
Cael gafael ar Newyddion yn y DU: 2022

Trosolwg o ganfyddiadau'r ymchwil

Cynnwys

Prif ganfyddiadau'r adroddiad	1
Crynodeb cyffredinol o'r canfyddiadau	3
A1. Mesurydd sefyllfa gyfredol y diwydiant	7
A2. Methodoleg	8

Prif ganfyddiadau'r adroddiad

Mae'r adroddiad hwn yn nodi canfyddiadau ymchwil 2021/22 Ofcom ynghylch defnydd o'r newyddion ar draws teledu, radio, print, cyfryngau cymdeithasol, podlediadau, gwefannau/apiau eraill a chylchgronau. Caiff ei gyhoeddi fel rhan o'n hystod o adroddiadau ymchwil i'r farchnad sy'n edrych yn fanwl ar gael gafael ar gynnwys, ac agweddau tuag at y cynnwys hwnnw ar draws gwahanol lwyfannau.

Nod yr Adroddiad ar Newyddion yw datblygu dealltwriaeth o arferion cael gafael ar newyddion ledled y DU ac ym mhob gwlad yn y DU. Mae hyn yn cynnwys ffynonellau a llwyfannau a ddefnyddir, pa mor bwysig yw gwahanol sefydliadau newyddion, agweddau at ffynonellau newyddion unigol, a defnyddio newyddion rhyngwladol a lleol.

Mae'r adroddiad hefyd yn rhoi dealltwriaeth o sut mae oedolion yn cael gafael ar faterion cyfoes a sut mae plant 12-15 oed yn cael gafael ar newyddion.

Cafodd y gwaith maes ar gyfer arolwg yr oedolion eleni ei gynnal rhwng 6 Tachwedd a 5 Rhagfyr 2021, a rhwng 7 Mawrth a 3 Ebrill 2022. Cafodd y gwaith maes ar gyfer arolwg y bobl ifanc yn eu harddegau eleni ei gynnal rhwng 5 Tachwedd a 6 Rhagfyr 2021, a rhwng 6 Mawrth a 4 Ebrill 2022. Fodd bynnag, mae'r rhan fwyaf o Adroddiad ar Newyddion 2022 yn defnyddio cyfuniad o ddata ar-lein ac wyneb yn wyneb gan oedolion o fis Mawrth/Ebrill 2022 yn unig, sy'n cael ei gymharu â data 2020, 2019 a 2018, ond nad oes modd ei gymharu â data 2021 oherwydd gwahaniaeth mewn methodoleg (oherwydd pandemig Covid-19).

Y brif ffynhonnell ar gyfer yr adroddiad hwn yw Arolwg Defnydd o'r Newyddion Ofcom. Mae'r adroddiad hefyd yn cynnwys gwybodaeth gan BARB o ran gwylio teledu.

Beth rydym wedi'i ganfod – yn gryno

Mae cyrhaeddiad TikTok ar gyfer newyddion wedi cynyddu rhwng 2020 (1%) a 2022 (7%). Mae hanner ei sylfaen defnyddwyr (ar gyfer newyddion) rhwng 16 a 24 oed.

Mae cyrhaeddiad teledu (74%), a llwyfannau'r rhyngrwyd (66%) yn parhau i fod yn sefydlog. Mae rhywfaint o dystiolaeth bod cyrhaeddiad radio yn gostwng yn y tymor hir (40% yn 2022 i lawr o 44% yn 2018).

Mae gwahanol grwpiau oedran yn cael gafael ar newyddion mewn ffyrdd gwahanol iawn; mae grwpiau oedran iau yn llawer mwy tebygol o ddefnyddio'r rhyngrwyd a'r cyfryngau cymdeithasol i gael newyddion, tra mae'n well gan bobl hŷn ddefnyddio deunydd print, radio a'r teledu.

Mae cyrhaeddiad papurau newydd print/ar-lein wedi gostwng rhwng 2020 (47%) a 2022 (38%). Mae'r gostyngiad hwn yn cael ei ysgogi gan lai o ddeunyddiau print (mae cyrhaeddiad papurau newydd ar-lein yn parhau i fod yn sefydlog) sy'n debygol o fod wedi cael ei waethygu yn sgil y pandemig.

