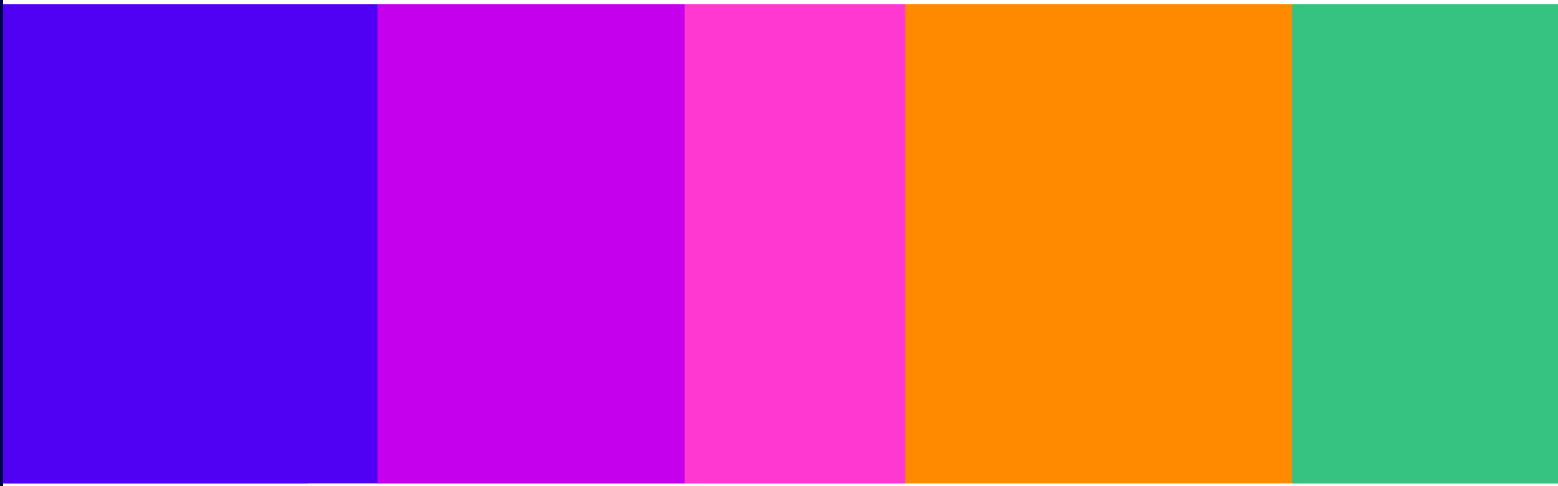


Newyddion ar-lein

Diweddariad ymchwil

Cyhoeddwyd 25 Mawrth 2024



Cynnwys

Adran

Trosolwg	3
Mae gan gyfryngwyr ar-lein ddylanwad cynyddol dros newyddion	6
Effeithiau ar bobl a chyhoeddwy'r newyddion.....	13
Mae cynllunio ymyriadau'n dasg gymhleth.....	22

Trosolwg

Yn ein [Dogfen Drafod yn 2022](#) gwnaethom nodi ein canfyddiadau cychwynnol ar yr effaith bosibl y gall peiriannau chwilio, offer cydgrynhoi newyddion a llwyfannau cyfryngau cymdeithasol (y cyfeirir atynt fel cyfryngwyr ar-lein) ei chael ar bobl sy'n eu defnyddio i wyllo newyddion. Mae'r adroddiad hwn yn adeiladu ar y sylfaen dystiolaeth honno. Mae'n nodi canfyddiadau ein hymchwil sydd newydd ei chomisiynu i archwilio dylanwad cyfryngwyr ar-lein dros newyddion ar-lein a'r effaith y mae'n ei chael ar bobl. Mae hefyd yn crynhoi mewnwelediadau o lenyddiaeth academiaidd newydd.

Yn ein Dogfen Drafod gwnaethom nodi pryderon fod pobl sydd gan amlaf yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol i gyrchu newyddion yn llai tebygol o nodi gwybodaeth ffeithiol bwysig yn gywir, yn teimlo'n fwy o antipathi tuag at bobl sydd â safbwyntiau gwleidyddol gwahanol iddynt ac yn ymddiried yn llai mewn sefydliadau democrataidd, na phobl sy'n defnyddio teledu a phapurau newydd gan amlaf fel ffynhonnell newyddion. Gwnaethom weld hefyd nad yw pobl bob amser yn glir ynghylch maint y dylanwad sydd gan gyfryngwyr ar-lein dros y newyddion y maent yn ei weld.

Ers 2022 rydym wedi bod yn cynnal ymchwil bellach i ddeall y pryderon hyn yn well. sydd yn cael eu hamlygu wrth i ni ddechrau blwyddyn o etholiadau ar draws y byd, gan gynnwys yr etholiad cyffredinol disgwylidig yn y DU.

Mae ein hymchwil newydd wedi canolbwyntio'n benodol ar gyfryngau cymdeithasol, gan adlewyrchu'r pryderon a nodwyd yn ein Dogfen Drafod. Dyma ein canfyddiadau:

- Mae safle cynnwys newyddion mewn ffrwd cyfryngau cymdeithasol yn cael effaith sylweddol ar faint o amser y mae pobl yn ei dreulio yn gwyllo, yn darllen ac yn ymgysylltu â chynnwys newyddion.
- Mae llwyfannau cyfryngau cymdeithasol yn amlygu pobl i lawer o wahanol allfeydd newyddion. Fodd bynnag, maent yn tueddu i'w hamlygu i ystod gulach o bynciau newyddion nag y byddent efallai'n dod ar eu traws ar wefan newyddion draddodiadol.
- Mae gan bobl reolaeth gyfyngedig dros eu ffrydiau newyddion cyfryngau cymdeithasol ac mae ceisio dylunio ymyriadau i wella ehangder ac ansawdd y newyddion a ddefnyddir ar gyfryngau cymdeithasol yn dasg gymhleth.

Mae'r blwch isod yn crynhoi ein sylfaen dystiolaeth.

Yr hyn y mae ein tystiolaeth yn ei ddangos – yn gryno

Mae cyfryngwyr ar-lein yn parhau i fod yn ddylanwad mawr yn y sector newyddion ac yn ffynhonnell newyddion bwysig. Mae 64% o oedolion y DU yn defnyddio cyfryngwyr ar-lein i gael mynediad at newyddion. Meta bellach yw'r drydedd ffynhonnell newyddion fwyaf yn y DU ar ôl y BBC ac ITV. Mae 71% o bobl ifanc 16-24 oed yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol ar gyfer newyddion, ac nid yw'n ymddangos bod hyn yn newid wrth iddynt fynd yn hŷn. Mae dylanwad cyfryngwyr ar-lein yn ymestyn y tu hwnt i'w gwasanaethau eu hunain, gan eu bod yn aml yn ffynhonnell allweddol o draffig ar gyfer newyddion a ddarperir ar wefannau newyddion traddodiadol.

Mae gan gyfryngwyr ar-lein ddylanwad sylweddol dros y newyddion y mae pobl yn eu gweld. Yn ystod y blynyddoedd diwethaf, mae cyfryngwyr ar-lein wedi bod yn hynod weithgar ar bob lefel o'r gadwyn gyflenwi newyddion, ac eithrio cynhyrchu newyddion (er y gallai hyn fod yn newid gyda datblygiadau newydd mewn AI). Er enghraifft, mae ganddynt ddylanwad sylweddol dros arlwy newyddion pobl trwy'r ffordd y maent yn curadu ac yn cyflwyno erthyglau newyddion. Mae ein

hymchwil ein hunain gan ddefnyddio technoleg olrhain llygaid yn dangos bod safle erthygl mewn ffrwd cyfryngau cymdeithasol yn cael effaith sylweddol ar y tebygolrwydd y bydd erthygl yn cael ei darllen, a faint o sylw a gaiff. Mae tystiolaeth yn dod i'r amlwg hefyd y gall cyfryngau cymdeithasol ddylanwadu ar y math o newyddion a gynhyrchir – gallai afluniadau yn newisiadau defnyddwyr felly arwain at afluniadau mewn cynhyrchu newyddion.

Nid yw anghenion pobl bob amser yn cael eu diwallu, ac nid oes ganddynt reolaeth dros y newyddion sy'n ymddangos ar eu ffrydiau cyfryngau cymdeithasol. Mae pobl sy'n cael eu newyddion o gyfryngau cymdeithasol yn rhoi sgorau is iddo o ran ansawdd, cywirdeb, ac ymddiriedaeth nag sy'n wir gyda newyddion o ffynonellau eraill. Mae ein hymchwil yn 2022 a'n hastudiaeth ansoddol newydd yn dangos mai dealltwriaeth gyfyngedig sydd gan bobl o'r rôl y mae cyfryngwyr ar-lein yn ei chwarae wrth guradu'r newyddion sy'n ymddangos ar eu ffrwd, ac nad yw'r swyddogaethau i olygu'r cynnwys a welant yn ddigon hawdd i'w ddefnyddio i alluogi pobl i wneud newidiadau.

Mae'n bosibl y bydd pobl sy'n cael eu newyddion drwy'r cyfryngau cymdeithasol yn gweld llai o amrywiaeth safbwyntiau yn eu newyddion, yn ogystal â chynnwys mwy pegynol neu ffug.

Dangosodd ein hymchwil yn 2022 fod pobl sy'n defnyddio newyddion yn bennaf drwy'r cyfryngau cymdeithasol yn llai gwybodus, yn fwy pegynol a bod ganddynt lai o ymddiriedaeth mewn sefydliadau democrataidd o gymharu â phobl sy'n defnyddio newyddion drwy gyfryngau traddodiadol. Yn gyson â'n pryderon ynghylch siambrau adlais, mae ymchwil ddiweddar a hwyluswyd gan Meta yn dangos y gall arlwyau newyddion cyfryngau cymdeithasol gael eu gwahanu'n ideolegol a chynnwys llawer iawn o gamwybodaeth. Mae ein hymchwil newydd sy'n dadansoddi cynnwys erthyglau newyddion a ddarllenir ar-lein yn dangos bod pobl yn cael eu hamlygu i ystod gulach o bynciau wrth gael gafael ar newyddion drwy gyfryngau cymdeithasol o gymharu â mynd yn uniongyrchol i wefannau cyhoeddwr newyddion.

Gallai llwyfannau cyfryngau cymdeithasol fod â chymhellion i ddangos cynnwys o'r un feddylfryd, pegynol a ffug. Ceir tystiolaeth hefyd bod gwybodaeth o'r un feddylfryd, pegynol a ffug yn ysgogi ymgysylltiad defnyddwyr, sy'n golygu y byddai gan llwyfannau gymhellion masnachol i hyrwyddo'r math hwnnw o gynnwys. Mae ymchwil hefyd wedi dangos bod gan llwyfannau gymhellion cryfion i gadw pobl yn y 'modd sgrolio awtomatig' oherwydd ei fod yn eu cadw ar y llwyfan am gyfnod hirach. Mae penderfyniadau pobl mewn 'modd sgrolio awtomatig' yn tueddu i fod yn fwy tueddol a gall systemau argymell sydd wedi'u hyfforddi ar ddewisiadau awtomatig hefyd fod yn dueddol.

Mae gan Google a Meta bŵer marchnad mewn rhai marchnadoedd allweddol y mae cyhoeddwr newyddion yn dibynnu arnynt, gan arwain at broblemau cynaliadwyedd. Mae cyhoeddwr newyddion yn dweud eu bod yn dibynnu ar Google a Meta i yrru traffig i'w gwefannau. Maen nhw'n honni bod trafodaethau gyda llwyfannau yn aml yn anghybwys gan arwain at driniaeth annheg. Mae cyhoeddwr hefyd yn dibynnu ar farchnadoedd hysbysebu digidol i roi gwerth ariannol ar y sylw a gânt ar eu gwefannau; canfu'r Awdurdod Cystadleuaeth a Marchnadoedd (CMA) broblemau pŵer marchnad sylweddol sy'n gysylltiedig â safle cryf Google yn y marchnadoedd hyn a all leihau enillion i gyhoeddwr newyddion. Wrth i ffurfiau datblygedig o AI gael eu defnyddio fwyfwy gan gyfryngwyr ar-lein, gall cyhoeddwr wynebu heriau newydd yn sgil cynnwys newyddion a gynhyrchir gan AI.

Y camau nesaf

Mae 'cyfryngau yr ydym yn ymddiried ynddynt ac yn eu gwerthfawrogi' a 'bywyd mwy diogel ar-lein' yn ganlyniadau blaenoriaeth i Ofcom. Yn ganolog i'r canlyniadau hyn mae ein dyletswyddau mewn perthynas â darlledwr gwasanaeth cyhoeddus (PSB), yn enwedig o ran sicrhau eu bod yn cyflawni eu rhwymedigaethau newyddion, a bod pob darlledwr trwyddedig yn y DU yn cyflwyno eu

newyddion mewn ffordd briodol gywir a diduedd. Mae gennym hefyd ddyletswyddau i sicrhau bod gan gynulleidfaoedd y DU fynediad at ystod eang o ddarparwyr cyfryngau a safbwyntiau golygyddol gwahanol.

