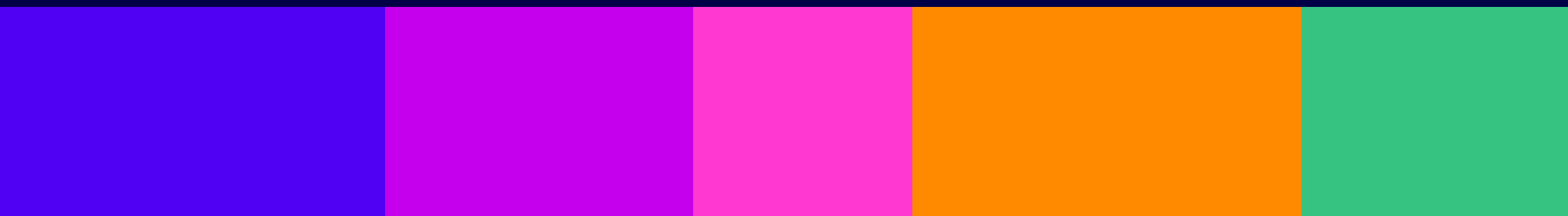




Plant a Rhieni: Adroddiad ar agweddau a defnydd o'r cyfryngau 2023

Cyhoeddwyd 29 Mawrth 2023



Cynnwys

Adran

1. Trosolwg.....	2
7. Defnydd o'r cyfryngau yn ôl gwlad: cipolwg.....	8

1. Trosolwg

Diben yr adroddiad hwn

Mae Deddf Cyfathrebiadau 2003 yn rhoi dyletswydd ar Ofcom i hyrwyddo ymwybyddiaeth o'r cyfryngau, ac i ymchwilio i hynny. Rydym yn diffinio ymwybyddiaeth o'r cyfryngau fel 'y gallu i ddefnyddio, deall a chreu cyfryngau a chyfathrebiadau mewn amrywiaeth o gyd-destunau'.

Mae'r adroddiad hwn yn edrych ar ddefnydd, agweddau a dealltwriaeth plant 3-17 oed o'r cyfryngau. Mae hefyd yn cynnwys canfyddiadau ar farn rhieni am ddefnydd eu plant o'r cyfryngau, a sut mae rhieni plant 3-17 oed yn monitro ac yn rheoli gweithgareddau ar-lein eu plant.

Bwriad yr adroddiad yw rhoi trosolwg cynhwysfawr o brofiadau plant yn y cyfryngau yn 2022 fel cyfeiriad ar gyfer y diwydiant, llunwyr polisi, academyddion a'r cyhoedd yn gyffredinol, ac mae'n rhan o'n rhaglen ehangach Gwneud Synnwyr o'r Cyfryngau¹. I gael rhagor o wybodaeth am sut i gael gafael ar y data a'i archwilio, gan gynnwys data blynyddoedd blaenorol, edrychwch ar ein dolenni adnoddau ar ddiwedd yr adroddiad.

Agweddau a defnydd plant 3-17 oed o'r cyfryngau: crynodeb o'r prif ganfyddiadau

Mynediad a defnydd ar-lein

Roedd gan y rhan fwyaf o gartrefi â phlant 0-18 oed (97%) fynediad i'r rhyngwrwyd yn 2022², sy'n sylweddol uwch na'r cyfartaledd ar gyfer pob aelwyd (93%). Roedd y rhan fwyaf o blant 3-17 oed yn mynd ar-lein (gartref neu yn rhywle arall) drwy ffonau symudol (69%) a dyfeisiau tabled (64%), er bod y mathau o ddyfeisiau a ddefnyddir yn amrywio yn ôl oedran y plentyn. Rydym yn neilltuo rhan o'r adroddiad hwn i edrych yn fanylach ar bob grŵp oedran.