Roedd cyrhaeddiad pump o'r chwe phrif sianeli teledu (gan gynnwys BBC One, sy'n dal i fod ar y brig fel y ffynhonnell newyddion ar draws llwyfannau) wedi gostwng ers 2021 ymhlith oedolion ar-lein.

Mae agweddau tuag at newyddion yn parhau i fod yn weddol gyson â 2020 (ar gyfer mesurau fel ansawdd, cywirdeb, dibynadwyedd a didueddrwydd) ar gyfer teledu, radio, y cyfryngau cymdeithasol, papurau newydd ac ar-lein, gyda'r teledu yn perfformio gryfaf a'r cyfryngau cymdeithasol yn perfformio waethaf.

Mae'r cyfryngau cymdeithasol yn dod yn fwy poblogaidd ymhlith pobl ifanc yn eu harddegau ar gyfer newyddion na sianeli traddodiadol. Instagram, TikTok a YouTube yw eu tair prif ffynhonnell a ddefnyddir bellach ar gyfer newyddion. Yn y cyfamser, mae nifer o ffynonellau wedi gweld gostyngiad ers 2021, gyda chyrhaeddiad BBC One/Two yn gostwng i 24% yn 2022 (i lawr o 35% yn 2021).

Crynodeb cyffredinol o'r canfyddiadau

Crynodeb cyffredinol - Oedolion

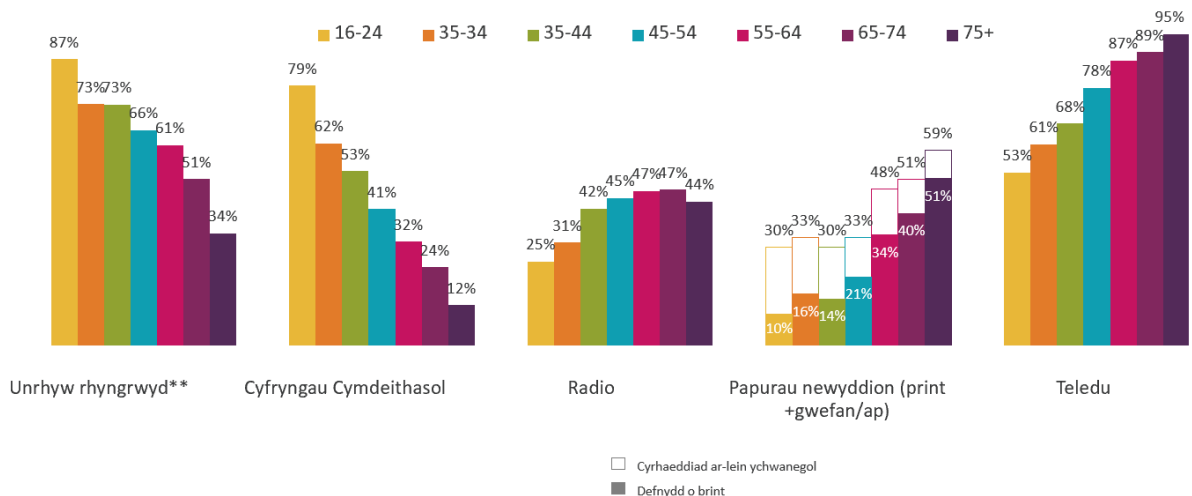
Llwyfannau a ddefnyddir ar gyfer newyddion

Mae cyrhaeddiad teledu (74%), a llwyfannau'r rhyngwrwyd (66%) yn parhau i fod yn sefydlog. Mae rhywfaint o dystiolaeth bod cyrhaeddiad radio yn gostwng yn y tymor hir (40% yn 2022 i lawr o 44% yn 2018).

