

Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant

Adroddiad

Cyhoeddwyd 21 Mai 2026

Cynnwys

Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant	1
Cynnwys	2
Cyflwyniad	3
Ystyriaethau allweddol	5
Cryfderau a chyfyngiadau'r astudiaeth hon.....	5
Diffiniadau data.....	6
Trosolwg	8
Y dirwedd ar-lein i blant.....	9
Amser a dreulir ar-lein	9
Gwasanaethau gorau yn ôl maint y gynulleidfa.....	Error! Bookmark not defined.
Apiau gorau yn ôl maint y gynulleidfa	14
Sectorau ar-lein.....	17
Cyflwyniad.....	17
Cyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau rhannu fideos	17
Negeseuon a galwadau	24
Chwilio.....	27
Deallusrwydd artiffisial	Error! Bookmark not defined.
E-bost	30
Gêmau.....	30
Pêl-droed.....	33
Addysg.....	33
Manwerthu	34
Atodiad	36
Methodoleg	38
Amcanion	38
Gwaith maes	38
Proffil sampl demograffig	Error! Bookmark not defined.
Proffil sampl dyfais.....	Error! Bookmark not defined.

Cyflwyniad

Ofcom yw'r rheoleiddiwr ar gyfer diogelwch ar-lein yn y Deyrnas Unedig. Ein rôl yw gwneud yw sicrhau bod gwasanaethau ar-lein, fel gwefannau ac apiau, yn cyflawni eu dyletswyddau i ddiogelu eu defnyddwyr o dan Ddeddf Diogelwch Ar-lein 2023 ('y Ddeddf'). I gefnogi'r gwaith hwn, mae'n hanfodol bod gennym sylfaen dystiolaeth gadarn ar brofiadau ar-lein pobl – gan gynnwys profiadau plant, pa wasanaethau maent yn eu defnyddio, a faint o amser maent yn ei dreulio ar-lein. Am y rheswm hwn, gwnaeth Ofcom gynnal yr astudiaeth **Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant** (CPOM). Gwnaethom gynnal sampl gynrychioliadol yn genedlaethol am y tro cyntaf yn 2025, a dyma ail gymal yr astudiaeth, sy'n ategu ein rhaglen ehangach o ymchwil ac ymgysylltu â phlant.

Ar hyn o bryd mae Ofcom yn defnyddio Ipsos iris i ddeall pa wefannau ac apiau mae defnyddwyr rhyngwrwyd 15+ oed yn y DU yn ymweld â nhw. Amcan CPOM yw defnyddio datrysiaid mesur goddefol tebyg i Ipsos iris i fesur defnydd rhyngwrwyd plant y DU rhwng 8-14 oed. Yn yr astudiaeth hon, casglom ddata o sampl gynrychioliadol genedlaethol o 701 o blant, gan fesur eu defnydd goddefol o wefannau ac apiau ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron y maent yn eu defnyddio i fynd ar-lein. Llynedd, pan gynhaliom sampl gynrychioliadol yn genedlaethol am y tro cyntaf a chyhoeddi ein [hadroddiad astudiaeth CPOM cyntaf](#), nid oedd data cyfatebol ar gael ar gyfer pobl dan 15 oed. Fel sy'n safonol mewn ymchwil, mae newidiadau a gwelliannau i'r gwaith maes a phrosesu data yn cael eu gweithredu dros amser, yn enwedig gyda dull mor newydd, ac rydym wedi gwneud newidiadau ers ein hadroddiad cyntaf. Yn seiliedig ar y dysgu o'n hastudiaeth gychwynnol, rydym wedi mireinio'r fethodoleg. Golyga hyn nad yw cymhariaeth debyg â data a gyhoeddwyd y llynedd yn bosibl.

Bu newid yn y dull recriwtio ar gyfer cam 2. Tra bod ffynhonnell y sampl, y recriwtiwr a'r cwtôtâu yn parhau i fod yn debyg, yng nghanam 1, roedd y recriwtio yn cynnwys sgriniwr cymwysterau syml cychwynnol, a gipiwyd gan y recriwtiwr dros y ffôn. Yng nghanam 2, anfonodd y recriwtiwr ddolen e-bost gyda'r holiadur a oedd yn cynnwys rhestrau ostwng ar gyfer y rhan fwyaf o'r cwestiynau. Sicrhodd y dull diwygiedig hwn fwy o gysondeb yn y wybodaeth a dderbyniwyd a ddefnyddiwyd ar gyfer cwtôtâu a gwiriadau ansawdd. Yng nghanam 2, monitryd casglu data yn ystod gwaith maes, fel y gellid tynnu panelwyr nad oeddent yn bodloni gofynion yr astudiaeth o gyfranogiad yn ystod y gwaith maes, gyda phlentyn arall yn cymryd eu lle i gyrraedd ein targed sampl. Gyda'r dull diwygiedig hwn, ni fyddai nifer fach o banelwyr a gynhwyswyd yn sampl cam 1 wedi cyrraedd y trothwy sampl terfynol pe bai meini prawf cam 2 wedi'u cymhwyso. Er nad ydym yn gallu meintoli effaith y newidiadau hyn, mae'n debygol y gallai'r rhain gael rhywfaint o effaith ar y ffigurau uwch a welwyd ar gyfer rhai gwasanaethau yn yr adroddiad hwn o'i gymharu â'r hyn a gyhoeddwyd yn ein hadroddiad cyntaf. Felly, nid yw'r panel cam 1 yn gymharol â cham 2. Gellir dod o hyd i fanylion pellach am y newidiadau hyn ar gael yn y [Fethodoleg](#).

Mae Ipsos iris wedi ei gymeradwyo gan UKOM fel safon y diwydiant ar gyfer mesur cynulleidfa ar-lein ac mae'n seiliedig ar fesur yn oddefol y defnydd o'r rhyngwrwyd gan banel o ddefnyddwyr sy'n cynrychioli'r wlad ar draws y cyfrifiaduron, y ffonau clyfar a thabledi y maent yn eu defnyddio. Adroddwn ar hyn yn ein hadroddiad blynyddol [Ein Gwlad Ar-lein](#), ac er mwyn cyflwyno set lawn o'r data plant sydd ar gael, rydym wedi cynnwys data Ipsos iris o bobl ifanc 15-17 oed yn yr adroddiad hwn. Gan nad yw data ar gyfer pobl ifanc 15-17 oed yn cael ei gael o'n hastudiaeth, dylid dehongli cymariaethau â'n canfyddiadau yn ofalus.

Mae mesur defnydd goddefol ar-lein plant yn offeryn pwysig yn ein rhaglen ehangach o ymchwil plant sy'n llywio ein gwaith ar draws diogelwch ar-lein, darlledu a llythrennedd yn y cyfryngau. Ein bwriad yw cynnal astudiaethau o CPOM yn y dyfodol i ddatblygu a mireinio system mesur cynulleidfa

barhaus ar gyfer defnydd plant y DU o'r rhyngwrwyd, gan ategu'r data a gasglwn drwy ddulliau ymchwil eraill.

Croesawn adborth ar yr ymchwil hwn a dylid ei anfon at: market.research@ofcom.org.uk.

Ystyriaethau allweddol

Cryfderau a chyfyngiadau'r astudiaeth hon

Mae yna fanteision i ddefnyddio methodoleg mesur oddefol fel CPOM i gynhyrchu tystiolaeth gadarn ar y gwasanaethau y mae plant yn eu defnyddio, a'r amser maen nhw'n ei dreulio arnynt. Mae'r data a gesglir yn gynrychiolaeth fanwl a ffeithiol o'r hyn y mae'r panelwyr wedi'i wneud ar-lein. Mae'n lliniaru problemau ynghylch atgofio sy'n gysylltiedig ag arolygon, neu'r ymatebion wedi'u hidlo y gall plant eu rhoi mewn arolygon, er enghraifft peidio â nodi eu defnydd o fannau oedolion. Ac er mai dim ond mewn ymchwil sy'n seiliedig ar arolygon y maen'n ymarferol gofyn am nifer fach o wasanaethau, mae monitro goddefol yn dal defnydd ar draws yr ystod eang o wefannau ac apiau a ddefnyddir yn llai aml.

Fel y nodwyd yn y Cyflwyniad uchod, mae mesur goddefol defnydd plant o'r rhyngwrwyd yn ymchwil arloesol ac rydym wedi dysgu o'n cam cyntaf o ymchwil ac wedi gwneud rhai newidiadau methodolegol sy'n golygu nad yw cymariaethau tebyg rhwng yr ymchwil hon a data a gyhoeddwyd y llynedd yn bosibl. Gweler [Methodoleg](#) am fwy o fanylion am y newidiadau.

Ar hyn o bryd mae ein hastudiaeth mesur oddefol yn gyfyngedig o ran nifer y dyfeisiau y mae'n eu monitro ar gyfer unigolyn. Cwblhaodd y rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol sgriniwr cychwynnol yn rhoi manylion am y dyfeisiau a ddefnyddiwyd gan y plentyn ar y panel i fynd ar-lein ac amllder y defnydd yn ogystal â gwybodaeth ddemograffig am y panel. Yna gofynnwyd i'r panelwyr osod y traciwr goddefol ar o leiaf un ddyfais a ddefnyddiwyd gan y plentyn o leiaf ychydig o weithiau'r mis ac fe'u hanogwyd i gynnwys yr holl ddyfeisiau a adroddwyd yn y sgriniwr a ddefnyddiwyd yn bennaf gan y plentyn. Yn yr astudiaeth hon roedd gan y rhan fwyaf o'r 701 o banelwyr a gynhwyswyd yn yr ymchwil un ddyfais wedi'i mesur, gyda 142 o banelwyr yn cael dau ddyfais neu fwy wedi'u mesur. Efallai bod panelwyr wedi defnyddio dyfeisiau eraill yn ystod cyfnod yr astudiaeth a oedd yn bodloni'r trothwy o gael eu defnyddio o leiaf ychydig o weithiau mewn mis i fynd ar-lein, ond na chawsant wedi'u tracio. Nid yw dyfeisiau sydd ar gael yn yr ysgol ond nid gartref o fewn cwrdd yr astudiaeth hon. Nid yw'r dechnoleg oddefol yn gallu mesur defnydd o'r rhyngwrwyd ar dabledi Amazon fire neu Chromebooks (adroddodd 56 a 98 o rieni/gwarcheidwaid cyfreithiol yn y drefn honno fod eu plentyn wedi defnyddio tabled Amazon fire neu Chromebook). Nid yw'r astudiaeth hefyd yn cynnwys consolau gemau (adroddodd 398 o rieni/gwarcheidwaid cyfreithiol fod y plentyn yn defnyddio consol gemau), sy'n weithgaredd ar-lein allweddol i rai plant. Mae ein [hadroddiad Agweddau a Defnydd o Gyfryngau Plant a Rhieni](#) yn cynnwys trosolwg eang o ddefnydd ar-lein hunan-adroddedig plant, gan gynnwys ar gonsolau gemau.

I gyd-fynd ag adroddiadau Ipsos iris a gymeradwywyd gan UKOM, mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'u cynnwys yn y data ond yn amlwg nid yw'r trothwy hwn o reidrwydd yn dangos bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a defnyddio i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys ac yn cyfrannu at nifer yr ymwelwyr yr ydym yn eu hadrodd. Mae ein [hadroddiad Orlhain Diogelwch Ar-lein Plant](#) yn cynnwys defnydd plant o wasanaethau sy'n cael ei alw'n ôl, sy'n fesur arall o gyrhaeddiad gwasanaethau.

Cryfder yr ymchwil hon yw ei fod yn mesur yr amser y mae plant yn ei dreulio ar wasanaethau. Fodd bynnag, rydym yn gweld yn y data fod dosbarthiad anwastad iawn, gyda rhai plant yn treulio llawer o amser ar wasanaethau a phlant eraill yn treulio ychydig iawn o amser. Felly, dylid trin cyfartaledd yn

ofalus. I ddangos hyn, ar gyfer llawer o wasanaethau rydym wedi cynnwys dadansoddiad yn ôl chwarterl uchaf (25% uchaf o ddefnyddwyr yn ôl amser a wariwyd) a chwarterl isaf (25% isaf o ddefnyddwyr yn ôl amser a wariwyd).

Mae pob dull ymchwil yn destun rhagfarn ddiffyg ymateb, felly er bod y samplu a'r pwysoli yn sicrhau bod y data yn gynrychioliadol yn ddemograffig o blant 8-14 oed ar-lein yn y DU, mae'r sampl yn dal i gael ei ddiffinio gan y rhai sy'n barod i gymryd rhan. Mae monitro ymchwil hefyd yn destun effaith Hawthorne, lle mae cyfranogwyr yn addasu eu hymddygiad oherwydd eu bod yn gwybod eu bod yn cael eu holrhain, er eu bod yn cael gwybod y bydd y data yn ddienw. Er bod hyn yn debygol o leihau dros amser, wrth i gyfranogwyr anghofio eu bod yn cael eu holrhain, mae'n bosibl y gall rhywfaint o ddata gael ei effeithio.

Efallai bod rhai panelwyr wedi defnyddio VPNs¹ yn ystod yr astudiaeth. Ar ddyfeisiau iOS, mae troi VPN personol ymlaen yn diffodd y traciwr VPN goddefol a ddefnyddir ar gyfer casglu data. Os bydd panelwr yn ail-alluogi olrhain yr astudiaeth yn ddiweddarach, ni fyddai unrhyw weithgaredd rhyngwryd a ddigwyddodd tra roedd wedi'i ddadactifadu yn cael ei gofnodi. O ganlyniad, efallai na fydd rhywfaint o ddefnydd yn cael ei adrodd yn ddigonol.

Am ragor o fanylion gweler y [Fethodoleg](#).

Diffiniadau data

Oni nodir yn wahanol, mae'r adroddiad hwn yn cyfeirio at wefannau a/neu apiau fel gwasanaethau neu safleoedd.

Yn yr astudiaeth hon, cwblhaodd pob plentyn 28 diwrnod yn olynol o'r astudiaeth, gyda'r plentyn cyntaf yn dechrau ar 9 Hydref 2025 a'r plentyn olaf yn cwblhau ar 7 Mawrth 2026. Efallai nad yw hyn yn gynrychioliadol o ddefnydd y rhyngwryd ar adegau eraill o'r flwyddyn, er enghraifft yn ystod cyfnodau arholiadau neu wyliau ysgol y tu allan i gyfnod y gwaith maes. Nodwn fod 68 o banelwyr wedi cymryd rhan yn yr astudiaeth yn ystod y cyfnod gwyliau dydd Sadwrn 20 Rhagfyr 2025 a dydd Sul 4 Ionawr 2026, gyda 51 wedi cwblhau cyn 25 Rhagfyr 2025. Gan fod y sampl a gymerodd ran yn ystod y cyfnod hwn yn fach, ni fyddai newidiadau mewn ymddygiad oherwydd y cyfnod gwyliau hwn wedi effeithio ar y canlyniadau cyffredinol.

Pan fyddwn yn adrodd ar gyfran y plant sy'n ymweld â gwasanaeth mewn mis, dyma gyfran y plant yn y grŵp oedran penodedig a agorodd ap neu wefan o leiaf unwaith yn ystod y cyfnod penodedig o 28 diwrnod. Mae 'mis' yn cyfeirio at y cyfnod 28 diwrnod.

Defnyddir trothwy o 1 eiliad i gyfrif ymweliad. Gall hyn gynnwys un ymweliad byrhoedlog yn unig mewn 28 diwrnod, felly mae'n bwysig edrych ar gyfran yr ymwelwyr ar-lein a'r amser a dreulir *gyda'i gilydd* i gael darlun llawn o led a dyfnder y defnydd o'r gwasanaeth.

Cyfrifir yr amser a dreulir a gofnodwyd gan yr astudiaeth hon ac Ipsos iris cyn gynted ag y bydd gwefan neu ap yn cael ei agor.

Lle cyfeirir at ddata amser a dreulir fel 'fesul diwrnod', mae hyn yn seiliedig ar gyfanswm yr amser a dreulir gan ymwelwyr yn y cyfnod mesur 28 diwrnod, wedi'i rannu â 28, oni nodir yn wahanol. Mae hyn yn cynnwys dyddiau pan nad ymwelodd defnyddwyr â'r gwasanaeth.

Lle nad yw'r ffigurau'n adio i 100%, gall hyn fod oherwydd talgrynnu.

¹ Mae rhwydwaith preifat rhithwir (VPN) yn creu cysylltiad wedi'i amgryptio sy'n cuddio gweithgaredd a lleoliad ar-lein dyfais.

Nid yw defnydd ar-lein ar gonsolau gemau, setiau teledu a dyfeisiau clyfar o fewn cwmpas yr astudiaeth hon.

Trosolwg

Beth rydym wedi ei ganfod - yn gryno

Treuliodd plant 8-14 oed gyfartaledd o 3 awr 36 munud y dydd ar-lein ar draws ffonau clyfar, tabledi neu gyfrifiaduron. Mae'r amser a dreulir yn cynyddu gydag oedran: treuliodd plant 8-9 oed y lleiaf o amser ar-lein y dydd, gyda chyfartaledd o 2 awr 53 munud, gan godi i 3 awr 34 munud ar gyfer plant 10-12 oed, ac i 4 awr 19 munud y dydd i'r rhai 13-14 oed. Mae'r cyfartaledd yn cuddio amrywiadau mawr: roedd plant 8-14 oed yn y chwarter uchaf o ran amser a dreuliwyd ar-lein am gyfartaledd o 6 awr 42 munud y dydd, tra bod y rhai yn y chwarter isaf ar-lein am gyfartaledd o 51 munud y dydd.

Ymestynnodd y defnydd o wasanaethau i oriau hwyr y nos. Treuliodd plant wyth a naw oed gyfartaledd o 14 munud y dydd ar-lein yn y cyfnod hwyr yn y nos (23:00-04:59), gyda phlant 13-14 oed ar-lein am gyfartaledd o 24 munud y dydd yn y cyfnod hwyr y nos.

Roedd defnydd ar-lein yn amrywio yn ôl diwrnod yr wythnos, gyda mwy o ymgysylltiad yn ystod y penwythnos. Treuliodd defnyddwyr rhyngrwyd 8-14 oed 43 munud yn fwy y dydd ar-lein yn ystod y penwythnos o'i gymharu â diwrnod o'r wythnos: cyfartaledd o 3 awr 24 munud y dydd ar-lein yn ystod diwrnod o'r wythnos a 4 awr 7 munud y dydd yn ystod y penwythnos.