Arferion gwyllo plant

Mae ymddygiad gwyllo teledu plant yn parhau i esblygu. Roedd gwyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu'n fyw drwy set deledu wedi gostwng eto eleni, gan ostwng 20% ar gyfer plant 4-15 oed, a aeth o wyllo ychydig o dan bedair awr a hanner yr wythnos yn 2021 i ychydig dros dair awr a hanner yr wythnos yn 2022. Fodd bynnag, roedd gwyllo unrhyw deledu sy'n cael ei ddarlledu, drwy gyfuniad o deledu byw, rhaglenni wedi'u recordio a gwasanaethau ar-alw darlledwyr (BVOD) (ychydig dros bum awr yr wythnos), ar unrhyw ddyfais yn y cartref, yn uwch na'r lefelau gwyllo ar wasanaethau fideo ar-alw drwy danysgrifio (SVOD) (ychydig llai na phedair awr a hanner).³

¹ Mae rhagor o wybodaeth am ein rhaglen ymchwil Ymwybyddiaeth o'r Cyfryngau ar gael yma: [Ein hymchwiliad ymwybyddiaeth o'r cyfryngau](#)

² [Tablau data Traciwr Technoleg](#) Ofcom

³ Mae 'Darlledu teledu'n fyw' yn cyfeirio at wyllo a wnaed ar yr adeg y cafodd ei ddarlledu ar sianel linol yn unig. [BARB | Broadcasters Audience Research Board](#)

Roedd gwylio fideos ar lwyfannau rhannu fideos ar-lein⁴ (VSPs) fel YouTube neu TikTok yn dal yn weithgaredd cyffredinol bron (96%); ac er bod gwylio cynnwys sy'n cael ei ffrydio'n fyw ar-lein wedi aros yn sefydlog ar 58%, mae'r ffigur hwnnw'n codi i 80% ymysg pobl ifanc 16-17 oed o'i gymharu â phob plentyn.

Mae'r arferion gwylio sy'n ymwneud â VSPs yn newid yn ôl oedran. YouTube oedd y VSP mwyaf poblogaidd ymysg pob plentyn 3-17 oed o ran gwylio fideos (83%). Ond roedd plant hŷn, yn bennaf y rheini sy'n 8 oed a hŷn, yn defnyddio ystod ehangach o lwyfannau na phlant 3-7 oed. Er enghraifft, defnyddiodd pobl ifanc 16-17 oed dri VSP ar gyfartaledd at y diben hwn, gan gynnwys TikTok (62%) ac Instagram (54%).

Roedd ymchwil ansoddol Y Cyfryngau ym Mywyd Plant eleni⁵ yn tynnu sylw at sut roedd plant yn 2022 yn cael eu denu at themâu ac arddulliau cynhyrchu penodol yn y cynnwys teledu, ffilm a fideo roedden nhw wedi'i wyllo: roedd hyn yn cynnwys elfen 'ddramatig' gref, yn aml ar ffurf gwrthdaro rhyngberonol; fformatau sgrin wedi'u rhannu; a golygu cyflym neu fyrbwyll yn fwiadol.

Tueddiadau cyffredinol ar gyfer apiau a safleoedd

YouTube oedd y llwyfan⁶ ar-lein a ddefnyddiwyd amlaf ymysg plant 3-17 oed (88%), yna WhatsApp (55%), TikTok (53%), Snapchat (46%), Instagram (41%) a Facebook (34%). Roedd y defnydd o WhatsApp, TikTok a Snapchat wedi cynyddu ers 2021 (i fyny o 53%, 50% a 42% yn y drefn honno), ac roedd Facebook yn llai poblogaidd eleni (i lawr o 40%).

Chwarae gemau fideo

Roedd tua naw o bob deg plentyn (89%) yn chwarae gemau fideo⁷, ond nid bob amser yn yr un ffordd. Er enghraifft, roedd chwarae gemau drwy gonsol neu chwaraewr gemau llaw yn fwy cyffredin ymysg bechgyn (73%) na merched (45%). Roedd gwahaniaethau hefyd yn y mathau o gemau sy'n cael eu chwarae, er enghraifft roedd gemau 'saethu' fel *Call of Duty* neu *Star Wars: Battlefront* yn uwch i fechgyn (38%) nag i ferched (12%), ac roedd posau neu gwisiau'n fwy tebygol o gael eu chwarae gan ferched (40% o'i gymharu â 23%).

O ran shifftiau mewn grwpiau oedran penodol, roedd llai o blant 3-4 oed yn chwarae gemau fideo eleni, ac roedd gostyngiad hefyd yng nghyfran y plant 5-7 oed sy'n chwarae gemau ar-lein.

Roedd gwahaniaethau yn agweddau rhieni tuag at chwarae gemau eu plentyn yn amlwg hefyd; er enghraifft, roedd rhieni bechgyn yn fwy tebygol na rhieni merched o fod â rheolau ar waith (92% o'i gymharu ag 84%).