Roedd cyrhaeddiad papurau newydd print/ar-lein wedi gostwng rhwng 2020 (47%) a 2022 (38%), gyda'r pandemig, mae'n debyg, wedi gwaethygu'r duedd flaenorol o ostwng yn raddol. Mae cyrhaeddiad papur newydd yn dyblu ar gyfer grwpiau iau pan fydd cyrhaeddiad papurau newydd ar-lein yn cael ei ychwanegu at bapurau newydd print.

Mae gwahaniaethau rhwng llwyfannau a ddefnyddir ar draws grwpiau oedran yn drawiadol; mae grwpiau oedran iau yn dal i fod yn llawer mwy tebygol o ddefnyddio'r rhyngwrwyd a'r cyfryngau cymdeithasol i gael newyddion, tra mae'n well gan bobl hŷn ddefnyddio deunydd print, radio a'r teledu.

Ffigur 1: Defnyddio'r prif lwyfannau ar gyfer newyddion y dyddiau hyn 2022 - yn ôl oedran



Ffynhonnell: Ofcom Arolwg Cael Gafael ar Newyddion 2022 - sampl CYFUN F2F ac AR-LEIN

Cwestiwn: C1. Pa rai o'r llwyfannau canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn?

Sail: Pob oedolyn 16+ 2022 W2* – Oedran: 16-24=442, 25-34=385, 35-44=520, 45-54=463, 55-64=412, 65-74=346, 75+=223

Data 2022 W1 heb ei ddangos oherwydd nad oedd gwaith maes wyneb yn wyneb yn bosibl yn ystod pandemig Covid-19. **Mae ffigurau'r rhyngwrwyd yn cynnwys defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol, podlediadau a phob gwefan/ap arall mae modd cael gafael arnynt drwy unrhyw ddyfais

Ar lefel llwyfan, mae agweddau at ddarpariaeth newyddion (mesurau fel ansawdd, cywirdeb, dibynadwyedd a didueddrwydd) yn dal yn gyson â 2020, gyda theledu yn perfformio gryfaf, a'r cyfryngau cymdeithasol yn perfformio waethaf. Mae cyfran lai o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol yn dweud bod y ffynonellau maent yn eu defnyddio yn bwysig iddynt hwy.

Y prif ffynonellau a ddefnyddiwyd ar gyfer newyddion

Y BBC yw'r sefydliad newyddion sy'n cyrraedd y gynulleidfa fwyaf ar draws llwyfannau (73%) o hyd, ymhlith y rheini sy'n dilyn y newyddion.

BBC One yw'r brif ffynhonnell yn ôl cyrhaeddiad ar gyfer oedolion (53%) o hyd. Mae YouTube (8%) wedi gweld twf ers 2020 (gan ymddangos ar y rhestr '20 uchaf' am y tro cyntaf) ond mae ITV a Google wedi gweld eu cyrhaeddiad yn gostwng. Mae amrywiad sylweddol yn y prif ffynonellau a ddefnyddir ar draws grwpiau oedran - ymhlith grwpiau iau, mae'r cyfryngau cymdeithasol yn amlwg iawn (Instagram yw'r brif ffynhonnell ymhlith pobl ifanc 16-24 oed, gyda chyrhaeddiad o 46%).

BBC One yw'r ffynhonnell newyddion bwysicaf (roedd 21% o oedolion sy'n defnyddio newyddion wedi ei dewis), er bod hyn wedi dirywio dros y tymor hir o 27% a oedd wedi nodi hyn yn 2018. Roedd bron i 4 o bob 10 (39%) o bobl ifanc 16-24 oed wedi dewis sianel cyfryngau cymdeithasol fel eu ffynhonnell newyddion bwysicaf.

Teledu

Mae data BARB yn dangos bod pobl wedi troi at sianeli teledu i gael newyddion ar ddechrau'r pandemig, ac yna wedi troi i ffwrdd wrth i bethau ddatblygu.

Mae data Arolwg ar Gael Gafael ar Newyddion (ymhlith oedolion ar-lein) yn cefnogi hyn; rhwng 2021 a 2022 roedd cyrhaeddiad BBC One, ITV, BBC News Channel, Sky News Channel a BBC Two wedi gostwng.