Gwasanaethau sy'n eiddo i Alphabet oedd y rhai a ymwelwyd â nhw fwyaf. Mae bron pob plentyn 8-14 oed ar-lein yn ymweld â Google Search (94%) a YouTube (93%) mewn mis. YouTube oedd y gwasanaeth lle treuliodd plant y mwyaf o amser, cyfartaledd o 49 munud y dydd ar draws holl blant 8-14 oed yr astudiaeth, a chyfartaledd o 52 munud y dydd i'r rhai a'i defnyddiodd. Snapchat oedd yr ail o ran amser a dreuliwyd, cyfartaledd o 39 munud y dydd ar draws yr holl blant 8-14 oed, a chyfartaledd o 1 awr 27 munud y dydd ar gyfer y 44% o blant 8-14 oed a ymwelodd â'r gwasanaeth dros fis. Yn gyffredinol, roedd 41% (1 awr 28 munud) o gyfanswm yr amser a dreuliodd plant ar-lein ar y ddau wasanaeth hyn.

Ymwelwyd â gwasanaethau negeseuon a galwadau, gydag 88% o bobl 8-14 oed ar-lein yn ymweld ag o leiaf un gwasanaeth. WhatsApp yw'r gwasanaeth negeseuon a galwadau yr ymwelir â nhw fwyaf (69%), gydag ymwelwyr ar gyfartaledd yn ymweld â'r gwasanaeth 16 gwaith y dydd ac yn treulio 29 munud y dydd ar gyfartaledd ar y gwasanaeth.

Mae gwasanaethau gemau a deallusrwydd artiffisial (AI) yn rhan amlwg o fywydau plant ar-lein. Roblox yw'r ap gemau yr ymwelir â nhw fwyaf, a ddefnyddir gan 58% o blant 8-14 oed ar-lein ar draws ffonau clyfar a thabledi. Treuliodd chwaraewyr plant 8-14 oed Roblox am 26 munud y dydd ar gyfartaledd ar yr ap gemau. Ymwelodd 55% o blant 8-14 oed ar-lein â gwasanaeth AI annibynnol mewn mis. ChatGPT (33%) yw'r gwasanaeth AI yr ymwelir â hi fwyaf ymhlith pobl ifanc 8-14 oed. Mae'r gyfran sy'n ymweld yn cynyddu gydag oedran, gyda thua hanner (48%) o bobl 13-14 oed yn ymweld â ChatGPT, ac yna 35% o 10-12 oed a 16% o 8-9 oed. Ar gyfartaledd, ymwelodd defnyddiwr ChatGPT 8-14 oed â'r gwasanaeth 45 gwaith yn ystod y mis, gyda hyd ymweliad sengl cyfartalog o ddwy funud, gan dreulio 1 awr 3 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth mewn mis.

Y dirwedd ar-lein i blant

Amser a dreulir ar-lein

Treuliodd plant wyth i naw oed bron i 3 awr y dydd ar-lein ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, gan gynyddu i dros 4 awr i blant 13-14 oed

Canfu ein hastudiaeth fod defnyddwyr rhyngrwyd 8-14 oed yn treulio 3 awr 36 munud y dydd ar-lein ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron. Plant wyth a naw oed treuliodd y lleiaf o amser ar-lein y dydd, gyda chyfartaledd o 2 awr 53 munud, gan godi gydag oedran i 3 awr 34 munud i blant 10-12 oed, ac i 4 awr 19 munud y dydd i bobl ifanc 13-14 oed. Mewn ymchwil ar wahân a gynhaliwyd gan Ipsos iris, canfuwyd bod pobl ifanc 15-17 oed wedi treulio 6 awr 20 munud y dydd ar gyfartaledd ym mis Mai 2025.²

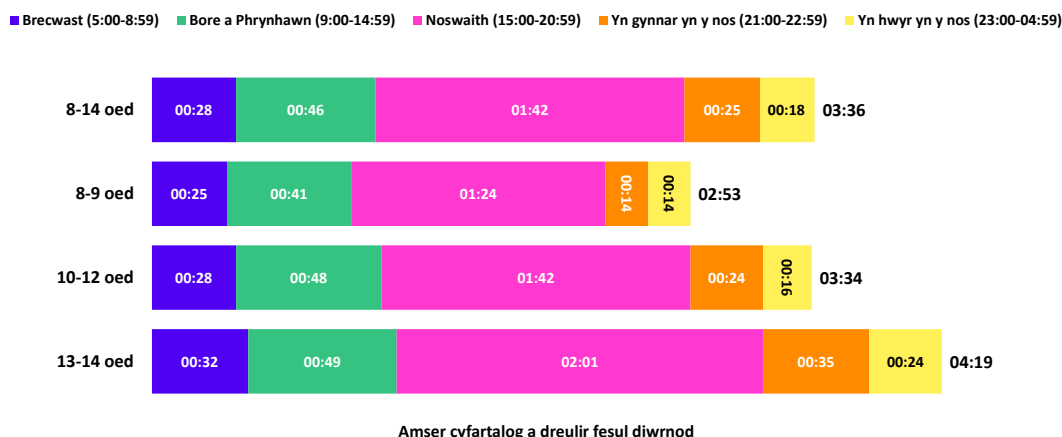
Roedd gwahaniaethau sylweddol yn yr amser dyddiol a dreuliwyd ar-lein rhwng defnyddwyr rhyngrwyd ysgafnach a thrymach. Ymhlith plant 8-14 oed oedd ar-lein, treuliodd plant yn y chwarter isaf 51 munud y dydd ar-lein ar gyfartaledd, o'i gymharu â 6 awr 42 munud y dydd ymhlith plant yn y chwarter uchaf.³ Gwelwyd y patrwm hwn ar draws grwpiau oedran: ymhlith plant 8-9 oed, treuliodd defnyddwyr chwarter isaf 42 munud y dydd o'i gymharu â 5 awr ymhlith defnyddwyr chwarter uchaf; ymhlith plant 10-12 oed, 58 munud o'i gymharu â 6 awr 59 munud; ac ymhlith pobl ifanc 13-14 oed, 52 munud o'i gymharu â 6 awr 56 munud y dydd.

Ar gyfartaledd, roedd bron i hanner (47%) o'r amser a dreuliwyd ar-lein y dydd gan blant 8-14 oed yn ystod y cyfnod gyda'r nos (15:00-20:59) (1 awr 42 munud). Treuliodd plant 8-14 oed ar-lein 8% (18 munud y dydd ar gyfartaledd) o'u defnydd o'r rhyngrwyd yn ystod y cyfnod hwyr nos (23:00-04:59); Wrth i oedran gynyddu, mae'r amser cyfartalog a dreulir yn ystod y cyfnod hwyr yn y nos hefyd yn cynyddu, gyda phobl 8-9 oed yn treulio 14 munud ar-lein yn hwyr yn y nos, a phobl ifanc 13-14 oed yn treulio 24 munud (9%).

² Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfa Ar-lein Ipsos iris, Mai 2025, oedran: 15-17, DU, defnyddwyr y rhyngrwyd. Nodyn: Data personol a ddarperir gan Ipsos

³ Cafodd plant eu grwpio i chwarteri yn seiliedig ar gyfanswm eu hamser a dreuliwyd ar draws yr holl apiau a gwefannau a fesurwyd dros y cyfnod o 28 diwrnod. Mae 'defnyddwyr ysgafnach' yn cyfeirio at blant yn y chwarter isaf (25% isaf) yn ôl cyfanswm yr amser a dreuliwyd, tra bod 'defnyddwyr trymach' yn cyfeirio at blant yn y chwarter uchaf (25% uchaf)

Ffigur 1: Amser cyfartalog a dreuliwyd ar-lein ar ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, fesul plentyn ar-lein, y dydd: yn ôl oedran a rhan y dydd (oriau:munudau)



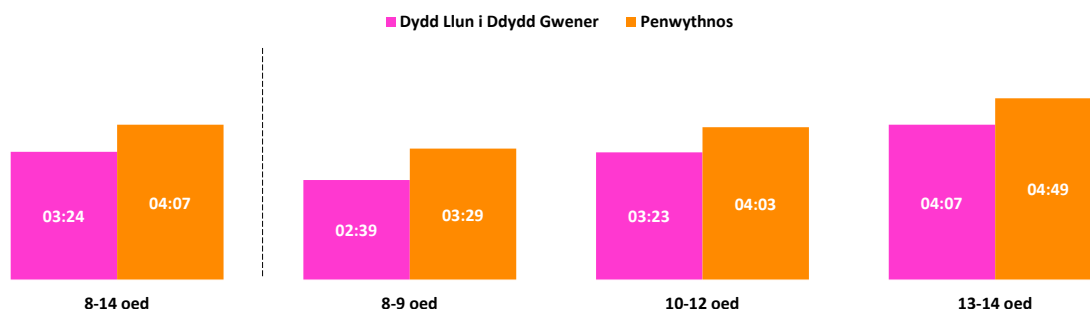
Nodyn: Defnydd wedi'i fesur ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, nid yw dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar wedi'u cynnwys. Oherwydd talgrynnu, gall cyfansymiau fod ychydig yn fwy/ys.

Treuliodd plant 8-14 oed bron i awr yn fwy y dydd ar-lein yn ystod y penwythnos o'i gymharu â'r wythnos

Canfu ein hastudiaeth fod plant 8-14 oed yn treulio 3 awr 24 munud y dydd ar-lein yn ystod diwrnod yr wythnos ond yn treulio 43 munud yn fwy yn ystod y penwythnos (4 awr 7 munud y dydd) ar ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron. Treuliodd bobl ifanc 13-14 oed 4 awr 49 munud ar-lein y dydd yn ystod y penwythnos, 42 munud ychwanegol o'i gymharu â dyddiau'r wythnos.

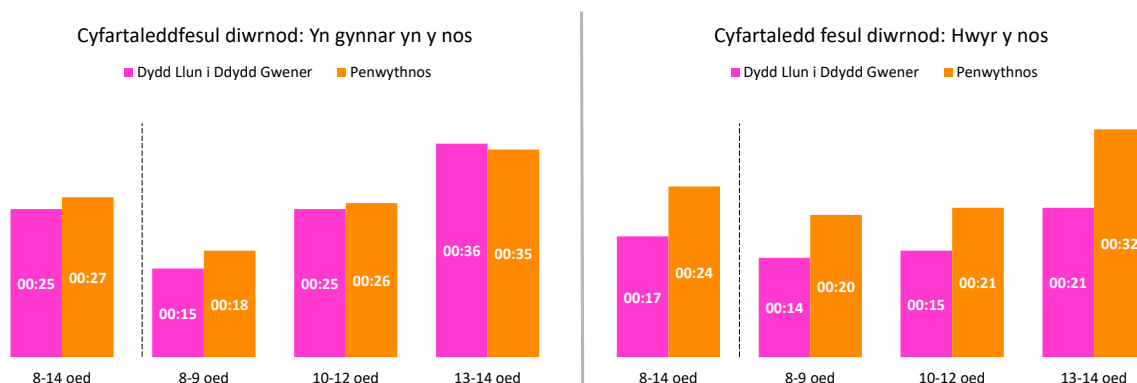
Roedd yr amser a dreuliwyd ar-lein yn ystod cyfnodau cynnar y nos (21:00-22:59) a hwyr yn y nos (23:00-04:59) ychydig yn uwch ar benwythnosau nag ar ddyddiau'r wythnos. Ymhlith plant 8-14 oed, cynyddodd defnydd cyfartalog yn gynnar yn y nos o 25 munud ar ddyddiau'r wythnos i 27 munud ar benwythnosau, tra bod defnydd cyfartalog yn hwyr yn y nos wedi cynyddu o 17 munud ar ddyddiau'r wythnos i 24 munud ar benwythnosau.

Ffigur 2: Amser cyfartalog a dreuliwyd ar-lein ar ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron fesul plentyn ar-lein, fesul dydd, yn ystod yr wythnos yn erbyn penwythnos, yn ôl oedran



Nodyn: Mesurwyd y defnydd ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, heb gynnwys dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar.

Ffigur 3: Amser cyfartalog a dreulir ar-lein ar ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, fesul plentyn ar-lein, y dydd yn gynnar yn y nos ac yn hwyr yn y nos: yn ôl oedran a diwrnod yr wythnos/penwythnos (oriau:munudau)

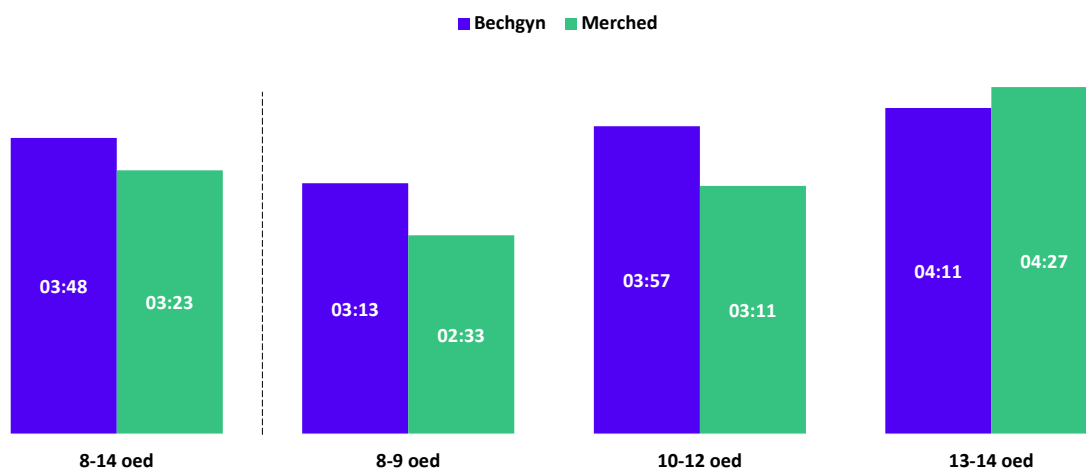


Nodyn: Defnydd wedi'i fesur ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, heb gynnwys dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar.

Treuliodd bechgyn 8–14 oed fwy o amser ar-lein na merched ar ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron

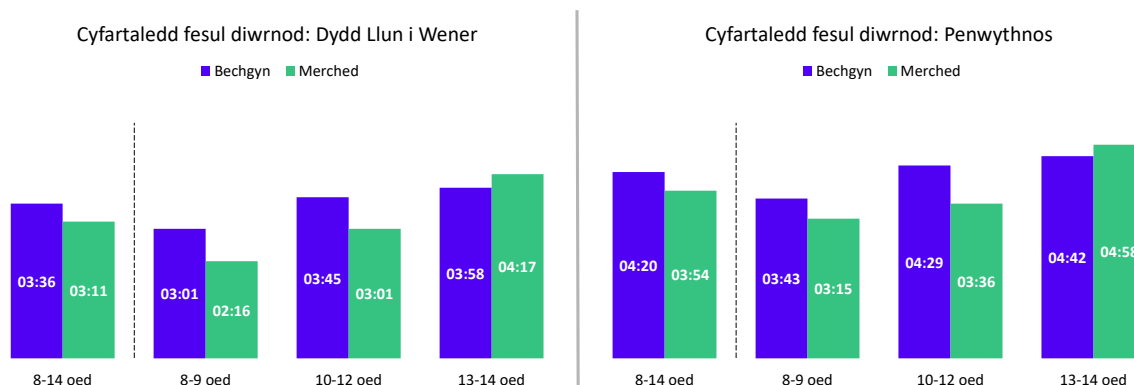
Canfu ein hastudiaeth fod bechgyn 8-14 oed ar gyfartaledd yn treulio 3 awr 48 munud y dydd ar-lein, 25 munud yn fwy na merched (3 awr 23 munud). Ymhlith yr oedrannau iau, roedd bechgyn yn treulio mwy o amser ar-lein fesul diwrnod na merched ar y dyfeisiau a fesurwyd. Mae'r patrwm hwn yn newid ar gyfer pobl ifanc, gyda merched 13-14 oed yn treulio ar gyfartaledd 16 munud yn fwy ar-lein y dydd na bechgyn. Gellir esbonio rhywfaint o'r newid hwn gan fod bechgyn hŷn yn symud i gonsolau gemau, nad oeddent wedi'u mesur fel rhan o'r astudiaeth hon. Mae ein [hymchwil agweddau a defnydd o gyfryngau](#) wedi canfod bod bechgyn 10 oed a hŷn yn fwy tebygol na merched o'r un oed o ddefnyddio consolau gemau, ac mae bechgyn yn y grŵp oedran hwn hefyd yn fwy tebygol o chwarae gemau ar-lein.

Ffigur 4: Amser cyfartalog a dreulir ar-lein ar ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, fesul plentyn ar-lein, fesul dydd, yn ôl rhyw



Nodyn: Defnydd wedi'i fesur ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, heb gynnwys dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar.

Ffigur 5: Amser cyfartalog a dreulir ar-lein ar ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, fesul plentyn ar-lein, y dydd, yn ystod yr wythnos o gymharu â'r penwythnos, yn ôl oedran a rhyw



Nodyn: Defnydd wedi'i fesur ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar heb eu cynnwys.

Mae dros hanner (55%) o gyfanswm yr amser a dreulir ar-lein gan blant 8-14 oed ar gyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau rhannu fideo – y mwyaf ar YouTube a Snapchat

Canfu ein hastudiaeth fod gwahaniaethau mawr yn yr amser a dreulir ar gyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau rhannu fideo rhwng defnyddwyr ysgafnach a thrwymach. Ymhlith plant 8-14 oed ar-lein, yr amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr ar gyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau rhannu fideo oedd 1 awr 59 munud y dydd. Roedd plant yn y 25% uchaf o ran amser a dreuliwyd - y defnyddwyr trymaf, ar-lein am gyfartaledd o 3 awr 57 munud y dydd ar gyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau rhannu fideo, tra bod y rhai yn y 25% isaf - y defnyddwyr ysgafnaf, yn treulio 15 munud y dydd ar gyfartaledd.