Yn ddiweddarach eleni, byddwn yn lansio ein hadolygiad nesaf o Gyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus (PSM). Bydd yr adolygiad yn ystyried y rôl y mae darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus wedi'i chwarae wrth ddarparu newyddion dibynadwy dros y cyfnod 2018 i 2023 ac yn archwilio'r heriau a'r atebion posibl i sicrhau cynaliadwyedd hirdymor allbwn newyddion gwasanaeth cyhoeddus o ansawdd uchel. Byddwn yn edrych i weld a yw darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn darparu amrywiaeth o newyddion cywir, lleol, cenedlaethol a rhyngwladol o ansawdd uchel y gellir ymddiried ynddynt i gynulleidfaoedd y DU, lle maent am ei wyllo.

Mae'r dystiolaeth a nodir yn yr adroddiad hwn yn rhoi llawer mwy o ddealltwriaeth i ni o gyfryngwyr ar-lein, y rôl y maent yn ei chwarae o ran dylanwadu ar y newyddion y mae pobl yn eu gweld ar-lein, a'r effaith y mae hynny'n ei chael ar arlwy newyddion pobl. Bydd y canlyniadau hyn a'n rhaglen ymchwil barhaus yn bwydo i mewn i'r Adolygiad PSM, a'n hasesiad o'r risgiau i amgylchedd cyfryngau y gellir ymddiried ynddo gan gyfryngwyr ar-lein a thechnolegau newydd.

Yn benodol, byddwn yn parhau i weithio i ddeall sut mae deallusrwydd artiffisial yn cael ei ddefnyddio yn sector y cyfryngau a'r risgiau y gallai deallusrwydd artiffisial eu cyflwyno. Gwyddom eisoes fod AI Cynhyrchiol yn amharu ar y ffordd y caiff newyddion ei greu, ei wirio, ei ddsbarthu a'i ddefnyddio. Byddwn yn edrych ar y risgiau sy'n gysylltiedig â'r dechnoleg hon, y gall actorion maleisus eu defnyddio i greu cynnwys ffug a thwyllodrus yn ymwneud â newyddion.

Mae gweddill yr adroddiad hwn yn nodi'n fanylach yr ymchwil rydym wedi'i gwneud a'i hadolygu ers ein cyhoeddiad diwethaf yn 2022.

Mae gan gyfryngwyr ar-lein ddylanwad cynyddol dros newyddion

Mae ein tystiolaeth yn dangos bod peiriannau chwilio, cyfryngau cymdeithasol, ac offer cydgrynhoi newyddion (yr ydym yn cyfeirio atynt fel cyfryngwyr ar-lein) wedi dod yn actorion dylanwadol yn yr ecosystem newyddion. Mae cyfryngwyr ar-lein wedi cymryd rôl arwyddocaol mewn rhannau allweddol o'r gadwyn werth o fynediad, dosbarthu ac ariannol i ddarganfod, blaenoriaethu a defnyddio newyddion ar-lein. O ran cyfryngau cymdeithasol yn benodol, rydym wedi canfod bod strategaeth pennu safle cynnwys newyddion yn eu ffrwd yn effeithio'n fawr ar sylw ac ymgysylltiad pobl â chynnwys o'r fath.

Mae'r dirwedd newyddion yn debygol o newid hyd yn oed yn fwy oherwydd y posibilrwydd o ddefnyddio ffurfiau mwy datblygedig o AI sydd ar gael yn hawdd, fel AI Cynhyrchiol¹ (GenAI), sy'n cynnwys Modelau Iaith Mawr² a botiau sgwrsio, i amharu ar sut mae newyddion yn cael ei greu, ei wirio, ei ddsbarthu a'i ddefnyddio ar-lein.³ Mae gan y technolegau hyn y potensial i gynnig manteision sylweddol ar gyfer dosbarthu cyfryngau newyddion a chynhyrchu cynnwys, ond maent hefyd yn peri rhai risgiau. Er enghraifft, gall actorion maleisus ddefnyddio'r dechnoleg hon i greu ffugiau dwfn a chynnwys twyllodrus yn ymwneud â materion cyfoes neu ffigurau gwleidyddol,⁴ ac wrth i alluoedd GenAI gael eu hintegreiddio i swyddogaethau megis chwilio, gallai cyfryngwyr ar-lein ddylanwadu ymhellach ar sut mae newyddion yn cael ei gyflwyno, ei gyrchu a'i ddarganfod ar-lein.

Mae cyfryngwyr ar-lein yn ffynhonnell bwysig ar gyfer newyddion

Mae'r deng mlynedd diwethaf wedi gweld llawer o newid yn y ffordd y mae pobl yn cyrchu newyddion gyda ffynonellau newyddion ar-lein yn cael eu defnyddio'n helaethach yn gyffredinol. Yn 2023, canfu ein Harolwg Defnydd Newyddion fod 68% o oedolion dros 16 oed yn defnyddio

¹ Mae AI cynhyrchiol (GenAI) yn cyfeirio'n fras at fodelau dysgu peirianyddol a all greu cynnwys newydd mewn ymateb i ysgogiad gan ddefnyddiwr. Mae'r offer hyn fel arfer wedi'u hyfforddi ar symiau mawr o ddata, a gellir eu defnyddio i gynhyrchu testun, delweddau, sain, fideo a chod. Am drafodaeth fanylach gweler: DRCF, 2023, [Maximising the benefits of Generative AI for the digital economy](#); a Pattnr Analytics & Intelligence, 2023, [Evaluating recommender systems in relation to the dissemination of illegal and harmful content in the UK](#), ("Pattern Report, 2023").

² Mae modelau iaith yn systemau algorithmig sy'n gallu cynhyrchu testun. Mae modelau iaith Mawr yn cael eu hyfforddi ar swm mawr o ddata testun – ar raddfa degau o gigabeits – ac yn cynhyrchu testun yn seiliedig ar ysgogiadau gan ddefnyddwyr ([Pattern Report](#), 2023).

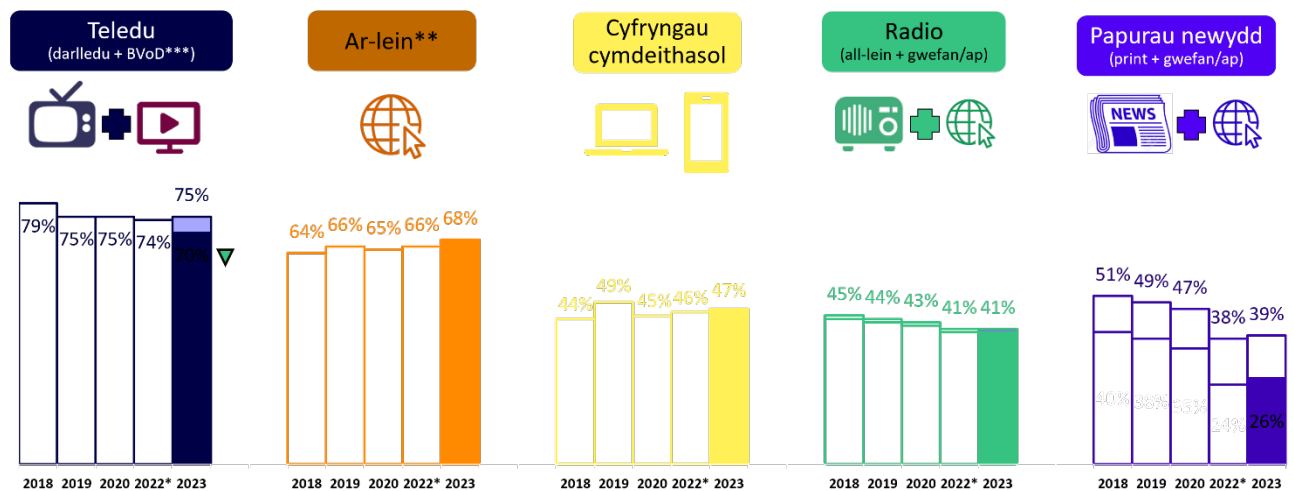
³ Ofcom, 2024, [Cyflwyniad Ofcom i Bwyllgor Digidol a Chyfathrebu Tŷ'r Arglwyddi: Dyfodol newyddion](#) ("Cyflwyniad Tŷ'r Arglwyddi, 2024").

⁴ [Cyflwyniad Tŷ'r Arglwyddi](#), 2024.

ffynonellau ar-lein⁵ i gyrchu newyddion, gan roi cyrhaeddiad tebyg iddo i deledu (70%) a chyrrhaeddiad sylweddol uwch na radio (40%) (Ffigur 1).⁶

Mae grwpiau oedran iau yn llawer mwy tebygol o ddefnyddio ffynonellau ar-lein a chyfryngau cymdeithasol i gyrchu newyddion, gydag 83% o bobl ifanc 16-24 oed yn defnyddio ffynonellau newyddion ar-lein a bron i dri chwarter (71%) yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol, ac nid yw'n ymddangos bod hyn yn newid wrth iddynt fynd yn hŷn.⁷

Ffigur 1. Y prif lwyfannau a ddefnyddir ar gyfer newyddion y dyddiau hyn



Ffynhonnell: Arolwg Cael Gafael ar Newyddion Ofcom 2023.⁸

Yn fwy penodol, canfu ein Dogfen Drafod 2022 fod dwy ran o dair (Mae 64%) o oedolion ar-lein yn y DU yn honni eu bod yn defnyddio un neu fwy o gyfryngwyr ar-lein i gael gafael ar newyddion y dyddiau hyn.⁹ Mae'n amlwg felly bod gan gyfryngwyr ar-lein rôl arwyddocaol yn y modd y mae cynulleidfaoedd yn cael gafael ar newyddion.

O ran cyrraedd cynulleidfaoedd, mae ein harolwg Defnydd Newyddion 2023 yn adrodd bod 37% o oedolion y DU yn defnyddio llwyfannau Meta ar gyfer newyddion y dyddiau hyn, sy'n gosod Meta yn trydydd safle ar ôl y BBC ac ITV (Ffigur 2).¹⁰ Mae gan Google (23%), X (Twitter yn flaenorol) (17%) a

⁵ Mae'r categori 'ffynonellau newyddion ar-lein' yn ehangach na'r categori "cyfryngwyr ar-lein" gan ei fod yn cynnwys newyddion o unrhyw ffynhonnell ar-lein. Mae'n cynnwys gwefannau cyhoeddwr newyddion, apiau, a chyfryngwyr ar-lein.

⁶ Ofcom, 2023, [Arolwg Cael Gafael ar Newyddion](#), Ffigur 1.2 ("Arolwg Cael Gafael ar Newyddion, 2023"). Mae cyrhaeddiad yn yr achos hwn yn cyfeirio at gyfran yr oedolion yn y DU sy'n defnyddio ffynhonnell benodol ar gyfer newyddion. Rydym yn mesur hyn trwy ofyn i bobl restru'r ffynonellau newyddion y maent yn eu defnyddio ar gyfer newyddion y dyddiau hyn.

⁷ [Arolwg Cael Gafael ar Newyddion](#), 2023, Ffigur 1.4.

⁸ *Sampl WyW AC AR-LEIN CYFUNEDIG*. Cwestiwn: C1. Pa rai o'r llwyfannau canlynol ydych chi'n eu defnyddio ar gyfer newyddion y dyddiau hyn? Sylfaen: Holl oedolion 16+ - 2023=4556, 2022 W2*=2792, 2020=4576, 2019=4691, 2018=4618.

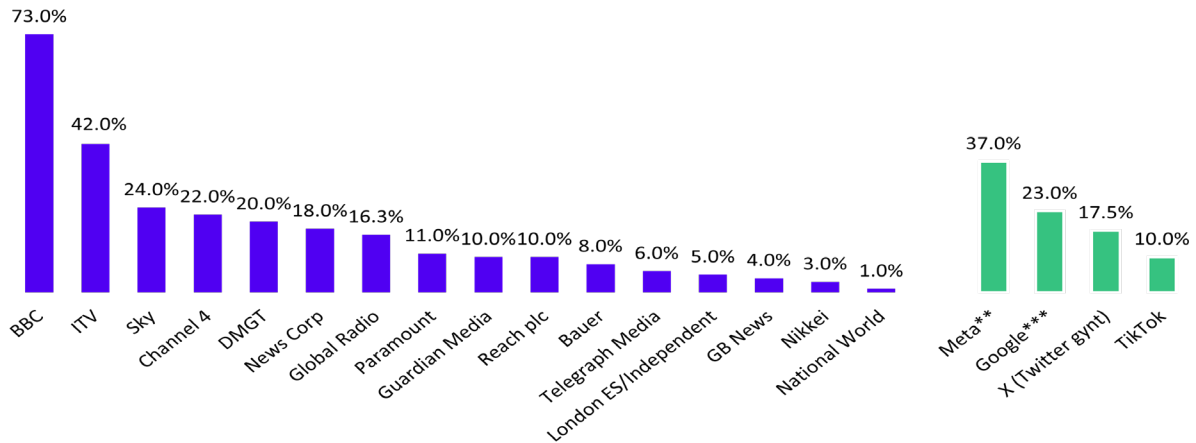
Data 2022 W1, a 2021 heb ei ddangos oherwydd nad oedd gwaith maes wyneb yn wyneb yn bosibl yn ystod Y pandemig Covid-19. **Mae'r rhynggrwyd yn cynnwys defnydd o gyfryngau cymdeithasol, podlediadau a'r holl wefannau/apiau eraill y ceir mynediad iddynt drwy unrhyw ddyfais. ***Gwasanaethau teledu ar-alw/dal i fyny wedi'u cynnwys am y tro cyntaf yn 2023. Mae trioglau gwyrdd/coch yn dangos gwahaniaethau ystadegol arwyddocaol rhwng 2023 a 2022 (lefel hyder ar 99%).