Mae agweddau gwylwyr (mesurau fel ansawdd, cywirdeb, dibynadwyedd a didueddrwydd) tuag at ddarpariaeth newyddion sianeli teledu yn gyson ag agweddau 2020 ar y cyfan.

Radio

Ar lefel sianel, mae'n ymddangos bod cyrhaeddiad Capital a Heart ar gyfer newyddion yn gostwng yn y tymor hwy, fel y mae radio lleol y BBC yn Lloegr hefyd. Mae gwrandawyr y BBC yn canmol radio'r BBC yn gyffredinol ar draws agweddau, yn arbennig ansawdd uchel (78%), dibynadwyedd (75%) a chywirdeb (74%).

Papurau Newydd

Er bod cyrhaeddiad papurau newydd print yn gostwng, mae cyrhaeddiad papurau newydd ar-lein yn dal i fod yn sefydlog. Daily Mail/Mail on Sunday yw'r papur sy'n cael ei ddarllen fwyaf yn gyffredinol. The Guardian/ObsERVER a Daily Mail/Mail on Sunday yw'r teitlau digidol sy'n cael eu darllen yn fwyaf eang.

Cyfryngau Cymdeithasol

Mae cyrhaeddiad TikTok ar gyfer newyddion wedi cynyddu rhwng 2020 (1%) a 2022 (7%). Mae hanner ei sylfaen defnyddwyr (ar gyfer newyddion) rhwng 16 a 24 oed. Mae defnyddwyr TikTok ar

gyfer newyddion yn cael mwy o'u newyddion ar TikTok gan 'bobl eraill maent yn eu dilyn' na chan 'sefydliadau newyddion'.

Mae llwyfannau cyfryngau cymdeithasol yn parhau i gael sgôr gweddol isel ar gyfer nodweddion fel 'dibynadwyedd', ond maent yn gwneud yn well ar gyfer 'cynnig amrywiaeth o safbwyntiau'. Er nad ydynt mor ddibynadwy â llwyfannau eraill, mae tua thraean o ddefnyddwyr safleoedd cyfryngau cymdeithasol yn eu defnyddio i gael gafael ar newyddion.

Ffynonellau eraill ar-lein

Gwefan / ap y BBC yw'r 'wefan/ap arall' a ddefnyddir amlaf o hyd, sef gan 23% o oedolion y DU, ac yna Google (peiriant chwilio) sy'n cael ei ddefnyddio gan 12% o oedolion y DU (mae'r ffigur hwn wedi gostwng ers 2020). Mae cyrhaeddiad YouTube, Yahoo News ac Apple News i gyd wedi cynyddu ers 2020. Mae 13% o oedolion y DU yn dweud eu bod yn defnyddio gwasanaethau cyd-gasglu newyddion. Mae cyrhaeddiad podlediadau yn isel ar y cyfan (10%). Mae defnyddwyr rheolaidd BBC Sounds ar gyfer newyddion (2% o'r holl oedolion) yn ei ganmol am ansawdd (78%), cywirdeb (75%) a dibynadwyedd a didueddrwydd (70% ill dau). Mae agweddau tuag at ddarpariaeth newyddion ffynonellau ar-lein (mesurau fel ansawdd, cywirdeb, dibynadwyedd a didueddrwydd) yn parhau i fod yn gyson â 2020.

Newyddion lleol

Teledu yw'r llwyfan mwyaf poblogaidd o hyd ar gyfer cael gafael ar newyddion lleol ac mae pobl yn dal yn fodlon iawn ar ansawdd y newyddion yma. Dywed 42% yr oedolion ar-lein yn y DU sy'n dilyn y newyddion eu bod yn gwylio darllediadau rhanbarthol/lleol ar deledu'r BBC ac mae 23% yn eu gwylio ar ITV/ITV CYMRU WALES/UTV/STV (sy'n is na 32% fel yr oedd yn 2020). Mae pedwar o bob pump o'r gwylwyr hyn yn fodlon ag ansawdd y newyddion a ddarperir gan y sianeli hyn.