YouTube a Snapchat yw'r gwasanaethau mwyaf blaenllaw o ran yr amser a dreuliwyd. Gyda'i gilydd, roeddent yn cyfrif am 41% (1 awr 28 munud y dydd ar gyfartaledd) o gyfanswm yr amser a dreuliwyd gan blant 8-14 oed ar-lein – gweler Ffigur 6. Ar sail unigol, roedd YouTube yn cyfrif am 23% (49 munud) o'r amser cyfartalog a dreuliodd blant 8-14 oed ar-lein, ac yna Snapchat ar 18% (39 munud). Mae'r amser a dreulir ar Snapchat yn uchel, yn enwedig ymhlith pobl ifanc 13 a 14 oed, er nad yw Snapchat yn un o'r deg gwasanaeth mwyaf poblogaidd yn gyffredinol, gyda llai na hanner (44%) o blant 8-14 oed ar-lein yn ymweld â'r gwasanaeth (yn safle 13eg) (gweler y [gwasanaethau gorau yn ôl maint y gynulleidfa](#) a [gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideos](#) ar gyfer cyfrannau'r ymwelwyr a'r data amser a dreuliwyd). Dilynwyd YouTube a Snapchat gan wasanaeth negeseuon a galwadau WhatsApp (9%, 20 munud), yna TikTok (7%, 16 munud) a Roblox (7%, 15 munud). Ymhlith plant 8-14 oed, mae cyfran yr amser ar-lein ar YouTube a Roblox yn lleihau wrth i oedran gynyddu⁴, tra bod cyfran yr amser ar-lein ar Snapchat a TikTok yn cynyddu gydag oedran.⁵

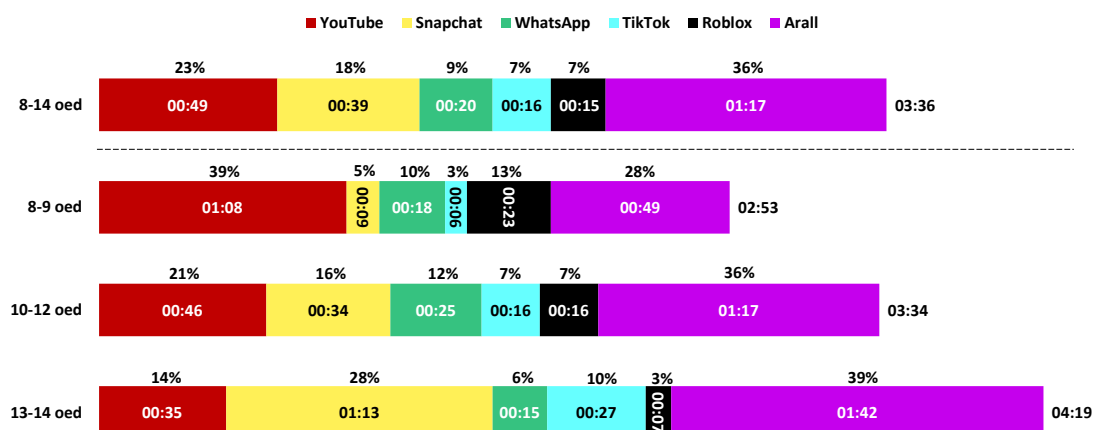
Canfu dadansoddiad o ddata 15-17 oed ar-lein gan Ipsos iris fod 28% o'r amser dyddiol cyfartalog a dreulir ar-lein (6 awr 20 munud) yn cael ei dreulio ar YouTube (1 awr 46 munud), ac yna 13% ar TikTok (50 munud); 9% Instagram (36 munud) a 9% ar Snapchat (35 munud).⁶

⁴ Nodyn: Ni fesurwyd y defnydd ar setiau teledu, gemau consol a defnydd seinyddion/arddangosfeydd clyfar.

⁵ Mae'r amser cyfartalog hwn yn seiliedig ar bob person ifanc 13-14 oed ar-lein, p'un a ydynt wedi ymweld â Snapchat ai peidio. Gweler Ffigur 11 ar gyfer yr amser cyfartalog a dreulir gan ddefnyddwyr y gwasanaeth.

⁶ Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfa Ar-lein, sefydliadau, amser ar ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron yn unig, Mai 2025, 15-17 oed, defnyddwyr rhyngwyrdd y DU. Mae eraill yn cynnwys gwasanaethau y tu allan i'r deg

Ffigur 6: Cyfran o'r amser cyfartalog a dreulir ar-lein y dydd gan blant ar-lein 8-14 oed, yn ôl gwasanaeth (oriau:munudau) ac oedran



Nodyn: Mesurir y defnydd ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, nid yw dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar wedi'u cynnwys. Mae'r amser cyfartalog yn ôl defnyddiwr y rhyngrwyd yn seiliedig ar yr holl blant 8-14 oed ar-lein p'un a ydynt wedi ymweld â'r gwasanaeth ai peidio.

Prif wasanaethau⁷ yn ôl maint gynulleidfa

Defnyddiwyd Google a YouTube sy'n eiddo i Alphabet gan bron pob plentyn 8-14 oed yn ystod mis

Dilynwyd hyn gan Facebook (gan gynnwys Messenger)⁸ a WhatsApp Meta. Y pedwar prif wasanaeth yr ymwelwyd â nhw gan blant yw'r pedwar prif wasanaeth yr ymwelwyd â nhw gan oedolion hefyd, fel y'u mesurwyd gan Ipsos iris.⁹ Fodd bynnag, yn wahanol i oedolion, mae Roblox, Apple Music, TikTok, a Temu yn ymddangos yn y deg uchaf ar-lein i blant 8-14 oed.

Ffigur 7: Y deg prif wasanaeth, yn ôl cyfran y plentyn 8-14 oed ar-lein a ymwelodd mewn mis

Safle	Gwasanaeth	Cyfran y plant 8-14 oed ar-lein a ymwelodd â'r gwasanaeth mewn mis	Amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr â'r gwasanaeth y dydd (oriau: munudau)
1	Google - Chwilio	94%	00:03
2	YouTube (gan gynnwys Plant)	93%	00:52

uchaf. Ni fesurir chwarae sain pan fydd ap Spotify ar gau yn cael ei fesur; dim ond defnydd o apiau blaendir sy'n cael ei fesur.

⁷ Ymweliadau trwy wefan neu ap. Mae ein hadroddiad Agweddau a Defnydd o Gyfryngau Plant a Rhieni yn cynnwys trosolwg eang o ddefnydd ar-lein hunan-adroddwyd gan blant.

⁸ Mae Facebook (gan gynnwys Messenger) yn cynnwys ymweliadau ag unrhyw un o'r gwasanaethau canlynol: gwefan Facebook, ap Facebook neu ap Messenger.

⁹ Cyfran o ymwelwyr sy'n oedolion ar-lein yn y DU ym mis Tachwedd 2025: Google 99%, YouTube 94%, Facebook & Messenger 94% a WhatsApp 91%. Ffynhonnell: Gwasanaeth mesur ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, defnyddwyr y rhyngrwyd 18+ oed, DU.

Safle	Gwasanaeth	Cyfran y plant 8-14 oed ar-lein a ymwelodd â'r gwasanaeth mewn mis	Amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr â'r gwasanaeth y dydd (oriau: munudau)
3	Facebook (gan gynnwys Messenger)	80%	00:08
4	WhatsApp	69%	00:29
5	TikTok	65%	00:25
6	Roblox	59%	00:26
7	Apple Music	57%	00:03
8	Amazon	51%	00:02
9	Instagram	49%	00:13
10	Temu	45%	<00:01

Nodyn: Defnydd wedi'i fesur ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a siaradwyr clyfar heb eu cynnwys. Efallai nad oes gan ymwelwyr ag Apple Music danysgrifiad Apple Music ac efallai y byddant yn defnyddio'r gwasanaeth i gael mynediad at gynnwys wedi'i lawrlwytho a gwrandao ar weld y cynnwys hwn all-lein. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr.

Apiau gorau yn ôl maint y gynulleidfa¹⁰

Ymwelodd defnyddwyr ffôn clyfar a/neu dabled 8-14 oed â chyfartaledd o 28 ap mewn mis

Canfu ein hastudiaeth fod y rhan fwyaf (95%) o'r amser a dreuliwyd ar-lein gan blant 8-14 oed ar apiau. Treuliodd plant 8-14 oed ar gyfartaledd 3 awr 25 munud o'u hamser rhyngrwyd trwy apiau o'i gymharu â 10 munud trwy wefannau'r dydd. Ymwelodd defnyddwyr ffôn clyfar a/neu dabled 8-14 oed gyfartaledd o 28 ap mewn mis. Wrth i oedran plant gynyddu, felly hefyd y nifer cyfartalog o apiau y maent yn ymweld â nhw mewn mis. Ar gyfartaledd, ymwelodd plant 8-9 oed â 22 ap, plant 10-12 oed â 29 ap a phobl ifanc 13-14 oed â 34 ap. Ar gyfer pobl ifanc 15-17 oed mae'r ffigwr yn neidio i 41 yn ôl data gan Ipsos iris, yn unol â'r 42 ap yr ymwelwyd â nhw gan oedolion 18 oed a throsodd o fewn mis.¹¹

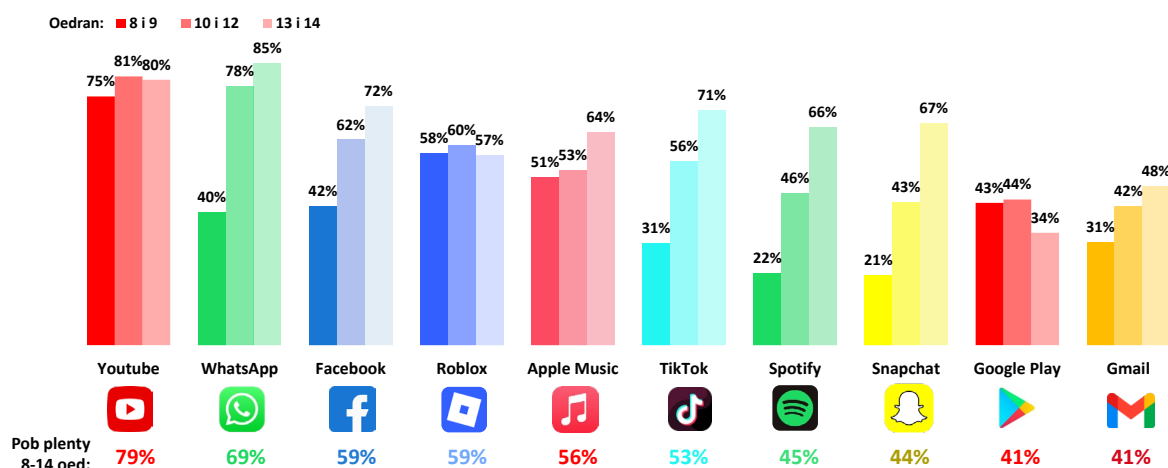
YouTube yw'r ap yr ymwelwyd â mwyaf

Canfu ein hastudiaeth fod 79% o blant 8-14 oed ar-lein wedi ymweld â'r ap YouTube mewn mis. YouTube oedd yr ap yr ymwelwyd â hi fwyaf ymhlith plant 8-9 oed (75%) a 10-12 oed (81%), ac yn ail ymhlith pobl ifanc 13-14 oed (80%). Ap WhatsApp (85%) oedd â'r gyfran fwyaf o ymwelwyr ymhlith pobl ifanc 13-14 oed ac roedd yn ail ar gyfer plant 10-12 oed ar-lein (78%). Roedd Roblox (59%) yn bedwerydd o ran maint y gynulleidfa ymhlith 8-14 oed, ac yn ail ymhlith plant 8-9 oed (58%).

¹⁰ Ffôn clyfar neu dabled gan ddefnyddio sylfaen: 687.

¹¹ Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfa Ar-lein Ipsos iris, ap, unrhyw ddyfais, Mai 2025, defnyddwyr rhyngrwyd y DU. Nodyn: Data personol wedi'i darperir gan Ipsos.

Ffigur 8: Y deg ap uchaf yn ôl cyfran y plant 8-14 oed ar-lein a ymwelodd mewn mis, yn ôl oedran



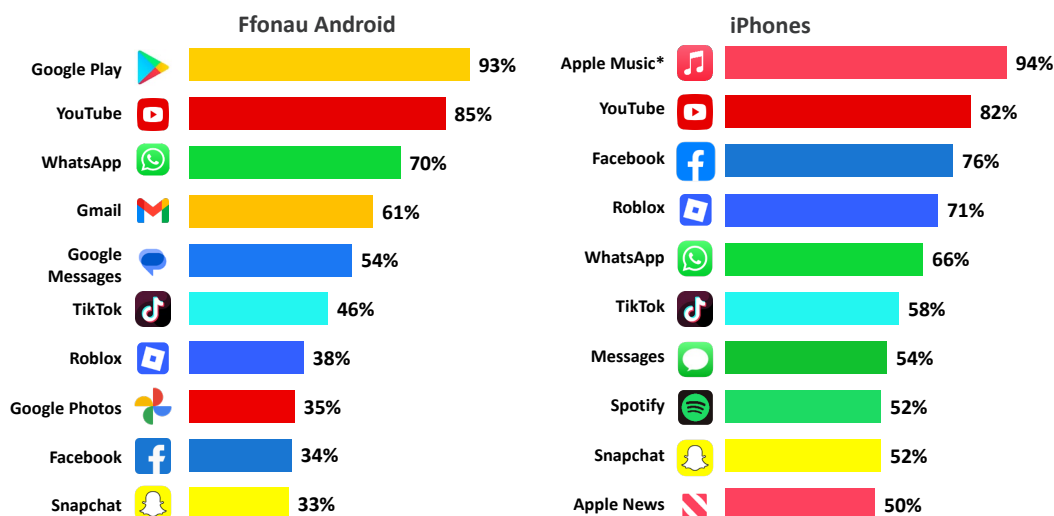
Nodyn: Defnydd wedi'i fesur ar draws ffonau clyfar a thabledi, nid yw dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar wedi'u cynnwys. Efallai nad oes gan ymwelwyr â'r ap Apple Music danysgrifiad Apple Music ac efallai eu bod yn defnyddio'r ap i gael mynediad at gynnwys wedi'i lawrlwytho a gwrando ar/gweld y cynnwys hwn all-lein. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr.

Mae apiau Facebook a Roblox yn cael eu defnyddio'n fwy eang ymhlith defnyddwyr iPhone o'i gymharu â defnyddwyr ffôn Android

Canfu ein hastudiaeth fod gwahaniaeth nodedig yn yr apiau ffôn clyfar ac ymweld â nhw fwyaf eang wrth gymharu ffonau Android ag iPhones. Mae Facebook a Roblox yn ymddangos yn y deg uchaf ar gyfer defnyddwyr Android ac iPhone 8-14 oed, fodd bynnag, mae'r apiau hyn yn cael eu defnyddio'n eang gan ddefnyddwyr iPhone o'i gymharu ag Android, ymwelodd 76% a 71% o ddefnyddwyr iPhone â Facebook a Roblox yn y drefn honno, tra bod 34% a 38% yn gwneud yr un peth ar ffonau Android. Mae pump o'r deg prif ap Android yn eiddo i Alphabet (Google Play, YouTube, Gmail, Google Messages, Google Photos). Apple Music ac Apple News oedd yr unig ddau ap Apple yn y deg ap uchaf iPhone.

Google Play (marchnad ddigidol Google sy'n cynnig apiau, gemau, llyfrau a ffilmiau), oedd yr ap yr ymwelwyd â hi fwyaf (93%) ar ffonau Android. Yn gyffredinol, ymwelodd 43% o blant 8-14 oed ar-lein â siop Google Play ar ffôn clyfar, tabled a chyfrifiadur, gan dreulio 22 munud ar gyfartaledd yn y siop mewn mis. Mewn cymhariaeth, ymwelodd 1% o ddefnyddwyr iPhone 8-14 oed â siop apiau Apple, marchnad ddigidol ar gyfer lawrlwytho apiau ar ddyfeisiau Apple. Yn gyffredinol, ymwelodd 2% o blant 8-14 oed â Apple App Store ar ffôn clyfar, tabled neu gyfrifiadur, gan dreulio 6 munud ar gyfartaledd yn y siop mewn mis.

Ffigur 9: Deg ap ffôn clyfar gorau, ffonau Android yn erbyn iPhones, yn seiliedig ar gyfran o gyfanswm bydysawd apiau ffôn clyfar a ddewiswyd: plant 8-14 oed (mewn mis)



Nodyn: *Efallai nad oed gan ymwelwyr ag ap Apple Music danystrgrifiad i Apple Music ac efallai eu bod yn defnyddio'r ap i gael mynediad at gynnwys wedi'i lawrlwytho a gwrando ar/gweld y cynnwys hwn all-lein. Sylfaen: Ffôn Android: 238; iPhone 283. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr.

Sectorau ar-lein

Cyflwyniad

Mae'r bennod hon yn archwilio'r gwasanaethau y mae plant yn ymweld â nhw a'r amser a dreulir arnynt yn ôl sector. Y sectorau ar-lein a archwiliwyd yw: cyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau rhannu fideo; negeseuon a galwadau; chwilio; AI; e-bost; gemau; pêl-droed; addysg; a manwerthu.

Cyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau rhannu fideos

Treuliodd plant 8-14 oed ar-lein bron i 2 awr ar gyfartaledd ar gyfryngau cymdeithasol neu wasanaethau rhannu fideo y dydd

Canfu ein hastudiaeth fod bron pob plentyn 8-14 oed ar-lein yn ymweld â phlatformau cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideo: ymwelodd 97% o blant 8-9 oed, 99% o blant 10-12 oed a 98% o bobl ifanc 13-14 oed gyfryngau cymdeithasol neu wasanaeth rhannu fideo. Treuliodd plant 8-14 oed ar-lein 1 awr 58 munud ar gyfartaledd ar gyfryngau cymdeithasol neu wasanaethau rhannu fideos y dydd, gyda'r amser a threulwyr ar y gwasanaethau hyn yn cynyddu gydag oedran: treuliodd plant 8-12 oed ar-lein 1 awr 42 munud y dydd ar gyfartaledd tra bod pobl ifanc 13-14 oed yn treulio 2 awr 38 munud.

Treuliodd ymwelwyr Snapchat ar gyfartaledd 1 awr 27 munud ar y gwasanaeth y dydd

Yn gyffredinol, canfu ein hastudiaeth fod 44% o blant 8-14 oed ar-lein wedi ymweld â Snapchat, gyda phob un (44%) yn ymweld yn benodol â'r ap Snapchat sy'n dangos mai plant sy'n ymgysylltu'n weithredol â'r gwasanaeth ac nid yn unig yn llywio i'r wefan ar hap ond heb fynd ymhellach na mewngofnodi. Mae Ffigur 10 yn cynnwys cyfran y plant sy'n ymweld â'r gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol (gwefan neu ap) ac yn cynnwys y gyfran a ymwelodd â fersiwn ap y gwasanaeth.

Mae'r rhan fwyaf o ymwelwyr Snapchat yn defnyddio Snapchat bob dydd, gyda 35% o'r holl blant 8-14 ar-lein yn ymweld â'r gwasanaeth y dydd. Mewn cymhariaeth, ymwelodd 62% â YouTube y dydd, 39% Facebook (gan gynnwys Messenger), 31% TikTok a 20% Instagram.