⁹ Ofcom, 2022, [Dogfen drafod: Plwraliaeth y cyfryngau a newyddion ar-lein](#), ("Dogfen Drafod, 2022").

¹⁰ Mae llwyfannau Meta yn cynnwys Facebook, Instagram, a WhatsApp.

TikTok (10%) gyrhaeddiad sylweddol hefyd fel ffynhonnell newyddion ymhlith oedolion y DU. ¹¹ Er bod Meta, Google ac X (Twitter yn flaenorol) wedi cael cyrhaeddiad sylweddol ers nifer o flynyddoedd, mae TikTok wedi tyfu ei gyrhaeddiad yn gyflym yn ystod yr ychydig flynyddoedd diwethaf (o 1% yn 2020).¹²

Ffigur. 2. Darparwyr manwerthu traws-lwyfan a ddefnyddir ar gyfer newyddion erbyn hyn 2023



*Ffynhonnell: Dadansoddiad Ofcom yn seiliedig ar ddata Arolwg Cael Gafael ar Newyddion 2023.*¹³

Wrth fesur arall, 'cyfran o sylw,' Meta yw'r ail ffynhonnell newyddion bwysicaf. Mae cyfran o sylw yn fesur o ddylanwad posibl ffynhonnell newyddion benodol dros bobl. Mae'n defnyddio'r un data a adroddwyd uchod ar y ffynonellau newyddion y mae pobl yn eu defnyddio (**Ffigur 2**), ond mae hefyd yn cynnwys data ar ba mor aml y mae pobl yn defnyddio pob ffynhonnell newyddion ac yn ystyried yr ystod o wahanol ffynonellau newyddion y mae pobl yn eu defnyddio. Bydd cyfrannau o sylw yn rhoi safle uwch ar gyfer ffynhonnell newyddion benodol na chyrraedd cynulleidfaoedd lle mae pobl yn defnyddio'r ffynhonnell newyddion honno'n fwy dwys a/neu lle mae pobl yn defnyddio ychydig o ffynonellau eraill.¹⁴ Mae gan Meta gyfran o sylw o 14%, ac mae gan Google (5.3%), X (Twitter yn flaenorol) (3.6%), a TikTok (1.9%) gyfrannau sylweddol o sylw hefyd (**Ffigur 3**).

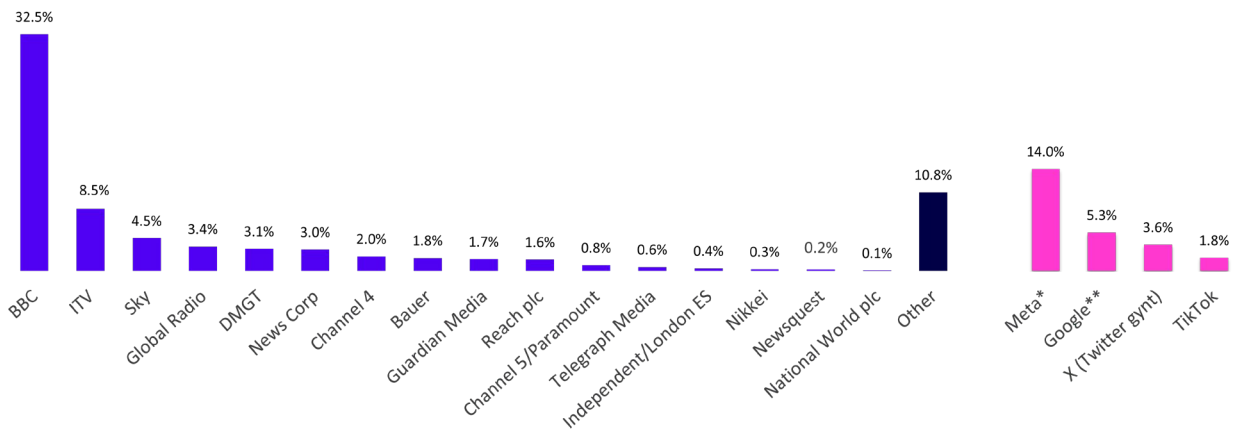
¹¹ [Arolwg Cael Gafael ar Newyddion](#), 2023, Ffigur 1.6.

¹² [Arolwg Cael Gafael ar Newyddion](#), 2023, Ffigur 1.5.

¹³ Cwestiwn: D2a-D8a. Gan feddwl yn benodol am <lwyfan>, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn? Sylfaen: Holl oedolion 16+ oed 2023=4556. Meta** = Facebook + Instagram + WhatsApp. Google *** = Google Newyddion + Google + YouTube.

¹⁴ Mae cyfran o sylw yn cyfrifo'r sylw cymharol a roddir i ffynhonnell newyddion gan grŵp o bobl. Fe'i cyfrifir yn gyntaf ar y lefel unigol; drwy fesur sylw pob unigolyn i ffynhonnell newyddion benodol ac yna drwy fynegi hynny fel cyfran o gyfanswm y sylw y mae'r unigolyn wedi'i roi i'r holl ffynonellau newyddion a ddefnyddiwyd gan yr unigolyn hwnnw. Yna caiff y cyfrannau hyn eu cydgrynhoi ar draws unigolion, i gynhyrchu cyfran o sylw gyffredinol y ffynhonnell newyddion ar gyfer y grŵp cyfan. Yn yr achos hwn rydym yn mesur sylw person i ffynonellau newyddion gan ddefnyddio nifer yr ymweliadau y mae hi wedi'u gwneud, â phob un o'r ffynonellau newyddion y mae'n eu defnyddio, mewn mis.

Ffigur 3. Cyfran o sylw y ffynhonnell newyddion - oedolion y DU 2023



Ffynhonnell: Dadansoddiad Ofcom yn seiliedig ar ddata Arolwg Cael Gafael ar Newyddion 2023.¹⁵

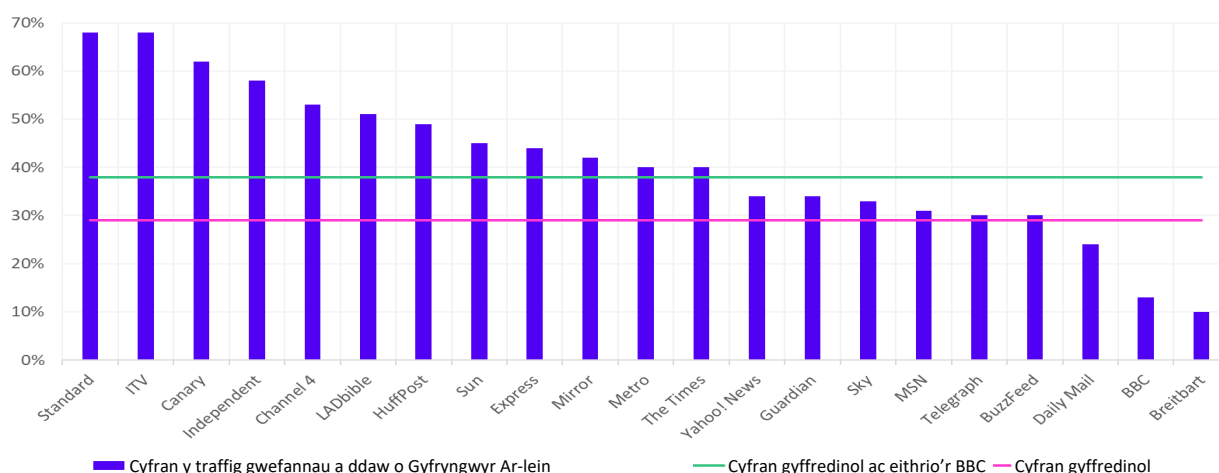
Mae cyfryngwyr ar-lein yn ffynhonnell bwysig o draffig ar gyfer gwefannau newyddion eraill

Yn ogystal â bod yn ffynhonnell bwysig o newyddion yn eu rhinwedd eu hunain, mae cyfryngwyr ar-lein fel Facebook a Google hefyd yn ffynhonnell bwysig o draffig ar gyfer gwefannau newyddion eraill. Mae **Ffigur 4** isod yn dangos bod pobl fel arfer yn cyrchu gwefannau newyddion trwy fynd yn uniongyrchol i wefannau cyhoeddwr newyddion (sy'n cyfrif am bron i hanner yr holl ymweliadau). Fodd bynnag, mae tua thri o bob deg (29%) o'r holl ymweliadau â gwefannau cyhoeddwr newydd yn dod trwy gyfryngwyr ar-lein. Os byddwn yn eithrio'r BBC, y mae'r rhan fwyaf o bobl yn ei gyrchu'n uniongyrchol, mae'r ffigur hwn yn codi i bron i bedwar o bob deg (38%), ac mae yna rai gwefannau newyddion sy'n dibynnu ar Google a Facebook am fwy na hanner eu traffig.¹⁶

¹⁵ Cwestiwn: D2a-D8a. Gan feddwl yn benodol am <lwyfan>, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn? Sylfaen: Holl oedolion 16+ oed 2023=4556. Meta** = Facebook + Instagram + WhatsApp. Google *** = Google Newyddion + Google + YouTube.

¹⁶ [Dogfen Drafod](#), 2022, t. 13; ac Ofcom, 2022, [Plwrlaiaeth y Cyfryngau a Newyddion Ar-lein Atodiad 5: Dadansoddiad data monitro goddefol Ipsos Iris](#), ("Dadansoddiad data monitro goddefol Ipsos Iris, 2022").

Ffigur 4. Cyfran y traffig gwefannau a ddaw o Gyfryngwyr Ar-lein 2021



Ffynhonnell: *Dadansoddiad Ofcom o ddata Ipsos Iris.*¹⁷

Gall cyfryngau cymdeithasol ddylanwadu ar yr erthyglau newyddion y mae eu defnyddwyr yn eu darllen

Bellach mae llenyddiaeth sydd wedi'i hen sefydlu yn dangos y gall ein dewisiadau gael eu dylanwadu gan y cyd-destun y byddwn yn gwneud penderfyniadau ynddo yn ogystal â'n tueddiadau gwybyddol.¹⁸ Mae gan gyfryngwyr ar-lein reolaeth dros yr amgylchedd lle mae eu defnyddwyr yn gwneud dewisiadau ynghylch pa newyddion i'w darllen. Mae hyn yn rhoi'r gallu iddynt ddylanwadu ar ddewisiadau eu defnyddwyr mewn amrywiaeth eang o wahanol ffyrdd, sy'n amrywio'n sylweddol yn dibynnu ar y math o gyfryngwr ar-lein hefyd. Er enghraifft, gall system argymell¹⁹ llwyfan cyfryngau cymdeithasol a'i strategaeth pennu safle ddylanwadu ar safle erthygl ar y ffrwd newyddion, tra y gall trefn y canlyniadau a ddangosir mewn ymateb i ymholiad ar beiriant chwilio effeithio ar ba mor debygol yw hi y bydd pobl yn ei darllen.²⁰ Gall cyfryngwyr ar-lein hefyd benderfynu sut y cyflwynir eitemau newyddion (e.e. cynnwys delwedd a/neu destun cysylltiedig) neu a gyflwynir newyddion fel rhan o gymysgedd o ddeunydd arall neu gyda'i gilydd ar dudalen newyddion arbenigol.²¹

¹⁷ Dadansoddiad Ofcom yn seiliedig ar ddata monitro goddefol Ipsos Iris o ymchwil 2022 ("[Dadansoddiad data monitro goddefol Ipsos Iris](#), 2022").

¹⁸ Gweler, er enghraifft: Sunstein and Thaler, 2008, [Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness](#), Gwasg Prifysgol Yale; a Revealing reality, 2021, [Pathways: How digital design puts children at risk](#).

¹⁹ Wrth system argymell rydym yn cyfeirio at offeryn awtomataidd sy'n rhyngwynebu â llyfrgell o gynnwys a letyir ar lwyfan ddigidol i ganfod cynnwys penodol ar gyfer defnyddwyr. Mae'n fath o system adalw a graddio gwybodaeth sy'n awgrymu cynnwys i ddefnyddiwr gwasanaeth, ac yn cael ei bweru gan set o algorithmau. I gael trafodaeth fanylach am systemau argymell gweler [Pattern Report](#), 2023.

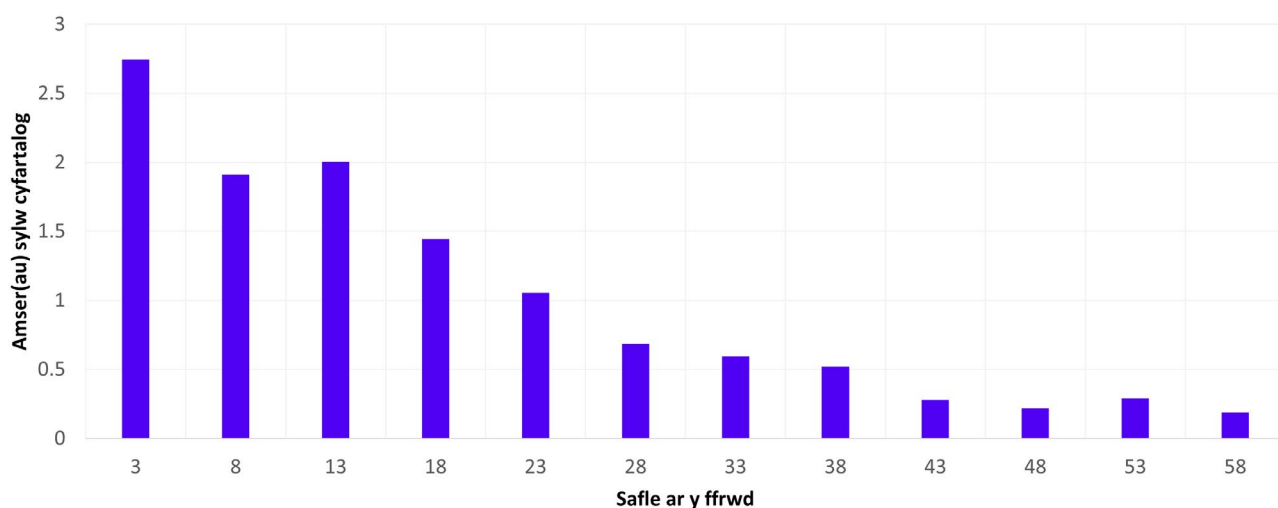
²⁰ Gweler, er enghraifft: Glick, Richards, Sapozhnikov et al., 2014, [How Does Ranking Affect User Choice in Online Search?](#), *Rev Ind Organ* 45, 99–119.

