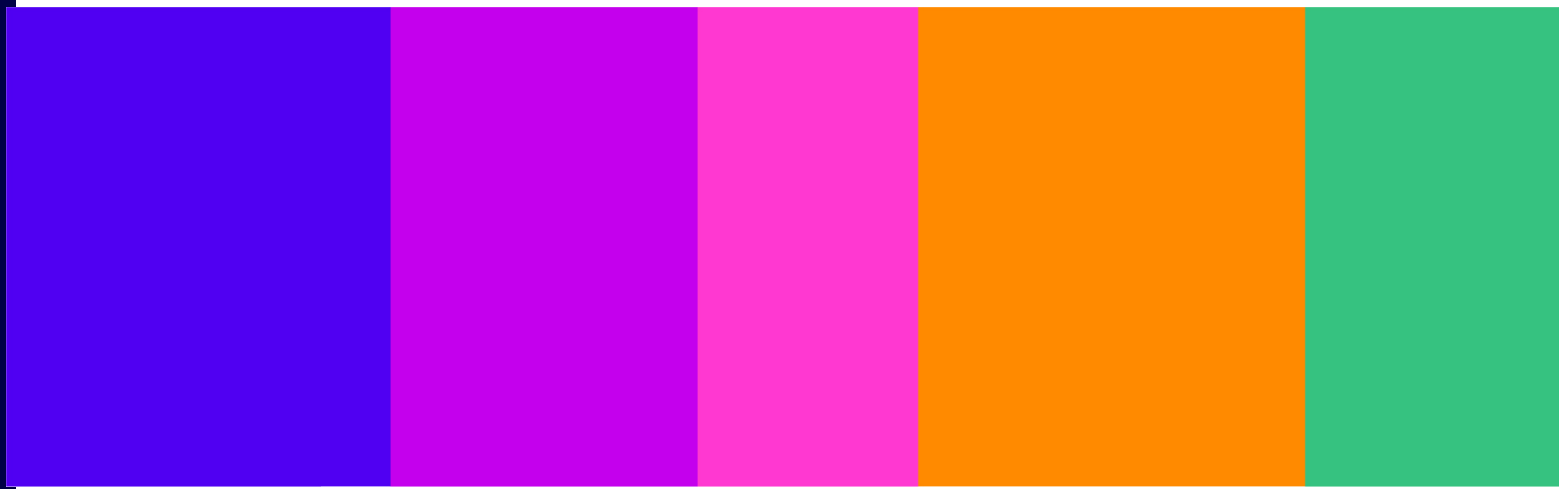


Adroddiad ar Newyddion 2026

Trosolwg o sut mae pobl yn cael gafael ar eu
newyddion a'u hagweddau at ddarpariaeth
newyddion

Adroddiad

Cyhoeddwyd ar 15 Medi 2026



Cynnwys

Adran

Trosolwg.....	3
Sut mae cael gafael ar newyddion.....	8
Agweddau at ddarpariaeth newyddion.....	26
Cyfryngau lleol	31

Trosolwg

Mae'r adroddiad hwn yn tynnu sylw at y prif ganfyddiadau o Arolwg Cael Gafael ar Newyddion diweddaraf Ofcom, sy'n edrych ar y gwahanol ffyrdd y mae oedolion 16 oed a hŷn a phlant rhwng 12 a 15 oed yn y DU yn cael gafael ar newyddion heddiw a'u hagweddau at wahanol ddarparwyr a llwyfannau.

I roi cyd-destun ychwanegol, mae'r adroddiad hefyd yn ymgorffori canfyddiadau o'n Traciwr Cyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus a'n Harolwg Cyfryngau Lleol. Eleni, ar ôl etholiadau Senedd Cymru a Senedd yr Alban fe wnaethom hefyd gynnal arolwg yn yr ardaloedd hynny, a hefyd yn yr ardaloedd hynny o Loegr lle cynhaliwyd etholiadau lleol / Etholiadau maer i roi cipolwg ar ymddygiad ac agweddau mewn eiliad benodol o ran y newyddion.

Ynghyd â'r adroddiad hwn ceir data a dadansoddiad atodol ar gyfer oedolion, plant ac ar gyfer gwledydd y DU. Rydym hefyd wedi cyhoeddi canfyddiadau ychwanegol o'n Harolwg o Etholiadau Lleol, ac wedi cyhoeddi'r tablau data hynny a'r holiadur ochr yn ochr â thablau data a holiadur yr Arolwg Cyfryngau Lleol.

Cyd-destun pwysig ar gyfer dehongli canlyniadau eleni

Fe wnaethom ddiweddarar'r Arolwg Cael Gafael ar Newyddion yn 2025 i roi adlewyrchiad gwell o sut mae cynulleidfaoedd yn cael gafael ar newyddion. Y prif newid oedd ehangu sut y gofynnir i ymatebwyr feddwl am 'newyddion', gan ein galluogi i gofnodi amlygiad mwy goddefol neu ddamweiniol. Rydym hefyd yn gofyn i gyfranogwyr feddwl am newyddion maen nhw wedi dod ar ei draws dros y mis diwethaf, yn hytrach na'r 'dyddiau hyn', sy'n annog pobl i feddwl yn fwy penodol am eu hymddygiad.

Rydym wedi newid yr arolwg i fod yn barhaus drwy gydol y flwyddyn. Mae hyn yn sicrhau ein bod yn cofnodi amrywiadau yn y ffordd mae cynulleidfaoedd yn cael gafael ar newyddion a'u hagweddau drwy gydol y flwyddyn - cyn hynny roeddem yn cynnal yr arolwg gan ddefnyddio dwy don. Er bod dull cymysg yn parhau i gael ei ddefnyddio wrth gynnal yr arolwg oedolion, mae'r gymysgedd ar-lein: wyneb yn wyneb bellach yn 70:30 (60:40 cyn hyn). Mae'r arolwg plant yn dal i gael ei gynnal ar-lein yn unig.

Yn ôl y disgwyl, mae'r newidiadau a gyflwynwyd yn yr arolwg diweddaraf yn golygu bod rhai gwahaniaethau ers y blynyddoedd blaenorol. Yn fwyaf nodedig, un o effeithiau'r diweddariad i'r dull gweithredu yw bod mwy o ddefnydd o newyddion yn cael ei adrodd ar draws pob llwyfan.

O ganlyniad, dylid bod yn ofalus wrth gymharu'n uniongyrchol â blynyddoedd blaenorol. Er bod patrymau cyffredinol y data yn dal yn llawn gwybodaeth o'i gymharu â 2025, mae'r adroddiad yn canolbwyntio'n bennaf ar y canfyddiadau o 2026 ymlaen.

Byddwn yn parhau i fireinio ein dull o fesur sut mae pobl yn cael gafael ar newyddion, gan gynnwys ystyried defnyddio technegau monitro goddefol, a byddwn yn rhannu'r canfyddiadau mewn adroddiadau yn y dyfodol.

Mae rhagor o fanylion am y dull gweithredu eleni ar gael yn yr [adroddiad technegol](#).

Diffiniadau i'w nodi yn yr adroddiad hwn

Mae'r tabl isod yn rhoi ychydig o eirfa o ran rhai o'r termau a ddefnyddir drwy gydol yr adroddiad hwn.

Term	Beth yw'r ystyr
Cyfryngwyr ar-lein	Gwasanaethau sy'n hwyluso dosbarthu cynnwys gan gyhoeddwyr newyddion yn hytrach na chynhyrchu a dosbarthu eu cynnwys newyddion eu hunain. Mae'r rhain yn cynnwys peiriannau chwilio, cyd-gasglwyr newyddion, cyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos.
Crewyr ar-lein penodol	Unigolion neu sefydliadau sy'n creu ac yn dosbarthu cynnwys yn bennaf drwy llwyfannau digidol, yn hytrach na thrwy gyfryngau traddodiadol fel teledu, radio neu bapurau newydd.
Gwasanaethau cyd-gasglu newyddion ar-lein	gwasanaeth, fel Google News neu Apple News, sy'n curadu ac yn arddangos straeon newyddion gan amrywiaeth o gyhoeddwyr mewn un lle.
Ar y platfform ac oddi arno	Rydym yn defnyddio'r termau hyn i ddisgrifio'r adegau pan mae cynnwys yn cael ei weld ar wasanaethau sy'n eiddo i'r darparwr newyddion (ar y llwyfan) neu newyddion sy'n cael ei weld ar wasanaethau nad ydynt yn cael eu rheoli gan y darparwr neu nad ydynt yn eiddo iddo (oddi ar y llwyfan).
Llwyfan	Y dull dosbarthu cyffredinol: e.e. teledu, radio, ar-lein, print.
Cyfryngau/llwyfannau traddodiadol	Rydym yn defnyddio'r term hwn i ddisgrifio teledu, radio neu gyfryngau print.
Ffynhonnell	Rydym yn defnyddio'r term hwn i gyfeirio'n benodol at sefydliadau sy'n creu straeon newyddion, yn hytrach nag o reidrwydd lle mae pobl yn cael gafael ar newyddion.

Beth rydym wedi ei ganfod – yn gryno

Er bod mwy a mwy o bobl yn cael gafael ar newyddion ar lwyfannau digidol, gydag 82% o bobl yn cael gafael arno ar-lein, mae darparwyr newyddion traddodiadol yn dal yn bwysig iawn

Mae bron pob oedolyn yn y DU (96%) yn cael gafael ar newyddion. Mae mwy o bobl yn defnyddio llwyfannau ar-lein nag unrhyw lwyfan arall, gan gynnwys cynnwys yn uniongyrchol gan ddarparwyr newyddion traddodiadol yn ogystal â thrwy gyfryngwyr ar-lein, er bod teledu'n dal yn ffordd bwysig i gynulleidfaoedd gael gafael ar newyddion. Mae arferion cael gafael ar newyddion yn amrywio'n sylweddol yn ôl oedran, gydag oedolion iau yn llawer mwy tebygol o ddefnyddio gwasanaethau ar-lein, ac oedolion hŷn yn parhau i ddibynnu'n fawr ar deledu. Fodd bynnag, mae cynnydd sylweddol wedi bod o ran y cynulleidfaoedd hŷn sy'n cael gafael ar newyddion ar-lein.

Mae pobl nawr yn cael gafael ar newyddion drwy amrywiaeth llawer ehangach o lwyfannau, darparwyr, cyfryngwyr a fformatau nag yn y gorffennol. Mae hyn yn arbennig o wir ar gyfer oedolion iau sy'n defnyddio'r amrywiaeth ehangaf o lwybrau i gael gafael ar newyddion.

Mae cyfryngwyr ar-lein yn ganolog i ddarganfod newyddion

Mae bron i dri chwarter (73%) o oedolion yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol, llwyfannau rhannu fideos, peiriannau chwilio, gwasanaethau cyd-gasglu newyddion ac offer deallusrwydd artiffisial i gael gafael ar newyddion. I'r gwrthwyneb, mae 57% yn cael gafael ar newyddion yn uniongyrchol drwy wefannau ac apiau cyhoeddwy newyddion.

Cyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos yw'r llwybr cyfryngol mwyaf cyffredin o hyd, ac mae 60% o oedolion yn ei ddefnyddio. Mae 17% yn defnyddio gwasanaethau cyd-gasglu newyddion, ac mae 21% yn dweud eu bod yn defnyddio adnoddau deallusrwydd artiffisial i gael newyddion. Mae'r defnydd o ddeallusrwydd artiffisial wedi'i grynhoi ymysg oedolion iau a'r rheini yn y grwpiau economaidd-gymdeithasol AB.

Mae'n bwysig nodi mai ychydig iawn o bobl sy'n dibynnu'n llwyr ar gyfryngwyr ar-lein i gael gafael ar newyddion. Dim ond 5% sy'n defnyddio cyfryngwyr yn unig, a dim ond 2% sy'n cael gafael ar newyddion drwy gyfryngau cymdeithasol yn unig. Mae hyn yn awgrymu bod defnyddio cyfryngwyr, ar y cyfan, yn ategu yn hytrach nag yn disodli ffyrdd eraill o gael gafael ar newyddion.

Y BBC yw'r darparwr newyddion sy'n cael ei defnyddio amlaf yn y DU o hyd

Er gwaethaf mwy o gystadleuaeth a darnio cynulleidfaoedd, y BBC yw'r darparwr newyddion sy'n cael ei ddefnyddio amlaf yn y DU o hyd, gan gyrraedd 77% o oedolion ar draws ei wasanaethau. Mae ITV yn cyrraedd 50% o oedolion, ac mae Sky a Global ill dau yn cyrraedd tua thraean o'r boblogaeth.

Y BBC hefyd yw'r ffynhonnell newyddion sy'n cael ei defnyddio amlaf ymysg oedolion iau. Roedd tua dau o bob tri (66%) person ifanc 16-24 oed wedi cael gafael ar Newyddion y BBC yn ystod y mis diwethaf, gan godi i 87% ymysg pobl 75 oed a hŷn. BBC One yw'r gwasanaeth BBC a ddefnyddir fwyaf i gael newyddion, gan fod 59% o oedolion yn ei ddefnyddio bob mis.

I rai cynulleidfaoedd, yn enwedig defnyddwyr iau, mae cyfryngwyr yn ymestyn cyrhaeddiad newyddion

Mae cyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos yn byrth pwysig at newyddion, gyda chynulleidfaoedd yn defnyddio'r llwybr hwn i gael gafael ar newyddion gan ddarlledwyr sefydledig yn ogystal â'r rheini sy'n creu'n benodol ar-lein.

Ar draws y prif wasanaethau cyfryngau cymdeithasol a rhannu fideos a fesurwyd, nodwyd mai BBC News oedd y darparwr newyddion y daethpwyd ar ei draws amlaf, ac roedd ITV News a Sky News hefyd yn amlwg. Roedd darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus a darparwyr newyddion traddodiadol eraill yn cyfrif am gyfran sylweddol o'r newyddion y daethpwyd ar ei draws ar lwyfannau

cymdeithasol. Mae cyrhaeddiad BBC News yn cynyddu o 77% i 80% pan fyddwn yn cynnwys sylw drwy gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos, gan godi o 66% i 73% ymysg pobl ifanc 16-24 oed.

Mae YouTube yn dod yn fwyfwy pwysig fel llwyfan ar gyfer gwyllo cynnwys newyddion

Facebook yw'r llwyfan cymdeithasol mwyaf o hyd ar gyfer newyddion (39%), ond mae YouTube yn dynn ar ei sodlau (33%) ac mae'n tyfu'n gyflym. Mae'r bwlch rhwng y ddau blatfform wedi haneru ers 2025. Mae gan YouTube safle unigryw yn yr ecosystem newyddion, gan gyfuno cynnwys gan ddarlledwyr, cyhoeddwr, dylanwadwyr a ffynonellau a gynhyrchir gan ddefnyddwyr, ac mae'n cystadlu fwyfwy â darlledwyr wrth i bobl ei wyllo ar setiau teledu cysylltiedig.

Mae plant yn cael gafael ar newyddion drwy gyfryngwyr ar-lein yn bennaf

Ar gyfer plant 12-15 oed, cyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos yw'r brif ffordd o gael gafael ar newyddion. Mae saith deg wyth y cant yn cael gafael ar newyddion drwy gyfryngau cymdeithasol. TikTok (42%) ac YouTube (38%) yw'r gwasanaethau unigol sy'n cael eu defnyddio amlaf.

Fel gydag oedolion, daw llawer o'r newyddion mae plant 12-15 oed yn dod ar ei draws drwy'r cyfryngau cymdeithasol gan ddarlledwyr sefydledig: Er enghraifft, dywedodd 70% o ddefnyddwyr X yn y grŵp oedran hwn eu bod wedi gweld newyddion gan ddarlledwyr o'r DU ar y llwyfan hwn, ac roedd hyn yn wir am 64% o ddefnyddwyr YouTube 12-15 oed. Mae plant sy'n gweld newyddion ar TikTok ychydig yn fwy tebygol o'i weld gan ddylanwadwyr / sylwebwyr annibynnol / rhai sy'n creu'n benodol ar gyfer llwyfannau ar-lein (46%) na gan ddarlledwyr o'r DU (42%). Fodd bynnag, ar YouTube, Facebook, Instagram, Snapchat ac X maen nhw'n fwy tebygol o weld newyddion gan ddarlledwyr. Yn y cyfamser, roedd 39% o blant 12-15 oed wedi gwyllo newyddion ar y teledu ac roedd 16% wedi gwneud defnydd uniongyrchol o wefannau ac apiau sefydliadau newyddion.

Mae plant yn ymddiddori'n bennaf mewn pynciau newyddion sy'n ymwneud ag adloniant fel cerddoriaeth, ffilm, enwogion a chwaraeon yn hytrach na gwleidyddiaeth neu wrthdaro rhyngwladol.

Ymddiriedaeth, cywirdeb a didueddrwydd

Yn gyffredinol, mae llwyfannau newyddion traddodiadol yn cael sgoriau uwch ao ran canfyddiadau o ddibynadwyedd, cywirdeb a didueddrwydd o'u cymharu â llwyfannau ar-lein.

Mae'r sgoriau isaf ar gyfer newyddion a welir ar gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos ac yna newyddion a ddarperir drwy wasanaethau deallusrwydd artiffisial. O'r dulliau ar-lein o gael gafael ar newyddion, gwasanaethau cyd-gasglu newyddion ar-lein, sy'n cyfeirio pobl yn bennaf at ddarparwyr newyddion traddodiadol, sydd â'r sgoriau uchaf.

Adleisir y canfyddiadau hyn mewn data gan ein Traciwr Cyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus sy'n dangos mai newyddion dibynadwy a chywir yw'r rôl bwysicaf y mae cynulleidfaoedd eisiau i ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus ei chyflawni. Mae hanner yr oedolion yn rhestru newyddion dibynadwy a chywir ymysg y tair prif flaenoriaeth ar gyfer darlledu gwasanaeth cyhoeddus.

Mae cynulleidfaoedd yn gwerthfawrogi newyddion lleol yn fawr

Mae newyddion a gwybodaeth leol yn dal yn bwysig i gynulleidfaoedd yn y DU. Mae saith deg un y cant yn dweud mai newyddion lleol yw un o'r mathau pwysicaf o newyddion, a thywydd lleol yw'r math mwyaf gwerthfawr o wybodaeth leol.

Mae bron pob oedolyn (95%) yn cael gafael ar newyddion a gwybodaeth leol. Clywed gan rywun arall (54%), cyfryngau cymdeithasol (48%) a'r teledu (42%) yw'r ffyrdd mwyaf cyffredin o gael gafael arno. Gyda'i gilydd, mae 81% o oedolion yn defnyddio ffyrdd o gael gafael ar newyddion lleol ar-lein.