Ar gyfartaledd, ymwelodd defnyddiwr Snapchat 8-14 oed â'r gwasanaeth 688 o weithiau yn ystod y mis - 25 gwaith y diwrnod. Ymwelodd defnyddwyr YouTube â'r wefan hon ar gyfartaledd 244 gwaith yn y mis; TikTok 189; Instagram 140; a Facebook (gan gynnwys Messenger) 105 gwaith.

Treuliodd ymwelwyr Snapchat 8-14 oed 1 awr 27 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth y dydd. Roedd yr amser a dreuliwyd y dydd ar ei uchaf ymhlith pobl ifanc 13-14, gyda 67% o bobl ifanc 13-14 oed ar-lein yn ymweld â Snapchat mewn mis ac yn treulio 1 awr 49 munud y dydd ar gyfartaledd ar y gwasanaeth.¹²

¹² Mae'r amser cyfartalog hwn yn seiliedig ar y rhai a ymwelodd â Snapchat yn unig. Gweler Ffigur 6 ar gyfer yr amser cyfartalog a dreuliwyd gan yr holl ddefnyddwyr rhyngwyd p'un a oeddent yn ymweld â Snapchat ai peidio.

Roedd gwahaniaeth bach yn y safle ymhlith pobl ifanc 15-17 oed, gyda data Ipsos iris yn canfod, ymhlith pobl ifanc 15-17 oed ar-lein, fod LinkedIn a Quora yn 9fed a 10fed safle, gyda 41% a 22% yn ymweld â nhw yn y drefn honno, gyda Twitch a Nextdoor ddim ymhell ar ei hôl hi yn y safleoedd, gyda 14% a 12% o bobl 15-17 ar-lein yn ymweld â'r gwasanaethau yn y drefn honno.¹³ Canfu ein hastudiaeth fod 4% o blant 8-14 oed ar-lein wedi ymweld â LinkedIn.

Ffigur 10: Y deg prif wasanaethau cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideo yn ôl cyfran y plant 8-14 oed ar-lein a ymwelodd mewn mis

Oedran:	Cyfran yr ymweliadau mewn mis (gwefan neu ap)				Cyfran yr ymweliadau mewn mis (ap yn unig)				Cyfran yr ymwelwyr ym mis Tachwedd 2025 (gwefan neu ap)*
	8-14 oed	8-9 oed	10-12 oed	13-14 oed	8-14 oed	8-9 oed	10-12 oed	13-14 oed	15-17 oed
YouTube	93%	91%	94%	95%	79%	75%	81%	80%	97%
Facebook (gan gynnwys Messenger)	80%	71%	80%	87%	62%	47%	65%	74%	92%
TikTok	65%	43%	69%	80%	53%	31%	56%	71%	79%
Instagram	49%	30%	47%	69%	39%	21%	37%	60%	91%
Snapchat	44%	22%	43%	67%	44%	21%	43%	67%	73%
Reddit	27%	12%	25%	44%	4%	1%	2%	10%	71%
Pinterest	27%	11%	28%	39%	22%	7%	23%	35%	41%
X	15%	9%	15%	22%	8%	3%	9%	10%	45%
Nextdoor	9%	1%	7%	19%	8%	<1%	7%	19%	12%
Twitch1	5%	1%	4%	10%	4%	<1%	3%	8%	14%

Ffynhonnell: Astudiaeth Mesur oddefol ar-lein Plant Ofcom, oedran: 8-14 defnyddwyr rhyngrwyd, gwaith maes Hydref 2025 – Mawrth 2026, cwblhaodd pob panelydd 28 diwrnod yn olynol o astudio. Sylfaen 701. *Ipsos, gwasanaeth mesur ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, defnyddwyr rhyngrwyd 15-17 oed, y DU. Nodyn data 8-14 oed: Amser cyfartalog y dydd wedi'i gyfrifo gan ddefnyddio cyfanswm yr amser a dreuliwyd dros 28 diwrnod wedi'i rannu â 28 diwrnod. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr.¹ Mae Twitch yn cael ei gyrchu'n bennaf o gyfrifiadur/gliniadur, dim ond 50 o gyfrifiaduron/gliniaduron a fesurwyd yn yr astudiaeth hon. Mesurwyd y defnydd ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, heb gynnwys dyfeisiau eraill fel setiau teledu a chonsolau gemau. Mae YouTube yn cynnwys YouTube Kids.

¹³ Ipsos, gwasanaeth mesur ar-lein iris Ipsos, Tachwedd 2025, defnyddwyr y rhyngrwyd 15-17 oed, y DU.

Treuliodd defnyddwyr trwm Snapchat dros bedair awr y dydd ar y gwasanaeth

Mae cymharu'r amser a dreuliwyd gan ddefnyddwyr trwm o gyfryngau cymdeithasol (25% uchaf yn ôl cyfanswm yr amser a dreuliwyd) â defnyddwyr ysgafn (25% isaf) yn tynnu sylw at yr amrywiaeth enfawr yn nefnydd plant. Ymhlith defnyddwyr Snapchat, treuliodd plant yn y chwarter uchaf, ar gyfartaledd, 4 awr 12 munud y dydd ar y gwasanaeth, o'i gymharu ag 1 munud y dydd ymhlith defnyddwyr chwarter isaf. Gwelwyd patrwm tebyg ar gyfer YouTube, lle treuliodd defnyddwyr y chwarter uchaf gyfartaledd o 2 awr 38 munud y dydd, o'i gymharu ag 1 munud y dydd ymhlith plant yn y chwarter defnydd isaf. Gwelwyd gwahaniaethau mawr hefyd ar gyfer Facebook (gan gynnwys Messenger): roedd defnyddwyr chwarter uchaf yn treulio tua 30 munud y dydd ar y plattfform, tra bod gan ddefnyddwyr chwarter isaf llai na munud y dydd. Ymddangosodd patrymau tebyg ar gyfer TikTok ac Instagram. Roedd defnyddwyr TikTok yn chwarter uchaf ar gyfartaledd 1 awr a 31 munud y dydd, o'i gymharu â llai na munud ymhlith y chwarter isaf, tra bod defnydd Instagram yn 47 munud y dydd ar gyfer y chwarter uchaf eto o'i gymharu â llai na munud ar gyfer y chwarter isaf.

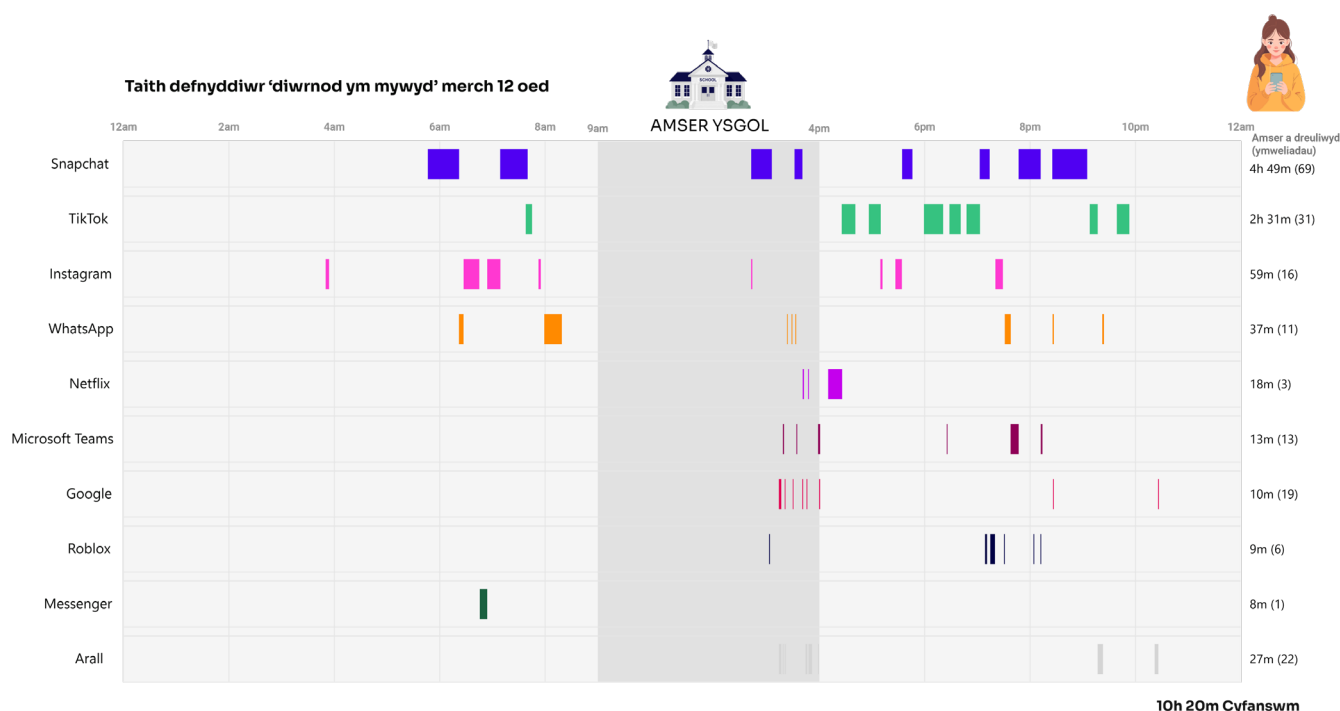
Ffigur 11: Amser cyfartalog a dreulir bob dydd ar draws mis i'r deg gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideo mwyaf poblogaidd yn ôl cyfran y plant 8-14 oed ar-lein a ymwelodd mewn mis

	Amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr â'r gwasanaeth bob dydd (oriau:munudau)				Amser cyfartalog a dreulir bob dydd chwarter isaf o ymwelwyr (oriau:munudau)	Amser cyfartalog a dreulir bob dydd chwarter uchaf yr ymwelwyr (oriau:munudau)	Amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr â'r gwasanaeth bob dydd (oriau:munudau)
Oedran:	8-14 oed	8-9 oed	10-12 oed	13-14 oed	8-14 oed	8-14 oed	15-17 oed*
YouTube	00:52	01:15	00:49	00:37	00:01	02:38	01:29
Facebook (gan gynnwys Messenger)	00:08	00:10	00:10	00:04	<00:01	00:30	00:13
TikTok	00:25	00:14	00:23	00:34	<00:01	01:31	00:58
Instagram	00:13	00:03	00:08	00:21	<00:01	00:47	00:42
Snapchat	01:27	00:42	01:19	01:49	00:01	04:12	00:45
Reddit	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	00:01	00:04
Pinterest	00:04	00:01	00:05	00:05	<00:01	00:15	00:02
X	00:07	<00:01	00:03	00:12	<00:01	00:27	00:07
Nextdoor	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	<00:01	00:01	<00:01
Twitch1	00:01	<00:01	<00:01	00:01	<00:01	00:03	00:04

*Ffynhonnell: Astudiaeth Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant Ofcom, oedran: defnyddwyr rhyngwryd 8-14 oed, gwaith maes Hydref 2025 – Mawrth 2026, cwblhaodd pob panelwr 28 diwrnod yn olynol o astudio. *Ipsos, gwasanaeth mesur ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, defnyddwyr rhyngwryd 15-17 oed, DU. Nodyn data 8-14 oed: Amser cyfartalog a dreulir y dydd wedi'i rannu â 28 diwrnod. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr. Mae'r amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr â'r gwasanaeth yn seiliedig ar y rhai a ymwelodd â'r gwasanaeth yn unig. ¹Mae Twitch yw cael ei gyrchu'n bennaf drwy gyfrifiadur/gliniadur, dim ond 50 o gyfrifiaduron/gliniaduron a fesurwyd yn yr astudiaeth hon. Nodyn 15-17 oed: Yr amser cyfartalog a dreulir yw'r amser a dreulir y dydd wedi'i gyfrifo gan rannu'r amser cyfartalog a dreulir fesul ymwelydd ym mis Tachwedd 2025 â 30 diwrnod. Y ddwy ffynhonnell: Lle mae <00:01 yn y tabl mae hyn yn cyfateb i lai na 30 eiliad. Defnydd wedi'i fesur ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, nid yw dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar wedi'u cynnwys.*

Mae Ffigur 11 yn gynrychiolaeth weledol o ddefnydd plentyn 12 oed o ffôn clyfar dros 24 awr ar ddydd Mawrth 14 Hydref 2025. Roedd y paneliwr hwn yn y chwarter uchaf (25%) o blant, yn ôl cyfanswm yr amser a dreuliwyd ar gyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau negeseuon. Ar y diwrnod hwn, ymwelodd y plentyn â Snapchat fwy na 60 gwaith, gan dreulio bron i 5 awr ar draws sawl sesiwn. Ymwelwyd â TikTok dros 25 gwaith, gyda chyfanswm amser a dreuliwyd o tua 2 awr 30 munud, tra bod Instagram dros 15 gwaith, gan gyfrif am oddeutu awr o ddefnydd. Defnyddiwyd gwasanaethau negeseuon yn aml hefyd: ymwelwyd â WhatsApp ddeng gwaith (37 munud yn gyfan gwbl) a chafodd Facebook (gan gynnwys Messenger) ei gyrchu sawl gwaith, gan gyfrannu tua 10 munud o gyfanswm defnydd y dydd. Yn ogystal, gwnaeth y plentyn sawl ymweliad â Netflix, Roblox, Spotify, a Google Search, pob un yn cyfrannu ychydig o amser trwy gydol y dydd.

Ffigur 12: Taith defnyddiwr 'diwrnod ym mywyd': Defnydd ffôn clyfar un paneliwr dros 24 awr, merch 12 oed ddydd Mawrth 14 Hydref 2025



Nodyn: Ni fesurir defnydd Netflix tra yn y modd llun-mewn-llun.

Ymwelodd naw deg saith y cant o blant 8-12 oed ag o leiaf un o'r pum gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideo mwyaf poblogaidd mewn mis, er gwaethaf y gofyniad oedran o 13+

Er bod gan y mwyafrif o wasanaethau cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideo isafswm gofyniad oedran o 13+, canfu ein hastudiaeth fod 97% o blant 8-12 oed ar-lein wedi ymweld ag o leiaf un o'r canlynol: YouTube (ac eithrio YouTube Kids), Facebook (gan gynnwys Messenger), TikTok, Instagram a Snapchat.

YouTube (ac eithrio Kids) yw'r cyfryngau cymdeithasol neu wasanaeth rhannu fideo a ymwelir ag ef fwyaf ymhlith plant 8-12 oed ar-lein, gyda 90% yn ymweld ag ef, gan dreulio 55 munud y dydd ar gyfartaledd arno.¹⁴ Ymwelodd cyfran lawer llai (14%) o blant 8-12 oed â YouTube Kids, gwasanaeth

¹⁴ Rhaid i ddefnyddwyr fod o leiaf 13 oed i ddefnyddio YouTube. Gall pobl dan 13 oed ddefnyddio YouTube trwy gyfrif dan oruchwyliaeth (gyda chaniatâd rhieni). Nid yw'r astudiaeth hon yn gallu sefydlu i ba raddau yr oedd pobl dan 13 oed yn cyrchu YouTube trwy eu cyfrifon eu hunain neu gyfrif dan oruchwyliaeth.

YouTube yn benodol ar gyfer plant 12 oed ac iau, gan dreulio ar gyfartaledd 30 munud y dydd ar y gwasanaeth.

Nid yw ein hymchwil yn cynnwys gwylio ar set deledu. Mae data gan Barb¹⁵ wedi canfod bod plant 8-17 oed wedi treulio cyfartaledd dyddiol o 29 munud yn gwylio YouTube ar set deledu yn 2025.

Roedd yr amser gwylio ar ei uchaf ymhlith y grwpiau ieuengaf ac yn gostwng yn raddol gydag oedran: ar gyfartaledd roedd pobl ifanc 8-9 oed yn gwylio am 39 munud, pobl ifanc 10-12 oed am 35 munud, pobl ifanc 13-14-oed-am 25 munud, a phobl ifanc 15-17 oed am 18 munud.¹⁶

Er bod gan y cyfryngau cymdeithasol eraill a gwasanaethau rhannu fideo yn y deg uchaf isafswm oedran o 13 oed, mae gan Nextdoor, gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol sydd wedi'i gynllunio i gysylltu trigolion â chymdogion a busnesau lleol, isafswm gofyniad oedran o 18+ yn y DU. Canfu ein hastudiaeth fod 9% o blant 8-14 oed ar-lein, y nawfed gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideo yr ymwelwyd â mwyaf.

Ffigur 13: Cyfran y plant 8-12 oed sy'n ymweld mewn mis â gwasanaethau chyfryngau cymdeithasol a rhannu fideo gydag isafswm gofyniad oedran o 13

Gwasanaeth	Cyfran y plentyn 8-12 oed ar-lein sy'n ymweld mewn mis	Amser cyfartalog a dreulir fesul ymwelydd y dydd (oriau:munudau)	Amser cyfartalog y dydd gan chwarterl isaf yr ymwelwyr (oriau:munudau)	Amser cyfartalog a dreulir y dydd gan chwarterl uchaf o ymwelwyr (oriau:munudau)	Cyfran y plant 8-12 oed sy'n ymweld drwy'r ap mewn mis
	(Gwefan neu ap)				(Ap yn unig)
YouTube (ac eithrio Plant)	90%	00:55	00:01	02:40	79%
Facebook (gan gynnwys Messenger)	76%	00:10	<00:01	00:37	58%
TikTok	59%	00:20	<00:01	01:13	46%
Instagram	40%	00:07	<00:01	00:25	30%
Snapchat	35%	01:10	00:01	03:24	34%
Reddit	20%	<00:01	<00:01	00:01	2%
Pinterest	21%	00:04	<00:01	00:14	17%
X	12%	00:03	<00:01	00:09	6%

Nodyn: Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'u cynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sydd wedi'u rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn nifer yr ymwelwyr. Cyfrifir yr amser cyfartalog y dydd gan ddefnyddio cyfanswm yr amser a dreulir dros 28 diwrnod wedi'i rannu â 28 diwrnod. Lle mae <00:01 yn y tabl mae hyn yn cyfateb i lai na 30 eiliad. Sylfaen: 701

¹⁵ Barb Audiences Ltd yw sefydliad swyddogol y DU ar gyfer mesur cynulleidfaoedd gwylio teledu a fideo ar draws platfformau darlledu ac ar-alw.