²¹ Mae gwahaniaethau sylweddol rhwng y ffyrdd y mae peiriannau chwilio a systemau argymell cyfryngau cymdeithasol yn gweithio. Er enghraifft, mae peiriannau chwilio'n graddio cynnwys o bob rhan o'r rhyngwydd (cronfa ddata agored) yn seiliedig ar berthnasedd i'r ymholiad (yn ogystal â metrigau eraill fel dibynadwyedd, awdurdod, a phoblogrwydd). Mae systemau argymell cyfryngau cymdeithasol yn curadu ffyrddau newyddion yn annibynnol yn seiliedig ar y perthnasedd a ragwelir i'r defnyddiwr o gronfa cynnwys y llwyfannau (cronfa ddata gaeedig).

Er mwyn deall yn well sut y gall dewisiadau dylunio o'r fath effeithio ar sylw ac ymgysylltiad â chynnwys newyddion, fe wnaethom ganolbwyntio ar lwyfannau cyfryngau cymdeithasol yn benodol ac archwilio safle cynnwys newyddion mewn ffyrddau cyfryngau cymdeithasol. I wneud hyn, fe wnaethom gomisiynu arbrawf ar-lein a ddefnyddiodd dechnoleg olrhain llygaid i astudio'r sylw a roddir i eitemau newyddion mewn ffrwd cyfryngau cymdeithasol (gweler **Atodiad 1**). Mesurodd ein hymchwil sut yr effeithiodd safle cynnwys newyddion yn y ffrwd gynnwys ar faint o sylw y mae pobl yn ei roi i erthygl newyddion.

Canfu ein hymchwil olrhain llygaid fod eitemau newyddion a osodwyd mewn safleoedd uwch yn y ffrwd yn derbyn llawer mwy o sylw. Roedd cyfranogwyr yn fwy tebygol o gofio ac ymgysylltu ag eitemau newyddion a oedd wedi'u gosod yn uchel yn y ffrwd, o gymharu ag eitemau newyddion a osodwyd ar safleoedd is yn y ffrwd. Er enghraifft, cafodd storïau newyddion ar frig y ffrwd tua 14 gwaith yn fwy o gyfanswm amser sylw o gymharu ag eitemau newyddion a osodwyd ar waelod y ffrwd (gweler **Ffigur 5**). Mae'r patrwm hwn yn gyson ar gyfer dyfeisiau bwrdd gwaith a symudol.

Ffigur 5: Effaith safle yn y ffrwd ar gyfanswm y sylw



Ffynhonnell: Ofcom, 2023, Plwraliaeth y Cyfryngau Ar-lein: Sylw i Newyddion ar Gyfryngau Cymdeithasol (Atodiad 1).

Fel y dangosir yn **Ffigur 5**, mae cyfanswm cyfartalog yr amser a dreulir ar eitem newyddion yn gostwng pan gaiff ei osod mewn safle is yn y ffrwd gynnwys. Gellir rhannu'r effaith gyffredinol hon ar sylw yn dair cydran:

- Roedd eitemau newyddion ar frig y ffrwd tua 4.5 gwaith yn fwy tebygol o gael eu gweld na'r rhai ar y gwaelod (gyda llawer ohonynt heb gael unrhyw sylw o gwbl gan rai defnyddwyr);
- Pan edrychwyd arnynt, edrychwyd ar eitemau newyddion a osodwyd ar frig y ffrwd am gyfnod hirach (tua 3 gwaith yn fwy o amser sylw), o gymharu â'r rhai ar y gwaelod; ac
- Roedd hyn yn rhannol oherwydd bod eitemau newyddion ar frig y ffrwd, o'u gweld, hefyd tua 3 gwaith yn fwy tebygol o gael eu clicio a'u hehangu i'r erthygl lawn o gymharu ag eitemau ar y gwaelod.

Po fwyaf o amser y byddai pobl yn ei dreulio yn gwylio eitemau newyddion, y mwyaf y gallent eu cofio. Mae ein hastudiaeth yn dangos bod straeon newyddion a osodwyd ar frig y ffrwd tua 7 gwaith

yn fwy tebygol o gael eu cofio gan ddefnyddwyr na'r rhai a osodwyd ar y gwaelod. Roedd hyn yn rhannol oherwydd bod llawer o ddefnyddwyr wedi rhoi'r gorau i edrych o'r blaen, fe gyrhaeddodd nhw ddiwedd y ffrwd, felly ni welwyd rhai eitemau newyddion ar waelod y ffrwd o gwbl. Ymhlith yr eitemau newyddion a welwyd, roedd defnyddwyr bron ddwywaith yn fwy tebygol o ddwyn i gof straeon newyddion yr oeddent wedi'u gweld ar frig y ffrwd o gymharu â'r rhai a welwyd ar y gwaelod.

Mae hyn yn dangos bod lleoliad cymharol cynnwys ar y ffrwd gynnwys yn bwysig ac y gall llwyfannau cyfryngau cymdeithasol ddefnyddio'r safle yn y ffrydiau hynny i lywio dewisiadau pobl a dylanwadu ar y newyddion y maent yn ei ddarganfod ac yn y pen draw yn ei ddefnyddio ar-lein.

Gall cyfryngau cymdeithasol ddylanwadu ar gynhyrchu newyddion

Mae tystiolaeth hefyd yn dod i'r amlwg y gallai cyfryngau cymdeithasol hefyd effeithio ar gynhyrchu newyddion.

Mae astudiaeth ddiweddar (Cagé et al. 2020) yn dangos bod cyhoeddwyr yn tueddu i alinio rhywfaint o'u cynnwys newyddion â phynciau newyddion sy'n boblogaidd ar X (Twitter gynt). Canfu'r astudiaeth fod poblogrwydd stori ar y llwyfan yn cynyddu'r sylw a roddir i'r un stori gan y cyfryngau prif ffrwd, hyd yn oed wrth reoli perthnasedd cyhoeddus y stori.²²

Mae'n ymddangos bod astudiaeth ddiweddar arall (Garz a Szucs 2023) yn dangos y gall rhai allfeydd newyddion wneud penderfyniadau golygyddol yn seiliedig ar sut maen nhw'n disgwyl i gyfryngau cymdeithasol flaenoriaethu cynnwys newyddion. Yn benodol, nodwyd bod cyhoeddwyr yn Yr Almaen wedi postio cynnwys mwy gwleidyddol sylweddol ar Facebook yn dilyn newidiadau a gyhoeddwyd i'w system argymell.²³

Gyda phoblogrwydd cynyddol cyfryngau synthetig a'r defnydd o alluoedd GenAI gan gyfryngwyr ar-lein a chyhoeddwyr newyddion, gall yr effeithiau ar gynhyrchu newyddion gynyddu hefyd.

²² Cagé et al., 2020, [Social Media Influence Mainstream Media: Evidence from Two Billion Tweets](#) (diwygiwyd ddiwethaf 2024). Defnyddiodd yr astudiaeth set ddata yn cynnwys tua 70% o'r holl bostiadau ar X (Twitter gynt) a gynhyrchwyd yn Ffrainc rhwng Awst 2018 a Gorffennaf 2019, a chynnwys ar-lein 200 o gyfryngau. Datblygodd yr awduron algorithm i nodi a chysylltu digwyddiadau ar gyfryngau cymdeithasol a phrif ffrwd.

²³ Garz a Szucs, 2023, [Algorithmic selection and supply of political news on Facebook](#). Ymchwiliodd yr astudiaeth i effaith diweddariadau i system argymell ffrwd newyddion Facebook a gyhoeddwyd ganddo yn 2013 a 2014, a oedd â'r nod o annog mwy o sylw gwleidyddol trwy gynyddu amlygiad defnyddwyr i gynnwys o ansawdd cyhoeddwyr newyddion a lleihau amlygiad i bostiadau nad ydynt yn darparu gwybodaeth.

Effeithiau ar bobl a chyhoeddwy newyddion

Mae ein hymchwil newydd yn cadarnhau bod gan bobl ddealltwriaeth gyfyngedig o hyd o sut y gall cyfryngwyr ar-lein, yn enwedig cyfryngau cymdeithasol, effeithio ar y newyddion a ddangosir iddynt, a bod ganddynt allu cyfyngedig i reoli pa newyddion a ddangosir iddynt. Ceir tystiolaeth gynyddol hefyd sy'n dangos bod gan lwyfannau cyfryngau cymdeithasol gymhellion i gyflwyno newyddion sydd heb amrywiaeth o safbwyntiau ac sy'n cynnwys deunydd sy'n begynol neu'n ffug.

Mae ffurfiau uwch o AI hefyd yn cyflwyno heriau newydd o ran dosbarthu a darganfod newyddion, a mynediad at newyddion ar-lein. Mae'r technolegau hyn yn cael eu defnyddio'n gynyddol ym mhob rhan o'r gadwyn gwerth newyddion gan gyhoeddwy newyddion a chyfryngwyr ar-lein a cheir tystiolaeth gynnar y gallai eu defnyddio mewn rhai achosion arwain at niwed newydd a/neu waethygu'r niwed presennol.²⁴

Effeithiau ar bobl

Mae gan bobl ddealltwriaeth gyfyngedig o sut y gall cyfryngwyr ar-lein effeithio ar eu harlwy newyddion ac maent eisiau mwy o reolaeth

Er bod cynulleidfaoedd yn gwerthfawrogi'r ystod o gynnwys newyddion y mae ganddynt fynediad ato ar-lein, nid ydynt yn aml yn ymwybodol pam fod rhai straeon yn cael eu gweini iddynt neu faint o bersonoli sy'n bosibl dros gynnwys newyddion.

Yn 2022, cytunodd 46% o oedolion yr hoffent gael rheolaeth lwyr dros sut mae eu newyddion a'u gwybodaeth ar-lein yn cael eu teilwra iddynt drwy ddefnyddio eu data personol.²⁵ Fodd bynnag, teimlai llawer nad oedd ganddynt y wybodaeth yr oedd ei hangen arnynt i wneud dewisiadau gwybodus. Mae ein hymchwil ansoddol newydd yn dangos, pan gawsant eu hannog yn uniongyrchol i adolygu'r ffynonellau newyddion y gwnaethant eu dilyn ar Facebook, yr oedd rhai'n ei chael hi'n anodd gwneud hyn i ddechrau, gan fod y nodweddion a ddylai ganiatáu'r adolygiad hwn wedi'u hymgorffori yn y llwyfan ac yn anodd ddod o hyd iddynt (**Atodiad 3**).²⁶ Dangosodd y gwaith hwn, unwaith yr oedd cyfranogwyr yn gallu adolygu'r ffynonellau newyddion y gwnaethant eu dilyn, eu bod wedi'u grymuso'n fwy.²⁷

“Rhaid cyfaddef yr oeddwn i'n hoffi adolygu'r tudalennau rwy'n eu dilyn ar hyn o bryd a hyd yma doeddwn i ddim yn gwybod pa mor

²⁴ Gweler, er enghraifft: Cambridge Consultants, 2019, [Use of AI in online content moderation](#); [Cyflwyniad Tŷ'r Arglwyddi, 2024](#).

²⁵ [Dadansoddiad data monitro goddefol Ipsos Iris](#), 2022.

²⁶ Ofcom, 2024, [Ymchwil ansoddol newyddion ar-lein](#) (“Atodiad 3, 2024”).

Mae'r canfyddiad hwn yn cyfeirio'n benodol at Garfan 3. Fe wnaeth Carfan 3 recriwtio pobl sy'n defnyddio newyddion o amrywiaeth o ffynonellau newyddion amgen/nad ydynt yn brif ffrwd a gofyn iddynt naill ai adolygu'r ffynonellau newyddion y gwnaethant eu dilyn ar-lein. Am ragor o fanylion gweler yr adroddiad llawn yn Atodiad 3.

²⁷ [Atodiad 3](#), 2024.

hawdd oedd gwneud hyn ar ôl cael cyfarwyddyd neu yn wir y gallech chi fynd i wneud hynny o gwbl, 'dw i nawr yn bwriadu gwneud hyn yn rheolaidd ac gweld a yw'n teilwra fy archwaeth newyddion ychydig yn well.”

Dyn, 55 oed

Gall newyddion ar gyfryngau cymdeithasol fod yn brin o amrywiaeth o safbwyntiau ac amlygu pobl i ddeunydd sy'n begynol neu'n ffug

Mae gan llwyfannau cyfryngau cymdeithasol rhinweddau a nodweddion penodol sy'n dylanwadu ar y cymhellion y maent yn eu hwynebu pan fyddant yn penderfynu pa newyddion i'w dangos i'w defnyddwyr. Dengys tystiolaeth y gall y ffordd y mae'r cymhellion hynny'n ddod i'r amlwg yn ymarferol effeithio ar yr arlwy newyddion y mae llwyfannau cyfryngau cymdeithasol yn ei ddarparu i bobl.