Mae'r BBC yn dal yn flaenllaw mewn darpariaeth newyddion lleol: ei wefan/ap a'i fwletinau teledu rhanbarthol yw rhai o'r ffynonellau newyddion lleol sy'n cael eu defnyddio amlaf.

Tynnodd cyfnod yr etholiad sylw at bwysigrwydd cyfryngau ffurf hirach fel bwletinau teledu

Canfu ymchwil a wnaed yn dilyn etholiadau mis Mai 2026 mai teledu oedd y llwyfan a oedd yn cael ei ddefnyddio amlaf i gael gwybodaeth am etholiadau, gan gyrraedd 62% o'r rheini a oedd yn ymwybodol o'r etholiadau. Er bod cynulleidfaoedd yn cael gafael ar fwy a mwy o newyddion bob dydd mewn fformatau digidol byrrach, mae'n ymddangos bod sylw i etholiadau yn sbarduno'r galw am gynnwys manylach. Roedd bron i ddau o bob tri (64%) yn ffafrio darllediadau etholiadol ffurf hirach fel erthyglau a bwletinau newyddion, o'i gymharu â 18% a oedd yn ffafrio fformatau byrrach.

Roedd darparwyr newyddion traddodiadol hefyd yn cael sgôr llawer mwy dibynadwy, cywir a diduedd ar gyfer newyddion etholiadol na newyddion roeddent yn cael gafael arno drwy gyfryngau cymdeithasol. Roedd darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus ymysg y darparwyr a gafodd y sgoriau uchaf ar draws y mesurau hyn.

Sut mae cael gafael ar newyddion

Mae'r adran hon yn rhoi trosolwg o sut mae pobl yn cael gafael ar eu newyddion. Mae hyn yn cynnwys ar lefel llwyfan cyffredinol yn ogystal â gan ddarparwyr newyddion a chyfryngwyr penodol ar-lein.

Cyd-destun: Esblygiad y farchnad newyddion

Mae'r ffordd y mae newyddion yn cael ei ddosbarthu a chael gafael arno wedi esblygu dros amser. Bwletinâu teledu a radio wedi'u hamserlennu, yn ogystal â phapurau newydd dyddiol, oedd yn arfer gosod yr agenda newyddion genedlaethol. Roedd cynulleidfaoedd wedi crynhoi o amgylch dynaid o ddarparwyr, a oedd yn golygu bod rhannau helaeth o'r boblogaeth yn cael gafael ar yr un straeon ac yn rhannu agenda newyddion gyffredin.

Dechreuodd dyfodiad teledu lloeren a chebl yn yr 1980au a'r 1990au gynyddu dewis y gynulleidfa. Cyflwynwyd newyddion treigl 24 awr i'r DU pan lansiwyd Sky News yn 1989, ac fe wnaeth radio masnachol hefyd ehangu'r amrywiaeth o ddarparwyr newyddion.

Fodd bynnag, hyd yn oed wedyn, roedd y ffordd roedd pobl yn cael gafael ar newyddion yn dal yn llinol i raddau helaeth ac yn cael ei arwain gan ddarparwyr. Roedd llawer o bobl yn dal i ddarllen papurau newydd, ac roedd y rhan fwyaf o bobl yn cael eu newyddion o ddarllediadau teledu.

Fe wnaeth dyfodiad y rhyngwrdd arwain at newid sylweddol i'r ffordd roedd newyddion yn cael ei ddosbarthu. Aeth darparwyr newyddion ati i lansio gwefannau, gan roi mynediad i gynulleidfaoedd at newyddion drwy gydol y dydd yn hytrach nag ar amseroedd darlledu sefydlog. I ddechrau, roedd newyddion digidol yn ategu cyfryngau traddodiadol i raddau helaeth, gyda chynulleidfaoedd yn defnyddio gwefannau a oedd yn gysylltiedig â brandiau cyfarwydd fel y BBC, neu frandiau papurau newydd fel The Guardian neu'r Daily Mail. Fodd bynnag, roedd cynulleidfaoedd yn dechrau symud i ffwrdd o'r arfer o brynu papur newydd neu wyllo neu wrando ar fwletin, i amgylchedd o ddiweddariadau parhaus 'ymlaen drwy'r adeg'.

Daeth y newidiadau mawr nesaf gyda ffonau clyfar ac yna cyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos (VSPs) fel Facebook, Twitter/X, YouTube ac Instagram a TikTok diweddarach. Roedd newyddion yn cyrraedd mwy a mwy o bobl drwy ffrydiau sy'n seiliedig ar algorithmau ac wrth i ddefnyddwyr eraill eu rhannu yn hytrach na chael gafael arnynt yn uniongyrchol gan gyhoeddwr yn unig. Roedd cynulleidfaoedd yn cael gafael ar newyddion mewn modd mwy personol, symudol a pharhaus a gallent ddod ar draws newyddion yn ddamweiniol wrth ddefnyddio llwyfannau cymdeithasol am resymau eraill.

Yn y cyfnod hwn, gwelwyd y cyfryngau'n cael eu darnio'n sylweddol. Yn hytrach na bod rhai porthorion mawr yn penderfynu pa newyddion roedd pobl yn gallu cael gafael arno, law yn llaw â'r twf yn y llif newyddion sy'n cael ei gynhyrchu, gwelwyd cynulleidfaoedd yn cael y dewis o gael gafael ar newyddion drwy lu o gyfryngwyr, sylwebwyr, dylanwadwyr a darparwyr arbenigol, yn ogystal â chan y brandiau newyddion a'r cyhoeddwr traddodiadol. Er bod y rhai olaf o'r rhain yn dal yn bwysig, nid ydynt yn rheoli dosbarthiad mwyach. Mae'r defnydd cynyddol o adnoddau deallusrwydd artiffisial yn ychwanegu haen arall o gyfryngu, gyda chynulleidfaoedd yn fwyfwy abl i gael gafael ar newyddion a gwybodaeth drwy grynodebau ac ymatebion a gynhyrchir gan ddeallusrwydd artiffisial yn hytrach nag yn uniongyrchol gan ddarparwyr newyddion. Y canlyniad yw ecosystem newyddion

fwy amrywiol a datganoledig, a nodweddir gan nifer cynyddol o ffynonellau yn gweithredu y tu allan i fframweithiau rheoleiddio traddodiadol ac yn cystadlu am sylw cynulleidfaoedd.

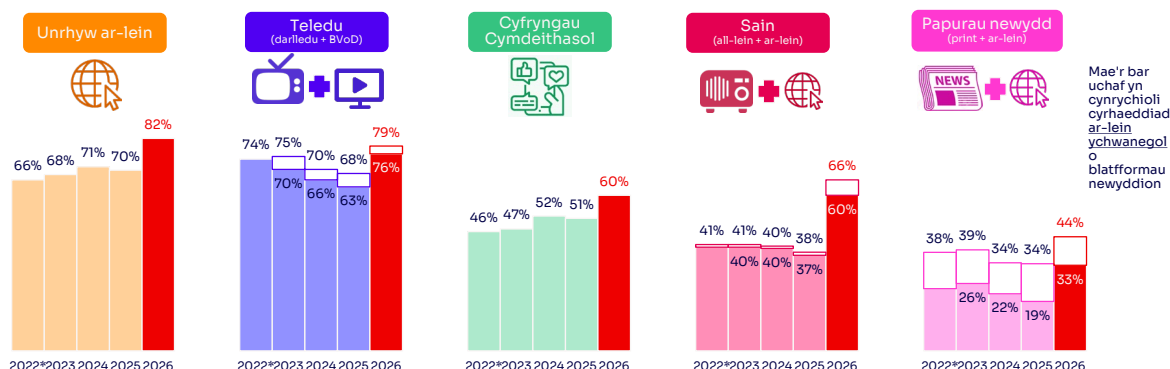
Mae mwy o bobl yn cael gafael ar newyddion ar-lein nag ar unrhyw lwyfan arall

Mae ein Harolwg Cael Gafael ar Newyddion diweddaraf yn canfod bod bron pawb (96% o oedolion) yn cael gafael ar newyddion, ac maent yn gwneud hynny ar draws amrywiaeth eang o ddarparwyr a llwyfannau.

Yn ystod y blynyddoedd diwethaf, mae ein hymchwili wedi dangos cynnydd cyson yng nghyfran y bobl sy'n cael gafael ar newyddion ar-lein, gyda gostyngiad cyfatebol yn nifer y bobl sy'n cael gafael arno ar ddarllediadau teledu a radio, a phapurau newydd print. Mae newidiadau i fethodoleg yr arolwg yn golygu nad oes modd cymharu canlyniadau eleni'n uniongyrchol â blynyddoedd blaenorol. Fodd bynnag, gan barhau â'r duedd a welwyd gyntaf yn 2024, gallwn weld bod mwy o bobl yn defnyddio ffynonellau ar-lein na darllediadau deledu i gael newyddion.

Mae'r niferoedd uwch ar gyfer pob llwyfan yn ein harolwg yn 2026 yn deillio o newid mewn dull gweithredu: fe wnaethom ofyn i gyfranogwyr ystyried unrhyw newyddion a welwyd yn ystod y mis diwethaf yn hytrach na defnyddio dehongliad culach o'r newyddion maen nhw'n ei gael 'y dyddiau hyn'. Mae hyn yn rhoi mesur mwy cynhwysfawr a dibynadwy o'r defnydd cyffredinol o newyddion. Mae hefyd wedi'i ddylunio i gofnodi'n fwy effeithiol sut mae pobl yn cael gafael ar newyddion yn oddefol. Mae hyn yn egluro'r ffigurau llawer uwch ar gyfer newyddion sain, gyda defnydd goddefol yn nodwedd allweddol o wrando ar y radio. Bu cynnydd sylweddol hefyd yn y nifer sy'n nodi eu bod yn defnyddio papurau newydd print, gyda 33% o oedolion yn dweud eu bod yn cael gafael ar newyddion fel hyn.¹

Ffigur 1: Llwyfannau a ddefnyddir i gael newyddion²



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026 - Oedolion 16 oed a hŷn. Cwestiwn 2022-2025: C1. Pa rai o'r llwyfannau canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn? / Cwestiwn 2026: D1-D22. Pa rai o'r [MATH O GYFRYNGAU] canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion arnynt yn ystod y mis diwethaf?

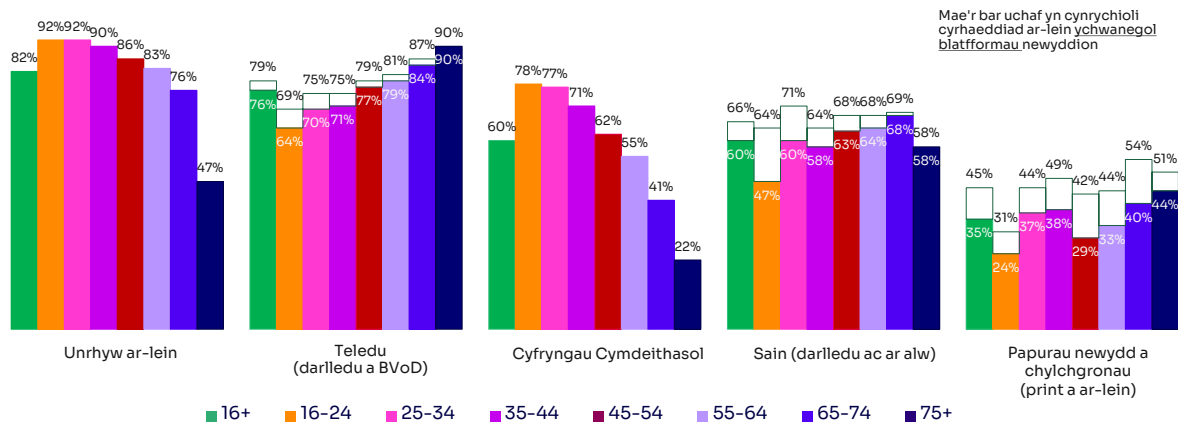
¹ Mae'r ffigur hwn ar gyfer darllenwyr papurau newydd print bellach yn cyd-fynd yn well â mesurau eraill fel arolwg IPA TouchPoints sy'n dangos bod 30% yn darllen print bob mis.

² Yn 2022 W1, nid yw data'n cael ei ddangos oherwydd nad oedd gwaith maes wyneb yn wyneb yn bosibl yn ystod pandemig Covid-19. Yn 2023, cafodd BVoD ei gynnwys. Yn 2026, mae 'Ar-lein' bellach yn cynnwys defnyddio apiau/safleoedd teledu ar-alw/dal i fyny, apiau/gwefannau teledu, apiau/gwefannau papurau newydd, apiau/gwefannau cylchgronau, apiau/gwefannau newyddion, podlediadau/radio dal i fyny, cyfryngau cymdeithasol neu apiau/safleoedd rhannu fideos, peiriannau chwilio/deallusrwydd artificial, cydgasglwyr newyddion ac mae 'Sain' yn cynnwys radio byw a radio/podlediadau dal i fyny.

Er bod pobl hŷn yn fwy tebygol o wyllo newyddion ar y teledu, maen nhw'n defnyddio mwy a mwy o ffyrdd ar-lein o gael gafaél ar newyddion

Mae ymddygiadau o ran cael gafaél ar newyddion yn amrywio'n sylweddol yn ôl oedran. Mae oedolion hŷn, yn enwedig y rheini sy'n 75 oed a hŷn, yn dal i ffafrio llwyfannau traddodiadol, yn enwedig teledu: Mae 90% yn cael gafaél ar newyddion fel hyn o'i gymharu â 69% o bobl ifanc 16-24 oed. Gwelir y patrwm croes ar gyfer cael gafaél ar newyddion ar-lein: Mae 92% o bobl 16-24 oed yn cael gafaél ar newyddion fel hyn, o'i gymharu â 47% o bobl 75 oed a hŷn. Fodd bynnag, hyd yn oed gan roi cyfrif am y newid mewn methodoleg, rydym wedi gweld cynnydd yn y defnydd o newyddion ar-lein ymysg cynulleidfaoedd hŷn, yn enwedig pobl 65-74 oed, ac mae eu defnydd o newyddion ar-lein wedi codi o 41% yn 2018 i 76% yn 2026. Mae'r cynnydd hwn yn debygol o adlewyrchu eu bod yn fwy cyfarwydd â defnyddio gwahanol dechnolegau ac mae'n dangos eu bod yn ategu eu deiet newyddion fwyfwy pan fyddant yn mynd ar-lein.

Ffigur 2: Llwyfannau a ddefnyddir i gael newyddion, yn ôl oedran



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafaél ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16+. Cwestiwn: D1-D22. Pa rai o'r [MATH O GYFRYNGAU] canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion arnynt yn ystod y mis diwethaf?

Cyfryngwyr ar-lein³

Cyfryngwyr ar-lein, gan gynnwys cyfryngau cymdeithasol, llwyfannau rhannu fideos ac offer deallusrwydd artifisial, yw'r brif ffordd mae pobl yn cael gafaél ar newyddion ar-lein

Mae bron i dri chwarter (73%) yr oedolion 16 oed a hŷn yn cael gafaél ar newyddion drwy gyfryngwr ar-lein o'i gymharu ag oddeutu chwech o bob deg (57%) sy'n troi'n uniongyrchol at apiau a gwefannau ar-lein cyhoeddwy newyddion, fel darlledwyr, brandiau papurau newydd neu gyhoeddwy newyddion ar-lein yn unig. Mae cyfryngwyr ar-lein yn darparu sawl llwybr at newyddion ac yn cynnwys cyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos (a ddefnyddir gan 60% o oedolion i gael gafaél ar newyddion), apiau negeseuon neu apiau cymdogaeth (22%) a gwasanaethau cyd-gasglu newyddion (17%).

Mae bron i naw o bob deg o bobl ifanc 16-24 oed wedi cael gafaél ar newyddion drwy gyfryngwr ar-lein, o'i gymharu â dim ond pedwar o bob deg o'r rheini sy'n 75 oed a hŷn. Yn fwy penodol, mae

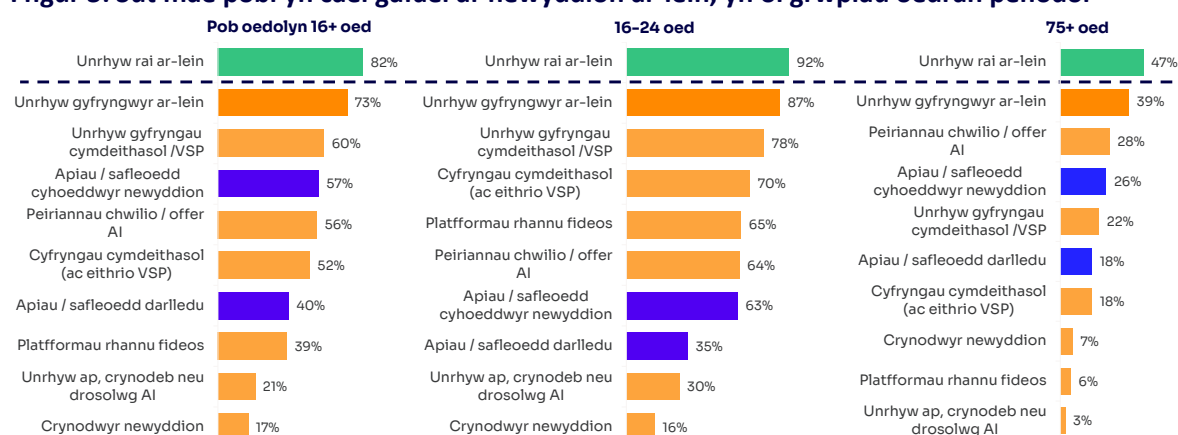
³ Mae cyfryngwyr ar-lein yn cynnwys safloedd cyfryngau cymdeithasol neu llwyfannau rhannu fideos, peiriannau chwilio neu offer deallusrwydd artifisial a gwasanaethau cyd-gasglu newyddion

78% o bobl ifanc 16-24 oed wedi cael gafael ar newyddion drwy gyfryngau cymdeithasol neu lwyfannau rhannu fideos, o'i gymharu â 22% o bobl 75 oed a hŷn.

Dylid nodi yma, ymysg y rheini sy'n dweud eu bod yn defnyddio unrhyw un o'r cyfryngwyr ar-lein hyn i gael newyddion, y bydd llawer yn cael gafael ar newyddion sy'n cael ei ddarparu gan sefydliadau newyddion traddodiadol ar y lwyfannau hyn ond eu bod wedi nodi mai drwy'r cyfryngwyr maen nhw'n cael eu newyddion. Rydym yn trafod hyn ymhellach yn ddiweddarach.