¹⁶ Barb fel y'i gwyliwyd, gwylio YouTube trwy set deledu wedi'i chysylltu â rhwydwaith wi-fi cartref yn unig.

Wyth y cant o amser plant 8-14 oed ar YouTube rhwng 11pm a 5am

Canfu ein hastudiaeth fod bron i hanner (49%) o blant 8-14 oed ar-lein wedi ymweld â YouTube o leiaf unwaith ar draws y mis yn ystod y cyfnod hwyr y nos (23:00-04:59), ac ar gyfartaledd roeddent yn ymweld â'r gwasanaeth 21 gwaith yn ystod y mis, yn ystod y cyfnod hwn. Ymhlith ymwelwyr YouTube (93% o'r holl rai 8-14 oed ar-lein), ar gyfartaledd treuliyd 4 munud (8%) o'u cyfanswm amser YouTube dyddiol (52 munud) yn ystod y cyfnod hwyr y nos.

Ymwelodd tri deg pedwar y cant o blant 8-14 oed ar-lein â Snapchat o leiaf unwaith yn y mis yn ystod y cyfnod hwyr yn y nos (23:00-04:59); ar gyfartaledd, ymwelsant â'r gwasanaeth 54 gwaith yn ystod y mis yn y cyfnod hwn. Ymhlith ymwelwyr Snapchat (44% o'r holl blant 8-14 oed ar-lein), treuliyd 6 munud (7%) o gyfanswm eu hamser Snapchat dyddiol (1 awr 27 munud) ar gyfartaledd yn ystod y cyfnod hwyr yn y nos.

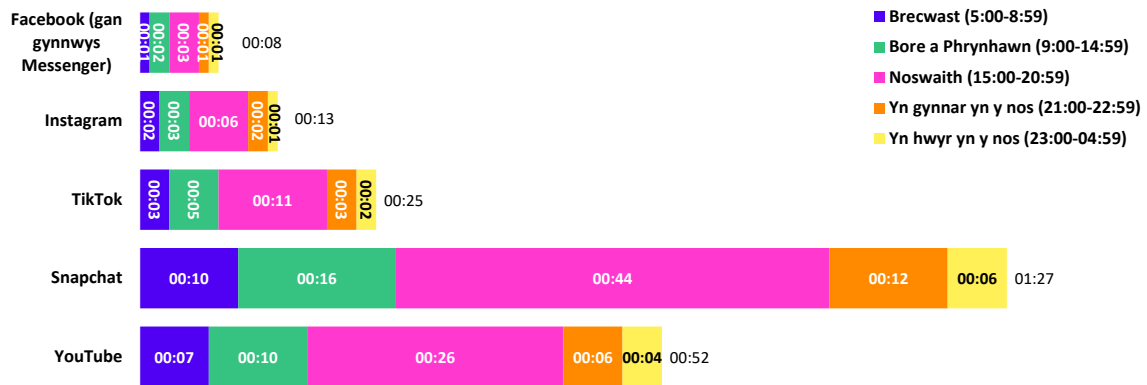
Yr amser mwyaf cyffredin i blant 8-14 oed ymweld â'r pum gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol mwyaf poblogaidd oedd gyda'r nos (15:00-20:59).

Ffigur 14: Cyfran yr ymwelwyr 8-14 oed ar-lein a nifer yr ymweliadau mewn mis, yn ôl diwrnod

Gwasanaeth	Pobl ifanc 8-14 oed ar-lein		Nifer cyfartalog yr ymweliadau dros fis ar gyfer plant sy'n ymweld â phob gwasanaeth yn ôl dydd,	
	Cyfran sy'n gwneud ymweliadau yn gynnar yn y nos (21:00-22:59)	Cyfran sy'n gwneud ymweliadau hwyr yn y nos (23:00-04:59)	Yn gynnar gyda'r nos (21:00-22:59)	Yn hwyr yn y nos (23:00-04:59)
Facebook (gan gynnwys Messenger)	52%	36%	15	12
Instagram	27%	21%	31	18
Snapchat	37%	34%	104	54
TikTok	41%	31%	41	29
YouTube	72%	49%	33	21

Nodyn: Cyfran sy'n gwneud ymweliadau yn seiliedig ar banelydd yn ymweld â'r gwasanaeth o leiaf unwaith yn ystod y dydd mewn mis. Dim ond ymhlith y rhai a ymwelodd â'r gwasanaeth yn ystod y diwrnod penodol o leiaf unwaith yn y mis y mae nifer cyfartalog yr ymweliadau. Mesurir y defnydd ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, nid yw dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar wedi'u cynnwys.

Ffigur 15: Amser cyfartalog a dreulir y dydd gan ymwelwyr 8-14 oed i'r pum gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideo mwyaf poblogaidd, yn ôl cyfnodau penodol y dydd



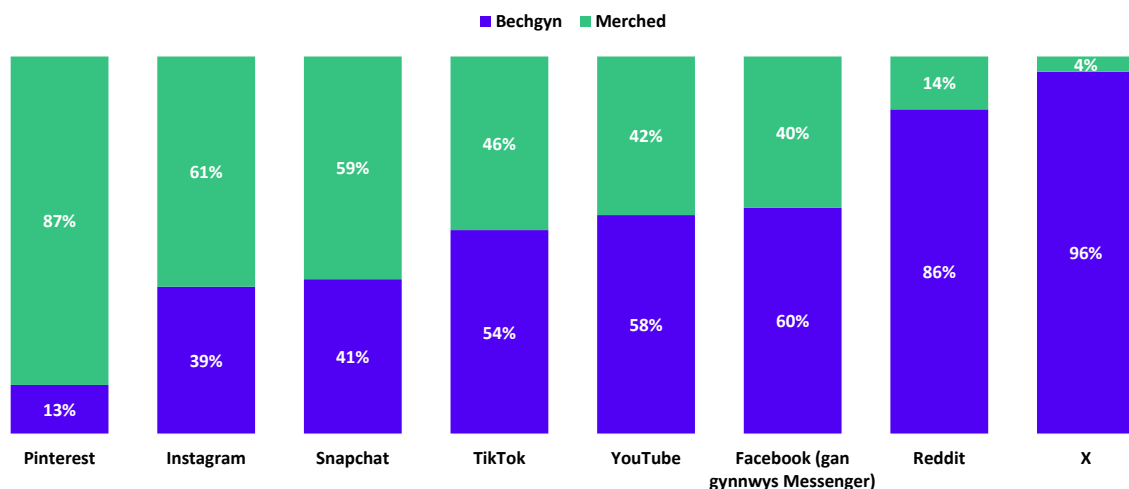
Amser cyfartalog a dreuliwyd

Nodyn: Cyfrifir yr amser cyfartalog a dreulir y dydd gan ddefnyddio cyfanswm yr amser a dreulir fesul ymwelydd dros 28 diwrnod wedi'i rannu â 28 diwrnod. Cyfrifir y cyfartaledd yn seiliedig ar ymwelwyr a gafodd fynediad at y gwasanaeth penodedig yn ystod y mis yn unig; nid yw pob ymwelydd gwasanaeth o reidrwydd wedi defnyddio'r gwasanaeth o fewn y diwrnod a ddewiswyd. Mesurir y defnydd ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar heb eu cynnwys. Oherwydd talgrynnu, gall cyfansymiau fod yn +/- 1 munud.

Mae merched 8-14 oed yn treulio llawer mwy o amser na bechgyn ar Pinterest ac Instagram; mae bechgyn yn treulio llawer mwy o amser ar X a Reddit

Er bod 19% o fechgyn 8-14 oed yn ein hastudiaeth yn ymweld â X, ac ar gyfartaledd yn treulio 10 munud y dydd ar y gwasanaeth, dim ond 11% o ferched 8-14 oed a ymwelodd ag ef, gan dreulio cyfartaledd o un funud y dydd. Dilynodd ymweliadau â Pinterest ymhlith ein panelwyr y patrwm cyferbyniol, gyda 38% o ferched 8-14 oed yn treulio 6 munud y dydd ar y gwasanaeth, o'i gymharu â 16% o'r bechgyn 8-14 oed yn ein hastudiaeth yn treulio 2 funud y dydd ar gyfartaledd.

Ffigur 16: Cyfran o gyfanswm yr amser a dreulir gan blant 8-14 oed mewn mis ar gyfryngau cymdeithasol a gwasanaethau rhannu fideo dethol, yn ôl rhyw



Nodyn: Defnydd wedi'i fesur ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron, dyfeisiau eraill fel setiau teledu, consolau gemau a seinyddion clyfar heb eu cynnwys.

Negeseuon a galwadau

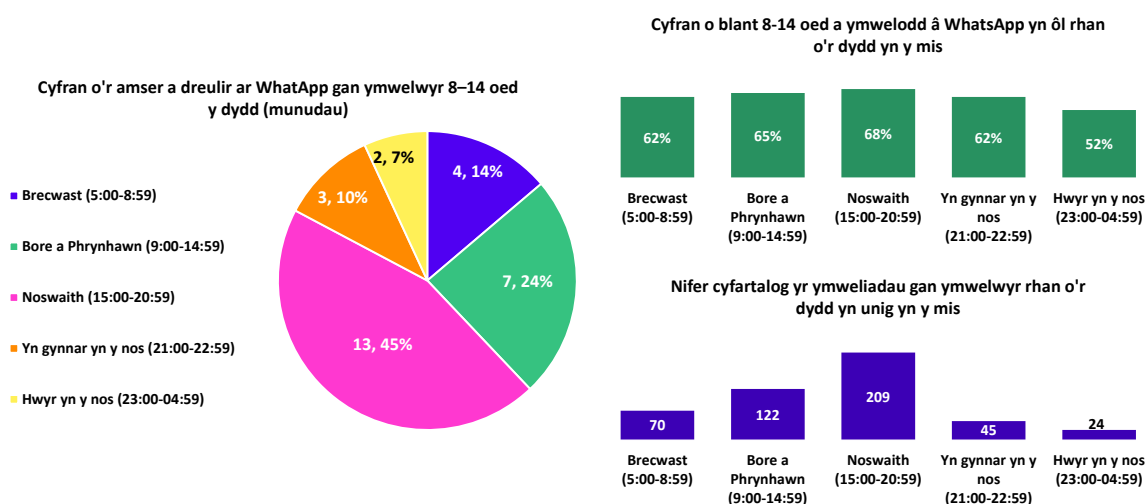
Treuliodd ymwelwyr WhatsApp 8-14 oed gyfartaledd o 29 munud y dydd ar y gwasanaeth

Ymwelodd wyth deg wyth y cant o blant 8-14 oed ar-lein â gwasanaeth negeseuon a galwadau mewn mis; ymwelodd 69% â WhatsApp. Wrth i oedran gynyddu, mae cyfran y panelwyr a ymwelodd â WhatsApp yn cynyddu: 8-9 oed (40%), 10-12 oed (78%) a 13-14 oed (85%). Ar adeg yr astudiaeth¹⁷ gofyniad isafswm oedran WhatsApp oedd 13, er bod 63% o bobl 8-12 oed wedi ymweld â'r gwasanaeth mewn mis.

Roedd pum deg saith y cant o blant 8-14 oed yn ymweld â WhatsApp y dydd: 28% o blant 8-9 oed, 65% o blant 10-12 oed, a 72% o blant 13-14 oed. Ar gyfartaledd, roedd ymwelwyr WhatsApp 8-14 oed yn ymweld â'r gwasanaeth 16 gwaith y dydd a threulio 29 munud arno'r dydd. Ymwelodd defnyddwyr WhatsApp 13-14 oed â'r gwasanaeth 13 gwaith y dydd (8-9 oed: 17, 10-12 oed: 17), gyda merched 13-14 oed yn ymweld ar gyfartaledd 13 gwaith a bechgyn 13-14 oed yn ymweld 12 gwaith.

Ymwelodd pum deg dau y cant o blant 8-14 oed ar-lein â WhatsApp o leiaf unwaith dros y mis yn ystod y cyfnod hwyr nos (23:00-04:59); ar gyfartaledd, ymwelsant â'r gwasanaeth 24 gwaith yn ystod y mis (unwaith y dydd ar gyfartaledd) yn y cyfnod hwn. Ymhlith yr holl ymwelwyr WhatsApp (69% o blant 8-14 oed ar-lein), treuliwyd 2 funud (7%) o'u hamser WhatsApp dyddiol (cyfanswm: 29 munud) ar gyfartaledd yn ystod y cyfnod hwyr yn y nos. Treuliodd y chwarter uchaf o ymwelwyr WhatsApp ar gyfartaledd 1 awr 28 munud y dydd ar y gwasanaeth (41 awr 6 munud y mis), o'i gymharu â 2 funud y dydd ymhlith defnyddwyr chwarter isaf (43 munud y mis).

Ffigur 17: Defnydd plant 8-14 oed ar-lein o WhatsApp



Nodyn: Mae'r gyfran yn seiliedig ar ymwelwyr yn mynd i'r gwasanaeth o leiaf unwaith yn ystod rhan o'r dydd mewn mis. Dim ond ymhlith y rhai a ymwelodd â'r gwasanaeth yn ystod y rhan benodol o'r dydd o leiaf unwaith yn y mis y mae nifer cyfartalog yr ymweliadau. Cyfrifir yr amser cyfartalog a dreulir fesul ymwelydd dros 28 diwrnod wedi'i rannu â 28 diwrnod. Cyfrifir y cyfartaledd yn seiliedig ar ymwelwyr a gafodd fynediad at WhatsApp yn ystod y mis yn unig; nid oedd pob ymwelydd gwasanaeth o reidrwydd yn defnyddio'r gwasanaeth o fewn y diwrnod a ddewiswyd.

Ymwelodd un deg chwech y cant o bobl 8-14 ar-lein â Discord dros fis, gan ei osod yn bumed o ran cyfran plant 8-14 oed sy'n ymweld ag ef. Fodd bynnag, o fewn y deg uchaf roedd Discord yn ail o ran

¹⁷ O fis Mawrth 2026, mae WhatsApp yn cyflwyno [cyfrifon 'a reolir gan rieni'](#) ar gyfer defnyddwyr dan 13 oed, gan ganiatáu i rieni reoli rhestrau cyswllt a monitro gweithgaredd.

nifer yr ymweliadau fesul ymwelydd, gyda chyfartaledd 9 gwaith y dydd ymhlith yr ymwelwyr 8-14 oed. Treuliodd defnyddwyr chwarter uchaf Discord (28 o blant o fewn ein panel) 29 awr 48 munud y mis (1 awr 4 munud y dydd), o'i gymharu â 2 funud y mis ymhlith y chwarter isaf.

Ymwelodd 10% o blant 8-14 oed â Telegram, er gwaethaf gofyniad isafswm oedran o 18.¹⁸ Mae ymwelwyr Telegram ychydig yn fwy gwrywaidd; mae 59% o ymwelwyr 8-14 oed Telegram yn fechgyn (41% yn ferched). Ymwelodd y rhan fwyaf o ymwelwyr Telegram 8-14 oed â WhatsApp hefyd, gyda 70% o ymwelwyr Telegram yn ymweld â WhatsApp yn ystod y mis. Treuliodd defnyddwyr chwarter uchaf Telegram 4 awr 37 munud ar y gwasanaeth y mis o'i gymharu ag ychydig llai na munud ymhlith y chwarter isaf.

Mae plant hefyd yn defnyddio gwasanaethau eraill sydd â swyddogaethau negeseuon. Er enghraifft, ymwelodd 18% o blant 8-14 oed ar-lein â Life360, ap ar gyfer lleoli teulu sy'n caniatáu i ddefnyddwyr rannu eu lleoliad gydag aelodau o'r teulu a ffrindiau ac sy'n cynnwys nodwedd negeseuon grŵp. Caniateir i blant o dan 13 oed ddefnyddio Life360 gyda chaniatâd eu rhieni/gwarcheidwad.¹⁹ Roedd ymweliad uchaf ymhlith pobl ifanc 13-14 oed ar-lein (26%), o'i gymharu â 15% o bobl 8-12 oed ar-lein.

¹⁸ Telegram, [Telerau Gwasanaeth](#), cyrchwyd 8 Ebrill 2026

¹⁹ Telerau Gwasanaeth Life360, [Life360](#), 11 Rhagfyr 2025

Ffigur 18: Y deg gwasanaeth negeseuon a galwadau mwyaf poblogaidd yn ôl cyfran y plant 8-14 oed ar-lein sy'n ymweld mewn mis

Gwasanaeth	Plant 8-14 oed			Pobl ifanc 15-17 oed*	
	Cyfran yr ymweliadau mewn mis	Amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr â'r gwasanaeth mewn mis (oriau:munudau)	Nifer cyfartalog yr ymweliadau fesul ymwelydd mewn mis	Cyfran yr ymwelwyr ym mis Tachwedd 2025	Amser cyfartalog a dreuliwyd gan ymwelwyr â'r gwasanaeth ym mis Tachwedd 2025 (oriau:munudau)
WhatsApp	69%	13:36	440	91%	05:39
Negeseuon	32%	00:06	4	-	-
Ap Facebook Messenger	19%	00:40	35	42%	02:14
Ap Google Messages	23%	00:14	30	21%	00:52
Discord	16%	07:49	261	42%	08:15
Microsoft Teams	11%	00:59	33	36%	01:06
Telegram	10%	01:17	41	8%	00:31
Google phone	9%	01:31	144	-	-
Zoom	7%	01:03	21	16%	00:38
Google Meet	4%	00:10	5	7%	00:59

*Ffynhonnell: Astudiaeth Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant Ofcom, oedran: 8-14 defnyddwyr rhyngwyd, gwaith maes Hydref 2025 – Mawrth 2026, cwblhaodd pob panelwr 28 diwrnod yn olynol o astudiaeth. *Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfa Ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, oedran: 15-17 defnyddwyr rhyngwyd, y DU. Nodyn: Gellir cyrchu gwasanaeth negeseuon Facebook trwy'r prif blatfform Facebook ac nid yw'n cael ei gyfrif yma. Nid yw'r defnydd o ap Microsoft Teams wedi'i fesur. Mae swyddogaeth negeseuon hefyd ar gael ar wefannau aml-wasanaeth fel gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol, sy'n cynnwys swyddogaethau negeseuon a galwadau fel rhan o'u cynnig cyffredinol e.e. sgwrsio Snapchat a negeseuon uniongyrchol Instagram. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr. Nid yw'r astudiaeth hon ac Ipsos iris yn gallu mesur y defnydd o wasanaethau negeseuon o fewn safleoedd. Nid yw Ipsos iris yn cynnwys Negeseuon a Google Phone fel rhan o'i fesuriad.*

Chwilio

Ymwelodd bron pob un (96%) o blant 8-14 oed â gwasanaeth chwilio

Canfu ein hastudiaeth fod 94% o blant 8-14 oed ar-lein wedi ymweld â Google search. Ar gyfartaledd, ymwelodd defnyddiwr Google search 8-14 oed â'r gwasanaeth 145 gwaith yn ystod y mis, gan dreulio 1 awr 31 munud yn y mis ar y gwasanaeth (sy'n cyfateb i tua 5 ymweliad a 3 munud y dydd).