Nodweddion a chymhellion llwyfannau cyfryngau cymdeithasol

Mae refeniw llwyfannau cyfryngau cymdeithasol wedi'i symbylu'n bennaf gan werthu hysbysebion digidol arddangos, ac mae gwerth yr hysbysebu hwn, yn ei dro, wedi'i symbylu gan yr amser y mae pobl yn ei neilltuo i'r llwyfan a faint o ddata y gall y llwyfan ei gasglu arnynt (sy'n galluogi targedu hysbysebion yn well). Felly mae'n ymddangos bod gan y llwyfannau hyn gymhellion cryf i weithredu mewn ffyrdd sy'n cadw defnyddwyr ar eu gwasanaethau cyhyd â phosibl, ac i annog rhyngweithio defnyddwyr â'r llwyfan er mwyn casglu mwy o ddata a chynyddu ymgysylltiad defnyddwyr i'r eithaf.

Mae llwyfannau cyfryngau cymdeithasol hefyd yn personoli cynnwys fel ei fod yn benodol i bob defnyddiwr. Mewn fformatau newyddion 'un i lawer' traddodiadol fel papur newydd neu fwletin newyddion darlledu; mae pob darllynydd neu wylwr yn cael yr un set o eitemau newyddion â darllenwyr neu wylwyr eraill y ffynhonnell honno. Mae hyn yn golygu bod gan ddarparwyr y gwasanaethau traddodiadol hynny gymhelliant cryf i greu cynnyrch sy'n apelio at sylfaen eang o ddefnyddwyr. Nid yw hyn yn wir gyda llwyfannau cyfryngau cymdeithasol, a all roi ffrwd newyddion tra gwahanol i bob unigolyn ac sy'n cael eu cymell i ddangos ystod gyfyng o ddeunydd sy'n canolbwyntio ar ddiddordebau pob unigolyn.

I guradu cynnwys ar ffyrddiau o'r fath, mae llwyfannau cyfryngau cymdeithasol yn defnyddio systemau argymell. Mae ymchwil wedi dogfennu bod systemau o'r fath yn aml yn cael eu peiriannu i hybu metrigau busnes - megis cyfraddau clicio drwodd, cadw defnyddwyr, refeniw hysbysebion, neu'r amser y mae defnyddwyr yn ei dreulio ar lwyfan - yn hytrach nag optimeiddio ar gyfer gwahanol ddefnyddiau neu werth i'w defnyddwyr.²⁸ Mewn rhai achosion, gall systemau argymell sydd wedi'u dylunio'n bennaf i gynyddu ymgysylltiad hyrwyddo deunydd a all fod yn niweidiol hefyd.²⁹ Gallai hyn fod yn wir, er enghraifft, os yw'r system argymell yn hyrwyddo deunydd sy'n ddeniadol ond yn ffug neu'n ddeniadol ond yn begynol. Gall system argymell hefyd leihau amlygrwydd deunydd sy'n adlewyrchu safbwyntiau amrywiol (fel newyddion gwrth-agweddol) os yw'r deunydd hwnnw'n tueddu i leihau ymgysylltiad defnyddwyr.

²⁸ Am drafodaeth fanylach gweler er enghraifft [Pattern Report](#), 2023; a 5RightsFoundation, 2021, [Pathways: How digital design puts children at risk](#).

²⁹ Ein prif ffocws yn yr adroddiad hwn yw niwed cymdeithasol megis niwed i weithrediad da'r broses ddemocrataidd. Mae hyn yn wahanol i'r mathau o niwed yr ymdrinnir â nhw gan Ddeddf Diogelwch Ar-lein 2023, sy'n mynd i'r afael â niwed i unigolion, megis cynnwys anghyfreithlon a chategorïau penodol o gynnwys sy'n niweidiol i blant (Gweler Ofcom, 2023, [Dull Ofcom o weithredu'r Ddeddf Diogelwch Ar-lein](#)).

Mae'r llwyfannau hyn yn darparu gofod i'w defnyddwyr ryngweithio â chynnwys a gyda'i gilydd. Swyddogaeth graidd yw hon ac mae'n rhan werthfawr iawn o unrhyw wasanaeth cyfryngau cymdeithasol. Fodd bynnag, gall grwpiau ffurfio nad yw eu defnyddwyr yn gweld amrywiaeth o safbwyntiau, lle mae defnyddwyr yn dod yn fwy pegynol dros amser neu lle mae defnyddwyr yn dod yn fwy tebygol o ddod i gysylltiad â gwybodaeth ffug.

Mewn rhai achosion, gall systemau argymell a rhyngweithio defnyddwyr gyfuno a bwydo oddi ar ei gilydd. Gall y system argymell ddefnyddio deunydd y mae rhai defnyddwyr yn ei chael yn ddiddorol, y maent yn rhyngweithio ag ef trwy hoffi, gwneud sylwadau a rhannu â'u rhwydweithiau, fel arwydd i hyrwyddo'r deunydd hwnnw i fwy o ddefnyddwyr, sydd wedyn yn rhyngweithio ac yn rhannu'r deunydd ac yn y blaen. Gallai'r nodwedd hon o gyfryngau cymdeithasol felly waethygu ymlediad deunydd pegynol neu ffug.³⁰

Fodd bynnag, nid yw llwyfannau cyfryngau cymdeithasol wedi'u hanelu'n bennaf at gyflwyno cynnwys newyddion, maent yn tueddu yn hytrach i gludo ystod eang o fathau o gynnwys o amrywiaeth eang o ffynonellau. Mae'r cynnwys ar y llwyfannau hyn fel arfer yn cael ei bostio gan y defnyddwyr eu hunain, neu gan ddarparwyr cynnwys fel y cyhoeddwyr newyddion, ac felly mae'n llai cysylltiedig â brand y gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol. Oherwydd hyn, efallai y bydd llwyfannau cyfryngau cymdeithasol yn wynebu cymhellion gwannach i sicrhau ansawdd y cynnwys newyddion a gludir ar eu gwasanaethau nag sy'n wir am allfeydd newyddion traddodiadol.

Dylid nodi hefyd y gallai fod gan systemau argymell llwyfannau cyfryngau cymdeithasol gymhellion eraill hefyd. Er enghraifft, efallai y bydd ganddynt gymhelliant i gynnwys rhywfaint o amrywiaeth mewn argymhellion i atal y cynnwys rhag mynd yn flinedig. Efallai y bydd ganddynt gymhellion i leihau faint y deunydd pegynol neu ffug yn eu ffrydiau os yw'r deunydd hwn yn achosi i bobl roi'r gorau i ddefnyddio eu llwyfan yn y tymor hwy. Cydbwysedd y cymhellion hyn a'r cymhellion a nodir uchod felly fydd yn pennu'r hyn y mae'r llwyfan cyfryngau cymdeithasol yn ei wneud yn ymarferol yn y pen draw.

Mae gan llwyfannau cyfryngau cymdeithasol gymhellion i ddangos cynnwys newyddion sydd o'r un feddylfryd, yn begynol neu'n ffug

Ceir rhywfaint o dystiolaeth bod pobl yn ymgysylltu mwy ac yn ystyried bod llwyfan o ansawdd gwell os yw'n dangos cynnwys o'r un feddylfryd iddynt. Er enghraifft, defnyddiodd astudiaeth gan Bryanov et al. (2020) sampl o ddefnyddwyr, a gafodd eu talu i ddefnyddio porth pwrpasol yn cynnwys erthyglau real, amserol dros 12 diwrnod.³¹ Roedd cyfranogwyr naill ai'n cael eu neilltuo i ffrwd newyddion sylfaenol a oedd yn dangos y storïau newyddion pennaf, neu i grŵp triniaeth a fu'n cynnwys y rhain yn ychwanegol at storïau eraill o allfeydd a oedd yn cefnogi plaid ddewisol y cyfranogwr. Gwelwyd bod y personoli pleidiol hwn yn cynyddu'r defnydd o lwyfan a chanfyddiadau o'i ansawdd.³²

Mae yna sawl astudiaeth sy'n dangos bod pobl yn ymgysylltu mwy â deunydd y gellid ei ystyried yn begynol. Dadansoddodd Robertson et al. (2023) effaith geiriau negyddol ac emosiynol ar y defnydd o newyddion ar-lein, gan ddefnyddio cyfres o dreialon rheoledig ar hap a ddangosodd amrywiadau o

³⁰ Gweler, er enghraifft: Vosoughi et al., 2018 [The spread of true and false news online](#), Science.

³¹ Bryanov et al. [Effects of Partisan Personalization in a News Portal Experiment](#), Public Opinion Quarterly, 2020.

³² Fodd bynnag, ni chynhyrchodd y defnydd cynyddol o'r porth (h.y., argraffau) gynnydd cyfatebol yn y nifer cyffredinol o storïau a ddarllenwyd (wedi'i fesur gan nifer y cliciau unigryw ar benawdau erthyglau).

benawdau storïau newyddion i wahanol ddefnyddwyr. Nodwyd bod geiriau negyddol a thristwch mewn penawdau yn cynyddu cliciau.³³

Dadansoddodd Rathje et al. (2021) setiau data mawr o bostiadau ar X (Twitter yn flaenorol) a Facebook o ffynonellau cyfryngau rhyddfrydol a cheidwadol ac aelodau o'r Gyngres.³⁴ Fe ddefnyddion nhw ddulliau atchweliad i archwilio sut y gwnaeth iaith am y "grŵp tu allan" (y grŵp gwleidyddol nad yw rhywun yn uniaethu ag ef), y "grŵp tu mewn" (eich grŵp gwleidyddol eich hun), a gwahanol emosiynau³⁵ ddarogan ailbostiadau wrth rannu ar X (Twitter yn flaenorol) a Facebook. Nodwyd mai cyfeiriadau at y grŵp tu allan mewn postiau cyfryngau cymdeithasol oedd y rhagfynegydd cryfaf o ymgysylltu. Ar wahân, roedd geiriau negyddol, a moesol-emosiynol yn gysylltiedig yn gyffredinol â mwy o rannu ac ail-bostio.

Edrychodd Beknazar-Yuzbashev et al. (2022) edrych ar "gynnwys gwenwynig" ar gyfryngau cymdeithasol, gan ddefnyddio estyniad porwr i guddio cynnwys testun gwenwynig oddi wrth grŵp a ddewiswyd ar hap.³⁶ Canfuwyd bod gostyngiad mewn cynnwys gwenwynig yn lleihau'r defnydd o gynnwys ar Facebook yn sylweddol (ond roedd ganddo ganlyniadau amhendant ar gyfer X (Twitter yn flaenorol), a YouTube).³⁷

Ymchwiliodd Vosoughi et al. (2018) i'r gwahaniaeth wrth ledaenu storïau newyddion gwir ac anwir wedi'u dilysu a ddisbarthwyd ar X (Twitter yn flaenorol) rhwng 2006 a 2017, gan olrhain tua 126,000 o straeon a bostiwyd gan tua 3 miliwn o bobl, fwy na 4.5 miliwn o weithiau.³⁸ Gan ddefnyddio ystod o fesurau i fesur maint y trylediad sibrydion, canfuwyd bod newyddion ffug yn lledaenu'n sylweddol ymhellach, yn gyflymach, yn ddyfnach ac yn ehangach na'r gwir ym mhob categori o wybodaeth, a bod effeithiau hyn yn fwy amlwg yn achos newyddion gwleidyddol ffug.³⁹

Ceir tystiolaeth bod pobl yn gwneud penderfyniadau gwael pan fyddant yn y 'modd sgrolio awtomatig' a bod systemau argymell yn gallu bod yn dueddol

Mewn astudiaethau blaenorol a gynhaliwyd gan Ofcom, rydym wedi gweld bod llawer o newyddion ar gyfryngau cymdeithasol yn cael ei ddefnyddio'n achlysurol a'i fod yn gyffredinol yn oddefol. Pan fydd pobl yn defnyddio newyddion yn y modd hwn, maent yn llawer llai ymwybodol o ffynhonnell y

³³ Robertson et al. [Negativity drives online news consumption](#), Nature Human Behaviour, 2023.

³⁴ Rathje et al., 2021., 2021, [Out-group animosity drives engagement on social media](#), PNAS ("Rathje et al, 2021").

³⁵ [Rathje et al.](#), 2021. Fe wnaethon nhw gyfrif faint o eiriau ym mhob post ar X (Twitter gynt) neu Facebook oedd yn cyfeirio at ryddfrydol/ceidwadol (gan ddefnyddio rhestrau o wleidyddion Democraidd a Gweriniaethol a themau hunaniaeth ryddfrydol/ceidwadol a ddefnyddiwyd mewn ymchwil flaenorol); neu'n cynnwys emosiwn negyddol, emosiwn cadarnhaol, neu iaith foesol-emosiynol (gan ddefnyddio geiriaduron a ddilyswyd yn flaenorol ar gyfer y rhain).

³⁶ Yn yr ymchwil hon, diffiniwyd datganiad "gwenwynig" fel "syllw anghwrtais, yn dangos diffyg parch neu afresymol sydd yn weddol debygol o wneud i chi adael trafodaeth neu roi'r gorau i rannu eich safbwynt." Diffiniwyd datganiad "gwenwynig iawn" fel "syllw atgas, ymosodol, neu amharchus iawn sy'n debygol iawn o wneud i chi adael trafodaeth neu roi'r gorau i rannu eich safbwynt."