Er gwaethaf y defnydd o gyfryngwyr ar-lein i gael newyddion, ychydig o oedolion sy'n dibynnu arnynt yn unig: dim ond 5% o oedolion sy'n cael gafael ar newyddion drwy gyfryngwyr ar-lein yn unig, gyda dim ond 2% yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol i gael gafael ar newyddion.

Ffigur 3: Sut mae pobl yn cael gafael ar newyddion ar-lein, yn ôl grwpiau oedran penodol



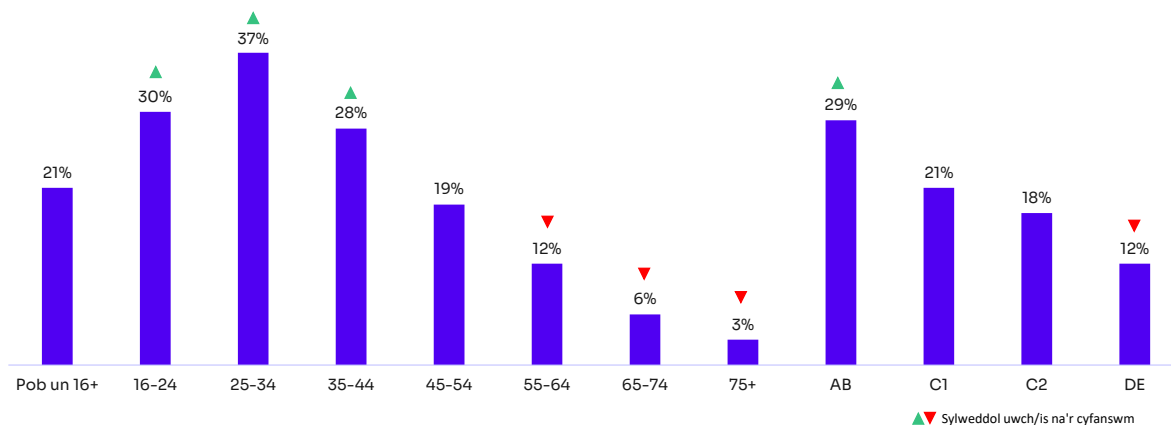
Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16+ Cwestiwn D1-D22. Pa rai o'r [MATH O GYFRYNGAU] canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion arnynt yn ystod y mis diwethaf? Unrhyw gyfryngwyr ar-lein = unrhyw gyfryngau cymdeithasol/lwyfannau rhannu fideos, peiriannau chwilio/deallusrwydd artiffisial a gwasanaethau cyd-gasglu newyddion

Un o'r datblygiadau diweddaraf mwyaf arwyddocaol fu dyfodiad deallusrwydd artiffisial fel cyfryngwr newyddion. Nododd yr [Adroddiad Newyddion Digidol](#) diweddaraf gan Sefydliad Reuters fod llwyfannau deallusrwydd artiffisial a sgwrsfotiau yn her sy'n dod i'r amlwg i gyhoeddwr, wrth i ddefnyddwyr ddod ar draws newyddion fwyfwy drwy grynodebau ac atebion a gynhyrchir gan ddeallusrwydd artiffisial yn hytrach nag yn uniongyrchol drwy frandiau newyddion. Mae offer deallusrwydd artiffisial yn creu llwybrau newydd at newyddion, gan ganiatáu i gynulleidfaoedd gael gafael ar wybodaeth drwy grynodebau wedi'u cynhyrchu gan ryngwynebau sgwrsio yn hytrach nag yn uniongyrchol gan ddarparwyr newyddion.

Am y tro cyntaf, fe ofynnem am y defnydd o raglenni a gwasanaethau deallusrwydd artiffisial i gael newyddion, a dywedodd 21% o'r ymatebwyr wrthym eu bod wedi defnyddio adnodd deallusrwydd artiffisial i gael newyddion. Y mwyaf poblogaidd o'r rhain oedd ChatGPT, ac roedd 13% o ymatebwyr yn ei ddefnyddio i gael newyddion. Mae defnyddio deallusrwydd artiffisial i gael newyddion yn cael ei sbarduno'n bennaf gan grwpiau oedran iau, ac mae unigolion hŷn ar ei hôl hi wrth ei fabwysiadu. Mae'r rheini sy'n perthyn i aelwydydd economaidd-gymdeithasol AB hefyd yn nodi defnydd ehangach o ddeallusrwydd artiffisial i gael newyddion, o'i gymharu â'r rheini o aelwydydd o grwpiau economaidd-gymdeithasol DE.⁴ Mae hwn yn ddimensiwn sy'n esblygu yn yr ecosystem newyddion, a byddwn yn parhau i fonitro defnydd cynulleidfaoedd ohoni wrth gael gafael ar newyddion.

Ffigur 4: Unrhyw ddefnydd o ddeallusrwydd artiffisial i gael newyddion, yn ôl demograffeg

⁴ Oedolion mewn aelwydydd a ddosbarthwyd yn grŵp DE (gweithwyr lled-fedrus a heb sgiliau; a'r rheini ar y lefelau cynhaliaeth isaf, gan gynnwys rhai pensiynwyr a phobl ddi-waith).

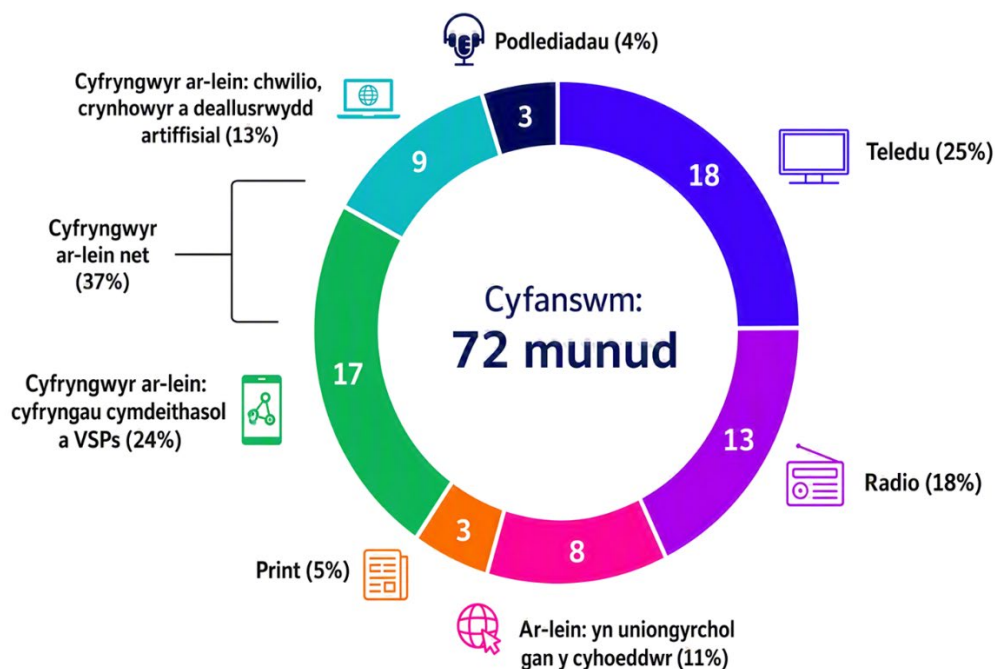


Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn. Cwestiwn: Cwestiwn D20. Pa rai o'r peiriannau chwilio, crynodebau neu apiau deallusrwydd artifffisial canlynol ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion arnynt yn ystod y mis diwethaf? Sylfaen: Pob oedolyn (5,397)

Mae pobl yn treulio'r un faint o amser yn cael gafael ar newyddion drwy'r teledu ag y maent yn ei dreulio ar gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos

Yn gyffredinol, rydym yn amcangyfrif bod oedolion yn y DU yn treulio 72 munud y dydd ar gyfartaledd yn cael gafael ar newyddion - i fyny o 61 munud y llynedd. Am y tro cyntaf, rydym wedi gallu gwahanu cyfryngwyr ar-lein i'r grwpiau 'chwilio, cydgasglwyr a deallusrwydd artifffisial' a 'cyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos'. Eleni, mae newyddion ar y teledu a newyddion sy'n cael ei gyrchu drwy gyfryngau cymdeithasol/llwyfannau rhannu fideos i gyd yn cyfrif am tua chwarter yr amser hwn. Mae'r munudau absoliwt o newyddion sy'n cael eu gwyllo ar deledu, radio, print ac sy'n cael eu cyrchu'n uniongyrchol ar-lein yn cyd-fynd â'r ffigurau a adroddwyd gennym y llynedd, er bod gostyngiad yng nghyfran cyfanswm y munudau newyddion sy'n cael eu treulio ar deledu (o 31% i 25%). Mae cyfryngwyr ar-lein yn cyfrif am 37% o'r amser sy'n cael ei dreulio'n cael gafael ar newyddion bob dydd.

Ffigur 5: Amcangyfrif o'r munudau cyfartalog o gael gafael ar newyddion ar bob llwyfan, pob oedolyn 16 oed a hŷn, 2026 ⁵



Ffynhonnell: Mae'r gyfran o ddadansoddiad sylw wedi'i llunio o sawl ffynhonnell ddata: Barb (teledu), RAJAR (radio), Ipsos Iris (Ar-lein: yn uniongyrchol gan gyhoeddwr) ac Arolwg Cael Gafael ar Newyddion Ofcom 2025-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn (Cyfyngwyr ar-lein; Print a Phodlediadau). Gweler y troednodyn i gael rhagor o fanylion am y fethodoleg.

Mae'r doreth o sianeli dosbarthu ar-lein yn golygu bod gan bobl bellach amrywiaeth o ffyrdd o gael gafael ar newyddion

Mae'r llu o sianeli dosbarthu ar-lein yn golygu bod gan bobl bellach fynediad at amrywiaeth eang o ffyrdd y gallant ddod ar draws newyddion, gan arwain at dwf yn nifer cyfartalog y ffyrdd y mae pobl yn cael gafael ar newyddion. Fodd bynnag, mae hyn yn amrywio'n sylweddol yn ôl oedran. Y rheini rhwng 25 a 34 oed sy'n defnyddio'r amrywiaeth ehangaf o ffyrdd o gael gafael ar newyddion sef bron i ddeunaw ffordd ar gyfartaledd, gyda lefelau uchel tebyg ymysg pobl 35-44 oed (16.3 ar gyfartaledd). Yn groes i hynny, mae oedolion 55 oed a hŷn yn dibynnu ar ystod gulach, yn enwedig y rheini sy'n 75 oed a hŷn, sy'n defnyddio dim ond 6.5 ar gyfartaledd. Yr hyn sy'n amlwg yw bod pob

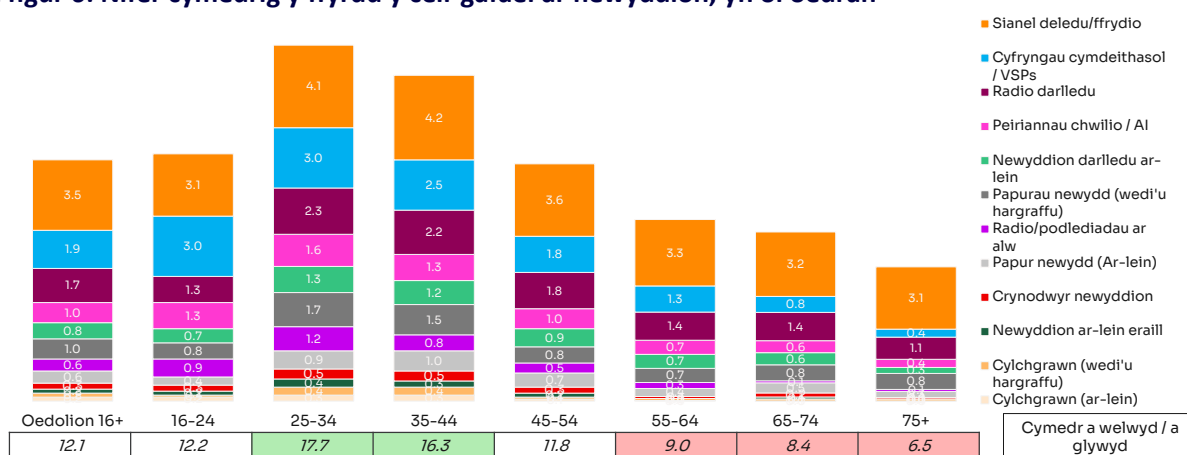
⁵ Mae'r gyfran hon o ddadansoddiad sylw wedi'i llunio o sawl ffynhonnell ddata: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion (NCS) 2025-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn, Barb, RAJAR ac Ipsos Iris. Mae newyddion ar y teledu (gan gynnwys gwasanaethau fideo ar-alw gan ddarllenedwyr), y radio a newyddion ar-lein yn uniongyrchol gan gyhoeddwr yn cael eu cyfrifo'n uniongyrchol o'r ffynhonnell berthnasol yn y diwydiant ac ar gyfer y diwydiannau eraill, maen nhw'n cael eu cyfrifo gan ddefnyddio cymhareb cyfran o'u sylw gan yr NCS. Dylid ystyried bod ffigurau'n dod o'r ffynhonnell briodol neu'n cael eu modelu gan ystyried faint o sylw sy'n cael ei roi i categorïau cyfryngau newyddion eraill. Y diffiniad o newyddion yw bwletinâu newyddion neu erthyglau newyddion ac maen nhw'n wahanol i farn neu faterion cyfoes, ond yn ymarferol mae'n anodd diffinio'r rhaniad hwn yn fanwl gan ddibynnu ar y categori o gyfryngau newyddion. Gellir ystyried yr allbwn cyffredinol fel munudau effeithiol a dreulir yn rhoi sylw i newyddion fesul person bob dydd ar draws poblogaeth y DU yn 2026, fel ciplun ar draws cyfnodau yn ystod y flwyddyn.

cynulleidfa, gan gynnwys y rheini mewn grwpiau oedran hŷn, yn defnyddio cymysgedd o ffyrdd traddodiadol ac ar-lein o gael gafael ar newyddion.

Mae gwahaniaethau nodedig hefyd yn ôl demograffeg eraill. Mae pobl yn y grŵp economaidd-gymdeithasol AB yn defnyddio llawer mwy o ffyrdd o gael gafael ar newyddion na chyfartaledd y boblogaeth (17.2 o'i gymharu â 12.1). Yn groes i hynny, dim ond 8.4 o wahanol ffyrdd o gael gafael ar newyddion ar gyfartaledd sy'n cael eu defnyddio gan y rheini yn y grŵp DE.

Mae gwahaniaethau hefyd i'w gweld yn ôl ethnigrwydd. Mae oedolion du ac oedolion â threftadaeth gymysg fel arfer yn defnyddio amrywiaeth lawer ehangach o ffyrdd o gael gafael ar newyddion o'i gymharu ag oedolion Gwyn. Mae hyn yn debygol o gael ei ddylanwadu, yn rhannol o leiaf, gan broffil oedran iau'r poblogaethau Du a threftadaeth gymysg, gan fod oedolion iau ar y cyfan yn defnyddio cymysgedd ehangach o ffynonellau a llwyfannau newyddion.

Ffigur 6: Nifer cymedrig y ffyrdd y ceir gafael ar newyddion, yn ôl oedran



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn. Cwestiwn D1-D22. Pa rai o'r [MATH O GYFRYNGAU] canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion arnynt yn ystod y mis diwethaf? Mae celloedd lliw yn dangos gwahaniaethau sylweddol yn ôl grŵp oedran o'u cymharu ag oedolion 16 oed a hŷn.

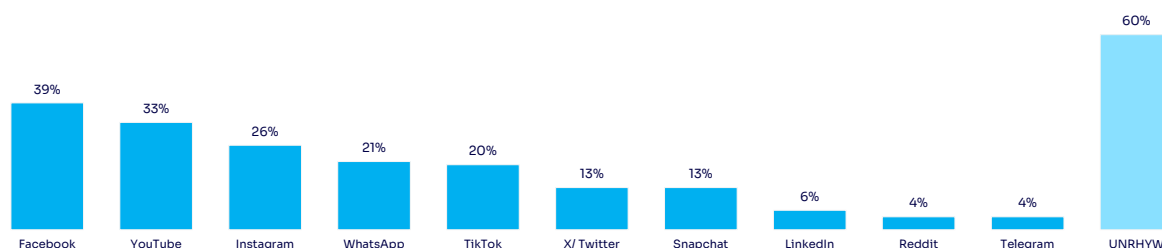
Mae YouTube yn dod yn fwyfwy pwysig fel llwyfan ar gyfer gwyllo cynnwys newyddion

Er mai Facebook (39%) yw'r llwyfan cyfryngau cymdeithasol mwyaf poblogaidd o hyd ar gyfer newyddion ymysg pob oedolyn, mae YouTube yn ennill tir (33%).

Mae gan YouTube nodweddion cyfryngau cymdeithasol a chyfryngau darlledu, gydag amrywiaeth enfawr o fideos ffurf hir a byr, a chynnwys a gynhyrchir gan ddefnyddwyr yn ogystal â chynnwys gan amrywiaeth o weithwyr proffesiynol yn y cyfryngau a sefydliadau cyfryngau, gan gynnwys brandiau newyddion a darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus. Mae rôl YouTube fel darparwr newyddion a chyfryngau wedi cael ei chryfhau drwy newid ymddygiad gwyllo wrth i fwy o'i gynnwys gael ei wyllo ar setiau teledu yn yr ystafell fyw, gan gyfrif am bron i hanner (46%) yr holl fideos sy'n cael eu gwyllo ar YouTube gartref yn 2025, i fyny o 27% yn 2022.⁶

⁶ Barb fel y'i gwyllyd, gwyllo fideos yn y cartref dros fand eang y cartref yn unig. Ar sail pob unigolyn (dros 4 oed).