Treuliodd y 25% uchaf o ymwelwyr Google Search 8-14 oed ar-lein lawer mwy o amser ar y gwasanaeth na'r rhai yn y chwarterel isaf. Treuliodd ymwelwyr y chwarterel uchaf ar gyfartaledd 4 awr 16 munud dros fis (tua 9 munud y dydd), o'i gymharu â dim ond 2 funud dros fis ymhlith yr ymwelwyr chwarterel isaf. Er bod yr amser a dreulir yn is yn gyffredinol ar wasanaethau chwilio eraill, mae patrwm tebyg yn amlwg. Er enghraifft, treuliodd defnyddwyr Bing chwarterel uchaf tua 29 munud y mis o'i gymharu â llai na munud ymhlith defnyddwyr chwarterel isaf.

Ffigur 19: Y pum gwasanaeth chwilio mwyaf poblogaidd yn ôl cyfran y plant 8-14 oed ar-lein a ymwelodd â'r gwasanaethau

Gwasanaeth chwilio	Cyfran y plant 8-14 oed ar-lein sy'n ymweld â'r gwasanaeth mewn mis	Nifer cyfartalog yr ymweliadau gan ymwelwyr 8-14 oed â'r gwasanaeth mewn mis	Amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr 8-14 gwasanaeth mewn mis (oriau:munudau)	Cyfran y bobl ifanc 15-17 oed ar-lein sy'n ymweld ym mis Tachwedd 2025*
Google Search	94%	145	01:31	98%
Bing	28%	13	00:06	35%
Yandex	13%	17	00:06	3%
Yahoo	6%	7	00:02	4%
DuckDuck Go	2%	77	00:14	3%

*Ffynhonnell: Astudiaeth Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant Ofcom, oedran: defnyddwyr rhyngrwyd 8-14 oed, gwaith maes Hydref 2025 – Mawrth 2026, cwblhaodd pob paneliwr 28 diwrnod yn olynol o astudiaeth. *Ipsos, gwasanaeth mesur ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, defnyddwyr y rhyngrwyd 15-17 oed, y DU. Nodyn: Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'u cynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr.*

Deallusrwydd artiffisial (AI)²⁰

Ymwelodd dros hanner y plant 8-14 oed â gwasanaeth AI mewn mis

Canfu ein hastudiaeth fod 55% o blant 8-14 oed ar-lein wedi ymweld â gwasanaeth AI annibynnol mewn mis: 40% o blant 8-9 oed, 54% o blant 10-12 oed a 72% o bobl ifanc 13-14 oed. ChatGPT²¹ oedd y gwasanaeth AI yr ymwelwyd â hi fwyaf (33%) ymhlith plant 8-14 oed - ymwelwyd â nhw gan

²⁰ Ni ellir adrodd ar swyddogaethau a chrynodebau AI sydd wedi'u hadeiladu mewn i wasanaethau presennol e.e. Snapchat, My AI, Meta AI neu Google Search Gemini drwy'r astudiaeth hon.

²¹ Gwefan neu ap yn unig. Nid yw'n cynnwys ChatGPT sydd ar gael fel ategiad ar wasanaethau eraill.

48% o bobl ifanc 13-14, 35% o blant 10-12 oed a 16% o blant 8-9 oed mewn mis. Canfu data gan Ipsos iris fod 60% o bobl ifanc 15-17 oed ar-lein²² a 31% o oedolion ar-lein wedi ymweld â ChatGPT ym mis Tachwedd 2025.²³

Ar gyfartaledd, ymwelodd defnyddiwr ChatGPT 8-14 oed yn ein hastudiaeth â'r gwasanaeth 45 gwaith yn ystod y mis, gyda hyd un ymweliad cyfartalog o ddau funud, gan dreulio 1 awr 3 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth mewn mis. Treuliodd defnyddwyr ChatGPT yn y chwarter uchaf 3 awr 54 munud y mis (tua 8 munud y dydd), o'i gymharu â llai na munud y mis ymhlith defnyddwyr y chwarter isaf. Ar ôl ChatGPT mae cynffon hir o wasanaethau AI, pob un wedi'i ymweld â 7% neu lai gan blant 8-14 oed ar-lein.

Mae rhai gwasanaethau'n gweithredu fel gwasanaethau bot cymeriad AI, lle gall defnyddwyr ymgysylltu mewn rhyngwaith testun a sain gyda chymeriadau rhithwir. Mae PolyBuzz a Character AI yn enghreifftiau o wasanaethau o'r fath, ill dau wedi'u rhestru o fewn y deg gwasanaeth AI mwyaf poblogaidd ymhlith plant 8-14 oed. Roedd Character AI yn cael ei restru fel y 7fed gwasanaeth AI yr ymwelwyd â hi uchaf, yr ymwelwyd â 2% o'r plant 8-14 oed ar-lein yn ein hastudiaeth. Ar gyfartaledd, ymwelodd ymwelwyr 8-14 oed â Character AI â'r gwasanaeth 16 diwrnod dros fis, ar gyfartaledd 6 munud o amser a dreuliwyd ar y gwasanaeth ar y diwrnodau yr ymwelwyd.

Ymwelodd 2% o'n panel 8-14 oed â PolyBuzz (yn 5ed) mewn mis. Mae Ffigur 20 yn gynrychiolaeth weledol o ddefnydd iPhone merch 13 oed ddydd Llun 27 Hydref 2025. Mae'r panelwr hwn yn defnyddio PolyBuzz, gan ymweld â'r gwasanaeth 32 gwaith yn ystod y dydd, yn gyntaf yn y bore ac yna eto gyda'r nos a'r nos. Treuliodd gyfanswm o 1 awr 38 munud ar y gwasanaeth ar y diwrnod hwn, cyfanswm o 11 awr a 46 munud yn ystod y mis, gan ymweld â'r gwasanaeth y rhan fwyaf o ddyddiau (24 allan o 28 diwrnod wedi'u cofnodi).

Ffigur 20: Defnydd ffôn clyfar un panelydd dros 24 awr, merch 13 oed ddydd Llun 27 Hydref 2025



Nodyn: Ni fesurir chwarae sain pan fydd ap Spotify ar gau, dim ond amser defnyddio ap blaendir sy'n cael ei fesur.

²² Ipsos, gwasanaeth mesur ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, defnyddwyr y rhyngwyrdd 15-17 oed, y DU.

²³ Ipsos, gwasanaeth mesur ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, defnyddwyr y rhyngwyrdd 18+ oed, y DU.

Ffigur 21: Y deg gwasanaeth AI mwyaf poblogaidd yn ôl cyfran y plant 8-14 oed ar-lein sy'n ymweld mewn mis

Safle	Gwasanaeth AI	Cyfran yr ymweliadau mewn mis				Amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr â'r gwasanaeth yn ystod y mis (awr:munudau)	Cyfran yr ymwelwyr ym mis Tachwedd 2025*	Amser cyfartalog a dreuliwyd gan ymwelwyr â'r gwasanaeth ym mis Tachwedd 2025 (awr:munud)*
		8-14 oed	8-9 oed	10-12 oed	13-14 oed	8-14 oed	15-17 oed	15-17 oed
1	ChatGPT	33%	16%	35%	48%	01:03	60%	02:18
2	Microsoft Copilot	6%	4%	6%	9%	00:14	6%	00:43
3	AI Gallery	5%	7%	6%	2%	00:33	-	-
4	Google Gemini	5%	3%	5%	7%	00:03	11%	00:13
5	PolyBuzz	2%	1%	2%	4%	02:10	1%	07:19
6	Grok	2%	2%	3%	1%	00:22	2%	00:10
7	Character AI	2%	<1%	2%	3%	02:58	2%	02:56
8	Deepseek	1%	1%	2%	2%	01:57	4%	00:58
9	Perplexity	1%	1%	2%	1%	00:44	3%	00:26
10	DeepAI	1%	1%	<1%	2%	00:01	<1%	00:01

*Ffynhonnell: Astudiaeth Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant Ofcom, oedran: defnyddwyr rhyngrwyd 8-14 oed, gwaith maes Hydref 2025 – Mawrth 2026, cwblhaodd pob panelwr 28 diwrnod yn olynol o astudiaeth. *Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfa Ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, oedran: 15-17 defnyddiwr rhyngrwyd, y DU. Ni ellir adrodd ar swyddogaethau AI a chrynodebau sydd wedi'u hadeiladu mewn gwasanaethau presennol e.e. crynodebau Snapchat My AI, Meta AI, Grok on X neu Google Search Gemini, trwy'r astudiaeth hon. Mae <1% yn cyfateb i gyfran o ymwelwyr o dan 0.5%, mae llinellau byr yn golygu nad ymwelodd unrhyw blentyn yn ein hastudiaeth wedi ymweld â'r gwasanaeth ar y dyfeisiau wedi'u tracio neu ddim data adroddadwy o fewn Ipsos iris. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr.*

E-bost

Ymwelodd pum deg wyth y cant o blant 8-14 oed â gwasanaeth e-bost

Canfu ein hastudiaeth mai Google Gmail oedd y gwasanaeth e-bost mwyaf poblogaidd (43%) ymhlith plant 8-14 oed ar-lein mewn mis. Treuliodd ymwelwyr Gmail ar gyfartaledd 1 awr 14 munud mewn mis ar y gwasanaeth, o'i gymharu â 35 munud ar gyfer y 17% o blant 8-14 oed a ymwelodd â Microsoft Outlook.

Ffigur 22: Y pum gwasanaeth e-bost mwyaf poblogaeth yn ôl cyfran y plentyn 8-14 oed ar-lein sy'n ymweld mewn mis

Gwasanaeth	Cyfran y plant 8-14 oed ar-lein sy'n ymweld mewn mis	Cyfanswm nifer yr ymweliadau fesul ymwelydd 8-14 oed mewn mis	Cyfran y bobl ifanc 15-17 oed ar-lein sy'n ymweld ym mis Tachwedd 2025*
Gmail	43%	62	78%
Outlook	17%	29	65%
Spark Mail	4%	11	<1%
Yahoo Mail	2%	67	8%
Apple Mail	1%	31	1%

*Ffynhonnell: Astudiaeth Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant Ofcom, oedran: defnyddwyr rhyngwryd 8-14 oed, gwaith maes Hydref 2025 – Mawrth 2026, cwblhaodd pob panelwr 28 diwrnod yn olynol o astudiaeth. *Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfa Ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, oedran: 15-17 defnyddiwr rhyngwryd, y DU. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr.*

Gêmau

Mae'r adran ganlynol yn canolbwyntio'n bennaf ar ymweliadau ag ap gemau ar draws ffôn clyfar a thabled. Rydym yn cydnabod mai darlun rhannol y hwn o gemau ar-lein plant gan nad yw ein hastudiaeth yn cynnwys mesur consolau gemau (adroddodd 398 o rieni/gwarcheidwaid cyfreithiol fod y plentyn wedi defnyddio consol gemau), sy'n weithgaredd ar-lein allweddol i rai plant. [Mae ein hadroddiad Agweddau a Defnydd o Gyfryngau Plant a Rhieni](#) yn cynnwys trosolwg eang o ddefnydd ar-lein hunan-adroddedig plant, gan gynnwys ar gonsolau gemau.

Treuliodd chwaraewyr Roblox wyth i naw oed 40 munud y dydd ar yr ap ar draws ffôn clyfar a thabled

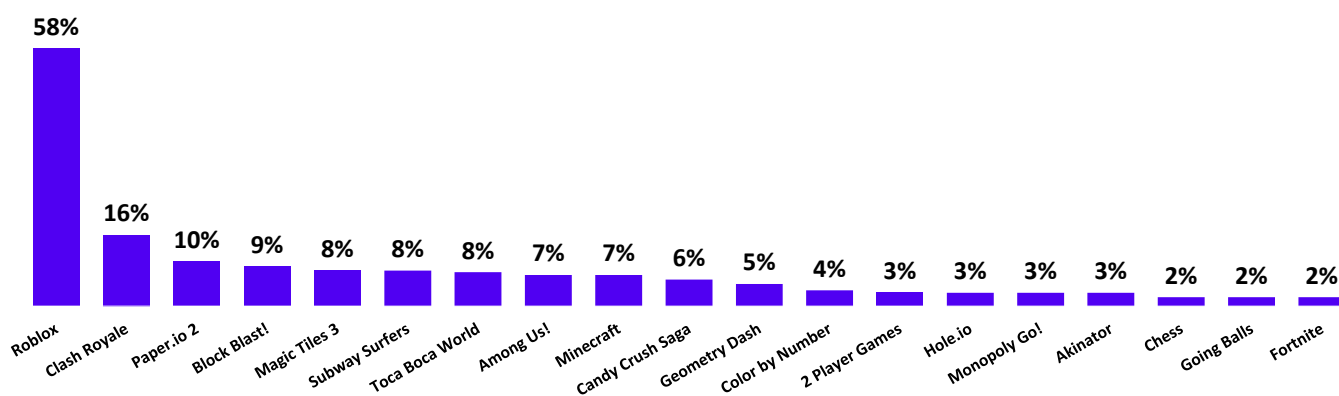
Ymhlith gwasanaethau gemau, Roblox oedd â'r gyfran uchaf ar gyfer pob un o'r tri grŵp oedran plant (8-9 oed: 58%, 10-12 oed: 60% a 13-14 oed: 57%). Treuliodd chwaraewyr Roblox 8-14 oed 26 munud ar gyfartaledd ar y gêm trwy'r ap y dydd. O'r rhain, treuliodd plant 8-9 oed y mwyaf o amser - 40 munud y dydd, ac yna 10-12 oed 27 munud a 13-14 oed 12 munud. Treuliodd chwaraewyr apiau 8-14 oed ar-lein yn y chwarter uchaf, ar gyfartaledd 1 awr a 19 munud y dydd ar yr ap Roblox (36 awr 48 munud y mis), o'i gymharu ag 1 munud y dydd ymhlith defnyddwyr chwarter isaf (22 munud y mis). Treuliodd bechgyn mwy o amser na merched ar yr ap (cyfartaledd o 34 munud o'i gymharu â 19 munud y dydd).

Ar ôl Roblox mae 'cynffon hir' o apiau gemau (gweler Ffigur 23). Clash Royale oedd yr ail ap gemau a ymwelwyd ag ef fwyaf, gyda 16% o blant 8-14 oed ar-lein yn ymweld â'r gwasanaeth. Roedd yn fwyaf poblogaidd ymhlith pobl ifanc 13-14 oed (25%) ac yna 10-12 oed (17%) ac 8-9 oed (5%). Roedd bechgyn wyth i bedair ar ddeg oed yn fwy tebygol na merched o ymweld â'r ap (28% o'i gymharu â 3%). Ar gyfartaledd, treuliodd ymwelwyr Clash Royale 8-14 oed 12 munud ar y gêm y dydd.

Fel gyda Roblox, roedd amrywiad mawr yn yr amser a dreuliwyd gan ddefnyddwyr trwm ac ysgafn o wasanaethau gemau. Ar Clash Royale, treuliodd chwaraewyr chwarterel uchaf gyfartaledd o 15 awr 52 munud y mis (34 munud y dydd), o'i gymharu ag 8 munud y mis ymhlith defnyddwyr chwarterel isaf; treuliodd chwaraewyr Minecraft chwarterel uchaf 14 awr 36 munud y mis (31 munud y dydd) o'i gymharu ag 1 munud y mis ymhlith defnyddwyr chwarterel isaf.

Roedd cyfansoddiad y deg ap gemau uchaf yn amrywio yn ôl grŵp oedran. Cafodd Color by Number a Hole.io eu rhestru ymhlith y deg ap gemau ar gyfer panelwyr 8-9 oed, a ymwelwyd â nhw gan 7% (9fed) a 6% (10fed) o'r rhai 8-9 oed yn y drefn honno. Roedd Geometry Dash yn safle 10fed ar gyfer plant 13-14 oed, gyda 5% o'r grŵp oedran hwn yn ymweld ag ef.

Ffigur 23: Yr ugain ap gemau gorau yn ôl cyfran o ymwelwyr 8-14 oed ar-lein mewn mis



Nodyn: Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr. Ddim yn cynnwys y defnydd o gonsol gemau.

Ymwelodd cyfran fach o blant hefyd â'r gwefannau neu'r apiau sy'n gysylltiedig â chonsolau gemau. Ymwelodd tri ar ddeg y cant o blant 8-14 oed ar-lein â gwefan neu ap Xbox, ymwelodd 9% â gwefan neu ap PlayStation, ymwelodd 4% â gwefan neu ap Nintendo ac ymwelodd 5% â gwefan neu ap Steam, neu wefan neu ap Epic Games, ar draws ffôn clyfar, tabled neu gyfrifiadur.