Cael gafael ar newyddion yn y gwledydd

Teledu yw'r llwyfan mwyaf cyffredin o hyd ar gyfer cael gafael ar newyddion lleol a newyddion o fewn y gwledydd yr ymatebwyr eu hunain. BBC One yw'r ffynhonnell newyddion sy'n cael ei defnyddio amlaf yng Nghymru ar gyfer cael gafael ar newyddion am y genedl, ond STV a ddefnyddir amlaf yn yr Alban ac UTV a ddefnyddir amlaf yng Ngogledd Iwerddon. BBC One yw'r ffynhonnell newyddion a ddefnyddir amlaf yn Lloegr i gael gafael ar newyddion am ranbarth yr ymatebwyr.

Materion Cyfoes

Fel yn 2020, mae chwech o bob deg oedolyn (64%) yn meddwl ei bod yn bwysig i 'gymdeithas yn gyffredinol' fod darlledwyr yn darparu rhaglenni materion cyfoes, yn fwy na'r rheini sy'n dweud ei bod yn bwysig iddyn nhw'n bersonol (53%).

Crynodeb cyffredinol – plant 12-15 oed

Fel yn 2020, mae ychydig o dan chwech o bob deg plentyn 12-15 oed yn dweud bod ganddynt naill ai ‘ddiddordeb mawr’ neu ‘eithaf diddordeb’ mewn newyddion. Ymysg y pedwar o bob deg sydd heb diddordeb yn y newyddion, y prif reswm yw ei fod yn ‘rhy ddiflas’ (39%, er bod hyn wedi gostwng ers 2021).

Sgwrsio â’r teulu (65%) a gwyllo’r teledu (59%) yw’r ffyrdd mwyaf cyffredin o hyd o gael gwybod am y newyddion, er bod cyrhaeddiad newyddion ar y teledu wedi gostwng o 65% yn 2021.

Mae Instagram (29%), TikTok (28%) a YouTube (28%) yn disodli’r ffynonellau newyddion mwy traddodiadol, a dyma’r tair prif ffynhonnell newyddion ar draws yr holl lwyfannau bellach. Cynyddodd cyrhaeddiad TikTok o 22% yn 2021.

Mae 24% o blant 12-15 oed yn dweud eu bod yn defnyddio BBC One/Two ar gyfer newyddion yn 2022, sydd wedi gostwng o 35% yn 2021. Yn y tymor hwy, mae cyrhaeddiad BBC One/Two wedi gostwng o 45% yn 2018.

Mae gostyngiad wedi bod yng nghyrrhaeddiad YouTube (28%), Facebook (22%), Sky News (19%) a WhatsApp (17%) ers 2021 hefyd. Yn y tymor hwy, mae cyrhaeddiad Facebook wedi gostwng o 34% yn 2018.

Mae cyfran sylweddol o blant 12-15 oed (9%) yn dal i ddewis BBC One/Two fel eu ffynhonnell newyddion bwysicaf – fodd bynnag, mae hyn yn llai na 14% yn 2021. Mae cyfrannau tebyg yn dewis TikTok (7%), YouTube (7%) ac ITV/ITV CYMRU WALES/CITV/UTV/STV (7%) eleni.

Mae’r teulu, y radio a’r teledu yn cael eu hystyried fel y ffynonellau newyddion mwyaf gwir, ac mae’r cyfryngau cymdeithasol a ffrindiau yn cael eu hystyried fel y rhai lleiaf gwir. Dywedodd bron i bedwar o bob pump (79%) o blant 12-15 oed fod y newyddion a glywsant gan y teulu naill ai’n gywir ‘bob amser’ neu ‘gan fwyaf’, o’i gymharu â 72% ar gyfer radio a 65% ar gyfer teledu. Mae llai yn meddwl bod straeon newyddion ar y cyfryngau cymdeithasol (30%) neu gan ffrindiau (37%) yn gywir.

Er bod pobl ifanc yn eu harddegau yn dal i fod yn fwy amheus ynghylch newyddion ar y cyfryngau cymdeithasol na ffynonellau eraill, mae cyfrannau sylweddol o’r rheini sy’n defnyddio ffynonellau cyfryngau cymdeithasol ar gyfer newyddion yn ymddiried ynddynt, gan gynnwys hanner defnyddwyr YouTube (51%) a Twitter (52%).