Ffigur 7: Cyfryngau cymdeithasol neu lwyfannau rhannu fideos a ddefnyddir i gael newyddion



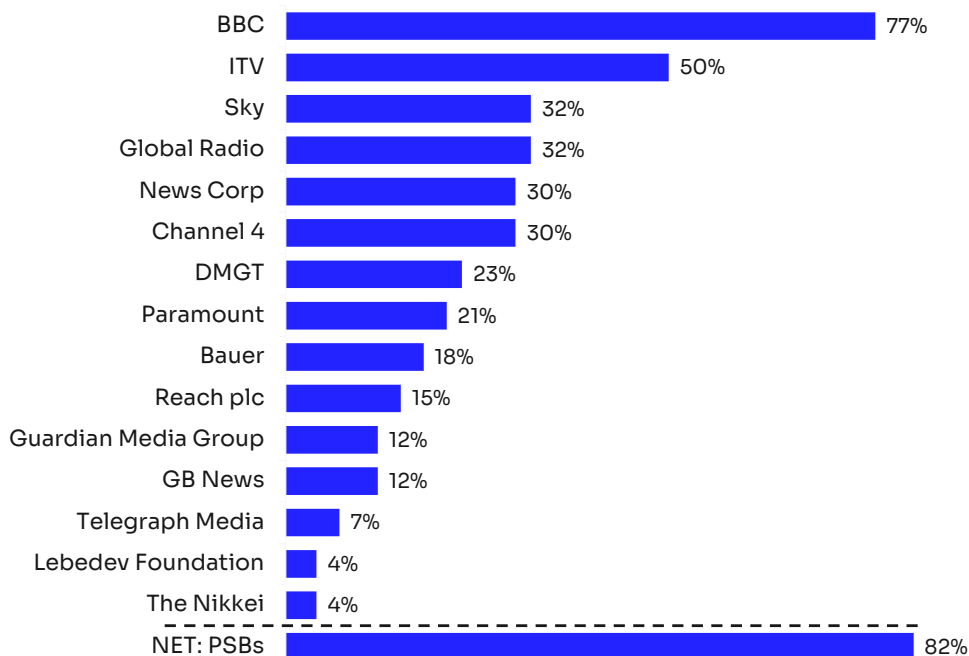
Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn. Cwestiwn D18. Pa rai o'r apiau neu safleoedd cyfryngau cymdeithasol neu rannu fideos canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion arnynt yn ystod y mis diwethaf?

Defnyddio darparwyr newyddion penodol

Er bod y farchnad yn mynd yn fwy cymhleth a gorlawn, y BBC yw'r darparwr newyddion sy'n cael ei ddefnyddio amlaf o hyd

Gyda phresenoldeb ar y teledu, y radio ac ar-lein, y BBC yw'r darparwr newyddion sy'n cael ei ddefnyddio amlaf yn y DU, gan gyrraedd 77% o'r holl oedolion drwy ei wasanaethau. ITV (50%) sydd yn yr ail safle gyda Sky a Global ar 32%.

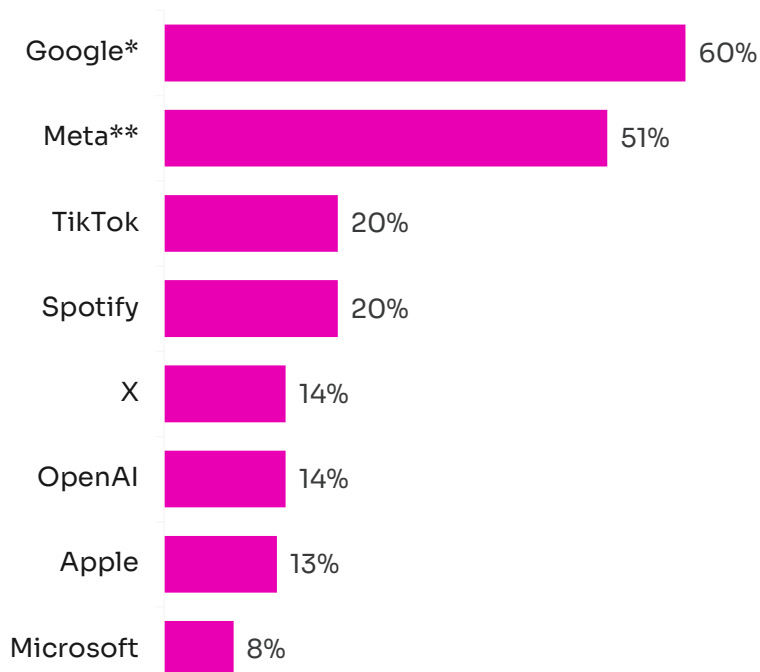
Ffigur 8: Cyrhaeddiad darparwyr newyddion penodol drwy eu gwasanaethau eu hunain



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn. Cwestiwn D1-D22. Pa rai o'r [MATH O GYFRYNGAU] canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion arnynt yn ystod y mis diwethaf? D.S. Mae ITV yn cynnwys STV/UTV ac ITV Cymru

Ymysg brandiau cyfryngwyr ar-lein, Google (sy'n cael ei ddominyddu gan Google Search) sydd â'r cyrhaeddiad uchaf ar gyfer cynnwys newyddion (60%), ac yna Meta (51%), sy'n cynnwys Facebook (39%), Instagram (26%) a WhatsApp (21%).

Ffigur 9: Cyrhaeddiad brandiau cyfryngwr ar-lein



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn.

Cwestiwn D1-D22. Pa rai o'r [CYFRYNGAU] canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion arnynt yn ystod y mis diwethaf?

** Google = Chwiliad Google - YouTube, Google News, Google Gemini, Google Play, **Meta = Facebook, Instagram, Threads, WhatsApp*

Y BBC yw'r brif ffynhonnell newyddion unigol, gan gynnwys ymysg pobl ifanc 16-24 oed: dywedodd dwy ran o dair ohonynt eu bod wedi'i defnyddio yn ystod y mis diwethaf

Y BBC yw'r brand newyddion sy'n cael ei ddefnyddio amlaf ar draws pob grŵp oedran, er bod ei gyrhaeddiad yn sylweddol uwch ymysg cynulleidfaoedd hŷn: dywedodd bron i naw o bob deg o'r rheini sy'n 75 oed a hŷn eu bod wedi defnyddio un o wasanaethau'r BBC i gael newyddion yn ystod y mis diwethaf o'i gymharu â dwy ran o dair o bobl ifanc 16-24 oed. BBC One yw'r gwasanaeth sy'n cael ei ddefnyddio amlaf i gael newyddion, gan gyrraedd 59% o oedolion, sy'n dangos pwysigrwydd teledu o hyd o ran cael gafael ar newyddion.

Ffigur 10: Y pum prif ffynhonnell newyddion uniongyrchol, yn ôl grwpiau oedran penodol

Pob oedolyn 16 oed a hŷn		Oedolion 16-24		Oedolion dros 75	
Ffynhonnell	Cyrhaeddiad misol (%)	Ffynhonnell	Cyrhaeddiad misol (%)	Ffynhonnell	Cyrhaeddiad misol (%)
BBC One	59%	BBC One	40%	BBC One	78%
ITV1*	51%	BBC iPlayer	36%	ITV1*	58%
BBC iPlayer	32%	Sianel BBC News	31%	Sianel deledu Channel 4	23%
Sianel BBC News	31%	ITV1*	28%	Sianel BBC News	23%
BBC News ar-lein	27%	ITVX	26%	BBC Two	21%
Unrhyw wasanaeth BBC (ar y llwyfan)	77%	Unrhyw wasanaeth BBC (ar y llwyfan)	66%	Unrhyw wasanaeth BBC (ar y llwyfan)	87%

Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn.

*Cwestiwn D1-D22. Pa rai o'r [MATH O GYFRYNGAU] canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion arnynt yn ystod y mis diwethaf? *Mae ITV1 yn cynnwys STV/UTV ac ITV Cymru*

Daw'r newyddion ar gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos gan ddarlledwyr traddodiadol yn bennaf

Mae cyfryngwyr ar-lein yn chwarae rhan bwysig o ran helpu pobl i gael gafael ar newyddion, gan hwyluso'r gwaith o ddosbarthu a darganfod newyddion yn hytrach na gweithredu fel cyhoeddwy newyddion eu hunain. Maent yn darparu mynediad at straeon newyddion o frandiau newyddion sydd wedi hen ennill eu plwyf fel y BBC neu Sky yn ogystal â newyddion gan sylwebyddion annibynnol a dylanwadwyr sy'n creu cynnwys yn benodol ar gyfer llwyfannau ar-lein sydd hefyd yn gwneud sylwadau ar newyddion ac yn ei rannu fel hyn - a allai hefyd gynnwys straeon gan gyhoeddwy newyddion traddodiadol. Er mwyn cael gwell dealltwriaeth o'r newyddion mae pobl yn dod ar ei draws ar gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos, yn arolwg eleni fe ofynnem i bobl am y darparwyr newyddion maen nhw'n eu gweld neu'n eu clywed ar y gwasanaethau hyn.

Ar draws y cyfryngau cymdeithasol a'r llwyfannau rhannu fideos dethol a oedd wedi'u cynnwys yn ein harolwg, darlledwyr traddodiadol oedd y darparwyr newyddion a nodwyd amlaf. Dywedodd tua hanner y rheini a welodd newyddion ar YouTube ac X eu bod wedi gweld cynnwys BBC News ar y gwasanaeth yn ystod y mis diwethaf.

Ochr yn ochr â'r sefydliadau newyddion sefydledig hyn, mae dylanwadwyr sy'n creu cynnwys yn benodol ar gyfer llwyfannau ar-lein a chrewyr cynnwys hefyd yn rhan o'r dirwedd newyddion. Roedd eu presenoldeb yn arbennig o amlwg ar X a TikTok, ac roedd tua un oedolyn o bob pump yn dweud eu bod wedi gweld newyddion o'r ffynonellau hyn, o'i gymharu ag oddeutu un o bob deg ar Facebook ac YouTube.

Ffigur 11: Priodoliad ffynonellau newyddion ar gyfryngau cymdeithasol/llwyfannau rhannu fideos dethol, ymysg oedolion sydd wedi gweld neu glywed newyddion ar gyfryngau cymdeithasol

	YouTube	X	Instagram	Facebook	TikTok	Snapchat
Sylfaen / Wedi gweld/clywed newyddion yn ystod y mis diwethaf	1806 / 33%	764 / 13%	1458 / 26%	2301 / 39%	1139 / 20%	693 / 13%
Unrhyw ddarlledwr yn y DU	69%	68%	60%	58%	57%	47%
Unrhyw ddarlledwr gwasanaeth cyhoeddus	59%	58%	52%	52%	49%	41%
BBC	52%	50%	44%	44%	41%	32%
Sky	29%	30%	22%	22%	25%	17%
ITV	20%	25%	21%	20%	22%	18%
Channel 4	11%	12%	11%	8%	11%	12%
GB News	11%	19%	9%	9%	10%	8%
Channel 5	8%	11%	8%	6%	10%	9%
Unrhyw ddarlledwr teledu rhyngwladol	11%	19%	8%	7%	9%	6%
Unrhyw ddarparwyr newyddion ar-lein yn <u>unig</u>	3%	5%	4%	4%	4%	4%
Pleidiau gwleidyddol / gwleidyddion	3%	10%	6%	6%	4%	2%
Newyddiadurwyr	5%	12%	7%	5%	6%	4%
Dylanwadwyr / sylwebyddion annibynnol / crewyr yn benodol ar gyfer llwyfannau ar-lein	10%	19%	17%	10%	22%	15%
Dim un o'r rhain	15%	11%	16%	18%	17%	27%

Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn. Cwestiwn: D26A-F. Pan fyddwch chi'n gweld neu'n clywed newyddion ar <GYFRYNGAU CYMDEITHASOL APP NEU WEFAN>, a yw wedi ei greu gan unrhyw un o'r darparwyr hyn? Sylwch: Gofynnwyd i'r cyfranogwyr am apiau neu wefannau cyfryngau cymdeithasol dethol yn unig. D.S. Mae ITV yn cynnwys STV/UTV ac ITV Cymru

Mae darparwyr newyddion sefydledig yn dal yn ffordd bwysig i bobl gysylltu â newyddion, gan gynnwys ar gyfryngwyr ar-lein

Er bod pobl yn aml yn dod i gysylltiad â newyddion ar gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos drwy algorithmau argymell, gall defnyddwyr hefyd siapia eu profiad newyddion drwy ddewis pa ddarparwyr newyddion i'w dilyn. Wrth i fwy o bobl gael gafael ar newyddion ar-lein, mae darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn cynnal presenoldeb cryf ar draws y llwyfannau hyn. BBC News oedd y darparwr newyddion a oedd â'r nifer mwyaf o ddilynwyr ar y gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol a'r llwyfannau rhannu fideos a ddewiswyd, gan ddenu tua thraean o ddefnyddwyr newyddion ar YouTube (36%), X (35%) ac Instagram (32%). Gyda'i gilydd, roedd mwy na phedwar defnyddiwr newyddion o bob deg yn dilyn darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus ar YouTube ac X (42% y naill a'r llall). Mae hyn yn dangos, hyd yn oed wrth i gynulleidfaoedd gael gafael ar newyddion drwy

amgylcheddau digidol cynyddol amrywiol, bod brandiau newyddion sefydledig yn dal yn llwybr pwysig i bobl gysylltu â newyddion.

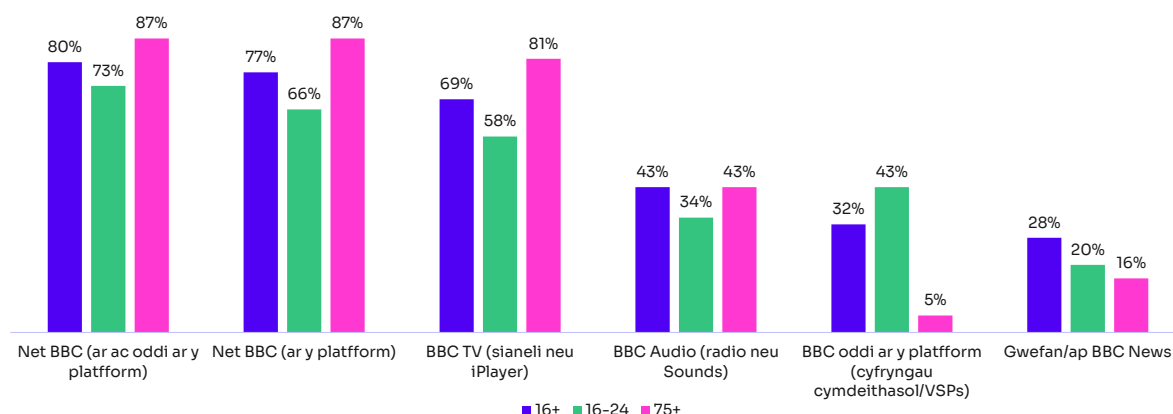
Ffigur 12: Darparwyr newyddion sy'n cael eu dilyn ar ddetholiad o gyfryngau cymdeithasol/llwyfannau rhannu fideos, ymysg oedolion sydd wedi gweld neu glywed newyddion ar gyfryngau cymdeithasol

	YouTube	X	Instagram	Facebook	TikTok	Snapchat
Sylfaen / Wedi gweld/clywed newyddion yn ystod y mis diwethaf	1806 / 33%	764 / 13%	1458 / 26%	2301 / 39%	1139 / 20%	693 / 13%
Unrhyw ddarlledwr yn y DU	51%	51%	46%	41%	41%	37%
Unrhyw ddarlledwr gwasanaeth cyhoeddus	42%	42%	39%	35%	34%	30%
BBC	36%	35%	32%	28%	26%	22%
Sky	16%	18%	14%	13%	14%	10%
ITV	11%	15%	12%	12%	12%	12%
Channel 4	6%	8%	6%	4%	6%	7%
GB News	6%	10%	5%	5%	5%	4%
Channel 5	4%	6%	4%	3%	5%	6%
Unrhyw ddarlledwr teledu rhwngwladol	5%	9%	4%	4%	4%	2%
Unrhyw ddarparwyr newyddion ar-lein yn unig	2%	2%	1%	2%	1%	2%
Pleidiau gwleidyddol / gwleidyddion	1%	6%	3%	2%	1%	0%
Newyddiadurwyr	3%	5%	4%	2%	2%	1%
Dylanwadwyr / sylwebyddion annibynnol / crewyr yn benodol ar gyfer llwyfannau ar-lein	7%	13%	12%	5%	16%	11%
Dim un o'r rhain	40%	36%	40%	51%	42%	51%

Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn. Cwestiwn: D27A-F. Pa rai o'r ffynonellau newyddion hyn, os o gwbl, ydych chi'n eu dilyn ar [SOCIAL MEDIA/ VSP]? Sylfaen: Pob oedolyn sydd wedi gweld neu glywed newyddion ar yr ap neu'r wefan cyfryngau cymdeithasol yn ystod mis diwethaf 2026. Sylwch: Gofynnwyd i'r cyfranogwyr am apiau neu wefannau cyfryngau cymdeithasol dethol yn unig. D.S. Mae ITV yn cynnwys STV/UTV ac ITV Cymru

I rai defnyddwyr, cyfryngwyr ar-lein yw eu hunig ffordd o gael gafael ar newyddion gan gyhoeddwr newyddion: mae cyrhaeddiad cynyddol y BBC yn cynyddu o 77% ar wasanaethau'r BBC i 80% pan fyddwch yn cynnwys cyfarfyddiadau â chynnwys newyddion y BBC ar ddetholiad o gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos. Ymysg pobl ifanc 16-24 oed, mae cyrhaeddiad cynyddol BBC News yn cynyddu o 66% i 73% wrth gynnwys rhai sy'n cael gafael arnynt gan ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos.

Ffigur 13: Cyrhaeddiad newyddion y BBC: ar y llwyfan ac oddi arno, yn ôl oedran



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16+. Cwestiwn D1-D22. Pa rai o'r [MATH O GYFRYNGAU] canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion arnynt yn ystod y mis diwethaf? D27A-F. Pa rai o'r ffynonellau newyddion hyn, os o gwbl, ydych chi'n eu dilyn ar [SOCIAL MEDIA/VSP]? Sylfaen: Pob oedolyn sydd wedi gweld neu glywed newyddion ar <ap neu wefan cyfryngau cymdeithasol> yn ystod mis diwethaf. Sylwch: Gofynnwyd i'r cyfranogwyr am apiau neu wefannau cyfryngau cymdeithasol dethol yn unig.