Rhyngweithio ag eraill

Mae chwarae gemau fideo yn cynnwys elfen gymdeithasol ryngweithiol. Un o'r prif resymau pam roedd plant 3-17 oed yn dweud eu bod yn chwarae'r gemau fideo oedd 'i dreulio amser â ffrindiau'

⁴ Rheoleiddio llwyfannau rhannu fideos: beth mae angen i chi ei wybod - Ofcom

⁵ Y Cyfryngau ym Mywyd Plant: Adroddiad Blwyddyn 9 - Ofcom

⁶ Yn yr astudiaeth hon, mae llwyfan yn derm ar gyfer ap a safle sy'n cael ei ddefnyddio i wyllo neu lwytho fideos i fyny, gwylio neu gynhyrchu cynnwys sy'n cael ei ffrydio'n fyw, cyfryngau cymdeithasol, a galwadau fideo neu yrru negeseuon.

⁷ Yn cael ei ddiffinio yn ein harolwg fel chwarae gemau drwy ddyfais electronig

(24%)⁸. Ar ben hyn, canfu ein hastudiaeth fod plant 8-17 oed yn defnyddio gemau fel ffordd o chwarae gyda ffrindiau (55%) a sgwrsio (47%) â phobl roeddent yn eu hadnabod. Un pryder yw bod 25% o blant yn chwarae â phobl nad oeddent yn eu hadnabod y tu allan i'r gêm, gyda 22% yn siarad â'r bobl hynny hefyd.

Y ffordd fwyaf cyffredin o ryngweithio oedd cyfathrebu'n uniongyrchol drwy apiau neu safleoedd negeseuon/galwadau, a oedd yn cael eu defnyddio gan 79% o blant 3-17 oed yn gyffredinol, a bron pob plentyn 12-17 oed. Yr ap sy'n cael ei ddefnyddio amlaf at y diben hwn ymysg plant 3-17 oed oedd WhatsApp (55%), yna Snapchat (38%) a FaceTime (32%).

Mae apiau a safleoedd cyfryngau cymdeithasol yn caniatáu i blant gysylltu ag eraill, a 30% o blant 8-17 oed a oedd yn eu defnyddio ar gyfer 'rhannu, gwneud sylwadau neu bostio pethau'. Roedd merched sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol yn fwy tebygol o gyfrannu mwy yn y ffordd hon o gymharu â bechgyn (34% o'i gymharu â 27%) ac yn fwy tebygol o fod wedi postio eu fideos eu hunain ar apiau neu safleoedd, yn enwedig y rheini rhwng 12 a 17 oed (52%, o'i gymharu â 41% o fechgyn 12-17 oed).

Agweddau a phrofiadau yn y gofod ar-lein

Nododd rhieni a phlant fanteision cadarnhaol bod ar-lein, yn enwedig mewn perthynas â dysgu (81% o blant, 84% o rieni) ac o feithrin a chynnal cyfeillgarwch (68% o blant, 65% o rieni). O'i gymharu â'r llynedd, roedd plant yn fwy cadarnhaol am gyfryngau cymdeithasol; yn fwy tebygol o ddweud ei fod yn eu gwneud yn hapus *drwy'r amser neu'r rhan fwyaf o'r amser* (67%, i fyny o 59%), a'i fod yn eu helpu i deimlo'n agosach at eu ffrindiau (66%, i fyny o 61%).

Fodd bynnag, roedd rhieni plant 3-17 oed yn gyffredinol yn teimlo bod y risgiau i'w plentyn o ddefnyddio apiau/safleoedd cyfryngau cymdeithasol, negeseuon neu rannu fideos yn drech na'r manteision (42%), er bod rhieni plant 12-15 oed (33%) a 16-17 (41%) yn fwy tebygol na rhai plant iau (3-11) o anghytuno â'r datganiad hwn.

Nid oedd profiadau go iawn plant ar-lein bob amser yn gadarnhaol. Roedd bron i dri o bob deg plentyn 8-17 oed (29%) wedi cael rhywun yn bod yn gas tuag atynt drwy apiau neu lwyfannau; roedd hyn yn cymharu â dau o bob deg yn cael y profiad hwn wyneb yn wyneb (20%).