Ffigur 24: Y deg prif ap gemau yn ôl cyfran y plant 8-14 oed sy'n ymweld ar-lein mewn mis

Safle	Ap gemau	Cyfran yr ymweliadau mewn mis				Amser cyfartalog a dreulir gan ymwelwyr i'r gwasanaeth mewn mis (awr:munudau)	Cyfran yr ymwelwyr ym mis Tachwedd 2025*	Amser cyfartalog a dreuliwyd gan ymwelwyr â'r gwasanaeth ym mis Tachwedd 2025 (awr:munud)*
		8-14 oed	8-9 oed	10-12 oed	13-14 oed	8-14 oed	15-17 oed	15-17 oed
1	Roblox	58%	58%	60%	57%	12:18	15%	07:14
2	Clash Royale	16%	5%	17%	25%	05:33	8%	04:24
3	Paper.io 2	10%	11%	10%	8%	00:36	1%	00:07
4	Block Blast!	9%	8%	10%	9%	00:57	2%	01:24
5	Subway Surfers	8%	10%	8%	7%	00:42	2%	00:31
6	Magic Tile 3	8%	11%	7%	5%	00:24	1%	00:24
7	Toca Boca World	8%	11%	7%	5%	02:12	1%	00:51
8	Among Us!	7%	4%	8%	9%	00:37	2%	00:19
9	Minecraft	7%	8%	7%	5%	04:46	2%	02:00
10	Candy Crush Saga	6%	8%	6%	4%	05:05	1%	04:42

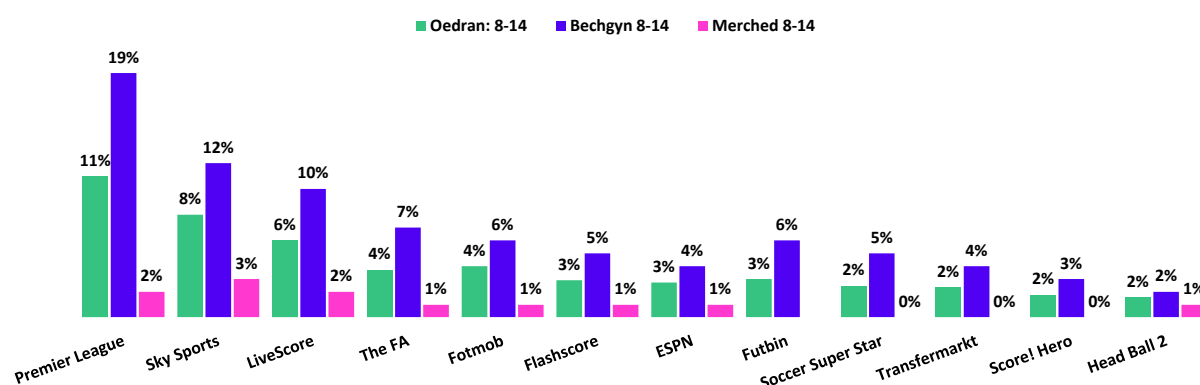
*Ffynhonnell: Astudiaeth Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant Ofcom, oedran: defnyddwyr rhyngrwyd 8-14 oed, gwaith maes Hydref 2025 – Mawrth 2026, cwblhaodd pob panelwr 28 diwrnod yn olynol o astudiaeth. *Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfya Ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, oedran: 15-17 defnyddwyr rhyngrwyd, y DU. Nodyn: Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr. Ddim yn cynnwys y defnydd o gonsol gemau.*

Pêl-droed

Mae ymwelwyr â gwasanaethau ar-lein sy'n gysylltiedig â pêl-droed, fel gemau neu newyddion pêl-droed, yn tueddu tuag at fechgyn

Yr Uwch Gynghrair oedd y gwasanaeth sy'n gysylltiedig â pêl-droed gyda'r gyfran uchaf o blant 8-14 oed ar-lein yn ein hastudiaeth yn ymweld ag ef mewn mis (9%), gyda'r rhan fwyaf o ymwelwyr yn fechgyn: 17% o'i gymharu ag 1% o ferched. Mae'r bechgyn 8-14 oed yn ymweld â'r Uwch Gynghrair ar gyfartaledd chwe diwrnod y mis, am gyfartaledd o 2 funud ar y dyddiau hyn.

Ffigur 25: Y prif wasanaethau sy'n gysylltiedig â pêl-droed, yn ôl cyfran y plant 8-14 oed ar-lein sy'n ymweld mewn mis ac yn ôl rhyw



Nodyn: Efallai nad yw ymwelwyr o reidrwydd wedi ymweld â Sky Sports neu ESPN am resymau sy'n gysylltiedig â pêl-droed gan fod y rhain yn ymdrin â newyddion ar amrywiaeth o chwaraeon. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr.

Addysg²⁴

Ymwelodd saith deg dau y cant o blant 8-14 oed â gwasanaeth sy'n gysylltiedig ag addysg mewn mis

Canfuwyd yn ein hastudiaeth mai Sparx, plattfform addysg ar-lein ar gyfer myfyrwyr uwchradd y DU (11-16 oed) sy'n canolbwyntio ar fathemateg, gwyddoniaeth a darllen, yw'r gwasanaeth addysg â'r sgôr uchaf yn ôl cyfran y panelwyr a ymwelodd: 21% o bobl 8-14 oed â'r gwasanaeth mewn mis. Ymwelodd 16%, 3% a 3% o blant 8-14 oed â gwasanaethau mathemateg, gwyddoniaeth a darllenwyr Sparx yn y drefn honno. Sparx oedd y gwasanaeth addysg â'r sgôr uchaf yn ôl cyfran yr ymwelwyr ar gyfer plant 10-12 oed (23%) a phobl ifanc 13-14 oed (36%) yn ein panel. Treuliodd ymwelwyr 8-14 oed Sparx 50 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth mewn mis, tra bod ymwelwyr Duolingo (15%) yn treulio 1 awr 47 munud ar gyfartaledd.

²⁴ Mesurwyd dyfeisiau sydd ar gael gartref yn yr astudiaeth, ond ni chaiff gwefannau ac apiau yr ymwelwyd â nhw ar ddyfeisiau ysgol eu cofnodi. Felly, efallai y byddem am ystyried ffigurau cyfran rhai gwasanaethau addysg fel amcangyfrifon a allai fod ar y terfyn isaf.

TT Rockstars, gwasanaeth sydd â'r nod o helpu plant gyda dysgu llusgi a rhannu, oedd y gwasanaeth addysg â'r safle uchaf o ran cyfran yr ymwelwyr ymhlith plant 8-9 oed ar-lein, a ymwelwyd â nhw gan 19% ohonynt, a dreuliodd 39 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth mewn mis.

Ffigur 26: Y deg gwasanaeth addysg uchaf yn ôl cyfran y plentyn 8-14 oed ar-lein sy'n ymweld mewn mis, yn ôl plant 8-14 oed

Safle yn ôl cyfran blant 8-14 oed sy'n ymweld	Gwasanaeth	Cyfran yr ymweliadau mewn mis			
		8-14 oed	8-9 oed	10-12 oed	13-14 oed
1	Sparx	21%	1%	23%	36%
2	Duolingo	15%	10%	16%	19%
3	Wicimedia*	13%	4%	17%	18%
4	Wikipedia*	12%	6%	12%	18%
5	Google Classroom	10%	4%	11%	15%
6	Gauth	9%	-	7%	19%
7	ClassCharts	8%	-	10%	14%
8	TT Rockstars	7%	19%	4%	2%
9	Seneca Learning	6%	1%	6%	11%
10	Blooket	5%	1%	7%	6%

Nodyn: - nid yw'n cynrychioli unrhyw ddata o'r astudiaeth. *Ymwelwyd â Wikimedia Foundation Inc., sy'n cynnwys Wicimedia a Wikimedia, gan 19% o blant 8-14 oed ar-lein yn y DU. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr.

Manwerthu

Ymwelodd wyth deg pedwar y cant o blant 8-14 oed â gwasanaeth manwerthu mewn mis

Amazon oedd y gwasanaeth manwerthu â'r safle uchaf (48%) yn ôl cyfran yr ymweliadau ar-lein plant 8-14-mlwydd oed mewn mis. Ymwelodd dau ddeg chwech y cant o blant 8-14 oed â Shein yn ystod y mis, gan dreulio 4 munud ar gyfartaledd ar y gwasanaeth y dydd, yr amser cyfartalog uchaf a dreuliwyd ar wasanaeth manwerthu ymhlith y deg prif wasanaeth.

Ffigur 30: Y deg gwasanaeth manwerthu mwyaf poblogaidd yn ôl cyfran plant 8-14 oed ar-lein sy'n ymweld mewn mis

Gwasanaeth	Cyfran yr ymweliadau mewn mis			Nifer cyfartalog yr ymweliadau gan ymwelwyr â'r gwasanaeth mewn mis	Cyfanswm nifer yr ymweliadau fesul ymwelydd 8-14 oed mewn mis
	8-14 oed	8-9 oed	10-12 oed	13-14 oed	8-14 oed
Amazon	48%	30%	52%	62%	39
Temu	45%	37%	46%	50%	12
Apple	43%	44%	37%	51%	8
Shein	26%	11%	27%	40%	71

Gwasanaeth	Cyfran yr ymweliadau mewn mis			Nifer cyfartalog yr ymweliadau gan ymwelwyr â'r gwasanaeth mewn mis	Cyfanswm nifer yr ymweliadau fesul ymwelydd 8-14 oed mewn mis
	8-14 oed	8-9 oed	10-12 oed	13-14 oed	8-14 oed
eBay	19%	6%	21%	27%	21
Vinted	15%	2%	11%	32%	50
Argos	10%	8%	11%	10%	7
AliExpress	9%	5%	8%	14%	13
MyShopify	9%	4%	8%	14%	2
Boots	8%	6%	9%	9%	11

Atodiad

Mae'r Ffigurau canlynol yn darparu'r gyfran o ymwelwyr yn ôl grŵp oedran ar gyfer poblogaeth ar-lein y DU 8+ oed. Mae'r rhestrau'n cynnwys y gwasanaethau yr ymwelwyd â nhw fwyaf ymhlith plant 8-14 oed yn y sectorau a ddewiswyd. Mae'r golofn olaf yn y tablau yn dangos cyfran yr ymwelwyr mewn mis a oedd yn blant allan o'r holl ymwelwyr 8+ oed.

Ffigur 31: Gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideo, yn ôl cyfran yr ymwelwyr ar-lein 8+ oed mewn mis

	Cyfran y defnyddwyr rhyngrwyd yn y DU sy'n ymweld mewn mis: yn ôl oedran						
Gwasanaeth	8-12au	13-14 oed	15-17 oed	8-17 oed	Oedran 18+	8+ oed	Cyfran yr ymwelwyr 8+ oed 8-17 oed
Youtube	91%	94%	97%	93%	94%	81%	14%
Facebook (gan gynnwys Messenger)	77%	86%	93%	83%	94%	81%	13%
TikTok	59%	79%	79%	69%	57%	49%	17%
Instagram	41%	68%	91%	61%	81%	69%	11%
Snapchat	35%	66%	73%	53%	23%	19%	28%
Reddit	20%	43%	71%	40%	59%	51%	10%
Pinterest	22%	39%	41%	31%	25%	21%	17%
X	12%	22%	46%	24%	39%	34%	9%
Nextdoor	4%	19%	12%	9%	19%	16%	8%
Twitch	3%	10%	14%	8%	5%	4%	20%

Ffigur 32: Gwasanaethau negeseuon a galwadau ar-lein, yn ôl cyfran yr ymwelwyr ar-lein 8+ oed mewn mis

	Cyfran y defnyddwyr rhyngrwyd yn y DU sy'n ymweld mewn mis: yn ôl oedran						
Gwasanaeth	8-12 oed	13-14 oed	15-17 oed	8-17 oed	Oedran 18+	8+ oed	Cyfran yr ymwelwyr 8+ oed 8-17 oed
WhatsApp	63%	83%	91%	76%	91%	88%	12%
Ap Facebook Messenger*	14%	32%	42%	26%	56%	52%	7%
Google Messages	24%	20%	21%	22%	33%	32%	10%
Microsoft Teams*	8%	18%	33%	18%	19%	19%	13%
Discord	13%	23%	42%	24%	16%	17%	20%
Zoom	7%	5%	16%	9%	15%	14%	9%
Telegram	10%	8%	8%	9%	7%	8%	17%
Google Meet	4%	6%	4%	4%	5%	5%	13%

*Ffynhonnell: Astudiaeth Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant Ofcom, oedran: defnyddwyr rhynggrwyd 8-14 oed, gwaith maes Hydref 2025 – Mawrth 2026, cwblhaodd pob panelwr 28 diwrnod yn olynol o astudiaeth. Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfa Ar-lein Ipsos iris, Tachwedd 2025, oedran: 15-17 defnyddiwr rhynggrwyd, y DU. Sylwch nad yw cyfnod gwaith maes y data ar gyfer Ipsos iris ac astudiaeth Mesur Defnydd Goddefol Ar-lein Plant Ofcom yn cyfateb. Dylid cymryd y cyfansymiau fel rhai dangosol. Nodyn: Nid yw negeseuon, Google Phone yn cael eu hadrodd yn Ipsos iris. *Gellir cyrchu gwasanaeth negeseuon Facebook trwy'r prif blatfform Facebook ac nid yw'n cael ei gyfrif yma. * Nid yw'r defnydd o ap Microsoft Teams wedi'i fesur. Mae pob ymweliad o >1 eiliad wedi'i gynnwys yn y data ond nid yw hyn yn awgrymu bod ymwelydd yn defnyddio gwasanaeth yn weithredol – mae ymweliadau damweiniol, ymweliadau na allant fynd y tu hwnt i dudalen mewngofnodi, ymweliadau sy'n cael eu rhwystro gan sicrwydd oedran ac ymweliadau â safleoedd a ddefnyddir i ddilysu mynediad i safle arall i gyd wedi'u cynnwys yn niferoedd ymwelwyr.*

Methodoleg

Amcanion

Crynodeb o'r astudiaeth

Gofynion yr astudiaeth oedd mesur sampl gynrychioliadol gadarn y DU o ddefnydd plant 8-14 oed sydd ar-lein o wefannau ac apiau ar draws ffonau clyfar, tabledi a chyfrifiaduron. Y mesur oedd cynnwys y gwefannau a'r apiau yr ymwelwyd â nhw ar y ddyfais/dyfeisiau a ddefnyddiwyd gan y panelydd sy'n blentyn a faint o amser a dreuliwyd ar y gwasanaethau yr ymwelwyd â nhw. Er mwyn casglu'r data hwn, roedd gan y plant a recriwtwyd feddalwedd monitro goddefol wedi ei gosod ar y dyfeisiau roeddent yn eu defnyddio, gyda'r data yn cael ei adrodd yn ddiennw. Cafodd defnydd y plant o'r rhyngwrwyd ei fesur dros gyfnod o 28 diwrnod yn olynol ar gyfer pob panelydd, gyda gwaith maes wedi'i gynnal rhwng 9 Hydref 2025 a 7 Mawrth 2026, sy'n golygu bod yr holl ganlyniadau'n adlewyrchu patrymau defnydd dros y cyfnod hwnnw, ond nid ydynt o reidrwydd yn cynrychioli eu u defnydd dros flwyddyn gyfan.

Defnyddiodd yr astudiaeth hon sampl un ffynhonnell lle mae gan bob panelydd un neu ragor o ddyfeisiau wedi' eu holrhain.²⁵ Mae'r dull hwn yn arwain at ffigurau cyrraedd dad-ddyblygedig mwy cywir ar gyfer y dyfeisiau sy'n cael eu holrhain.

Tynnwyd y sampl gan ddefnyddio data cyfrifiad y DU i sicrhau ein bod yn cael sampl gynrychioliadol genedlaethol o blant 8-14 oed. Cafodd y sampl ei phwysoli ar gyfer oedran, rhywedd a grŵp economaidd-gymdeithasol aelwydydd gan ddefnyddio Amcangyfrifon Canol Blwyddyn 2024 y Swyddfa Ystadegau Gwladol (ONS) a'r NRS (Arolwg Darllenwyr Cenedlaethol) i alinio'r sampl derfynol o 701 o blant â phoblogaeth hysbys y DU o blant 8-14 oed. Addaswyd ffigurau'r boblogaeth ymhellach gan ddefnyddio ymatebion i gwestiynau QP1 gan [Olrhain Llythrennedd yn y Cyfryngau Plant a Rhieni Ofcom](#) sy'n adrodd cyfran y plant sy'n mynd ar-lein.

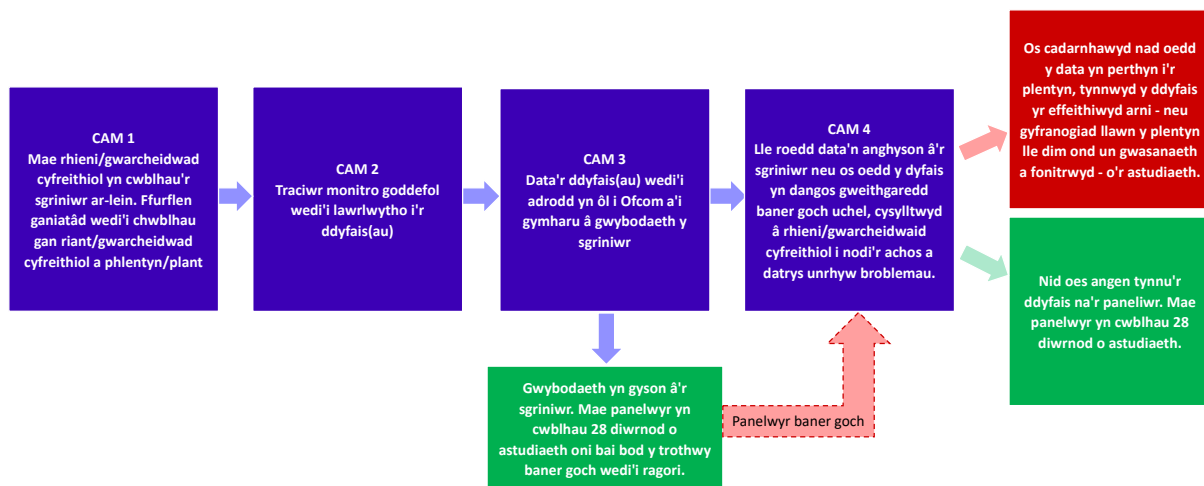
Gwnaeth Ofcom gomisiynu RealityMine a Yonder Consulting i gynnal yr ymchwil, gyda RealityMine yn darparu'r dechnoleg monitro goddefol a Yonder Consulting yn cynnal y proses recriwtio.

Gwaith maes

Cynhaliodd Yonder ymarfer recriwtio ansoddol er mwyn sicrhau bod gofynion demograffig yn cael eu bodloni. Recriwtiodd Yonder gyfanswm o 831 o blant 8-14 oed sy'n byw yn y DU trwy eu rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol, gyda chyfanswm o 701 yn cydymffurfio â gofynion yr astudiaeth.

Caiff y broses gyffredinol o recriwtio, gwirio a monitro'r panelwyr ei nodi yn y diagram isod.

²⁵ Yn hytrach na phaneli lluosog yn seiliedig ar bob math o ddyfais (ffôn clyfar, tabled a chyfrifiadur) gyda'r paneli wedyn yn cael eu cyfuno i ddarparu'r canlyniadau sampl terfynol. Manteision dull mwy modelu byddai mynd i'r afael â phroblem dyfeisiau coll, sy'n anodd iawn mynd i'r afael â nhw mewn panel un ffynhonnell. Ni fyddai'n gost-effeithiol mesur pob dyfais ar gyfer panel un ffynhonnell o faint sylweddol.