Defnydd o newyddion ymysg plant 12-15 oed

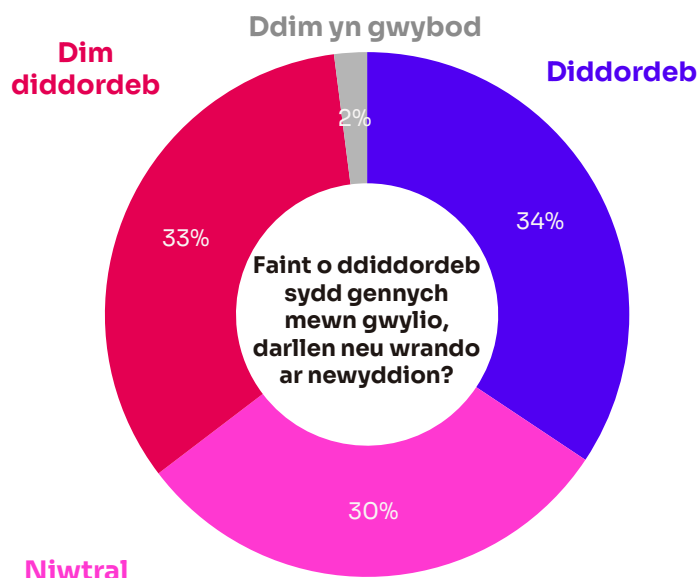
Mae'r adran hon yn edrych ar ble a sut mae plant 12-15 oed yn ymgysylltu â newyddion. Mae'n hanfodol deall ble mae plant yn cael eu newyddion gan fod newyddion yn gallu helpu pobl ifanc i wneud synnwyr o'r byd o'u cwrpas, cymryd rhan mewn bywyd dinesig a datblygu dealltwriaeth feirniadol o wybodaeth.

Mae plant mewn aelwydydd economaidd-gymdeithasol ABC1 yn fwy tebygol o fod â diddordeb mewn newyddion

Mae cyfrannau gweddol gyfartal o bobl ifanc 12-15 oed yn dweud bod ganddynt ddiddordeb mewn newyddion, eu bod yn niwtral tuag ato, neu nad oes ganddynt ddiddordeb. Mae hyn yn awgrymu, er nad yw'r grŵp oedran hwn wedi'u hymddieithrio'n gynhenid oddi wrth newyddion, nid yw'n dal apêl gyffredinol a rhaid iddo gystadlu ag amrywiaeth eang o gynnwys arall am eu sylw. Mae tua thraean (34%) o blant 12-15 oed yn dweud bod ganddynt ddiddordeb mewn newyddion o'i gymharu â 46% o bobl ifanc 16-24 oed a 67% o bawb sy'n 16 oed a hŷn.

Mae plant o aelwydydd economaidd-gymdeithasol AB a C1 (53% a 34% yn y drefn honno) yn llawer mwy tebygol o fod â diddordeb mewn newyddion na'r rheini o aelwydydd economaidd-gymdeithasol C2 (23%) a DE (25%).

Ffigur 14: Diddordeb mewn newyddion ymysg plant 12-15 oed



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Cwestiwn y Plant: C1. Faint o ddiddordeb sydd gennych chi mewn gwyllo, darllen neu wrando ar y newyddion?

Ymysg plant sydd â diddordeb mewn newyddion, mae'r cymhellion yn ymwneud yn bennaf â gwybodaeth: Mae 61% yn dweud eu bod eisiau gwybod beth sy'n digwydd yn y byd, ac mae 55% eisiau cael yr wybodaeth ddiweddaraf am straeon sy'n trendio. I'r gwrthwyneb, mae diffyg ymgysylltu yn cael ei sbarduno gan ganfyddiadau bod newyddion yn anniddorol neu'n heriol yn emosiynol. Mae dros hanner (54%) y rheini nad oes ganddynt ddiddordeb mewn newyddion yn ei ddisgrifio fel rhywbeth diflas, sy'n golygu mai dyma'r rhwystr mwyaf cyffredin i ymgysylltu, ac mae 35% yn teimlo ei fod yn ddigalon ac mae 24% yn dweud ei fod yn peri loes. Dywed cyfran lai (11%) eu bod yn osgoi newyddion am nad ydynt yn ymddiried ynddo.

Mae hyn yn awgrymu bod perthynas plant â newyddion yn cael ei siapio gan ei berthnasedd, a hefyd gan y profiad emosiynol y mae'n ei greu. Er bod llawer yn cael eu denu at newyddion fel ffordd o ddeall y byd o'u cwrmpas, mae canfyddiadau negyddol ac ymatebion emosiynol yn rhwystrau rhag ymgysylltu.

Mae ymgysylltiad plant â newyddion yn cael ei siapio gan bynciau sy'n canolbwyntio ar adloniant a fformatau hygyrch a diddorol

Mae diddordeb plant mewn newyddion yn cael ei siapio'n gryf yn ôl pwnc, ac mae'n glir eu bod yn ffafrio cynnwys anffurfiol sy'n gysylltiedig ag adloniant yn hytrach na newyddion 'caled' traddodiadol. Mae gan dros hanner (56%) ddiddordeb mewn newyddion am gerddoriaeth a cherddorion, 49% mewn ffilmiau ac actorion, a 46% mewn chwaraeon neu adloniant ac enwogion. I'r gwrthwyneb, mae'r diddordeb yn llawer is ar gyfer pynciau fel gwrthdaro a rhyfel (14%) a gwleidyddiaeth (12%).

Mae'r ffordd y mae newyddion yn cael ei gyflwyno hefyd yn dylanwadu ar ymgysylltiad plant â newyddion. Mae llawer yn ffafrio fformatau mwy hygyrch a diddorol, gyda 40% â diddordeb mewn newyddion hwyliog neu newyddion sy'n gwneud iddynt deimlo'n dda a 34% mewn memes neu jôcs am ddigwyddiadau cyfoes. Mae gan lai o bobl ddiddordeb mewn fformatau newyddion mwy traddodiadol fel newyddion sy'n torri (29%) neu'r penawdau (23%).

Y brif ffordd i bobl ifanc 12-15 oed gael gafael ar newyddion yw drwy'r cyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos

Mae plant yn fwy tebygol o ddod ar draws newyddion mewn ffrydiau cyfryngau cymdeithasol, lle mae algorithmau llwyfannau yn dewis ac yn blaenoriaethu cynnwys, a gall fod yn seiliedig ar ymddygiad y defnyddiwr, neu'n anffurfiol eu teulu a ffrindiau, yn hytrach nag o reidrwydd mynd ati'n fwriadol i chwilio am newyddion.

Y cyfryngau cymdeithasol yw'r llwyfan sy'n cael ei ddefnyddio amlaf o bell ffordd ymysg plant 12-15 oed, gyda 78% yn dweud eu bod yn cael gafael ar newyddion fel hyn. Dilynir hyn gan 41% sy'n dweud eu bod yn cael newyddion drwy siarad â theulu, a 39% drwy sianeli teledu neu wasanaethau ffrydio. Mae ffyrdd eraill o gael gafael ar newyddion yn cael eu defnyddio'n llawer llai aml, gan gynnwys radio (20%), podlediadau neu radio dal i fyny (14%), a gwefannau neu apiau sefydliadau newyddion (16%).

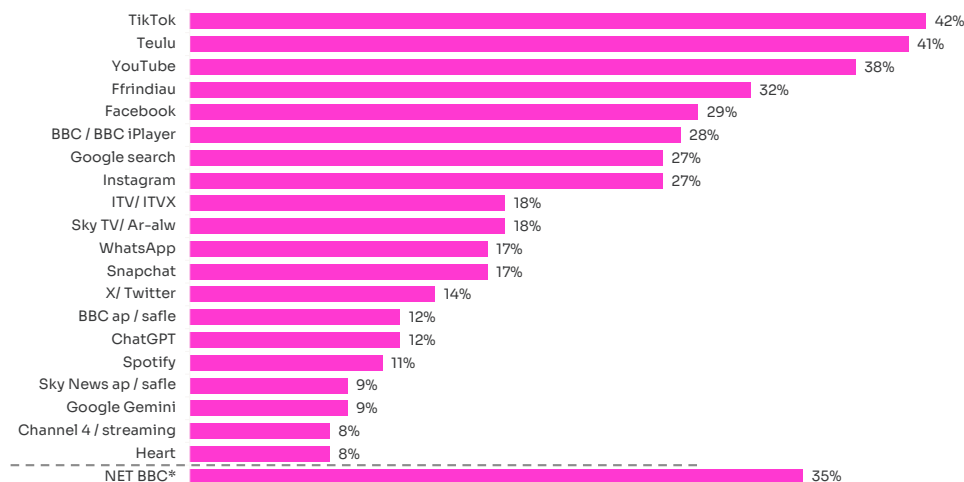
Ffigur 15: Llwyfannau sy'n cael eu defnyddio ar gyfer newyddion, ymysg plant 12-15 oed



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Cwestiwn y Plant: D1. Drwy ba rai o'r ffyrdd canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion yn ystod y mis diwethaf?

Mae amlygrwydd y cyfryngau cymdeithasol yn nefnydd plant i'w weld o'r ffynonellau maen nhw'n dweud eu bod yn eu defnyddio. Ymysg y pum prif ffordd i blant 12-15 oed gael gafael ar newyddion, mae'r rhan fwyaf yn wasanaethau cyfryngau cymdeithasol neu rannu fideos, gan gynnwys TikTok (42%), YouTube (38%) a Facebook (29%).

Ffigur 16: Yr 20 prif ffordd mae plant 12-15 oed yn cael gafael ar newyddion



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Cwestiwn y Plant: D3-D11. Drwy ba rai o'r ffyrdd canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi gweld neu glywed newyddion yn ystod y mis diwethaf? Sylfaen: Pob plentyn 12-15 oed (1,045)

Mae plant yn dod ar draws cynnwys gan sefydliadau newyddion traddodiadol ar gyfryngau cymdeithasol, er bod maint hyn yn amrywio o un llwyfan i'r llall

Ymysg plant sy'n dod ar draws newyddion ar X, mae 53% yn nodi eu bod wedi gweld cynnwys y BBC, o'i gymharu â 41% ar Instagram. Dim ond 29% sy'n nodi eu bod wedi gweld cynnwys BBC News ar TikTok, ac mae 46% o blant sy'n defnyddio TikTok i gael newyddion yn dweud eu bod wedi dod ar draws newyddion drwy ddylanwadwyr a chrewyr cynnwys eraill.

Mae plant yn dod ar draws llai o newyddion gan y BBC ar TikTok o'u cymharu ag oedolion (dywedodd 41% o oedolion sy'n gweld newyddion ar TikTok eu bod wedi gweld BBC News, o'i gymharu â 29% o blant). Yn groes i hynny, mae plant yn fwy tebygol nag oedolion o weld newyddion gan ddylanwadwyr neu grewyr cynnwys ar TikTok (plant 46%, oedolion 22%).

Dangosodd ein [hymchwil Y Cyfryngau ym Mywyd Plant](#), er bod plant yn gweld newyddion gan sefydliadau newyddion traddodiadol ar gyfryngau cymdeithasol, eu bod hefyd yn cael newyddion gan ddylanwadwyr newyddion, neu memes heb gyd-destun sy'n gysylltiedig â newyddion doniol.

Ffigur 17: Newyddion a welwyd gan blant 12-15 oed ar gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos

	TikTok	YouTube	Facebook	Instagram	Snapchat	X
Sylfaen / Wedi gweld neu glywed yn ystod y mis diwethaf	446 / 42%	391 / 38%	302 / 29%	284 / 27%	178 / 17%	140 / 14%
Unrhyw ddarlledwr yn y DU	42%	64%	63%	61%	43%	70%
BBC	29%	46%	43%	41%	27%	53%
Sky News	20%	33%	33%	33%	20%	35%
ITV	15%	24%	30%	23%	13%	29%
Channel 4	8%	15%	16%	19%	16%	25%
Channel 5	7%	10%	13%	11%	13%	21%
Unrhyw ddarlledwr newyddion teledu yn yr Unol Daleithiau	13%	18%	19%	17%	12%	29%
Pleidiau gwleidyddol / gwleidyddion	9%	5%	13%	8%	9%	12%
Dylanwadwyr / sylwebyddion annibynnol / crewyr yn benodol ar gyfer llwyfannau ar-lein	46%	30%	27%	31%	29%	26%
Dim un o'r rhain	11%	9%	13%	11%	18%	9%

Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Cwestiwn y Plant: E8A-F. Pan fyddwch chi'n gweld neu'n clywed newyddion ar [AP / SAFLE CYFRYNGAU CYMDEITHASOL / LLWYFAN RHANNU FIDEOS],

a yw wedi ei greu gan unrhyw un o'r darparwyr hyn? Sylfaen: Pob person ifanc 12-15 oed sydd wedi gweld neu glywed newyddion ar ap neu'r wefan cyfryngau cymdeithasol / llwyfan rhannu fideos yn ystod mis diwethaf.
D.S. Mae ITV yn cynnwys STV/UTV ac ITV Cymru

Agweddau at ddarpariaeth newyddion

Mae'r adran nesaf hon yn edrych ar agweddau pobl at newyddion, gan ganolbwyntio ar ganfyddiadau ynghylch ymddiriedaeth, cywirdeb a didueddrwydd. Yma rydym yn ystyried yn bennaf agweddau tuag at sefydliadau sy'n gwneud y newyddion yn hytrach nag agweddau tuag at y ffordd maen nhw'n cael gafael ar newyddion, ond rydym hefyd yn rhoi trosolwg ar lefel llwyfan.

Mae papurau newydd, teledu a radio yn cael sgôr uwch na llwyfannau ar-lein o ran dibynadwyedd, didueddrwydd a chywirdeb

Fe wnaethom ofyn i gyfranogwyr asesu'r gwasanaethau newyddion maen nhw'n eu defnyddio yn erbyn cyfres o briodolddau, gan ein galluogi i gymharu gwahanol llwyfannau gyda'i gilydd. Ar y cyfan, mae llwyfannau traddodiadol yn cael sgoriau uchel am ddarparu newyddion. Mae canfyddiadau o ffynonellau darparu newyddion ar-lein yn amrywio'n fawr yn dibynnu ar y math o wasanaeth a ddefnyddir. Mae'r sgoriau isaf ar gyfer newyddion a welir ar gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos ac yna newyddion a ddarperir drwy wasanaethau deallusrwydd artiffisial. O'r dulliau ar-lein o gael gafael ar newyddion, gwasanaethau cyd-gasglu newyddion ar-lein, sy'n cyfeirio pobl yn bennaf at ddarparwyr newyddion traddodiadol, sydd â'r sgoriau uchaf.

Ffigur 18: Canfyddiadau tuag at nodweddion newyddion ar llwyfannau traddodiadol, ymysg defnyddwyr newyddion ar bob llwyfan

	Sylfaen	Yn ddibynadwy	Yn ddiduedd	Yn gywir
Teledu a ddarlledir	4,077	65%	56%	66%
Radio	2,716	61%	56%	62%
Papurau newydd print	1,404	66%	59%	67%
Unrhyw wasanaeth ar-lein*	4,129	50%	45%	51%
Cyfryngau cymdeithasol / Llwylfannau rhannu fideos	2,927	39%	36%	40%
Gwasanaethau cyd-gasglu newyddion ar-lein	406	59%	61%	66%
Apiau/gwasanaethau deallusrwydd artiffisial	647	44%	42%	44%

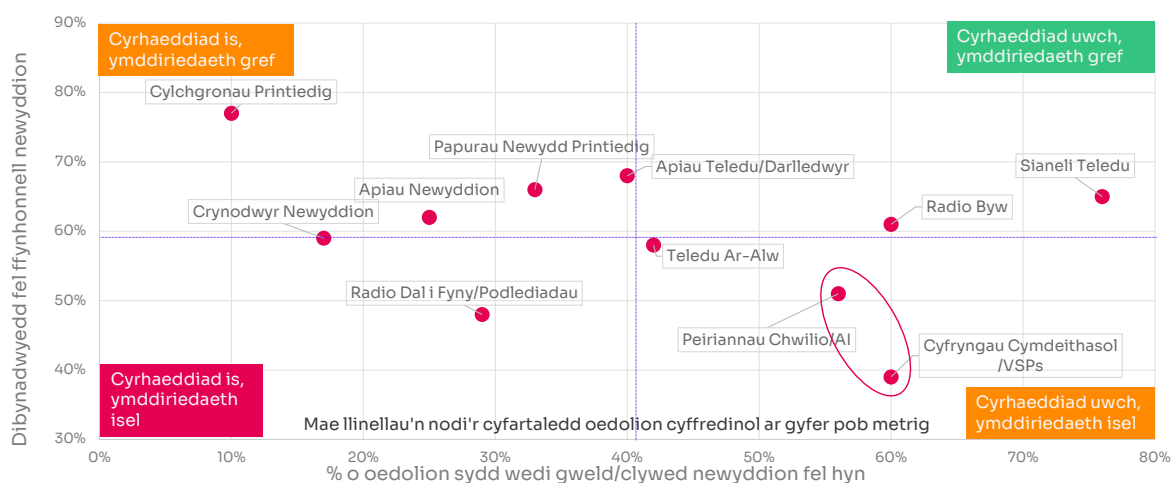
Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn. Cwestiwn: E3. Mae'r newyddion rwy'n ei weld ar [LLWYFAN NEWYDDION] yn ddibynadwy/diduedd/cywir. Sylfaen: Y rheini sydd wedi gweld neu glywed newyddion ym mhob categori yn ystod y mis diwethaf (mae'r maint yn amrywio).

*Mae unrhyw wasanaeth ar-lein yn cynnwys dosbarthiad darparwyr newyddion traddodiadol ar-lein.

Mae gan newyddion teledu a radio gyrhaeddiad mawr ac mae llawer yn ymddiried ynddynt

Mae Ffigur 19 isod yn cymharu cyrhaeddiad a dibynadwyedd. Mae'r siart yn dangos mai llwyfannau cyfryngau cymdeithasol/rhannu fideos a pheiriannau chwilio/gwasanaethau deallusrwydd artifisial yw rhai o'r ffyrdd mwyaf cyffredin o gael gafael ar newyddion ond bod llai yn debygol o ddweud eu bod yn ymddiried ynddynt o'u cymharu â ffyrdd eraill. I'r gwrthwyneb, mae gan sianeli teledu gynulleidfa oedd mawr sydd â barn gymharol gadarnhaol am ddibynadwyedd y newyddion sydd ar gael ar y sianeli hyn. Yn benodol, er mai cyrhaeddiad sianeli teledu yw'r uchaf o unrhyw ffordd o gael gafael ar newyddion, ac mae'n uwch na chyrrhaeddiad gwasanaethau fideo ar-alw darlledwyr (BVoDs), mae canfyddiadau o ddibynadwyedd newyddion sy'n cael ei ddarparu drwy sianeli teledu neu wasanaethau fideo ar-alw darlledwyr yn debyg.