Mynegodd rhieni bryderon am sawl agwedd ar ddefnydd plant o'r cyfryngau, gan gynnwys cael eu bwlio ar-lein (70%) neu drwy gemau (54%), ond roedd y pryderon mwyaf cyffredin ymysg rhieni yn ymwneud â'u plentyn yn gweld cynnwys a oedd yn amhriodol ar gyfer eu hoedran (75%), neu gynnwys rhywiol neu gynnwys i 'oedolion' (73%).

Mae defnydd plant o gyfryngau cymdeithasol mewn ffyrdd rhagweithiol a chadarnhaol wedi gostwng dros y flwyddyn ddiwethaf. Er enghraifft, roedd llai wedi anfon negeseuon cefnogol at ffrindiau sy'n cael amser caled (51% yn 2022 o'i gymharu â 61% yn 2021). Roedd y newid ymddygiad hwn yn dystiolaeth ymysg ein cyfranogwyr Y Cyfryngau ym Mywyd Plant, a oedd yn defnyddio mwy ar lwyfannau cyfathrebu ar-lein ar gyfer gwyllo cynnwys nag ar gyfer ymgysylltu'n weithredol â ffrindiau.

⁸ Gofynnodd The Insight Family i blant 'Beth yw'r prif resymau dros chwarae gemau fideo?'. Gofynnwyd i 7763 o blant 3-17 oed

Dealltwriaeth feirniadol

Eleni, roedd mwy o blant 8-17 oed nag yn 2021 wedi nodi hysbysebion yn gywir mewn canlyniadau chwilio (41% o'i gymharu â 37%). Gofynnwyd i blant hŷn (12-17 oed) hefyd am bartneriaethau â thâl ar gyfryngau cymdeithasol, ac roeddent yn fwy tebygol o allu nodi'r rhain na gallu adnabod hysbysebion mewn canlyniadau chwilio (77% o'i gymharu â 46% yn y drefn honno).

Roedd plant 8-17 oed yn llai tebygol o gredu bod gwybodaeth o apiau neu safleoedd cyfryngau cymdeithasol o'i gymharu â ffynonellau eraill roeddent yn eu defnyddio: dywedodd traean eu bod yn credu bod y cyfan neu'r rhan fwyaf o'r hyn roeddent yn ei weld ar gyfryngau cymdeithasol yn wir (32%), ac roedd dwy ran o dair yn meddwl yr un peth ar gyfer apiau a safleoedd newyddion (66%), a 77% ar gyfer gwefannau sy'n cael eu defnyddio ar gyfer yr ysgol neu gartref.

Fodd bynnag, nid oedd pa mor hyderus yr oedd pobl ifanc 12-17 oed o ran eu gallu i adnabod beth oedd yn wir neu beth oedd yn ffug ar-lein bob amser yn cyfateb i'w gallu go iawn. Dywedodd bron i chwarter (23%) y plant eu bod yn hyderus yn eu gallu i adnabod beth sy'n wir neu'n ffug ar-lein ond nid oeddent yn gallu adnabod proffil cyfryngau cymdeithasol ffug yn gywir pan gyflwynwyd un iddynt yn ystod yr arolwg. Er nad yw'n nifer fawr o blant, mae hyn yn ostyngiad o 27% yn 2021.