³⁷ Beknazar-Yuzbashev et al., 2022, [Toxic Content and User Engagement on Social Media: Evidence from a Field Experiment](#), Papur gweithio yn SSRN. Noder nad oedd y gostyngiad yn y defnydd o gynnwys ar Facebook yn cyd-fynd â newid ym maint yr amser y mae unigolion yn ei dreulio ar y llwyfan.

³⁸ Vosoughi et al., 2018 [The spread of true and false news online](#), Science ("Vosoughi et al., 2018").

³⁹ [Vosoughi et al.](#), 2018. Mae hyn er gwaetha'r ffaith bod defnyddwyr sy'n lledaenu newyddion ffug yn tueddu i fod â llai o ddilynwyr, yn llai gweithgar ar X (Twitter yn flaenorol), yn cael eu gwirio'n llai aml, ac wedi bod ar X am lai o amser. At hynny, pan dynnwyd botiau o'r set ddata, arhosodd y canlyniadau yr un peth.

stori yr oeddent yn ei darllen neu'n ei gwyllo⁴⁰, neu hyd yn oed y buont yn agored i newyddion o gwbl.⁴¹ Pan fydd pobl yn rhyngweithio â chynnwys newyddion, efallai nad ydynt bob amser yn defnyddio sgiliau critigol wrth bennu dilysrwydd newyddion ar-lein ac yn aml yn chwilio am lwybrau byr i'w helpu i ffurfio barn yn ddisymwth.⁴² Mae tystiolaeth hefyd yn awgrymu bod pobl yn tueddu i orddatgan eu gallu i nodi cynnwys ffug, gyda grwpiau oedran iau yn mynegi'r hyder mwyaf yn eu gallu i nodi cynnwys ffug.⁴³

Defnyddiodd astudiaeth ddiweddar gan Agan et al. (2023) arbrofion labordy i ddangos bod tuedd yn ymledu pan fydd pobl yn ymddwyn yn awtomatig; mae penderfyniadau disymwth fel arfer yn fwy tueddol na rhai a wneir yn bwyllog ac yn fwriadol, a gallant arwain at ymddygiadau nad yw defnyddwyr eu hunain yn ymwybodol yn eu dymuno nac yn eu bwriadu. Maent hefyd yn gweld bod algorithmau a hyfforddwyd ar ddata a gasglwyd o ymddygiad awtomatig hefyd yn fwy tueddol nag algorithmau a hyfforddwyd ar ddewisiadau mwy bwriadol.⁴⁴ Archwiliodd yr astudiaeth rai systemau argymell byd go iawn, gan ganfod tystiolaeth bod system argymell Ffrwd Newyddion Facebook, yn UDA ac India, â thuedd sylweddol yn erbyn dangos negeseuon gan bobl mewn rhwydwaith defnyddwyr, os oeddent o "grŵp tu allan."

Ceir tystiolaeth y gall pobl dreulio mwy o amser nag yr hoffent ei wneud ar gyfryngau cymdeithasol pan fyddant yn y 'modd sgrollo awtomatig'

Astudiodd Allcott, Gentzkow a Song (2022) gaethiwed digidol gan ddefnyddio arbrawf ar hap lle talwyd rhai pobl i leihau eu defnydd o gyfryngau cymdeithasol am dair wythnos.⁴⁵ Gwelwyd bod y cymhellion dros dro hyn yn cael effeithiau parhaol ar ddefnydd, gan awgrymu bod y defnydd o gyfryngau cymdeithasol yn ffurfio arferion. Gwelwyd hefyd bod caniatáu i ddefnyddwyr osod terfynau ar eu hamser sgrin yn y dyfodol yn lleihau defnydd yn sylweddol. Fe wnaethant awgrymu bod problemau hunanreolaeth yn gyfrifol am 31% o ddefnydd cyfryngau cymdeithasol.

Ceir tystiolaeth bod llwyfannau cyfryngau cymdeithasol yn rhoi arlwy newyddion sy'n guŵl ac yn cynnwys camwybodaeth i rai pobl

Dengys ymchwil ddiweddar, sy'n archwilio arlwy newyddion pobl yn uniongyrchol, yn dangos bod yr arlwy newyddion a ddarperir gan gyfryngau cymdeithasol yn fwy ar wahân na newyddion a ddarperir trwy ddulliau eraill.⁴⁶

Canfu Levy (2021) fod newyddion a ddefnyddir trwy gyfryngau cymdeithasol yn fwy ar wahân na newyddion a gyrchir trwy sianeli eraill.⁴⁷ Cynhaliodd Levy arbrawf hefyd a ddangosodd fod system argymell Facebook yn llai tebygol o ddangos newyddion "gwrth-agweddol" i ddefnyddwyr na newyddion o'r un feddylfryd. Gwelodd González-Bailón et al. (2023) lefelau sylweddol o wahanu

⁴⁰ Revealing Reality, 2017, [Scrolling news: The changing face of online news consumption](#).

⁴¹ Ofcom, 2022, [Adroddiad Meintiol Plwraliaeth y Cyfryngau, Atodiad 7](#), ("Adroddiad meintiol plwraliaeth y cyfryngau, 2022"), t. 12.

⁴² [Adroddiad meintiol plwraliaeth y cyfryngau](#), 2022, tt. 33-39.

⁴³ [Adroddiad meintiol plwraliaeth y cyfryngau](#), 2022, tt. 33-39.

⁴⁴ Agan, Davenport, Ludwig, a Mullainathan, 2023, [Automating Automaticity: How the Context of Human Choice Affects the Extent of Algorithmic Bias](#), papur gweithio NBER.

⁴⁵ Allcott, Gentzkow and Song, 2022, [Digital Addiction](#), American Economic Review.

⁴⁶ Mewn amgylchedd newyddion hynod ar wahân mae pobl yn llai tebygol o weld newyddion gyda'r un safbwynt gwleidyddol (h.y., bydd mwy o wahaniaeth yng ngogwydd gwleidyddol newyddion a welir gan ddau unigolyn a ddewiswyd ar hap).

⁴⁷ Levy, 2021, [Social Media News Consumption, and Polarization: Evidence from a Field Experiment](#), American Economic Review.

newyddion ar Facebook tua adeg etholiad arlywyddol yr Unol Daleithiau yn 2020.⁴⁸ Canfu'r astudiaeth hon fod cyfran uchel o eitemau newyddion a rannwyd ar Facebook yn cael eu gweld gan gynulleidfa a oedd naill ai'n geidwadol yn bennaf neu'n rhyddfrydol yn bennaf. Mewn cyferbyniad, roedd eitemau newyddion a welwyd gan geidwadwyr a rhyddfrydwyr yn gyfartal yn gymharol brin. Canfu'r astudiaeth hon hefyd fod gwefannau newyddion a oedd yn cynnwys camwybodaeth yn bennaf yn wefannau â chynulleidfa tra cheidwadol.

Fe wnaethom gynnal ein hymchwil ein hunain i archwilio arlwy newyddion pobl wrth ddefnyddio cyfryngwyr ar-lein i gyrchu newyddion a sut mae hyn yn cymharu â phobl sy'n mynd yn uniongyrchol i wefannau newyddion (Gweler **Atodiad 2**). Mae'r dadansoddiad hwn yn canfod bod pobl sy'n fwy dibynnol ar gyfryngau cymdeithasol neu sy'n chwilio am eu newyddion yn cael arlwy newyddion sy'n canolbwyntio ar ystod fwy cul o bynciau o gymharu â phobl sy'n mynd yn uniongyrchol i wefannau newyddion.

Mae'r dadansoddiad hwn yn defnyddio techneg newydd sy'n edrych yn uniongyrchol ar destun penawdau newyddion unigol o erthyglau y mae pobl wedi'u darllen i nodi'r pynciau sy'n cael sylw yn eu harlwy newyddion. Mae gan y dadansoddiad dri phrif gam:

- Fe wnaethom ddefnyddio data tracio gwe Ipsos Iris i nodi erthyglau newyddion, o ddedoliad o wefannau newyddion, yr ymwelwyd â nhw gan sampl o 8,600 o bobl yn 2021.
- Yna defnyddiwyd y dilyniant o ymweliadau gwefan i nodi a oedd yr unigolion wedi llywio'n uniongyrchol i hafan y wefan newyddion neu gyrraedd yr erthygl newyddion trwy gyfryngwr ar-lein.
- Dadansoddwyd cynnwys pennawd pob erthygl, i nodi pwnc pob erthygl, gan ddefnyddio prosesu iaith naturiol.

Mae'r ymchwil hon yn nodi bod y newyddion a welir gan pobl sy'n fwy dibynnol ar gyfryngwyr ar-lein yn fwy amrywiol o ran ystod yr *allfeydd* newyddion y mae pobl yn eu gweld. Mae'r canfyddiad hwn yn cyd-fynd â'r patrwm a geir mewn astudiaethau eraill sy'n mesur yr ystod o allfeydd yr ymwelwyd â nhw.⁴⁹ Fodd bynnag, gwelsom batrwm gwahanol yn amrywiaeth arlwyau newyddion pobl o ran y *pynciau* a welsant. Mae pobl sy'n fwy dibynnol ar gyfryngau cymdeithasol ac sy'n chwilio am eu newyddion yn cael arlwy newyddion sy'n llai amrywiol o ran yr ystod o bynciau y maent yn agored iddynt. Mae'r canfyddiadau hyn hefyd yn gweddu i bryderon am effaith bosibl cyfryngau cymdeithasol wrth greu siambrau atsain, lle mae eu defnyddwyr yn cael eu hamlygu i ystod gyfyng o safbwyntiau a phynciau.⁵⁰

Mae ymddiriedaeth a chanfyddiadau pobl o ansawdd yn is ar gyfer newyddion ar gyfryngau cymdeithasol

Fel rhan o'n Harolwg Cael Gafael ar Newyddion rheolaidd, rydym yn gofyn i bobl asesu'r newyddion y maent yn ei ddefnyddio. Mae'r data hwn yn dangos bod newyddion sy'n dod o ffynonellau cymdeithasol yn cael ei raddio'n is ar gyfer ymddiriedaeth (40%), cywirdeb (40%) a didueddrwydd (40%) o gymharu â ffynonellau mwy traddodiadol fel newyddion teledu (ymddiriedaeth (69%),

⁴⁸ González-Bailón et al., 2023, [Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook](#), Science.

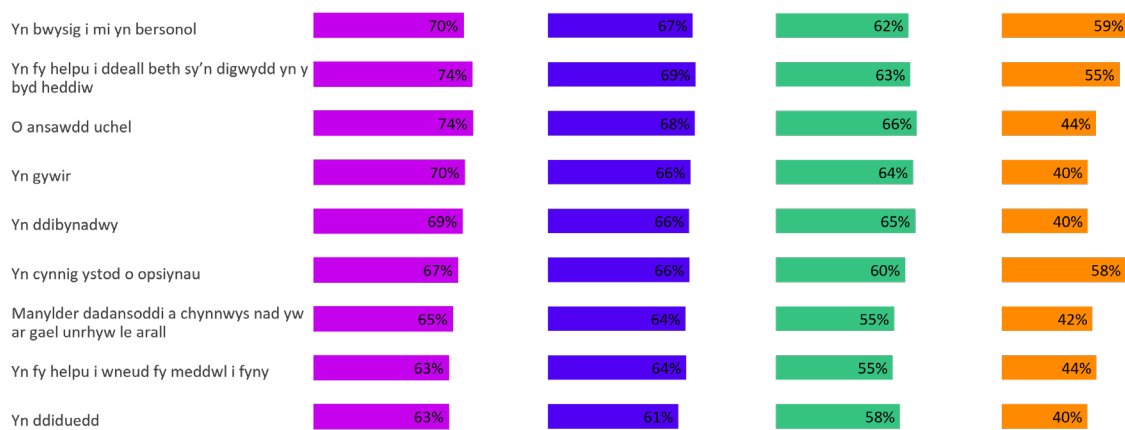
⁴⁹ Gweler er enghraifft: Fletcher, Kalogeropoulos and Nielsen, 2021, [More diverse, more politically varied: How social media, search engines and aggregators shape news repertoires in the United Kingdom](#), New Media & Society.

⁵⁰ [Dogfen Drafod](#), 2022, tt. 29-31.

cywirdeb (70%) a didueddrwydd (63%)⁵¹. Y ffynonellau newyddion sydd wedi'u graddio isaf yw llwyfannau cyfryngau cymdeithasol (Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube, TikTok ac X (Twitter yn flaenorol)). Fodd bynnag, mae defnyddwyr iau, 16-24 oed, yn fwy tebygol o raddio cyfryngau cymdeithasol yn uwch o ran ansawdd, cywirdeb a didueddrwydd (**Ffigur 6**).