Ffigur 19: Cymharu'r defnydd o ffyrdd o gael gafael ar newyddion a'u canfyddiadau o ymddiriedaeth



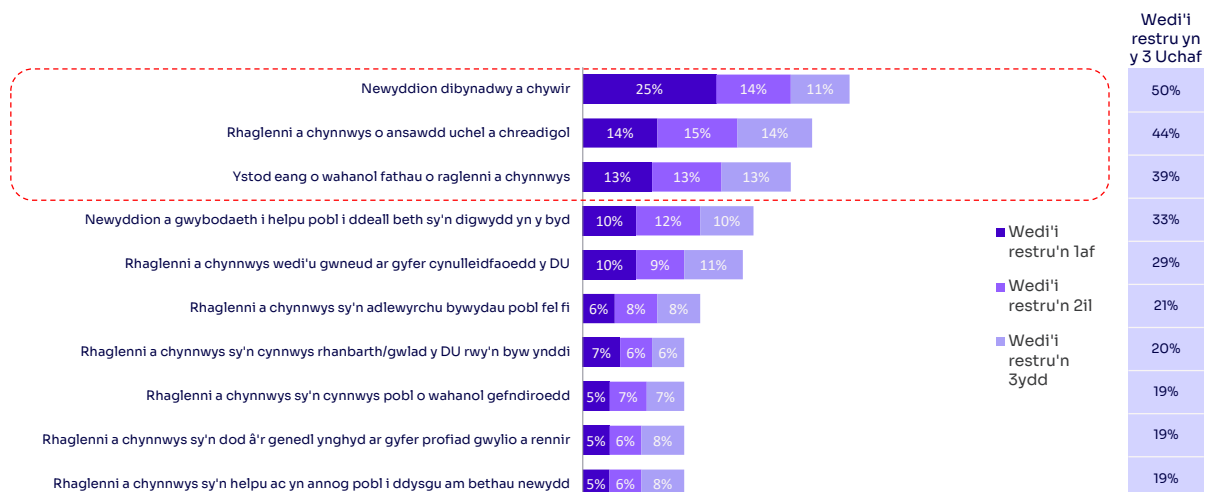
Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn. Cwestiwn: E3. Mae'r newyddion rwy'n ei weld ar [LLWYFAN NEWYDDION] yn ddibynadwy. Sylfaen: Y rheini sydd wedi gweld neu glywed newyddion ym mhob categori yn ystod y mis diwethaf (mae'r maint yn amrywio)

Mae cynulleidfa oedd yn nodi mai darparu newyddion dibynadwy a chywir yw nodwedd bwysicaf darlledu gwasanaeth cyhoeddus.

Gwyddom o'n hymchwil arall fod newyddion dibynadwy a chywir yn bwysig iawn i gynulleidfa oedd. Mae Traciwr Cyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus Ofcom yn dangos bod chwarter (25%) oedolion y DU yn ystyried mai 'newyddion dibynadwy a chywir' yw'r nodwedd bwysicaf i ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus ei darparu i gymdeithas yn gyffredinol. Roedd hanner (50%) yr holl oedolion wedi'i restru yn eu 3 uchaf.

Mae ffafriaeth yn amrywio ar draws gwahanol grwpiau. Ymysg pobl ifanc 16-34 oed, ystyrir bod cynnwys creadigol o ansawdd uchel yr un mor bwysig â newyddion dibynadwy a chywir (42% o'i gymharu â 41%). Oedolion sydd wedi byw yn y DU am bum mlynedd neu lai sy'n rhoi'r pwys mwyaf ar newyddion a gwybodaeth sy'n eu helpu i ddeall beth sy'n digwydd yn y byd (41%), ac yna newyddion dibynadwy a chywir (37%). I'r gwrthwyneb, mae'r rheini sydd wedi byw yn y DU drwy gydol eu hoes yn rhoi'r newyddion dibynadwy a chywir uchaf (51%), ac yna cynnwys creadigol o ansawdd uchel (46%).

Ffigur 20: Pwysigrwydd i gymdeithas: Ymhlith y 3 uchaf, oedolion 16 oed a hŷn



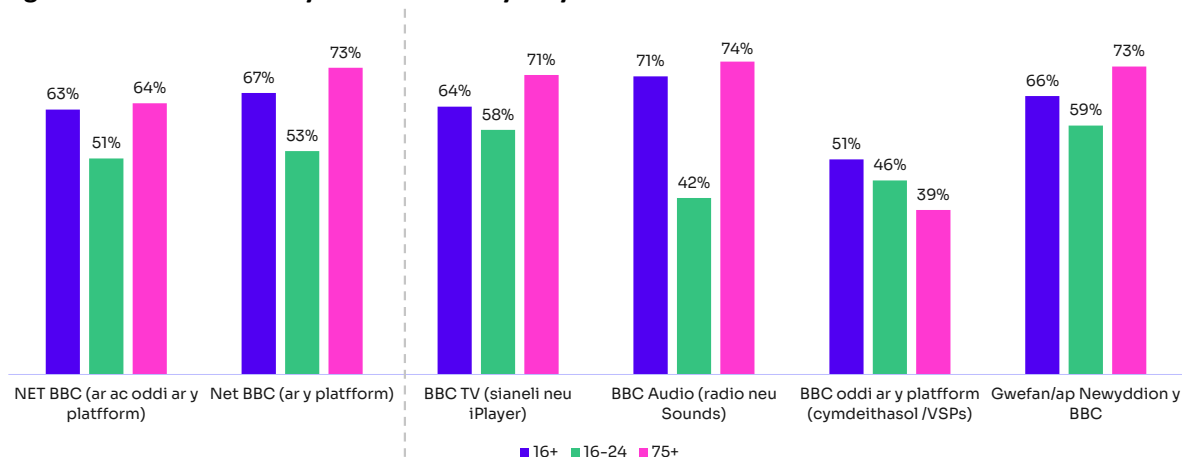
Ffynhonnell: Traciwr Cyfryngau Gwasanaeth Cyhoeddus Ofcom 2025-2026 ac Oedolion 16 oed a hŷn.

Cwestiwn: Rydyn ni nawr eisïau i chi feddwl beth rydych chi'n teimlo sydd bwysicaf i 'ddarllidwyr gwasanaeth cyhoeddus' - mewn geiriau eraill, y BBC, [ITV / STV yn yr Alban / ITV yng Ngogledd Iwerddon], Channel 4, Channel 5, [ac S4C yng Nghymru] - i ddarparu ar gyfer cymdeithas yn gyffredinol, hynny yw, pawb yn y DU. Rhowch y tri pwysicaf, gan ddechrau â'r pwysicaf un.

Mae ble rydych yn cael gafael ar newyddion yn gallu effeithio ar ba mor ddibynadwy ydyw

Fel y nodwyd yn ein [hadroddiad ymwybyddiaeth o'r cyfryngau](#) ar gyfer oedolion yn gynharach eleni, mae profiadau ar gyfryngau cymdeithasol yn dangos amgylchedd o ansicrwydd ynghylch beth i ymddiried ynddo - mae 56% o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn dweud eu bod wedi gweld newyddion ffug neu gamarweiniol yn ystod y flwyddyn ddiwethaf. Mae dadansoddiad o'r canfyddiadau yn ein Harolwg Cael Gafael ar Newyddion hefyd yn dangos bod cyd-destun yn dylanwadu ar ganfyddiadau o ymddiriedaeth. Mae BBC News yn bresennol ar draws yr holl brif sianeli dosbarthu newyddion ond mae ymddiriedaeth ynddo yn amrywio ar draws y gwahanol lwybrau mynediad. Ar y cyfan, mae defnyddwyr hŷn yn tueddu i ymddiried mwy yn BBC News, ar draws ei sianeli y mae'n berchen arnynt (teledu, sain a'r wefan/ap) na defnyddwyr iau - ac mae'r ddau grŵp oedran yn ymddiried llai yng ngwasanaethau'r BBC News a welir ar gyfryngau cymdeithasol. Mae'n ymddangos bod patrwm o ymddiriedaeth yn seiliedig ar lefel y defnydd hefyd yn dod i'r amlwg: mae'r rheini sy'n 75 oed a hŷn yn defnyddio llai ar gyfryngau cymdeithasol i gael newyddion ac yn ymddiried llai yn BBC News ar y cyfryngau cymdeithasol, ac mae pobl 16-24 oed, sy'n defnyddio llai ar y radio, yn ymddiried llai yn BBC News ar y radio.

Ffigur 21: Ymddiriedaeth yn BBC News ar y llwyfan ac oddi arno



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Oedolion 16 oed a hŷn. Cwestiwn: E3B / E4A. Mae'r newyddion rwy'n ei (weld ar/ glywed ar) <FFYNHONNELL NEWYDDION> yn ddibynadwy. Sylfaen: Pawb sydd wedi gweld neu glywed newyddion fel hyn yn ystod y mis diwethaf

Mae gan blant fwy o ymddiriedaeth mewn newyddion gan ddarlledwyr na newyddion ar gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos yn gyffredinol

Mae plant 12-15 oed yn ymddiried mwy mewn darlledwyr fel y BBC nag mewn newyddion yn gyffredinol a welir ar gyfryngau cymdeithasol a llwyfannau rhannu fideos, gan nodi mai darlledwyr sy'n gyfrifol am rywfaint o'r newyddion a welir ar y llwyfannau hyn. X yw'r unig lwyfan cyfryngau cymdeithasol sy'n dod yn agos, ac mae 78% o'r plant sy'n ei ddefnyddio i gael newyddion yn ymddiried yn y newyddion ar y llwyfan hwn. Er mai TikTok yw'r ffordd sy'n cael ei defnyddio amlaf i gael gafael ar newyddion ymysg plant, mae ganddo'r lefelau isaf o ymddiriedaeth ymysg y rheini sy'n cael newyddion drwyddo, gyda dim ond 45% o blant yn dweud eu bod yn ymddiried yn y newyddion maent yn ei weld arno.

Ffigur 22: Ymddiriedaeth mewn newyddion gan ddarlledwyr a newyddion a welir ar llwyfannau cyfryngau cymdeithasol, ymysg plant 12-15 oed

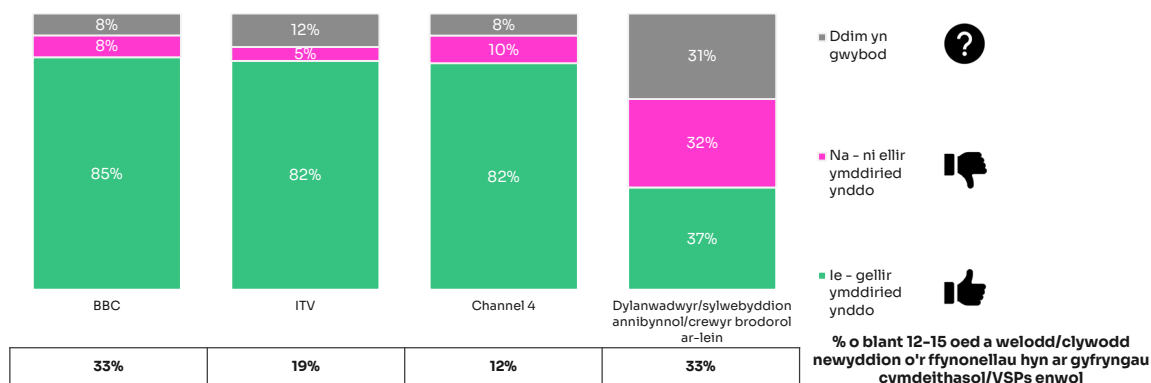
	Cyrhaeddiad	Ydw, rydw i'n ymddiried ynddo	Nac ydw, dydw i ddim yn ymddiried ynddo	Ddim yn gwybod
BBC	35%	80%	9%	11%
Sky	21%	90%	4%	6%
ITV	20%	82%	9%	9%
Channel 4	10%	86%	6%	8%
Channel 5	7%	88%	7%	5%
TikTok	45%	45%	30%	25%
YouTube	38%	68%	13%	20%
Facebook	29%	62%	21%	17%
Instagram	27%	64%	19%	17%
Snapchat	17%	54%	24%	22%
X	14%	78%	13%	9%

Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Cwestiwn y Plant: E3A-I. Pa mor ddibynadwy yw'r newyddion rydych chi'n ei weld neu'n ei glywed ar [CATEGORI FFYNHONNELL NEWYDDION]? Sylfaen: Pob person ifanc 12-15 oed sydd wedi gweld neu glywed newyddion fel hyn yn ystod y mis diwethaf: BBC (359), Sky (213), ITV (215), Channel 4 (105), Channel 5 (78), X (140), YouTube (391), Instagram (284), Facebook (302), Snapchat (178), TikTok (446). Sylwer: mae maint y sylfaen yn llai na 100 a dylid cymryd gofal wrth ei drin.

Mae ymddiriedaeth plant mewn newyddion sy'n cael ei ddarparu gan newyddion traddodiadol hefyd yn ymestyn i'r byd digidol. Fel y gwelir yn Ffigur 23, mae pobl yn ystyried bod newyddion maent yn dod ar ei draws ar gyfryngau cymdeithasol gan ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yn fwy dibynadwy ar y cyfan o'i gymharu â chynnwys newyddion maent yn dod ar ei draws gan

ddylanwadwyr neu ddarparwyr newyddion eraill sy'n creu cynnwys yn benodol ar gyfer cyfryngau cymdeithasol. Mae hyn yn awgrymu lefel o feddwl beirniadol gyda newyddion sy'n cael ei ddarparu gan ddylanwadwyr ar-lein yn cael ei ystyried yn llai dibynadwy ac yn galw am fwy o graffu na chynnwys gan ddarparwyr newyddion sy'n cael eu rheoleiddio fel darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus.

Ffigur 23: Ymddiriedaeth mewn newyddion gan wahanol ddarparwyr ar gyfryngau cymdeithasol, ymysg plant 12-15 oed



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2026-2026 - Cwestiwn y Plant: E9A-D. Ydych chi'n gallu ymddiried mewn newyddion gan [FFYNHONNELL Y NEGES AR Y CYFRYNGAU CYMDEITHASOL]? Sylfaen: Sylfaen: Pob plentyn 12-15 oed sydd wedi gweld neu glywed negeseuon newyddion gan y BBC (335)/ ITV (196)/ Channel 4 (123)/ dylanwadwyr (338) ar gyfryngau cymdeithasol (ar un o'r canlynol: YouTube/ Instagram/ Snapchat/ X/ Twitter/ TikTok/ Facebook)

Cyfryngau Lleol

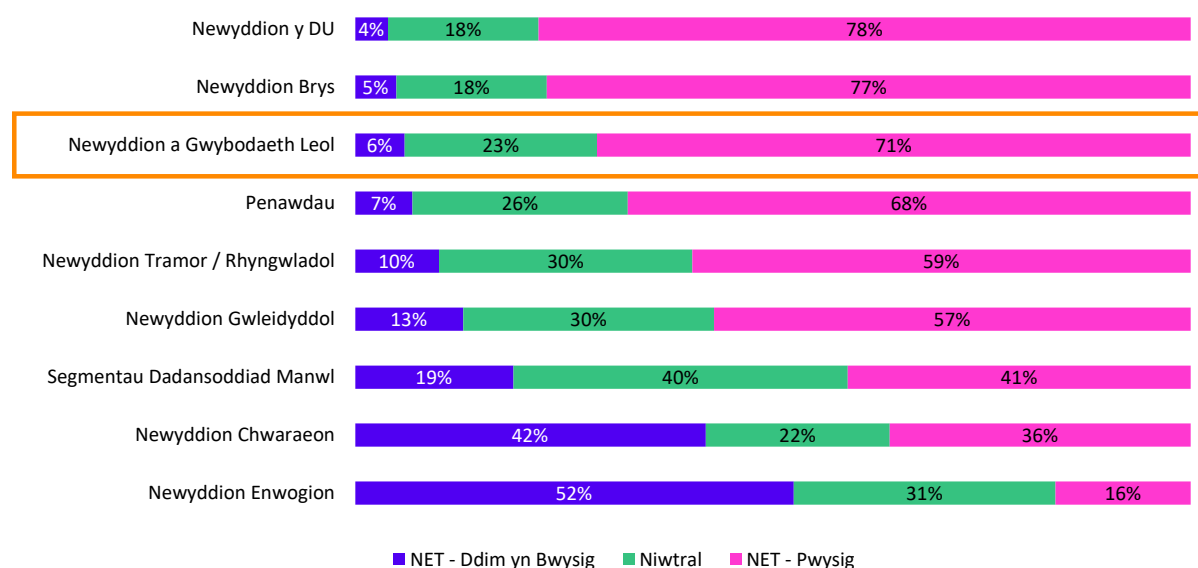
Mae cyfryngau lleol yn chwarae rhan bwysig ym mywydau pobl ledled y DU, gan ddarparu newyddion a gwybodaeth i gynulleidfaoedd am yr hyn sy'n digwydd yn eu hardaloedd lleol. Mae'r adran nesaf hon yn rhoi cipolwg ar ddefnydd pobl o newyddion a gwybodaeth leol a'u hagweddau tuag atynt, gan ddefnyddio canfyddiadau ein Harolwg Cyfryngau Lleol ar gyfer 2026.

Mae newyddion a gwybodaeth leol yn cael eu gwerthfawrogi'n fawr

Gwyddom o [ymchwil flaenorol](#) fod newyddion lleol yn cael ei werthfawrogi gan ei fod yn helpu pobl i ddeall beth sy'n digwydd yn eu cymunedau lleol a'i fod yn cael ei ystyried yn berthnasol yn bersonol, yn enwedig mewn cymunedau clos. Mae ein canfyddiadau eleni eto'n pwysleisio gwerth newyddion a gwybodaeth leol, ac mae'n cael ei hystyried yn un o'r tri math pwysicaf o newyddion (71%) y tu ôl i newyddion y DU (78%) a newyddion sy'n torri (77%).

Mae'r sgoriau pwysigrwydd yn amrywio yn ôl y math o gynulleidfa gyda phobl 55 oed a hŷn (75%), a'r rheini sy'n byw yn yr Alban (76%) a Gogledd Iwerddon (79%) yn rhoi sgoriau pwysigrwydd sylweddol uwch o'i gymharu â chyfartaledd y DU.

