a gaiff Ofcom barhau i gyhoeddi cyfeiriad at gynnwys eich ymateb (gan gynnwys, yn achos unrhyw rannau cyfrinachol, grynodedb cyffredinol nad yw'n datgelu'r wybodaeth benodol nac yn golygu bod modd eich adnabod)?

DATGANIAD

Rwy'n cadarnhau bod yr ohebiaeth sydd gyda'r ddalen gyflwyno hon yn ymateb ffurfiol i ymgynghoriad y caiff Ofcom ei gyhoeddi. Fodd bynnag, wrth roi'r ymateb hwn, rwy'n deall y gallai fod angen i Ofcom gyhoeddi'r holl ymatebion, gan gynnwys y rheini sydd wedi'u marcio'n rhai cyfrinachol, er mwyn cyflawni rhwymedigaethau cyfreithiol. Os wyf wedi anfon ymateb drwy'r e-bost, caiff Ofcom ddiystyru unrhyw destun e-bost safonol ynghylch peidio â datgelu cynnwys neges e-bost ac atodiadau.

Mae Ofcom yn ceisio cyhoeddi ymatebion wrth iddynt ddod i law. Os nad yw eich ymateb yn gyfrinachol (yn gyfan gwbl neu'n rhannol), ac y byddai'n well gennych i ni beidio â chyhoeddi'ch ymateb nes bod yr ymgynghoriad wedi dod i ben, ticiwch yma.

Adolygiad o'r cynnwys i blant

Enw	Llofnod (os darperir copi papur)
-----	----------------------------------

A4. Cwestiynau'r ymgynghoriad

Adolygiad o'r Cynnwys i Blant

A4.1 Bydd ein hadolygiad wedi'i rannu'n dair thema:

- ymddygiad a dymuniadau'r gynulleidfa;
- y cynnwys sydd ar gael i blant;
- y cymhellion a'r rhwystrau.

A4.2 Mae croeso i gynulleidfaoedd a rhanddeiliaid gyflwyno eu safbwyntiau a thystiolaeth ategol mewn ymateb i'r cwestiynau hyn, ac unrhyw faterion eraill sy'n berthnasol i'n hadolygiad.

Ymddygiad a dymuniadau'r gynulleidfa

- 1) Beth yw'r nodweddion pwysicaf i (i) blant a (ii) rhieni/gofalwyr mewn cynnwys sydd wedi'i anelu at blant? Sut mae hyn yn amrywio yn ôl oedran y plentyn?
- 2) Ydy plentyn neu rieni/gofalwyr yn mwynhau ac yn gwyllo rhai genres yn benodol (e.e. cynnwys sy'n defnyddio actorion, animeiddiad), ac os felly, pam?
- 3) Oes gan blant neu rieni/gofalwyr ddisgwyliadau gwahanol o ran ansawdd neu nodweddion eraill yn dibynnu ar y fformat (e.e. ffurf hir o'i gymharu â ffurf fer/cynnwys wedi'i ddarlledu o'i gymharu â chynnwys ar-lein) neu'r darparwr/brand (e.e. BBC/ITV o'i gymharu â Netflix o'i gymharu ag YouTube ac ati)? Ydyn nhw'n gweld gwerth gwahanol i'r fformatau gwahanol hyn neu'r darparwyr gwahanol hyn? Ydy'r fformatau neu'r darparwyr gwahanol hyn yn bodloni anghenion gwahanol ar gyfer plant?
- 4) Pryd a pham mae plant a rhieni/gofalwyr yn dewis gwasanaethau ar-lein neu ffrydio (er enghraifft iPlayer, Netflix, YouTube) yn hytrach na gwyllo teledu ar set deledu? Ydyn nhw'n gwneud hynny ar gyfer mathau penodol o raglenni? Oes gennych chi unrhyw dystiolaeth i gefnogi'ch safbwynt?
- 5) Sut mae plant yn dod ar draws rhaglenni ac yn penderfynu beth i'w wyllo? Pa rôl mae darlledwyr, llwyfannau, rhieni a ffrindiau yn ei chwarae, ac ydy hyn yn newid wrth i blant fynd yn hŷn?

Y cynnwys sydd ar gael i blant

- 6) A oes genres penodol o ran cynnwys i blant (ar unrhyw lwyfan) lle nad yw'r cyflenwad gan ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus, sianeli masnachol, neu wasanaethau ar-alwad a ffrydio – neu gyfuniad o'r rhain – yn bodloni galw neu anghenion y gynulleidfa? Beth sy'n cefnogi'ch safbwynt ar hynny?
- 7) O ran rhaglenni gwreiddiol o'r DU sy'n cael eu dangos am y tro cyntaf, beth yw rôl a phwysigrwydd hynny i gynulleidfaoedd? I ddarlledwyr? Ydy hyn yn amrywio yn ôl is-genre neu grŵp oedran?

Y cymhellion a'r rhwystrau wrth gynhyrchu cynnwys i blant

- 8) Sut mae gwasanaethau ar-alwad a ffrydio yn newid natur cystadleuaeth ym maes cynnwys i blant? Ydy hyn yn effeithio ar amrywiaeth neu ansawdd y cynnwys sydd ar gael i gynulleidfaoedd yn y DU?
- 9) Sut mae modelau ariannu a buddsoddiadau ym maes cynnwys i blant wedi newid dros y 5-10 mlynedd diwethaf? Oes gennych chi dystiolaeth y gallwch ei rhannu â ni i gefnogi'ch barn?
- 10) Os yw'n mynd yn fwyfwy anodd cael cyllid ar gyfer rhai genres ym maes cynnwys i blant (er enghraifft newyddion, ffeithiol neu ddrama), beth yw'r rhesymau dros hynny? A yw'n anoddach sicrhau elw ariannol ar gyfer rhai genres? Os felly, pam?
- 11) Ydych chi'n meddwl y dylem ystyried unrhyw gymhellion neu rhwystrau eraill fel rhan o'r adolygiad?