Mae hyn yn adeiladu ar y canfyddiadau yn ein Dogfen Drafod yn 2022 a nododd fod pobl sydd gan amlaf yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol i gyrchu newyddion yn llai tebygol o nodi gwybodaeth ffeithiol bwysig yn gywir, yn teimlo'n fwy o antipathi tuag at bobl sydd â safbwyntiau gwleidyddol gwahanol iddynt ac yn ymddiried yn llai mewn sefydliadau democrataidd, na phobl sy'n defnyddio teledu a phapurau newydd gan amlaf fel ffynhonnell newyddion.⁵²

Ffigur 6. Y prif llwyfannau a ddefnyddir ar gyfer newyddion a phriodoleddau a roddir gan ddefnyddwyr



Ffynhonnell: Arolwg Cael Gafael ar Newyddion Ofcom 2023.⁵³

Effeithiau ar gyhoeddwr newyddion

Mae patrymau defnydd newidiol wedi cael effaith fawr ar fodelau busnes llawer o gyhoeddwr newyddion

Mae cyhoeddwr newyddion yn ennill elw ar eu buddsoddiad yn y newyddion y maent yn ei greu mewn gwahanol ffyrdd gan ddibynnu ar y ffordd y mae eu darllenwyr neu wylwyr yn cyrchu eu cynnwys. Lle mae pobl yn cyrchu newyddion trwy bapur newydd neu fwletin newyddion teledu, gall y cyhoeddwr newyddion roi gwerth ariannol ar gynnwys trwy ei berthynas uniongyrchol â darllenwyr a hysbysebwr. Lle mae pobl yn defnyddio'r wefan newyddion neu'r ap yn uniongyrchol i gyrchu newyddion, gall y cyhoeddwr godi tâl am danysgrifiadau neu geisio rhoddion gan ei ddefnyddwyr yn uniongyrchol. Gall cyhoeddwr newyddion hefyd werthu gofod hysbysebu digidol i gwmnïau a hoffai ddenu sylw eu defnyddwyr. Pan fydd pobl yn cyrchu newyddion trwy gyfryngwr ar-lein yn lle, y cyfryngwr, yn y lle cyntaf, fydd yn rhoi gwerth ariannol ar y cynnwys trwy ei berthynas â'i

⁵¹ [Arolwg Cael Gafael ar Newyddion](#), 2023.

⁵² [Dogfen Drafod](#), 2022.

⁵³ *Sampl WyW AC AR-LEIN CYFUNEDIG*. Cwestiwn: E2. Pa mor bwysig yw <BRAND> fel ffynhonnell newyddion i chi'n bersonol? E3. Ac i ba raddau ydych chi'n meddwl bod y datganiadau canlynol yn berthnasol i <BRAND> fel ffynhonnell newyddion? Atebwch gan ddefnyddio graddfa o 1 i 10. Sylfaen: Yr holl sgorau gan y rhai sy'n defnyddio pob llwyfan ar gyfer newyddion o leiaf unwaith yr wythnos (bob 2-3 wythnos ar gyfer papurau newydd/cylchgronau wythnosol) 2023 – Teledu=8107, Papurau Newydd=2536, Radio=2380, Cyfryngau cymdeithasol=3686. *Mae ffigurau Teledu, Papurau Newydd a Radio'n cynnwys defnydd all-lein yn unig.

ddefnyddiwr a gyda hysbysebwr. Er mwyn rhoi gwerth ariannol ar gynnwys a gyrchir trwy gyfryngwr, rhaid i'r cyhoeddwr newyddion drafod ffi gyda'r cyfryngwr am ddefnyddio ei gynnwys.

Yn gyffredinol, mae'r diwydiant papurau newydd wedi gweld gostyngiad mawr yn refferniw'r diwydiant wrth i gylchrediad print a refferniw cysylltiedig ostwng yn sylweddol. Ar yr un pryd, nid yw refferniw digidol wedi tyfu i ddisodli'r hyn a gollwyd.⁵⁴ Mae cyhoeddwr newyddion felly wedi dod yn fwyfwy dibynnol ar ffynonellau incwm eraill.

Mae cyhoeddwr newyddion yn wynebu heriau sylweddol o ganlyniad i symud i ddigidol

Mae llawer o gyhoeddwr newyddion wedi dweud eu bod yn wynebu anghydwysedd mewn grym bargeinio wrth ymdrin â llwyfannau mawr fel Google a Facebook a bod hyn yn ei gwneud hi'n anodd iddynt sicrhau telerau teg ar gyfer y defnydd o'u cynnwys.⁵⁵ Mae'r mater hwn wedi arwain at weithredu codau bargeinio cyfryngau newyddion yn Awstralia a Chanada. At hynny, bydd y Bil Cystadleuaeth a Defnyddwyr Marchnadoedd Digidol (DMCC) yn y DU yn grymuso'r CMA i fynnu i gwmnïau sydd â "statws marchnad strategol" mewn perthynas â gweithgaredd digidol gynnig telerau talu teg a rhesymol (gan gynnwys mewn perthynas â chynnwys newyddion) mewn rhai amgylchiadau.⁵⁶

Mae Google yn ddarparwr gwasanaethau pwysig sy'n galluogi cyhoeddwr newyddion i werthu eu gofod hysbysebu digidol trwy'r farchnad hysbysebu arddangos agored. Yn 2020, canfu'r CMA fod gan Google safle cryf ym mhob cam o'r gadwyn gyfryngu, yn enwedig fel gweinydd hysbysebion cyhoeddwr⁵⁷ a bod cyfryngwr, ar gyfartaledd, yn cofnodi o leiaf 35% o werth yr hysbysebion a brynir drwy'r sianel arddangos agored (sef y math o hysbysebu ar-lein y mae cyhoeddwr newyddion fel arfer yn ei ddarparu). Daeth y CMA i'r casgliad bod cystadleuaeth wan mewn hysbysebu digidol yn tanseilio gallu papurau newydd ac eraill i gynhyrchu cynnwys gwerthfawr.⁵⁸

Mae digideiddio newyddion wedi arwain at broblemau strwythurol eraill ar gyfer cyhoeddwr newyddion. Mae newyddion yn wynebu mwy o gystadleuaeth nag erioed ar gyfer ein sylw. Lle mae newyddion yn cael ei ddisbarthu fel postiad ar wasanaeth cyfryngau cymdeithasol mae gan ystafelloedd newyddion berthynas bellach gyda'u darllenwyr. Gallant ei chael yn anos cyrchu data ar eu darllenwyr, yn anos i fwndelu cynnwys gyda'i gilydd, a gall fod yn anos iddynt gynnal brand cryf.

Fel yr amlygwyd gan adroddiad Media Pluralism Monitor UK, gallai symud i ddigidol fod yn niweidiol i luosogrwydd cyffredinol marchnad gyfryngau'r DU.⁵⁹ Bydd heriau newydd hefyd ar y gorwel i gyhoeddwr newyddion wrth i AI ddod yn fwy cyffredin ar draws yr economi. Gall AI ddarparu cyfleoedd i gyhoeddwr newyddion. Er enghraifft, gall gefnogi creu cynnwys ar draws amrywiol

⁵⁴ Gweler, er enghraifft: [Dogfen Drafod](#), 2022, Ofcom a CMA, 2021, [Platforms and content providers, including news publishers. Advice to DCMS on the application of a code of conduct](#) ("adroddiad ar y cyd rhwng Ofcom a CMA, 2021").

⁵⁵ Am drafodaeth fanylach gweler: [Adroddiad ar y cyd rhwng Ofcom a CMA](#), 2021.

⁵⁶ Ar adeg llunio'r adroddiad hwn, mae Bil DMCC yn mynd drwy'r broses ddeddfwriaethol. Am ragor o wybodaeth, gweler: CMA, 2024, [Overview of the CMA's provisional approach to implement the new Digital Markets competition regime](#).

⁵⁷ Mae gweinydd hysbysebion cyhoeddwr yn rheoli rhestr hysbysebu'r cyhoeddwr ac fe'i defnyddir i wneud y dewis terfynol o ba hysbyseb i'w wasanaethu, yn seiliedig ar gynigion amser real a bargeinion dwyochrog. Canfu'r CMA fod gan Google gyfran o dros 90% o weinyddion hysbysebu yn 2019.

⁵⁸ CMA, 2020, [Online platforms and digital advertising: Market study final report](#).

⁵⁹ Tambini and Madrazo, 2023, [Using the Media Pluralism Monitor to Assess Media Pluralism in the UK in the Year 2022](#).

gyfryngau, gan gynnwys cynhyrchu erthyglau newyddion, traethodau, tudalennau gwe, copi marchnata, postïadau cyfryngau cymdeithasol, lluniau, sain a fideo.⁶⁰ Gellir ei ddefnyddio hefyd i deilwra cynnwys yn fwy effeithlon, er enghraifft mae rhai darlledwyr wedi bod yn defnyddio AI ers nifer o flynyddoedd i symleiddio cynhyrchu cynnwys neu bweru argymhellion ar eu llwyfannau fideo ar-alw.⁶¹

Fodd bynnag, mae ffurfiau uwch o AI hefyd yn cyflwyno heriau newydd o ran dosbarthu, darganfod a chyrchu newyddion trwy gyfryngwyr ar-lein wrth iddynt gael eu defnyddio fwyfwy mewn prosesau cymedroli a churadu cynnwys.⁶² Ceir tystiolaeth gynnar y gall defnyddio'r technolegau hyn mewn rhai achosion arwain at niweidiau newydd neu waethygu'r rhai sy'n bodoli eisoes yn y sector newyddion.⁶³ Er enghraifft, gallai AI hwyluso creu a lledaenu cynnwys 'ffug' mewn newyddion a'r cyfryngau a all gynyddu'r risg o amlygu pobl i gamwybodaeth a thwyllwbybodaeth ar-lein.⁶⁴

Gallai'r defnydd o AI a GenAI gan gyfryngwyr ar-lein hefyd waethygu dadgyfryngu ymhellach, yn enwedig wrth i gyfryngau cymdeithasol a pheiriannau chwilio integreiddio galluoedd GenAI fwyfwy yn eu gwasanaethau.⁶⁵ Er enghraifft, gall peiriannau chwilio gyda GenAI integredig ddarparu crynodebau o ganlyniadau chwilio byw o bob rhan o'r we, gan guradu cyflwyniad cynnwys newyddion ar eu gwasanaethau ymhellach ac o bosibl atal darllenwyr rhag mynd yn syth i'r wefan newyddion. Mae defnydd anawdurdodedig o waith dan hawlfraint heb dâl i hyfforddi modelau AI (gan gynnwys i gynhyrchu cynnwys tebyg i newyddion ar botiau sgwrsio GenAI) hefyd wedi creu tensiwn pellach rhwng cyhoeddwyr a llwyfannau,⁶⁶ ac yn dangos ymhellach rôl gynyddol cyfryngwyr ar-lein wrth gynhyrchu newyddion.

Bu cyfnod o arloesi wrth i gyhoeddwyr newyddion arbrofi gyda gwahanol ffyrdd o wneud elw ar-lein

Mae gan gyhoeddwyr newyddion amrywiaeth o wahanol strategaethau ar gyfer cynyddu eu refeniw ar-lein. Mae rhai teitlau wedi mabwysiadu strategaeth 'rhad ac am ddim i ddarllenwyr' gyda refeniw yn seiliedig ar hysbysebu digidol. Mae teitlau eraill wedi dewis dull seiliedig ar danysgrifiadau neu daliadau eraill darllenwyr gydag amrywiaeth o ddulliau prisio arloesol.⁶⁷ Mae astudiaethau diweddar yn dangos bod cyhoeddwyr newyddion wedi cael rhywfaint o lwyddiant wrth dyfu refeniw o daliadau defnyddwyr. At hynny, mae nifer o deitlau wedi ceisio cynyddu eu presenoldeb mewn gwledydd eraill. Er enghraifft, mae gan MailOnline sylfaen ddarllenwyr sefydledig yn UDA ac mae'r Guardian wedi sefydlu sylfaen ddarllenwyr yn UDA, Awstralia a Chanada.⁶⁸

⁶⁰ Ofcom, 2024, [Technoleg y Dyfodol ac Ymwybyddiaeth o'r Cyfryngau: Deall AI Cynhyrchiol](#), ("Ymwybyddiaeth o'r cyfryngau, 2024").

⁶¹ Ofcom, 2023, [Cyflwyniad tystiolaeth Ofcom i ymchwiliad Pwyllgor Gwyddoniaeth, Arloesi a Thechnoleg Tŷ'r Cyffredin i lywodraethu deallusrwydd artifisial](#), ("cyflwyniad Tŷ'r Cyffredin, 2023").

⁶² Cambridge Consultants, 2019, [Use of AI in online content moderation](#).

⁶³ [Cyflwyniad Tŷ'r Arglwyddi](#), 2024.

⁶⁴ Gweler, er enghraifft: [Cyflwyniad Ty'r Cyffredin](#), 2023; a Hsu and Thompson, 2023, [Disinformation Researchers Raise Alarms About A.I. Chatbots](#), The New York Times.

⁶⁵ [Ymwybyddiaeth o'r cyfryngau](#), 2024.

⁶⁶ Gweler, er enghraifft: Gyrnbaum a Mac, 2023, [The Times Sues OpenAI and Microsoft Over A.I. Use of Copyrighted Work](#), The New York Times (y tu ôl i wal dalu).

⁶⁷ Gweler, er enghraifft: Enders Analysis, 2024, [UK National News Industry: Green Shoots of Recovery](#); Jenkins and Nielsen, 2018, [The Digital Transition of Local News](#); Cairncross Review, 2019, [The Cairncross Review: a sustainable future for journalism](#).

⁶⁸ Enders Analysis, 2024, [UK National News Industry: Green Shoots of Recovery](#).