A1. Mesurydd sefyllfa gyfredol y diwydiant

BARB (Bwrdd Ymchwil Cynulleidfaoedd Darlledwyr) yw mesurydd sefyllfa gyfredol y diwydiant ar gyfer gwyllo'r teledu. Mae'n defnyddio panel parhaus o oddeutu 5,300 o gartrefi yn y DU ac yn tracio faint o bobl 4 oed a hŷn sy'n gwyllo'r teledu yn y cartrefi hyn gan ddefnyddio mesuryddion sy'n gysylltiedig â phob set deledu sy'n gweithio yn y cartref.

A2. Methodoleg

Arolwg Oedolion

Rhwng mis Rhagfyr 2017 a mis Mawrth 2020, roedd Jigsaw Research wedi cynnal dull methodoleg gymysg, gan gyfuno cyfweiliadau ar-lein ac wyneb yn wyneb. Fodd bynnag, yn ystod y ddwy flynedd ddiwethaf o ymchwil, nid oedd Jigsaw yn gallu gwneud hyn yn gyson, oherwydd pandemig Covid-19.

Gan fod methodolegau ar-lein yn tueddu i dangynrychioli'r rhai nad ydynt yn defnyddio fawr ar y rhyngwrwyd/ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd o gwbl, cynhaliodd Jigsaw gyfuniad o gyfweiliadau ar-lein a thros y ffôn yn ystod mis Tachwedd/Rhagfyr 2020, Mawrth/Ebrill 2021 a Thachwedd/Rhagfyr 2021, i sicrhau bod y grwpiau hyn yn cael cyfle i fynegi eu barn. Ym mis Mawrth/Ebrill 2022, aeth Jigsaw yn ôl at y fethodoleg a ffafrir, sef cynnal cyfweiliadau ar-lein ac wyneb yn wyneb, er mwyn bod yn gyson â blynyddoedd blaenorol a blynyddoedd i ddod.

Llwyddodd yr arolwg wyneb yn wyneb hwn i gael 1,086 o gyfweiliadau, gyda'r gwledydd yn cael eu gorgynrychioli yn ystod y gwaith maes. Mae'r data hwn wedi cael ei bwysoli er mwyn cywiro'r orgynrychiolaeth hon, gyda'r pwysoliadau'n cael eu cymhwyso yn ôl oedran, rhyw a grŵp economaidd-gymdeithasol (SEG) o fewn y wlad, er mwyn rhoi darlun cynrychioliadol o holl oedolion y DU. Mae'r holl ddata ar-lein ac wyneb yn wyneb wedi cael eu cyfuno i roi cipolwg ar farn ar draws y ddwy fethodoleg yn ystod Mawrth/Ebrill 2022. Nid yw'r 1,717 o gyfweiliadau ar-lein a gasglwyd ym mis Tachwedd/Rhagfyr 2021 wedi cael eu cynnwys yn y data cyfun.

Fe wnaethom gymharu'r data ar-lein a gasglwyd ym mis Tachwedd/Rhagfyr 2021 â'r data ar-lein a gasglwyd ym mis Mawrth/Ebrill 2022, ac er na wnaethom ni sylwi ar wahaniaethau ystadegol sylweddol, nid oedd unrhyw arwyddion o effeithiau tymhorol mawr. Felly, fe wnaethom ni benderfynu y byddai set ddata wyneb yn wyneb ac ar-lein yn seiliedig ar ddata Mawrth/Ebrill 2022 ei hun yn well na set ddata a oedd yn seiliedig ar ddata ar-lein o fis Tachwedd/Rhagfyr 2021 a mis Mawrth/Ebrill 2022 a data wyneb yn wyneb o fis Mawrth/Ebrill yn unig, gan fod angen llai o bwysoli. Mae modd cymharu'r data ar-lein ac wyneb yn wyneb cyfun ar gyfer oedolion â data 2018-2020 ond ni ellir cymharu â data 2021 oherwydd gwahaniaeth mewn methodoleg.