Ffigur 24: Pwysigrwydd gwahanol fathau o newyddion a gwybodaeth

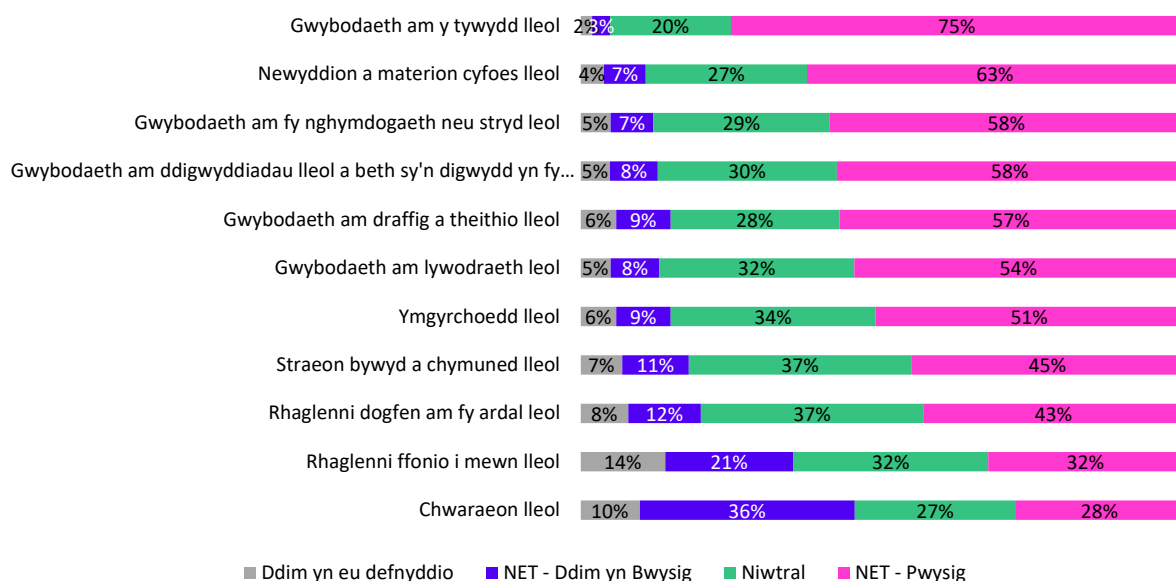


Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfryngau Lleol 2026. Cwestiwn: C1. Pa mor bwysig yw pob un o'r mathau canlynol o newyddion a gwybodaeth i chi? Sylfaen: Pob oedolyn 16 oed a hŷn (2831)

Tywydd lleol yw'r math o newyddion neu wybodaeth leol a werthfawrogi fwyaf

Roedd 75% o'r ymatebwyr o'r farn bod tywydd lleol yn bwysig, ac yna newyddion a materion cyfoes lleol (63%), gwybodaeth am gymdogaethau neu strydoedd lleol a digwyddiadau lleol (58%) a thraffig a theithio lleol (57%).

Ffigur 25: Pwysigrwydd gwahanol fathau o newyddion a gwybodaeth

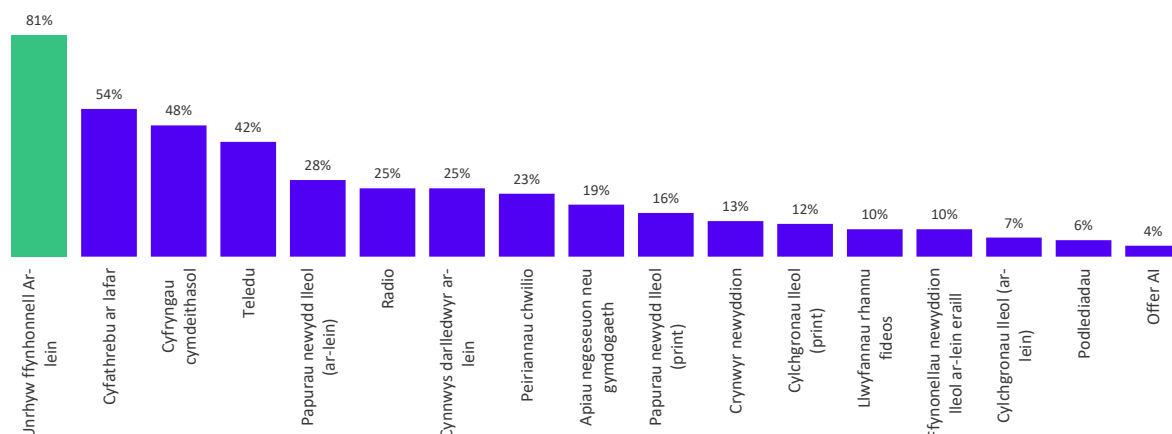


Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfryngau Lleol 2026. Cwestiwn: C1b. Pa mor bwysig os o gwbl, yw pob un o'r gwahanol fathau canlynol o newyddion a gwybodaeth i chi? Sylfaen: Pob oedolyn 16 oed a hŷn (2831)

Yn 2026, dywedodd 95% o'r ymatebwyr eu bod yn cael gafael ar newyddion lleol, a'r un mwyaf cyffredin oedd ar lafar (54%), ac yna drwy'r cyfryngau cymdeithasol (48%) a'r teledu (42%). Mae'r defnydd o deledu fel ffordd o gael gafael ar newyddion lleol wedi gostwng ers y llynedd, pan gafodd ei ddefnyddio gan 51% ar gyfer newyddion lleol, ac mae newyddion llafar wedi codi, o 45% yn 2025 i 54% yn 2026.

O'u grwpio gyda'i gilydd, roedd 81% o oedolion yn defnyddio unrhyw ffordd o gael gafael ar newyddion ar-lein, gan gynnwys y cyfryngau cymdeithasol, i gael newyddion a gwybodaeth lleol. Er bod 23% o bobl wedi dweud eu bod yn defnyddio adnoddau deallusrwydd artiffisial i gael newyddion yn gyffredinol, dim ond 4% ddywedodd eu bod yn defnyddio deallusrwydd artiffisial i gael newyddion lleol.

Ffigur 26: Ffyrdd o gael gafael ar newyddion a gwybodaeth lleol



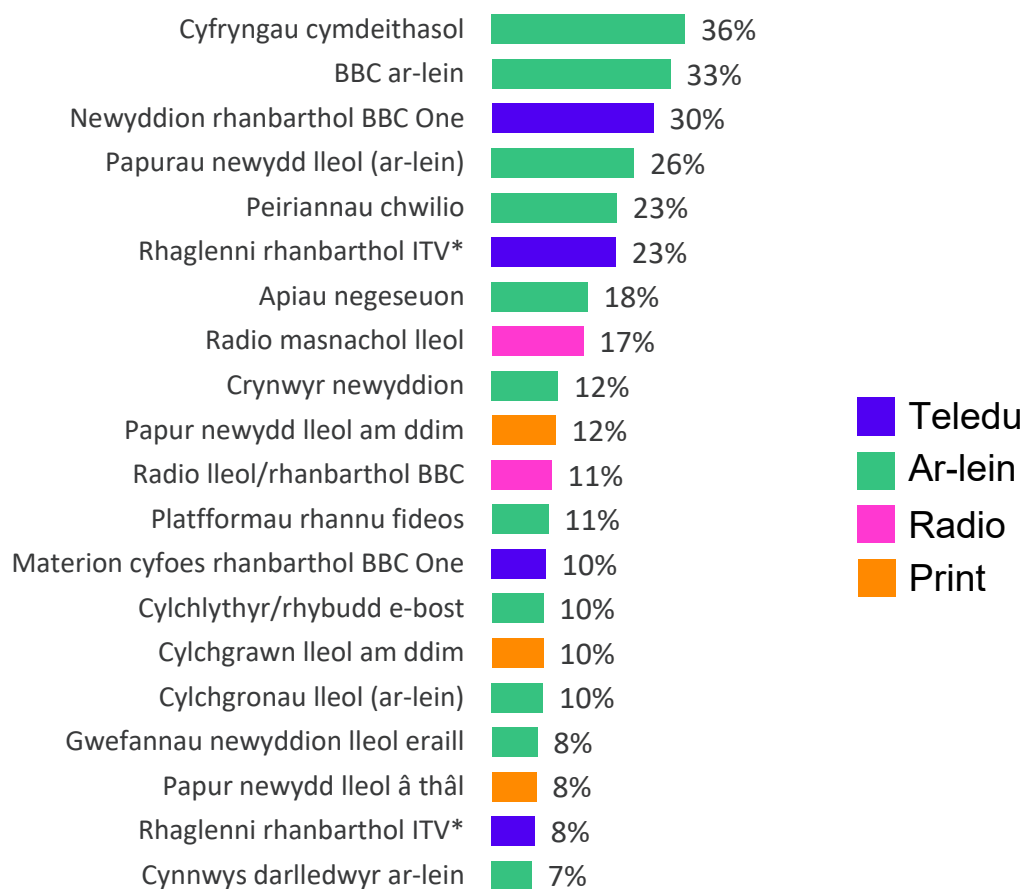
Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfryngau Lleol 2026. Cwestiwn: C2. Pa rai o'r ffyrdd canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael gafael ar newyddion a gwybodaeth lleol y dyddiau hyn? Hynny yw, yn ystod y mis diwethaf? Sylfaen: Pob oedolyn 16 oed a hŷn (2831)

Y prif ffynonellau unigol a ddefnyddir ar gyfer newyddion lleol yw grwpiau neu gyfrifon lleol ar gyfryngau cymdeithasol (36%), gwefan neu ap y BBC (33%) a bwletinau newyddion rhanbarthol ar BBC One (30%). Er bod y drefn wedi newid, mae'r tair prif ffynhonnell unigol ar gyfer newyddion lleol

yn dal yr un fath â'r rheini yn 2025.⁷ Mae gwahaniaethau oedran yn y tri phrif wasanaeth hyn yn fwyaf amlwg ar gyfer newyddion teledu rhanbarthol: er bod hanner y rheini sy'n 75 oed a hŷn yn defnyddio bwletinau newyddion ar BBC One (52%), dim ond un o bob deg o bobl ifanc 16-24 oed oedd yn gwneud hynny (10%). I'r gwrthwyneb, mae'r ddwy ffynhonnell ddigidol yn dangos gwahaniaethau oedran llawer llai, sy'n dangos bod ffynonellau ar-lein yn chwarae rhan fwy cyson o ran cysylltu cynulleidfaoedd iau a hŷn â newyddion lleol.

Roedd mwy o bobl yn defnyddio gwasanaethau teledu'r BBC bob dydd i gael newyddion lleol (58%) na'r rheini a oedd yn defnyddio gwasanaeth newyddion teledu heb law am y BBC bob dydd (46%). Fodd bynnag, mae'r defnydd dyddiol o ffynonellau heb law am rai'r BBC yn uwch ar-lein (57% o'i gymharu â 52% ar gyfer BBC ar-lein) ac ar y radio (52% o'i gymharu â 44% ar gyfer radio'r BBC).

Ffigur 27: Yr ugain prif ffordd o gael gafael ar newyddion lleol



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfryngau Lleol 2026. Cwestiwn: C3-6. Gan feddwl yn benodol am ffynonellau rydych yn eu defnyddio, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio ar gyfer newyddion a gwybodaeth leol y dyddiau hyn – hynny yw, pa rai ydych chi wedi eu defnyddio ar gyfer newyddion yn ystod y mis diwethaf? Sylfaen: Pob oedolyn 16 oed a hŷn (2831)

⁷ Gorchymyn 2025: 1. Gwefan neu ap y BBC (37%) 2. Bwletinau newyddion rhanbarthol ar BBC One (35%) 3. Grwpiau neu gyfrifon lleol ar y cyfryngau cymdeithasol (34%)

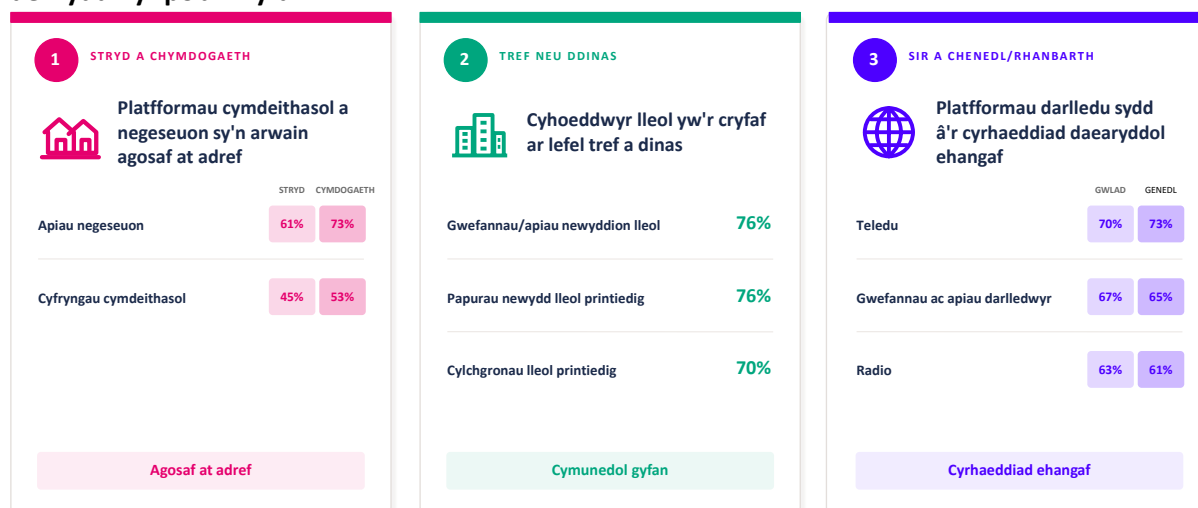
Cyfyngau cymdeithasol ac apiau negeseuon sy'n cael eu defnyddio fwyaf i gael newyddion 'lleol', ac mae teledu, radio a'u gwefannau a'u hapiau'n cael eu defnyddio ar gyfer newyddion rhanbarthol

Gan edrych ar wahaniaethau yn ôl graddau o leolrwydd, canfu'r arolwg mai po agosaf yw'r stori at adref, y mwyaf y mae pobl yn troi at llwyfannau cymdeithasol a negeseuon, ac mae llwyfannau darlledu yn dod yn fwy amlwg ar draws rhanbarthau daearyddol ehangach.

Mae apiau negeseuon yn arbennig o bwysig ar gyfer yr haen fwyaf hyperleol: Mae 61% o ddefnyddwyr apiau negeseuon yn cael newyddion am eu stryd ac mae 73% yn cael newyddion am eu cymdogaeth drwy'r llwybr hwn. Mae'r cyfyngau cymdeithasol hefyd yn gryf ar lefel y stryd a'r gymdogaeth, ac yn cael eu defnyddio gan 45% i gael newyddion sy'n gysylltiedig â'r stryd a 53% ar gyfer newyddion y gymdogaeth.

Mae teledu yn fwy cysylltiedig â daearyddiaeth ehangach, gan gynnwys newyddion siroedd a gwledydd/rhanbarthau, gyda 70% o ddefnyddwyr teledu yn cael newyddion am y sir a 73% yn cael newyddion am y wlad/rhanbarthau drwy'r teledu. Mae radio yn dilyn patrwm ehangach tebyg, gyda 63% o wrandawyr yn ei ddefnyddio i gael newyddion sirol a 61% ar gyfer newyddion gwlad/rhanbarth.

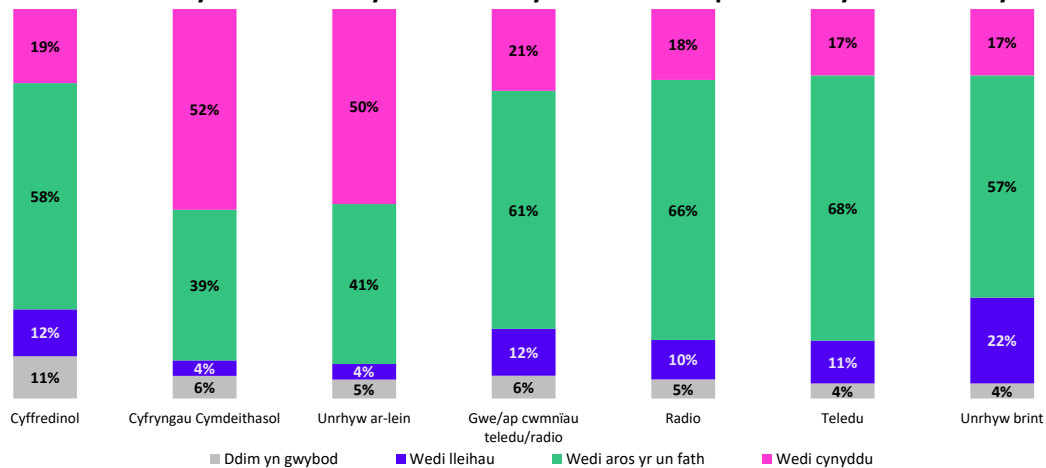
Ffigur 28: Lefel ymddangosiadol yr wybodaeth leol a geir gan wahanol llwyfannau, ymysg defnyddwyr pob llwyfan



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfyngau Lleol 2026. Cwestiwn: C2b. Pa rai o'r mathau hyn o newyddion a gwybodaeth leol ydych chi'n eu cael o'r llwyfannau rydych chi'n eu defnyddio? Sylfaen: Pob ymatebydd sy'n defnyddio pob llwyfan i gael newyddion a gwybodaeth leol (amrywiol)

Yn gyffredinol, roedd dros hanner y bobl (58%) yn meddwl bod faint o newyddion sy'n cael ei ddarparu yn eu hardal wedi aros yr un fath dros y pum mlynedd diwethaf, gydag ychydig mwy yn meddwl ei fod wedi cynyddu (19%) na'r nifer a oedd yn meddwl ei fod wedi gostwng (12%). Roedd y rhan fwyaf o bobl yn teimlo bod darpariaeth newyddion lleol ar deledu, radio a phrint wedi aros yn sefydlog, ac roedd hanner yn teimlo bod cynnydd wedi bod o ran faint o newyddion lleol sydd ar gael ar-lein.

Ffigur 29: Newidiadau yn faint o newyddion lleol sy'n cael ei ddarparu ar lwyfannau newyddion



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfyngau Lleol 2026. Cwestiwn: C9a. Dros y pum mlynedd diwethaf, fydddech chi'n dweud bod y sylw cyffredinol a roddir i newyddion lleol yn eich ardal chi wedi... / C9b. Dros y pum mlynedd diwethaf, fydddech chi'n dweud bod y sylw a roddir i newyddion lleol ar bob un o'r llwyfannau canlynol wedi... Sylfaen: Holl ymatebwyr: 2831

Cael gafael ar newyddion yn ymwneud ag etholiadau Mai 7fed 2026

Eleni, fe wnaethom gynnal ymchwil cynulleidfa yng Nghymru a'r Alban yn syth ar ôl etholiadau Senedd Cymru a Senedd yr Alban, a hefyd yn yr ardaloedd hynny o Loegr⁸ lle cynhaliwyd etholiadau lleol / Etholiadau maerol - gyda'i gilydd, y set fwyaf o etholiadau yn y DU ers Etholiad Cyffredinol 2024. Bwriad yr ymchwil oedd deall sut roedd pobl ledled Prydain Fawr yn cael gafael ar newyddion a gwybodaeth am yr etholiadau, y ffynonellau roedden nhw'n eu defnyddio ac yn ymddiried ynddyn nhw, a'u diddordeb ehangach mewn materion cyfoes a'u hymdeimlad eu bod yn cael gwybod amdanyh nhw.