Mae cynllunio ymyriadau'n dasg gymhleth

Mae ein hymchwil ansoddol newydd a thystiolaeth newydd o astudiaethau academiaidd wedi archwilio a fyddai'n bosibl gwneud newidiadau i ffrydiau newyddion (yn unol â'r strwythur presennol) er mwyn gwella ehangder ac ansawdd y newyddion a'r amrywiaeth o safbwyntiau a welir gan ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol. Fodd bynnag, mae'r astudiaethau hyn yn dangos bod cynllunio ymyriadau newydd yn dasg gymhleth gyda chanlyniadau cymysg.

Mae gallu pobl i reoli eu ffrwd newyddion yn gyfyngedig ac nid yw ymyriadau presennol yn hawdd eu defnyddio

Yn ein hymchwil ansoddol newydd (Gweler **Atodiad 3**), gwnaethom brofi rhai ymyriadau posibl yr oeddem yn ystyried y gallent fod wedi cael effaith gadarnhaol ar arlwiau newyddion pobl, wedi'u hysbrydoli gan y llenyddiaeth bresennol. Roedd y cyntaf (Carfan 1) yn annog y rheini â defnydd isel o newyddion Darlledu Gwasanaeth Cyhoeddus (PSB) i ddilyn ffynonellau PSB ar-lein. Recriwtiodd yr ail (Carfan 2) bobl ag agweddau asgell chwith neu dde hunanddatganedig i ddilyn ffynonellau newyddion gwrth-agweddol. Recriwtiodd y drydedd a'r bedwaredd garfan bobl sy'n defnyddio newyddion o amrywiaeth o ffynonellau newyddion amgen/nad ydynt yn brif ffrwd a gofyn iddynt naill ai adolygu'r ffynonellau newyddion yr oeddent yn eu dilyn ar-lein (Carfan 3) neu ddefnyddio estyniad porwr a oedd yn cynnig sgorau ymddiriedaeth ar gyfer ffynonellau newyddion. (Carfan 4).

Trwy gyfuno cyfweiliadau ansoddol ag arsylwadau goddefol, archwiliodd yr astudiaeth sut y gwnaeth (neu na wnaeth) ymddygiadau defnyddwyr newid wrth ymateb i'r ymyriadau hyn. Dylid nodi mai prosiect ymchwil ansoddol ar raddfa fach oedd hwn, ac mae'r dadansoddiad hwn yn gwbl archwiliadol. Gwelwyd unrhyw 'effeithiau' a ddisgrifiwn ar lefel y cyfranogwr. Bwriadwyd y gwaith hwn yn wreiddiol fel cydymaith i dreial maes meintiol ar raddfa fwy i ymchwilio i'r materion hyn yn llawnach. Fodd bynnag, nid oedd yr astudiaeth feintiol yn ymarferol heb weithio mewn partneriaeth â llwyfan cyfryngau cymdeithasol. Gan hynny, nid yw'r canlyniadau'n gyffredinol i boblogaeth fwy.

Yn gyffredinol, mae ein canfyddiadau'n awgrymu bod ceisio cynllunio ymyriadau i wella ehangder a chydbwysedd y newyddion a ddefnyddir ar gyfryngau cymdeithasol yn dasg gymhleth. Gall ei effeithiau ar brofiadau fod yn amrywiol ac yn annisgwyl. Mae'r ymchwil hefyd yn dangos y bu cyfyngiadau i'r graddau y gallai pobl reoli a dylanwadu ar eu ffrydiau newyddion eu hunain. Pan wnaeth cyfranogwyr newidiadau, nid oeddent bob amser yn cael effaith amlwg ar eu ffrwd newyddion. Er enghraifft, dangosodd Carfan 1 fod effaith dilyn PSB i'w gweld yn cael effaith amrywiol ar faint y cynnwys PSB a ddarparwyd ar y ffrydiau newyddion (gweler **Atodiad 3**). Adroddodd cyfranogwyr a welodd fwy o newyddion 'gwrth-agweddol' o ganlyniad i'r 'driniaeth' fod hyn yn bennaf trwy adrannau sylwadau yn hytrach nag yn eu ffrydiau (Carfan 2).

Fodd bynnag, yn gyffredinol bu i gyfranogwyr gymryd rhan yn y broses o ddilyn ffynonellau newyddion amgen, boed yn newyddion PSB neu wrth-agweddol, ac o ganlyniad i'r driniaeth, myfyriodd y cyfranogwyr yn fwy beirniadol am y posibilrwydd o duedd yn eu ffynonellau newyddion presennol ar Facebook. Canfu rhai cyfranogwyr nad oedd y ffynonellau newyddion at eu dant, neu

fod y ffynonellau newyddion yn atgyfnerthu canfyddiadau negyddol ac yn ymwreiddio safbwyntiau presennol.

“Roedd cymharu’r ffordd yr oedd rhai tudalennau yn dangos storïau newyddion o gymharu â ffynonellau fel y BBC ac ITV yn gwneud i mi feddwl ychydig am sut rydw i’n cael fy newyddion ar hyn o bryd.”

Dyn, 18-34 oed, Carfan 1

“Er fy mod i’n pleidleisio i’r Ceidwadwyr dydw i ddim eisiau eu barn nhw yn unig ar fy llinell amser. Rwy’n ei chael hi’n ddefnyddiol iawn gwybod beth mae gwahanol ochrau yn ei ddweud am y prif faterion.”

Menyw, 55 oed, Carfan 2

Amlygodd yr astudiaeth hefyd nad oedd y swyddogaeth a oedd yn galluogi golygu dewisiadau ffrwd newyddion yn hawdd ei defnyddio, a bod llawer o bobl yn cael trafferth ei defnyddio’n effeithiol (Carfan 3). Fodd bynnag, trwy adolygu'r tudalennau newyddion a'r cyfrifon a ddilynwyd, teimlodd llawer o gyfranogwyr eu bod wedi'u grymuso'n fwy trwy alluogi rheolaeth weithredol dros rywfaint o'r cynnwys y maent yn ei dderbyn ar eu ffrwd newyddion.⁶⁹

Roedd gan y defnydd o 'sgorau ymddiriedaeth' ar gyfer allfeydd newyddion ganlyniadau cymysg hefyd gydag effeithiau cyfyngedig ar arlwy newyddion cyfranogwyr (Carfan 4). Roedd sgorau ymddiriedaeth yn bennaf yn dilysu ystod bresennol y cyfranogwyr o ffynonellau dibynadwy. Ar wahân i ychydig o achosion ynysig, ni newidiodd y cyfranogwyr y ffynonellau newyddion y gwnaethant eu dilyn o ganlyniad i sgorau ymddiriedaeth, na pha mor aml y gwnaethant eu defnyddio. At hynny, yn gyffredinol roedd agweddau tuag at ymddiriedaeth mewn newyddion ar Facebook a chyhoeddwy newyddion yn gymysg a dim ond mân newidiadau oedd yn y ffordd yr oedd cyfranogwyr yn teimlo tuag at bobl â safbwyntiau gwahanol.

Dengys ymchwil academiaidd newydd ei bod yn anodd dylunio ymyriadau effeithiol

Mae nifer o astudiaethau newydd, pwysig wedi'u cyhoeddi yn y llenyddiaeth academiaidd sy'n taflu goleuni newydd ar sut y gall ymyriadau effeithio ar y newyddion y mae pobl yn ei dderbyn gan gyfryngau cymdeithasol a sut mae hyn yn effeithio ar ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol. Yn benodol, cyhoeddwyd tri threial maes newydd yn 2023 fel rhan o brosiect lle cydweithiodd Meta ag academyddion annibynnol dros gyfnod etholiad 2020 UDA.⁷⁰ Rhoddodd Meta fynediad i'w lwyfannau Facebook ac Instagram i ymchwilwyr, gan ganiatáu iddynt gynnal arbrofion maes ar raddfa fawr o newidiadau gwasanaeth a chasglu data ar sut yr effeithiodd y newidiadau hyn ar ei ddefnyddwyr. Mae tair astudiaeth arbrofol wedi'u cyhoeddi hyd yma:⁷¹

- Cynhaliodd Nyhan et al (2023) arbrwf maes lle rhoddwyd ffrwd gynnwys i sampl o ddefnyddwyr Facebook lle'r oedd cynnwys “o’r un feddylfryd” wedi'i bwysoli o fewn

⁶⁹ Atodiad 3, 2024.

⁷⁰ I gael gwybod mwy am y bartneriaeth rhwng Meta a'r ymchwilwyr fu'n ymwneud â'r prosiect hwn gweler: Meta, 2024, [Research partnership to understand Facebook and Instagram’s role in the U.S. 2020 election](#).

⁷¹ Cyhoeddwyd yr astudiaethau hyn ochr yn ochr â González-Bailón et al. (2023) fel y pedwar cyntaf o gyfres ddisgwyliedig o 16 papur a fydd yn deillio o'r prosiect hwn.

strategaeth pennu safle y system argymell.⁷² Effaith y driniaeth hon oedd lleihau cyfran y ffrwd a oedd â chynnwys o'r un feddylfryd o tua 54% i tua 36% a chynyddu faint y cynnwys niwtral a "thrawsbynciol" yn y ffrwd. Ni chafodd y newidiadau hyn unrhyw effeithiau mesuradwy ar wyth mesur agweddol a gofrestrwyd ymlaen llaw megis pegynnu affeithiol h.y., graddau'r anhoffter tuag at y grŵp gwrthwynebol, eithafiaeth ideolegol, gwerthusiadau ymgeiswyr a chred mewn honiadau ffug.

- Neilltuodd Guess et al (2023a) sampl o ddefnyddwyr Facebook ac Instagram a fu'n cydsynio i ffrydiau mewn trefn cronolegol wrthdro yn lle'r system argymell ddiodyn.⁷³ Effeithiodd y ffrwd gronolegol ar amlygiad i gynnwys, gan gynyddu faint y cynnwys gwleidyddol ac annibynadwy ar y ddwy lwyfan, lleihau faint y cynnwys a raddiwyd yn "ansifil" neu'n cynnwys "geiriau sarhad" ar Facebook, a chynyddu faint y cynnwys gan ffrindiau ideolegol gymedrol a ffynonellau gyda chynulleidfa oedd cymysg ideolegol ar Facebook. Yn dilyn y newidiadau hyn ym mhrofiad y defnyddwyr ar y llwyfan, ni newidiodd y ffrwd gronolegol lefelau pegynnu ar faterion yn sylweddol h.y., maint y gwahaniaeth mewn barn wleidyddol neu safbwyntiau ar faterion, pegynnu affeithiol, gwybodaeth wleidyddol, neu agweddau allweddol eraill yn ystod y cyfnod astudio 3 mis.
- Astudiodd Guess et al (2023b) effeithiau bod yn agored i gynnwys a ailrannwyd ar Facebook yn ystod etholiad 2020 yr Unol Daleithiau drwy aseinio set ar hap o ddefnyddwyr fu'n cydsynio yn UDA, i ffrydiau nad oeddent yn cynnwys unrhyw ailrannu dros gyfnod o 3 mis.⁷⁴ Lleihaodd y driniaeth hon faint o newyddion gwleidyddol (gan gynnwys cynnwys o ffynonellau annibynadwy) yr oedd defnyddwyr yn agored iddynt yn sylweddol; bu llai o gliciau ac ymatebion yn gyffredinol; a llai o gliciau ar newyddion pleidiol. O ganlyniad i ddileu cynnwys a ailrannwyd, cafwyd gostyngiadau amlwg mewn gwybodaeth am newyddion yn y sampl, ond mae rhywfaint o ansicrwydd ynghylch sut y byddai hyn yn cyffredinoli i bob defnyddiwr. Ni effeithiodd y driniaeth yn sylweddol ar begynnu gwleidyddol nac ar unrhyw fesur o agweddau gwleidyddol ar lefel unigol.

Roedd yr ymyriadau yn yr arbrofion hyn yn gymharol fyrhoedlog ac felly efallai eu bod fwyaf addysgiadol am ymyriadau tymor byr yn hytrach na newidiadau parhaol yn y ffordd y mae llwyfan cyfryngau cymdeithasol yn gweithio, neu effeithiau cronus blynyddoedd lawer o amlygiad. Roedd amseriad yr arbrofion hefyd braidd yn unigryw, gan eu bod wedi'u cynnal ar adeg etholiad 2020 UDA pan oedd dinasyddion yn agored iawn i negeseuon gwleidyddol o lawer o wahanol sianeli. Mewn rhai achosion, roedd gan yr ymyriadau gymysgedd o effeithiau 'da' a 'gwael' ar ffrydiau newyddion defnyddwyr, er enghraifft arweiniodd yr arbrawf ffrwd cronolegol wrthdro at lai o amlygiad i gynnwys ansifil ond mwy o amlygiad i ffynonellau annibynadwy ar Facebook. Efallai y bydd gan ymyriadau eraill effeithiau mwy cyson ar ffrydiau newyddion defnyddwyr ac efallai mwy o lwyddiant o ran newid canlyniadau fel pegynnu.

Serch hynny, mae'r astudiaethau hyn yn amlygu pwysigrwydd profi unrhyw newidiadau i wasanaethau cyn eu gweithredu gan y gallant gael effeithiau sy'n peri syndod. Maent hefyd yn dangos cymhlethdod ac anhawster rheoli systemau argymell sy'n siapio'r ffrydiau newyddion a dylunio newidiadau i lwyfannau cyfryngau cymdeithasol i wella arlwiau newyddion a chanlyniadau fel pegynnu.

⁷² Nyhan et al., 2023, [Like-minded sources on Facebook are prevalent but not polarising](#), Nature.

⁷³ Guess et al., 2023, [How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign?](#), Science ("Guess et al., 2023").

⁷⁴ [Guess et al., 2023.](#)