Er mwyn sicrhau bod modd cymharu unrhyw ddata o ran tueddiadau yn y cyhoeddiad hwn, rydym wedi penderfynu cyhoeddi'r data ar-lein ar wahân, fel y gwnaethom yn 2021. Mae'r 3,423 o gyfweiliadau ar-lein wedi cael eu pwysoli yn ôl oedran, rhyw, gwlad/rhanbarth, statws gweithio ac ethnigrwydd i sicrhau eu bod yn cynrychioli defnyddwyr rhyngwrwyd 'diweddar', fel y gwelir yn ymchwil Defnyddwyr Rhyngwrwyd y Swyddfa Ystadegau Gwladol (ONS) (a gyhoeddwyd ar 6 Ebrill 2020).

Dangosir gwahaniaethau ystadegol arwyddocaol o un flwyddyn i'r llall ar lefel hyder 99% ar gyfer data ar-lein ac wyneb yn wyneb a lefel hyder 95% ar gyfer y data ar-lein (yn unig).

Mae'r arolwg yn cynnwys tua 200 o godau ar gyfer gwahanol ffynonellau newyddion posibl, yn ogystal â'r opsiwn i ganiatáu i ymatebwyr enwebu eu ffynonellau eu hunain sy'n arwain at oddeutu 800 arall, gan gynnwys ffynonellau rhanbarthol. Mae hyn yn rhoi mesur o'r gwaelod i fyny i ni o'r hyn mae pobl yn meddwl maen nhw'n ei ddefnyddio ar gyfer newyddion (am eu gwlad, y DU ac yn rhyngwladol) ac ni fydd o reidrwydd yn cynnwys pob darparwr posibl. Felly, mae'r arolwg yn darparu ystod fanwl o ffynonellau newyddion. Mae'r ffynonellau newyddion unigol hyn wedyn yn cael eu cyfuno i wahanol grwpiau neu "rwydi" sy'n ymwneud â'u perchennog neu eu cyhoeddwr.

Arolwg yn seiliedig ar gofio'n ôl yw hwn. O'r herwydd, mae'n debygol o ddarparu canlyniadau ychydig yn wahanol i fathau eraill o fesur. Efallai y bydd yn tanamcangyfrif rhywfaint o weithgarwch cael gafael ar newyddion ar-lein. Mae'n debygol o fod yn anoddach i ymatebwyr gofio cael gafael ar newyddion ar-lein ad-hoc o'i gymharu â, dyweder, prynu papur newydd neu wyllo bwletin teledu min nos. Ar y llaw arall, mae ymatebwyr yn dangos drwy arolygon o'r fath pa ffynonellau newyddion sy'n taro tant gyda nhw.

Arolwg Pobl Ifanc yn eu Harddegau

Nid yw'r fethodoleg a ddefnyddiwyd ar gyfer astudiaeth plant 12-15 oed wedi newid llawer dros y pum mlynedd diwethaf.

Mae cyfanswm o 500 o gyfweiliadau rhwng 5 Tachwedd a 6 Rhagfyr 2021 wedi cael eu cyfuno â 501 o gyfweiliadau rhwng 6 Mawrth a 4 Ebrill 2022.

Pennwyd cwotâu ar oedran, rhyw, grŵp economaidd-gymdeithasol (SEG) a gwlad i sicrhau bod y sampl yn gynrychioliadol o'r DU ac mae'r data hefyd wedi'i bwysoli ar oedran, rhyw, SEG a gwlad. Dangosir gwahaniaethau ystadegol arwyddocaol ar lefel hyder 95%.

Cyflawnwyd pob ton o waith maes mewn tri cham:

- Cam 1: Targedwyd rhieni plant 12-15 oed, gan ddefnyddio panel ar-lein.
- Cam 2: Cafodd y rhieni eu sgrinio i sicrhau bod sampl gynrychioladol o'r cyfranogwyr yn cael eu recriwtio.
- Cam 3: Gofynnodd y rhiant i'w plentyn yn ei arddegau (cymwys) lenwi gweddill yr holiadur.