Ar gyfer newyddion etholiadau, roedd cyfyngau ffurf hirach, fel erthyglau neu fwletinau teledu, yn cael eu ffafrio'n gyffredinol yn hytrach na fformatau byrrach, gan gynnwys riliau cyfyngau cymdeithasol

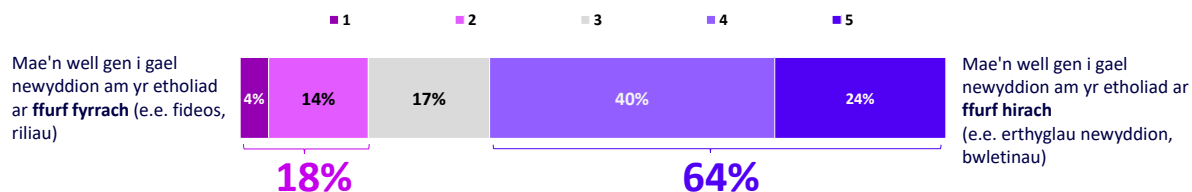
Ymysg yr holl oedolion, roedd 90% yn ymwybodol o'r etholiadau. Roedd gan oedolion hŷn lefelau uwch o ymwybyddiaeth nag oedolion iau (94% ymysg y rheini sy'n 55 oed a hŷn o'i gymharu ag 85% ymysg pobl ifanc 16-24 oed). Fodd bynnag, roedd lefel y diddordeb mewn newyddion yn ystod cyfnod yr etholiad yn debyg i'r diddordeb mewn newyddion yn gyffredinol, gyda thua hanner yr holl oedolion yn dweud bod ganddynt ddiddordeb mewn newyddion cyffredinol (51%) a newyddion yn ystod cyfnod yr etholiad (50%).

Dywedodd y rhan fwyaf o bobl ei bod yn well ganddynt gael newyddion am yr etholiad ar ffurf hirach fel bwletinau ac erthyglau newyddion (64% o'i gymharu â 18% ar gyfer fformatau byrrach). Yn unol â gwahaniaethau sy'n gysylltiedig ag oedran o ran dewisiadau cyfyngau newyddion traddodiadol o'u cymharu â digidol, roedd oedolion iau yn ffafrio cynnwys etholiad ar ffurf fyrrach (40% o bobl ifanc 16-24 oed a 31% o bobl 25-34 oed yn tueddu i ffafrio cynnwys ffurf fyrrach), ac roedd oedolion hŷn

⁸ 136 awdurdod lleol gan gynnwys holl fwrdeistrefi Llundain, a chwe ardal lle etholir maerau yn uniongyrchol.

yn fwy tebygol o ffafrio cynnwys ffurf hirach (79% yn ffafrio ffurf hirach ymysg y rheini sy'n 55 oed a hŷn o'i gymharu â 7% ar gyfer ffurf fyrrach).

Ffigur 30: Dewisiadau cynnwys newyddion sy'n gysylltiedig ag etholiadau

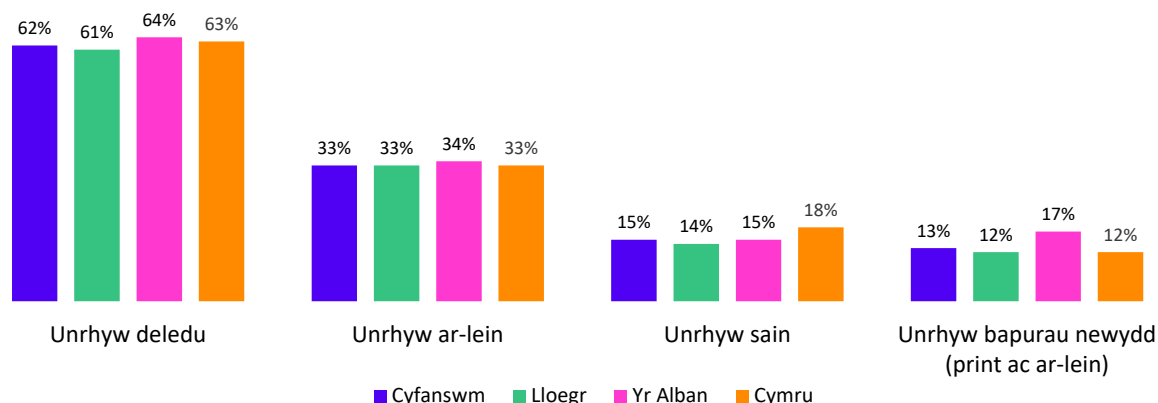


Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfryngau Lleol 2026. Cwestiwn: C10. Ar gyfer pob pâr o ddatganiadau, llusgwch y llithrydd i ddangos lle mae eich barn chi a chliciwch i gadarnhau eich dewis cyn symud i'r pâr nesaf o ddatganiadau. Sylfaen: Pawb sy'n ymwybodol o'r etholiadau (5,550)

Pobl oedd fwyaf tebygol o weld newyddion am yr etholiadau ar y teledu

Newyddion am etholiadau ar y teledu gyrhaeddodd y gynulleidfa fwyaf gyda 62% o bobl a oedd yn ymwybodol o'r etholiad yn dweud bod teledu yn ffynhonnell ymwybyddiaeth. Roedd hyn bron ddwywaith yn fwy na'r rheini a oedd yn defnyddio ffynonellau ar-lein (33%). Roedd sain (15%) a phapurau newydd (13%) wedi cyrraedd tua un o bob saith.

Ffigur 31: Llwyfannau a ddefnyddir ar gyfer newyddion etholiadau, yn ôl gwlad

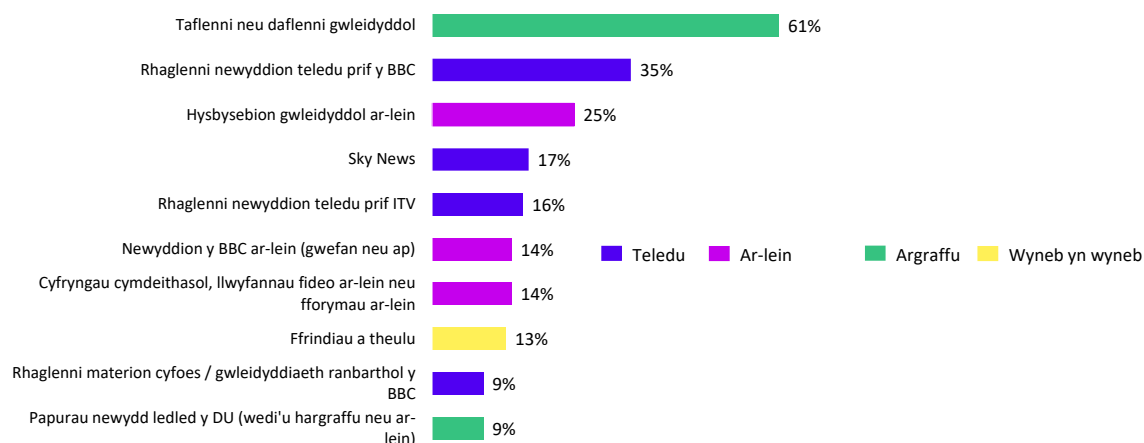


Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfryngau Lleol 2026. Cwestiwn: C3A. Gan feddwl am yr wythnosau cyn yr etholiadau, drwy ba rai o'r ffynonellau canlynol, os o gwbl, y gwelsoch chi newyddion a gwybodaeth am yr etholiad? Sylfaen: Pawb sy'n ymwybodol o'r etholiad (5,550), Lloegr (3,566), Yr Alban (1,002), Cymru (977).

Roedd ffynonellau sy'n benodol i etholiadau fel taflenni neu daflenni gwleidyddol (61%) a hysbysebion gwleidyddol ar-lein (25%) yn ffynonellau amlwg o newyddion a gwybodaeth sy'n ymwneud ag etholiadau. Roedd taflenni yn fwy tebygol o gael eu gweld gan bobl 55 oed a hŷn (68%) ac roedd hysbysebion ar-lein yn fwy amlwg ymysg pobl ifanc 16-34 oed (36%).

Prif fwletin newyddion teledu'r BBC oedd y brif ffynhonnell cyfryngau ar gyfer newyddion etholiadol ar 35%, ac yna Sky News ar 17%, prif newyddion teledu ITV ar 16%, BBC News ar-lein ar 14% a chyfryngau cymdeithasol/fideo/fforymau ar-lein ar 14%.

Ffigur 32: Y deg prif ffynhonnell newyddion etholiadol



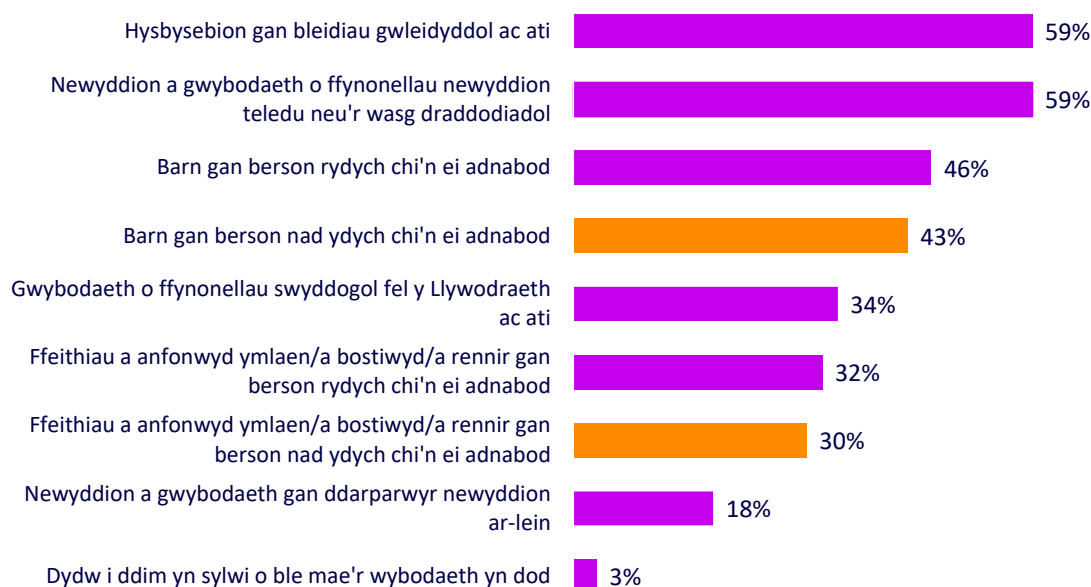
Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfryngau Lleol 2026. Cwestiwn: C3A. Gan feddwl am yr wythnosau cyn yr etholiadau, drwy ba rai o'r ffynonellau canlynol, os o gwbl, y gwelsoch chi newyddion a gwybodaeth am yr etholiad? Sylfaen: Pawb sy'n ymwybodol o'r etholiadau (5,550).

Roedd y rhan fwyaf o'r ymatebwyr (56%) a oedd yn ymwybodol o'r etholiad wedi defnyddio neu weld rhwng dwy a phum ffynhonnell newyddion etholiadol, ac roedd 27% yn gweld neu'n defnyddio dim ond un ffynhonnell newyddion etholiadol, roedd 11% yn defnyddio rhwng chwech a deg ffynhonnell, ac roedd 2% yn defnyddio 11 neu fwy. Nifer cymedrig y ffynonellau lle cafwyd newyddion a gwybodaeth am etholiadau ymysg y rheini a oedd yn ymwybodol o'r etholiadau oedd 3.3 ffynhonnell unigol.

Newyddion o gyfryngau traddodiadol a hysbysebion gwleidyddol oedd y prif ffyrdd o ddod ar draws gwybodaeth am etholiadau ar gyfryngau cymdeithasol, llwyfannau rhannu fideos neu fforymau ar-lein

Daeth pobl ar draws amrywiaeth o newyddion, ffeithiau a safbwyntiau yn ymwneud â'r etholiadau o amrywiaeth eang o ffynonellau gan gynnwys hysbysebion pleidiau gwleidyddol, ffynonellau newyddion traddodiadol, a gwybodaeth gan y llywodraeth. Y ddwy brif ffynhonnell a ddaeth i'r amlwg oedd hysbysebion gan bleidiau gwleidyddol a newyddion a gwybodaeth o ffynonellau newyddion traddodiadol ar y teledu neu'r wasg (y ddwy ffynhonnell ar 59%). O ran ffynonellau mwy anffurfiol, daeth 46% ar draws safbwyntiau gan rywun roeddent yn ei adnabod, 43% gan rywun nad oeddent yn ei adnabod, 32% gan weld ffeithiau'n cael eu trosglwyddo neu eu rhannu gan rywun roeddent yn ei adnabod, a 30% gan weld ffeithiau'n cael eu trosglwyddo neu eu rhannu gan rywun nad oeddent yn ei adnabod.

Ffigur 33: Ffyrdd o gael newyddion a gwybodaeth am etholiadau ar gyfryngau cymdeithasol, llwyfannau rhannu fideos neu fforymau



Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfryngau Lleol 2026. Cwestiwn: C4. Yn y cwestiwn blaenorol, fe ddywedoch chi eich bod wedi defnyddio cyfryngau cymdeithasol, fideo ar-lein neu fforymau ar-lein i gael newyddion a gwybodaeth am yr etholiad. Yn ystod yr wythnosau diwethaf, pa rai o'r canlynol, os o gwbl, ydych chi wedi'u gweld ar y llwyfannau hyn? Sylfaen: Pawb a oedd wedi gweld newyddion a gwybodaeth ar gyfryngau cymdeithasol yn ystod yr etholiad (812).

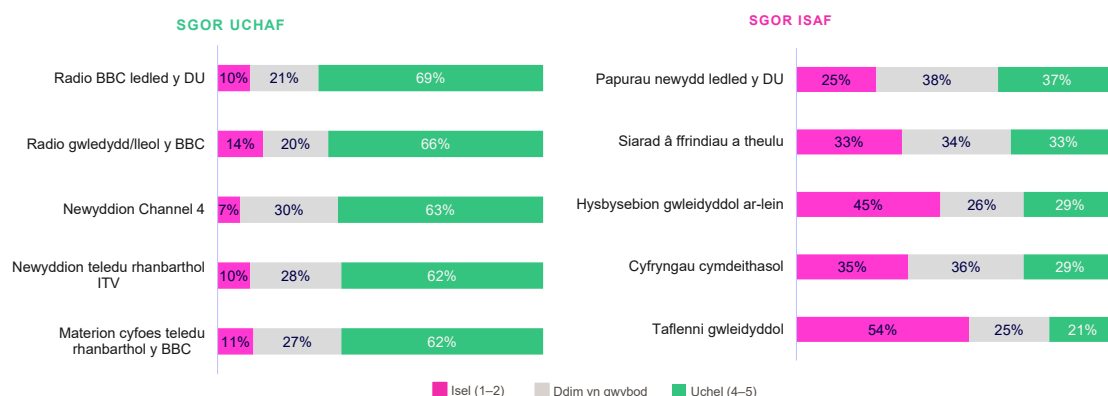
Roedd ffynonellau cyfryngau traddodiadol yn cael eu hystyried yn fwy cywir, dibynadwy a diduedd na newyddion etholiadol o ffynonellau eraill

Roedd pobl yn fwyaf tebygol o ddweud bod cyfryngau traddodiadol yn ffynonellau cywir o newyddion etholiadol - prif fwletin newyddion y BBC (74%), rhaglenni Rhanbarthol y BBC (78%) a Channel 4 News (77%) - o'i gymharu â thafenni gwleidyddol (44%), hysbysebion gwleidyddol ar-lein (44%), a newyddion am etholiadau a welwyd ar y cyfryngau cymdeithasol (45%). Roedd y canfyddiadau o ymddiriedaeth mewn ffynonellau newyddion etholiadol yn dangos patrwm tebyg.

I'r gwrthwyneb, roedd y safbwyntiau'n fwy cymysg o ran didueddrwydd gyda chanfyddiadau cadarnhaol yn gyffredinol is drwyddi draw. Roedd y canfyddiadau o ddiueddrwydd ar eu huchaf ar gyfer darparwyr newyddion darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus a oedd yn cynnwys radio

cenedlaethol y BBC (69%), radio rhanbarthol y BBC (66%) a Channel 4 News (63%). Fodd bynnag, roedd y safbwyntiau'n fwy cymysg tuag at brif fwletin newyddion teledu'r BBC gydag ychydig dros hanner (56%) y bobl a oedd yn ei ddefnyddio fel ffynhonnell newyddion etholiadol yn rhoi sgôr gadarnhaol i hyn ac un o bob saith (14%) yn rhoi sgôr wael iddo o ran didueddrwydd. Y cyfryngau cymdeithasol oedd un o'r ffynonellau a gafodd y sgôr isaf o ran didueddrwydd: Roedd 29% yn ei ystyried yn gadarnhaol, ac roedd 35% yn ei ystyried yn negyddol. Cafodd taflenni a thaflenni gwleidyddol (21%) ac hysbysebion gwleidyddol ar-lein (29%) sgoriau cadarnhaol isel ar y mesur hwn hefyd.

Ffigur 34: Canfyddiadau o ddidueddrwydd gwahanol fathau o newyddion a gwybodaeth sy'n ymwneud ag etholiadau



*Ffynhonnell: Arolwg Ofcom ar Gyfryngau Lleol 2026. Cwestiwn: C5. Gan ddefnyddio'r raddfa ganlynol o 1 i 5, lle mae 1 yn golygu DIM O GWBL a 5 yn golygu YN LLWYR, i ba raddau ydych chi'n meddwl bod y datganiadau hyn (yn ddiduedd) yn berthnasol i'r ffynonellau canlynol ar gyfer newyddion am yr etholiad? Sylfaen: Pawb a ddefnyddiodd bob ffynhonnell newyddion etholiadol (rhwng 104 a 3,368). *Mae Cyfryngau Cymdeithasol yn cynnwys llwyfannau rhannu fideos a fforymau ar-lein. Dim ond y ffynonellau sydd ar gael ar draws y sampl cyfan a ddangosir.*