Cam 1 – Cwblhau ffurflenni sgrinio a chaniatâd

Cwblhaodd y rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol sgriniwr cychwynnol gan roi manylion am y dyfeisiau a ddefnyddiwyd gan y plentyn ar y panel i fynd ar-lein ac amllder y defnydd hwnnw, yn ogystal â gwybodaeth ddemograffig am y paneliwr. Darparwyd caniatâd gwybodus gan y rhiant/gwarcheidwad cyfreithiol a'r paneliwr plentyn, a gweithredwyd gweithdrefnau diogelu a diogelu data perthnasol.

Bu newid yn y dull recriwtio ar gyfer yr ail gam hwn. Tra bod ffynhonnell y sampl, y recriwtiwr a'r cwtâu wedi aros yn debyg, yng ngham 1, roedd y recriwtio yn cynnwys sgriniwr cymwysterau syml cychwynnol, gan ddilyn â'r recriwtiwr yn cysylltu â'r rhiant neu'r gwarcheidwad cyfreithiol i fynd trwy'r broses sgrinio fanylach a oedd yn cofnodi'r dyfeisiau a ddefnyddiwyd gan y paneliwr plentyn i fynd ar-lein ac amllder y defnydd yn ogystal â gwybodaeth ddemograffig am y paneliwr. Cipiwyd yr holl wybodaeth hon â llaw gan y recriwtiwr dros y ffôn. Yng ngham 2, recriwtiwyd rhieni neu warcheidwaid gan yr un recriwtiwr a defnyddio'r un ffynhonnell sampl ond yn hytrach na'r recriwtiwr yn ffonio'r rhiant neu'r gwarcheidwad cyfreithiol dros y ffôn a nodi gwybodaeth y sgriniwr â llaw, anfonodd y recriwtiwr ddolen e-bost gyda'r holiadur a oedd yn cynnwys rhestrau ostwng ar gyfer y rhan fwyaf o'r cwestiynau. Sicrhaodd y dull diwygiedig hwn fwy o gysondeb yn y wybodaeth a dderbyniwyd a ddefnyddiwyd ar gyfer cwtâu a gwiriadau ansawdd. Er nad ydym yn gallu meintoli effaith y newid hwn, mae'n debygol y gallai hyn gael rhywfaint o effaith ar y ffigurau uwch a welwyd ar gyfer rhai gwasanaethau yn yr adroddiad hwn o'i gymharu â'r hyn a gyhoeddwyd yn ein hadroddiad cyntaf, gan y gallai panelwyr a recriwtiwyd ar-lein fod yn fwy ymgysylltiedig yn ddigidol.

Caniatawyd recriwtio brodyr a chwiorydd o fewn yr un aelwyd ar yr amod eu bod nhw'r oedran targed ac yn defnyddio un neu fwy o ddyfeisiau nad oeddent yn cael eu rhannu gyda'r panelydd oedd yn frodyr a chwiorydd iddynt.

Cam 2 – Gosod y Traciwr Monitro Goddefol

Lawrlwythwyd ap monitro VPN RealityMine i o leiaf un ddyfais a ddefnyddiwyd gan y plentyn o leiaf ychydig weithiau y mis. Roedd y dyfeisiau cafodd eu cynnwys yn gynnwys ffonau clyfar, cyfrifiaduron/gliniaduron a thabledi, ar draws systemau gweithredu iOS, Android a Windows. Ni all y traciwr goddefol fesur defnydd Tabled Amazon Fire a Chromebook, felly nid yw'r rhain wedi'u cynnwys fel rhan o'r astudiaeth. Er y gellir defnyddio consolaau gemau i fynd ar-lein, ni chafodd y dyfeisiau hyn eu cynnwys yn y mesuriad goddefol, felly mae unrhyw weithgaredd ar-lein trwy gonsolaau y tu allan i gwmpas yr astudiaeth hon. Am ddadansoddiad o gyfanswm y dyfeisiau yn ôl math, gweler [Sampl Dyfais](#).

Camau 3 a 4 – Casglu a monitro data

Ar ôl sefydlu technoleg RealityMine, casglwyd data mesurydd goddefol yn awtomatig o wefannau ac apiau yr ymwelwyd â nhw ar y dyfeisiau, amllder ymweliadau ac amser a dreuliwyd ar y llwyfannau hyn.

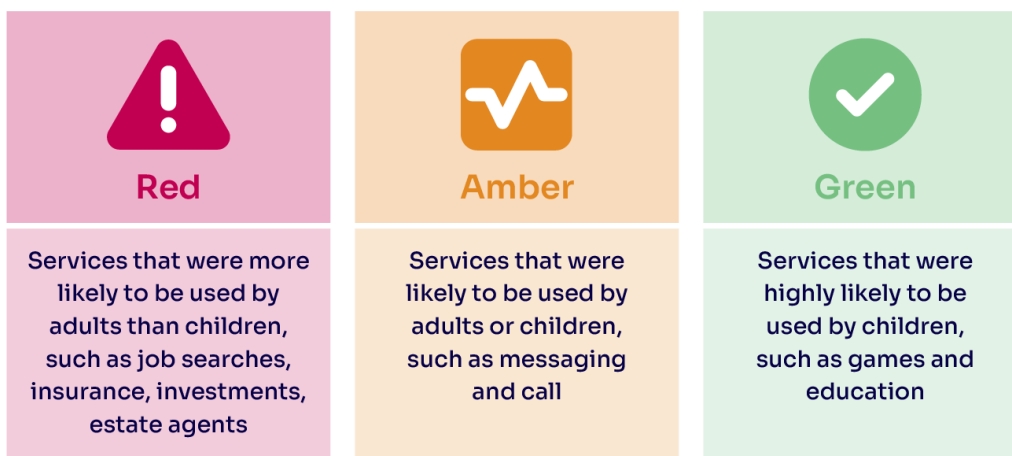
Hefyd datblygwyd y broses gwaith maes yng nghan 2 i fonitro'r casglu data yn ystod y gwaith maes, fel y gellid tynnu panelwyr nad oeddent yn bodloni gofynion yr astudiaeth o gyfranogiad yn ystod y gwaith maes, gyda phlentyn arall yn cymryd eu lle i gyrraedd ein targed sampl. Er enghraifft, yn y sgriniwr, adroddodd rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol pa mor aml y defnyddiodd y panelwr bob dyfais a oedd i'w monitro. Cymharwyd y wybodaeth hon â'r data goddefol a adroddwyd yn ôl o'r dyfeisiau yn ystod yr astudiaeth. Lle roedd rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol yn nodi defnydd dyddiol neu bron yn ddyddiol ond bod y data goddefol yn dangos gweithgarwch ar lawer llai o ddiwrnodau, dilynwyd rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol y panelwyr hyn i gadarnhau a oedd yr ymddygiad a gofnodwyd yn adlewyrchiad gwirioneddol o ddefnydd y panelwyr yn hytrach na phroblem dechnegol, ac os canfuwyd nad oedd, gellid tynnu'r panelwyr o bosibl os na ellid cyflawni unrhyw ddatrysiaid arall (e.e. efallai bod yr anghysondeb oherwydd bod y traciwr wedi'i osod ar ddyfais y rhiant yn lle dyfais y plentyn). Gan na fyddai nifer fach o banelwyr a gynhwyswyd yn y sampl cam 1 wedi cyrraedd y trothwy sampl terfynol pe bai meini prawf cam 2 wedi'u cymhwyso, nid yw canlyniadau'r panel cam 1 yn gymaradwy â cham 2.

Lle soniodd rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol yn y sgriniwr fod y plentyn wedi defnyddio mwy nag un ddyfais, fe'u hanogwyd i gael y traciwr goddefol wedi'i osod ar yr holl ddyfeisiau rhestredig a ddefnyddiwyd ychydig o weithiau'r mis, ond fel isafswm, os mai dim ond un ddyfais oedd yn cael ei olrhain, rhaid i hon fod y brif ddyfais a ddefnyddir gan banelydd y plentyn.

O'n hastudiaeth beilot yn 2023, gwnaethom ddeall fod defnyddio dyfeisiau a rennir rhwng rhieni a phlant yn gyffredin, yn enwedig i blant iau (8-10 oed), lle mae'n bosib nad oes ganddyn nhw eu dyfeisiau eu hunain. Felly, rhoddwyd gwiriadau ar waith i fonitro lefel y defnydd gan 'oedolion'. Datblygwyd dull seiliedig ar reolau i nodi data defnydd posibl gan oedolion.

Cafodd y safleoedd (gweffannau a/neu apiau) cafodd eu mesur yn ystod yr astudiaeth eu categorïddio yn eu sector perthnasol neu 'orau' e.e. categorïddiwyd Gauth fel addysg. Yn gyntaf, cadwodd pob safle a ymddangosodd yn astudiaeth gam 1 eu categori a neilltuwyd iddynt o gam 1 yn ystod y broses monitro gwaith maes. Neilltuwyd safleoedd i un categori sector.

Neilltuwyd lliwiau coch/ambr/gwyrdd (RAG) i'r categorïau ac mewn rhai achosion, neilltuwyd lliw yn annibynnol i safleoedd penodol o fewn categori; e.e. categorïddiwyd bancio fel ambr ond categorïddiwyd gwasanaeth bancio plant GoHenry fel gwyrdd. Defnyddiwyd y system RAG hon i categorïddio safleoedd a sectorau a oedd yn debygol o gael eu defnyddio gan blant a'r rhai a oedd fwyaf tebygol o gael eu defnyddio gan oedolion.



Gan ddefnyddio'r system RAG, cafodd unrhyw banelydd lle oedd ei weithgaredd yn weithgaredd baner goch yn fwy na 3% o gyfanswm ymweliadau ap a gwefan ar ddyfais ac olrhain ei data wedi'i ymchwilio yn fanylach. Lle nodwyd defnydd oedolion, dilynwyd hyn gyda'r rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol yn ystod y gwaith maes i wirio a oedd y ddyfais yn cael ei defnyddio gan y plentyn. Os nad oedd y defnydd yn cyfateb i banelydd y plentyn, tynnwyd y ddyfais o'r astudiaeth. Gwnaeth Ofcom brosesu a chrynoi defnydd rhyngwrwyd y panelwyr hyn i ddeall cyfrannau'r defnydd o dan bob lliw baner a'r holl wasanaethau a ymwelwyd â nhw ar bob un o ddyfeisiau'r panelwyr hyn.

Cynhaliwyd y recriwtio ar sail dreigl gyda'r panelwr cyntaf yn dechrau ar 9 Hydref 2025 a'r olaf yn cwblhau ar 7 Mawrth 2026, gyda data pob cyfranogwr yn cael ei gasglu am 28 diwrnod yn olynol.

Nododd a thynnodd y broses monitro gwaith maes 130 o banelwyr a 226 o ddyfeisiau, gan adael y sylfaen heb ei phwysoli ar gyfanswm o 701 o blant 8-14 oed gyda data ar draws 787 o ddyfeisiau.

Proffil demograffig y sampl

Cymhwyswyd pwysoli ar gyfer oedran, rhywedd a grŵp economaidd-gymdeithasol yr aelwyd gan ddefnyddio Amcangyfrifon Canol Blwyddyn 2024 yr ONS ac arolwg yr NRS i alinio'r sampl terfynol o 701 o blant â phoblogaeth hysbys y DU o blant 8-14 oed. Yn ogystal, addaswyd ffigurau poblogaeth gan ddefnyddio ymatebion i gwestiwn QP1 o Draciwr Llythrennedd Cyfryngau Plant a Rhieni Ofcom, sy'n adrodd ar gyfran y plant sy'n mynd ar-lein.

Gosodwyd cwotâu meddal hefyd i sicrhau bod cymysgedd eang o ymatebwyr yn cymryd rhan yn yr astudiaeth. Roedd hyn yn cynnwys y rhai oedd yn byw mewn ardaloedd trefol/gwledig, cymysgedd o gefndiroedd ethnig ac anabledau/cyflyrau cyfyngol.

Oedran	Benywaidd	Gwrywaidd	Cyfanswm
8	48	52	100
9	48	37	85
10	52	68	120
11	48	47	95
12	54	58	112
13	49	51	100
14	49	40	89
Cyfanswm 8-14	348	353	701

Demograffig	Demograffig	Cyfanswm nifer y panelwyr
Daearyddiaeth	Lloegr	630
	Cymru	19
	Yr Alban	40
	Gogledd Iwerddon	11
Ethnigrwydd	Gwyn	485
	Asiaidd	75
	Du	76
	Cymysg	57
	Arall	8
	Cyfanswm lleiafrifoedd ethnig	216
Grŵp economaidd-gymdeithasol	ABC1	395
	C2DE	306
Anabled	Anabled/cyflwr cyfyngol	80
	Dim anabled/dim cyflwr cyfyngol	613
	Mae'n well gennych beidio â dweud	8

Proffil sampl dyfeisiau

Roedd gan y rhan fwyaf o blant oedd yn cael ei monitro fel rhan o'r astudiaeth un ddyfais. Monitrowyd cyfanswm o 860 o ddyfeisiau.

Nifer y dyfeisiau fesul plentyn	1	2	3	4
Nifer y plant 8-14 oed	559	126	15	1

Yn ôl data o'r The Insights Family, am saith mis cyntaf 2025, roedd cyfran defnyddwyr ffonau clyfar 8-14 oed y DU yn ôl system weithredu fel a ganlyn: Apple (52%), Android (47%) a Huawei (1%). Defnyddiwyd cyfran Apple ac Android o 50:50 fel cwota meddal ar gyfer dyfeisiau a fonitrowyd yn ystod yr astudiaeth. Cyflawnwyd cyfran Apple ac Android o 55:45.

System weithredu dyfais

	IOS / OSX	Android / Ffenestri	Cyfanswm
Ffôn clyfar	312	257	569
Tabled	169	58	227
Cyfrifiadur	8	56	64
Cyfanswm	489	371	860

Math o ffôn clyfar, yn ôl oedran

Oedran:	8-9	10-12	13-14
iPhone	37	161	114
Android	55	136	66
Cyfanswm ffôn clyfar	92	297	180

Gofynnwyd i'r rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol yn y sgriniwr a oedd y dyfeisiau a ddefnyddiwyd gan y paneliwr yn cael eu rhannu ag eraill. Defnyddiwyd y wybodaeth hon i lywio ymchwiliadau i ymddygiad baner goch (gweler [Gwaith Maes](#)). Roedd cyfanswm o 131 o ddyfeisiau a rennir. Efallai na fydd y cyfanswm yn hafal i nifer y dyfeisiau a fonitrwyd yn yr astudiaeth, gan na wnaeth cyfran fach o banelwyr adrodd a oedd y ddyfais yn cael ei rhannu yn y sgriniwr.

Rhannu dyfeisiau

	Yn eiddo i blentyn, heb ei rhannu ag eraill	Yn eiddo i blentyn, ond weithiau'n cael ei rhannu ag eraill	Yn eiddo i rywun arall yn yr aelwyd, ond yn cael ei rhannu gyda'r plentyn
Cyfanswm 8-14	790	21	25
8-9	174	10	15
10-12	379	9	5
13-14	225	2	5
Ffôn clyfar 8-9	81	2	6
Ffôn clyfar 10-12	284	5	3
Ffôn clyfar 13-14	178	1	1
Cyfanswm ffôn clyfar 8-14	543	8	10
Tabled	197	8	13
Cyfrifiadur/gliniadur	49	5	2

Lle nododd rieni/gwarcheidwaid cyfreithiol fod dyfais yn "Yn eiddo i'r plentyn, ond weithiau'n cael ei rhannu ag eraill" neu "Yn eiddo i rywun arall yn yr aelwyd, ond yn cael ei rhannu gyda'r plentyn", gofynnwyd cwestiwn dilynol i ddeall gyda phwy y rhannwyd y ddyfais. Defnyddiwyd y wybodaeth hon i lywio ymchwiliadau i ymddygiad baner goch.

Gyda phwy mae'r ddyfais yn cael ei rhannu	Ffôn clyfar	Tabled	Gliniadur/cyfrifiadur	Cyfanswm
Gyda phlant 7 oed neu iau	4	10	12	57
Gyda phlant 8-14 oed	14	15	54	73
Gyda phlant 15-17 oed	1	4	15	20
Gydag oedolion (18+ oed)	26	26	94	146

Ni ellir defnyddio'r dechnoleg oddefol i fesur defnydd o'r rhyngwrwyd ar dabledi Amazon fire na Chromebooks. Gofynnwyd i rieni/gwarcheidwaid cyfreithiol a oedd y dyfeisiau hyn yn cael eu defnyddio gan y plentyn i ddeall graddfa'r defnydd o'r rhyngwrwyd nad oeddem yn gallu ei fesur. Er y

gellir defnyddio consolau i fynd ar-lein, ni chafodd y dyfeisiau hyn eu cynnwys yn y mesuriad goddefol, felly mae unrhyw weithgaredd ar-lein trwy gonsolau y tu allan i gwmpas yr astudiaeth hon.

Mae'r tabl isod yn dangos nifer y panelwyr yn yr astudiaeth y dywedodd eu rhieni/gwarcheidwaid cyfreithiol yn y sgriniwr eu bod hefyd yn defnyddio dyfeisiau eraill na ellir eu monitro yn yr astudiaeth hon.

	Tabled Amazon Fire	Chromebook	Consol Gemau
Cyfanswm 8-14	56	98	398
8-12	46	68	287
13-14	10	30	111
Bechgyn 8-14	26	46	271
Merched 8-14	30	52	127

Gofynnwyd i rieni/gwarcheidwaid cyfreithiol a oedd rheolaethau rhieni wedi'u galluogi ar y ddyfais. Mae rheolaethau rhieni yn caniatáu i rieni reoli, monitro a chyfyngu ar weithgaredd digidol plentyn. Mae'r ymatebion yn y tabl isod, ond dylid nodi nad yw'r olrheinydd monitro goddefol yn ein hysbysu a oes rheolaethau rhieni ar waith ar y ddyfais. Adroddwyd gan rieni/gwarcheidwaid cyfreithiol fod gan ddau ddeg dau y cant o ffonau clyfar a 39% o dabledi a fesurwyd rheolaethau rhieni ar waith. Roedd gan gyfanswm o 45% o'r panelwyr rheolaethau rhieni wedi'u galluogi ar o leiaf un ddyfais.

		Rheolaethau Rhieni wedi'u galluogi	Rheolaethau Rhieni heb eu galluogi	Ddim yn gwybod
Oedran	Cyfanswm 8-14	319	332	68
	8-9	80	82	20
	10-12	168	140	31
	13-14	71	110	17
Dyfais	Ffôn clyfar	239	239	37
	Llechen	88	99	31
Ffôn clyfar yn ôl oedran	8-9	30	41	11
	10-12	142	107	15
	13-14	67	91	11