Data a ddefnyddir yn yr adroddiad hwn

Astudiaethau tracio ymwybyddiaeth o'r cyfryngau Ofcom

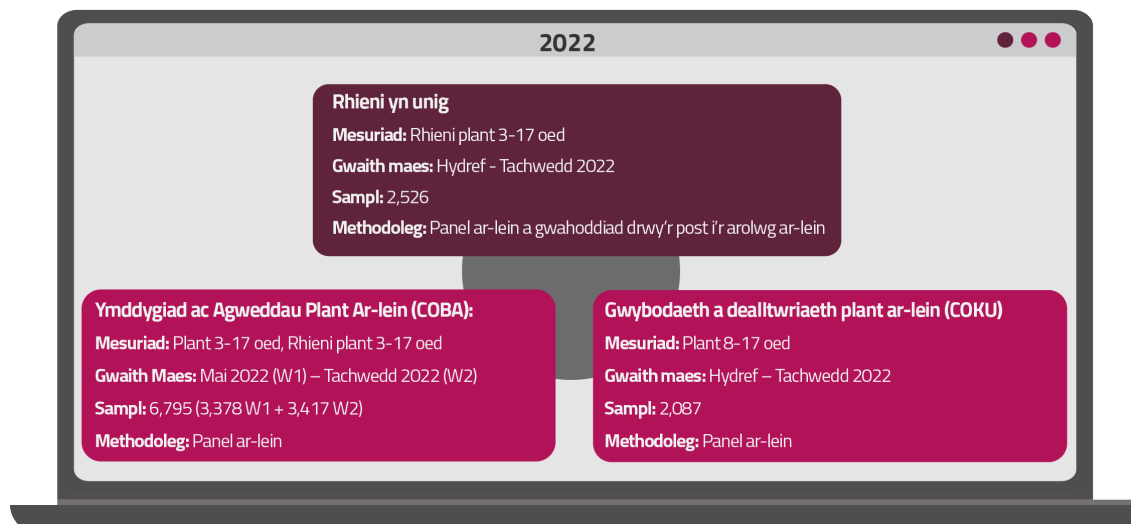
Y ffynonellau data allweddol ar gyfer yr adroddiad hwn yw ein hastudiaethau tracio ymwybyddiaeth plant o'r cyfryngau (y cyfeirir atynt yn y ddogfen hon fel 'ein tracwyr', neu 'ein hastudiaethau'). Mae'r astudiaethau meintiol hyn yn mesur amrywiaeth o bynciau sy'n ymwneud â defnydd plant o'r cyfryngau, gan gynnwys arferion defnyddio, dealltwriaeth, agweddau a phrofiadau, a sut mae rhieni'n gweld ac yn rheoli defnydd eu plentyn o'r cyfryngau.

Mae crynodeb o feintiau'r samplau a'r dulliau casglu data i'w weld yn y tabl isod. Mae disgrifiad manylach o'r gwaith o gasglu a dadansoddi data ar gyfer yr astudiaethau hyn ar gael yn yr Atodiad dadansoddi cysylltiedig⁹ i'r adroddiad hwn, ac yn yr Adroddiad Technegol¹⁰ a gyhoeddwyd ochr yn ochr â'r data¹¹. Lle bo'r data'n ymwneud â phlant 3-7 oed, caiff ei ddarparu gan rieni neu warcheidwaid yn hytrach na chan y plant eu hunain.

⁹ [Atodiad 1: ffynonellau a methodolegau](#)

¹⁰ [Adroddiad technegol](#)

¹¹ Mae calendr rhyddhau ystadegau 2023 Ofcom yn cynnwys [tablau data](#) 2022



Nid yw methodoleg ein harolwg wedi newid ers yr un a ddefnyddiwyd yn 2021, a gallwn wneud cymariaethau o un flwyddyn i'r llall lle mae cysondeb yn nhestun y cwestiwn. Cyn 2021, nid yw'n bosibl cymharu, oherwydd ad-drefnu'r arolwg a newidiadau i'r broses casglu data oherwydd effaith y pandemig Covid-19.

Lle mae newidiadau o un flwyddyn i'r llall, neu wahaniaethau yn ôl oedran neu ryw, wedi cael eu nodi yn yr adroddiad hwn, byddant wedi cael eu dilysu fel rhai 'ystadegol arwyddocaol' sy'n golygu eu bod o leiaf 95% yn sicr o fod yn gysylltiedig â gwahaniaeth yn y boblogaeth. Ceir rhagor o fanylion am wahaniaethau ystadegol yn yr atodiad.

Ynghyd â'r adroddiad hwn, rydym wedi cyhoeddi tablau data¹² sy'n tynnu sylw at unrhyw wahaniaethau ar gyfer plant agored i niwed rydym wedi'u categorio yn ein harolygon fel y rheini sydd â chyflwr 'sy'n effeithio neu'n cyfyngu arnynt'¹³, neu mewn aelwydydd sy'n cael eu hystyried yn agored i niwed yn ariannol¹⁴. Caiff y data hwn ei ddarparu ar lefel gyffredinol ar gyfer plant 3-17 oed, ac yn ôl grŵp oedran.

Data cyd-destunol atodol

Yn yr adroddiad hwn, mae canfyddiadau a dyfyniadau o'n hastudiaeth ansoddol hydredol Y Cyfryngau ym Mywyd Plant¹⁵ yn rhoi enghreifftiau o 'pam' a 'sut' yr ymddygiad sy'n cael ei fesur gan ein tracwyr.

¹² Tablau data gyda categorïau 'Unrhyw gyflwyr sy'n effeithio neu'n cyfyngu' a 'Mwyaf/o bosibl/lleiaf agored i niwed yn ariannol' fesul grŵp oedran: [Calendr rhyddhau ystadegau 2023 – Ofcom](#)

¹³ Diffiniad sy'n seiliedig ar ymatebion rhieni i'r cwestiwn 'Pa rai o'r rhain – os o gwbl – sy'n effeithio neu'n cyfyngu ar weithgareddau dyddiol [eich plentyn]?' Nodyn: rhoddyd rhestr i reini o wahanol fathau o anghenion mynediad ac amodau a allai fod yn gysylltiedig â'r rheini.

¹⁴ Mae bregusrwydd ariannol yn fesur y mae Ofcom wedi'i lunio i ddeall yn well effaith cyfansoddiad aelwydydd ac incwm ar berchnogaeth a defnydd o wasanaethau cyfathrebu.

¹⁵ Sylwch fod yr enwau a ddefnyddir wrth gyfeirio at gyfranogwyr [Y Cyfryngau ym Mywyd Plant](#) yn ffugenwau i ddiogelu eu hunaniaeth.

Rydym hefyd wedi cynnwys, lle bo hynny'n berthnasol, data a gwybodaeth o ddetholiad o ffynonellau eraill gan Ofcom a thrydydd partïon, er mwyn helpu i greu darlun mwy cyflawn o weithgareddau cyfryngau plant. Rhestrir y ffynonellau hyn yma:

- Data mesur cynulleidfaoedd gan gorff mesur cynulleidfaoedd teledu'r DU, BARB¹⁶
- Astudiaethau ymchwil syndicet gan asiantaethau CHILDWISE¹⁷ a The Insights Family¹⁸
- Ffynonellau data Ofcom:

Teitl yr astudiaeth	Sylw sy'n berthnasol i'r adroddiad
Astudiaeth tracio craidd Ymwybyddiaeth o'r Cyfryngau ¹⁹	Mynediad at ddyfeisiau sy'n addas i'w dysgu
Traciwr Technoleg ²⁰	Mynediad cartref at y rhyngwrwyd, teledu a radio yn y cartref
Arolwg Cael Gafael ar Newyddion ²¹	Defnydd plant o ffynonellau newyddion
Traciwr Cyfryngau ar draws Llwyfannau ²²	Profiadau plant o deledu
Traciwr Ofcom o Berfformiad Gwasanaethau Plant y BBC ²³	Defnyddio adnoddau addysgol y BBC

Mae'n bwysig nodi nad yw rhai o'r ffynonellau a restrir uchod bob amser yn cyd-fynd â'n hastudiaethau tracio o ran grwpiau oedran, a gellir cyfyngu ar y gymhariaeth rhwng ffynonellau oherwydd gwahaniaethau yn y ffordd y gofynnir cwestiynau, neu'r dull o gasglu data.

¹⁶ Data BARB yn seiliedig ar flwyddyn lawn 2022: [BARB | Broadcasters Audience Research Board](#)

¹⁷ Cafodd 2802 o blant rhwng 5 a 18 oed eu cyfweild gan [CHILDWISE](#) rhwng mis Medi a mis Tachwedd 2022. Mae rhagor o fanylion ar gael yn Atodiad 1.

¹⁸ Bu [The Insights Family](#) yn cyfweild â 10,173 o blant rhwng 3 a 17 oed yn 2022. Mae rhagor o fanylion ar gael yn Atodiad 1.

¹⁹ [Astudiaeth tracio craidd Ymwybyddiaeth o'r Cyfryngau](#) Ofcom 2022

²⁰ [Tablau data Traciwr Technoleg](#) Ofcom

²¹ [Adroddiad Cael Gafael ar Newyddion](#) Ofcom

²² [Traciwr Cyfryngau ar draws Llwyfannau](#) Ofcom

²³ [Traciwr Ofcom o Berfformiad Gwasanaethau Plant y BBC](#)

7. Defnydd o'r cyfryngau yn ôl gwlad: cipolwg

Yn yr adran hon rydym yn rhoi trosolwg o'r defnydd o'r cyfryngau ymhlith pobl ifanc 3-17 oed ar draws y pedair gwlad – Lloegr, yr Alban, Cymru, a Gogledd Iwerddon. Mae'r pwyntiau allweddol i'w gweld yn y graffig isod.

