

Plant a rhieni: Adroddiad ar agweddau a defnydd o gyfryngau 2019



Gwneud
synnwyr o'r
cyfryngau



Trosolwg

Mae'r adroddiad hwn yn rhoi tystiolaeth am ddefnyddio'r cyfryngau, agweddau a dealltwriaeth ymhlith plant a phobl ifanc 5-15 oed, yn ogystal â gwybodaeth am fynediad i'r cyfryngau a defnydd ymhlith plant 3-4 oed.

Mae hefyd yn cynnwys canfyddiadau ynghylch barn rhieni am ddefnydd eu plant o'r cyfryngau, a sut maent yn ei fonitro ac yn cyfyngu arno.

Mae'r adroddiad wedi'i seilio i raddau helaeth ar [*Draciwr Llythrennedd yn y Cyfryngau Plant a Rhieni*](#) (gwaith maes Ebrill-Gorffennaf 2019), sydd wedi bod ar waith ers 2005, a'i ategu gan ein hymchwili [*Byw gyda'r Cyfryngau*](#) ein [*Harolwg Defnyddio Newyddion*](#), a data gan y corff mesur cynulleidfaoedd, BARB. Y bwriad yw darparu darlun cynhwysfawr o brofiadau plant o'r cyfryngau yn 2019 fel adnodd cyfeirio ar gyfer diwydiant, llunwyr polisiau, academyddion a'r cyhoedd yn gyffredinol. Mae manylion ynghylch y cefndir a'r fethodoleg yn yr [*atodiad sydd gyda'r adroddiad hwn*](#).

Mae'r adroddiad yn rhan o'n rhaglen waith ehangach, Gwneud Synnwyr o'r Cyfryngau, sydd â'r nod o helpu i wella dealltwriaeth, gwybodaeth a sgiliau ar-lein plant ac oedolion yn y DU. Rydym yn gwneud hyn drwy waith ymchwil arloesol, a drwy ddod â sefydliadau ac unigolion sydd ag arbenigedd ym maes llythrennedd yn y cyfryngau at ei gilydd i rannu syniadau ac i gefnogi eu gweithgareddau.

I ddysgu mwy am ein rhaglen Gwneud Synnwyr o'r Cyfryngau ac i gael manylion ynghylch sut y gallwch chi ymuno â'n rhwydwaith, ewch i <https://www.ofcom.org.uk/cymru/making-sense-of-media>.

Ein canfyddiadau

Plant cysylltiedig

- **Mae gan hanner y plant sy'n ddeg oed eu ffôn clyfar eu hunain erbyn hyn.** Rhwng naw a deg oed, mae nifer y bobl ifanc sy'n berchen ar ffôn clyfar yn dyblu - sy'n nodi carreg filltir bwysig yn annibyniaeth ddigidol plant wrth iddynt baratoi ar gyfer yr ysgol uwchradd.
- **Mae defnydd plant rhwng 5 a 15 oed o seinyddion clyfar wedi dyblu dros y flwyddyn ddiwethaf.** Mae hyn yn golygu eu bod, am y tro cyntaf, yn cael eu defnyddio ar raddfa fwy eang na radios.
- **Mae mwy o blant yn gwyllo fideo-ar-alw nag sy'n gwyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu'n fyw.** Mae gwyllo fideo-ar-alw (VoD) wedi dyblu dros y pum mlynedd diwethaf. Nid yw un plentyn ym mhob pedwar yn gwyllo teledu byw o gwbl.

Gweithgareddau ar-lein a llwyfannau poblogaidd

- **Mae YouTube yn parhau i fod yn ffefryn mawr ymysg plant.** Mae plant a phobl ifanc rhwng 5 a 15 oed yn fwy tebygol o ddewis YouTube fel llwyfan gwyllo na gwasanaethau ar-alw fel Netflix, neu sianeli teledu, gan gynnwys BBC ac ITV.
- **Mae defnydd plant o'r cyfryngau cymdeithasol yn fwy amrywiol.** Mae WhatsApp yn arbennig wedi dod yn fwy poblogaidd dros y flwyddyn ddiwethaf, gan ymuno â Facebook, Snapchat ac Instagram fel un o'r llwyfannau cyfryngau cymdeithasol sy'n cael ei ddefnyddio fwyaf gan blant.
- **Mae llwyfannau mwy newydd fel TikTok a Twitch yn dod yn fwy poblogaidd.** Mae 13% o blant rhwng 12 a 15 oed yn defnyddio TikTok - cynnydd o'i gymharu ag 8% yn 2018 - ac mae 5% yn defnyddio Twitch.
- **Mae nifer y merched sy'n chwarae gemau ar-lein yn cynyddu.** Mae bron i hanner y merched rhwng 5 a 15 oed yn chwarae gemau ar-lein erbyn hyn – sydd wedi codi o 39% yn 2018.

Ymgysylltu a chyfranogi ar-lein

- **Twf ym mhoblogrwydd y 'flogiwr drws nesaf'.** Er bod sêr YouTube uchel eu proffil yn parhau i fod yn boblogaidd, mae plant erbyn hyn yn cael eu denu fwyfwy at ddylanwadwyr sy'n aml yn dod o'u hardal leol, neu sy'n rhannu diddordeb penodol â nhw a elwir yn ddylanwadwyr 'micro' neu 'nano'.
- **Mae elfennau o ddealltwriaeth feirniadol plant wedi cynyddu.** Maent yn fwy ymwybodol y gallai flogwyr fod yn cymeradwyo cynnyrch ac o sut y caiff y BBC ei ariannu; ond nid yw deall sut mae peiriannau chwilio (Google, er enghraifft) yn gweithio a'r gallu i adnabod hysbysebion ar y safleoedd hyn wedi newid ers 2018.
- **'Effaith Greta' a gweithredu cymdeithasol ar-lein.** Yn 2019, gwelwyd cynnydd mewn plant hyn yn defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol i gefnogi achosion neu sefydliadau, ac roedd un ym mhob deg wedi llofnodi deiseb ar-lein o ryw fath neu'i gilydd.

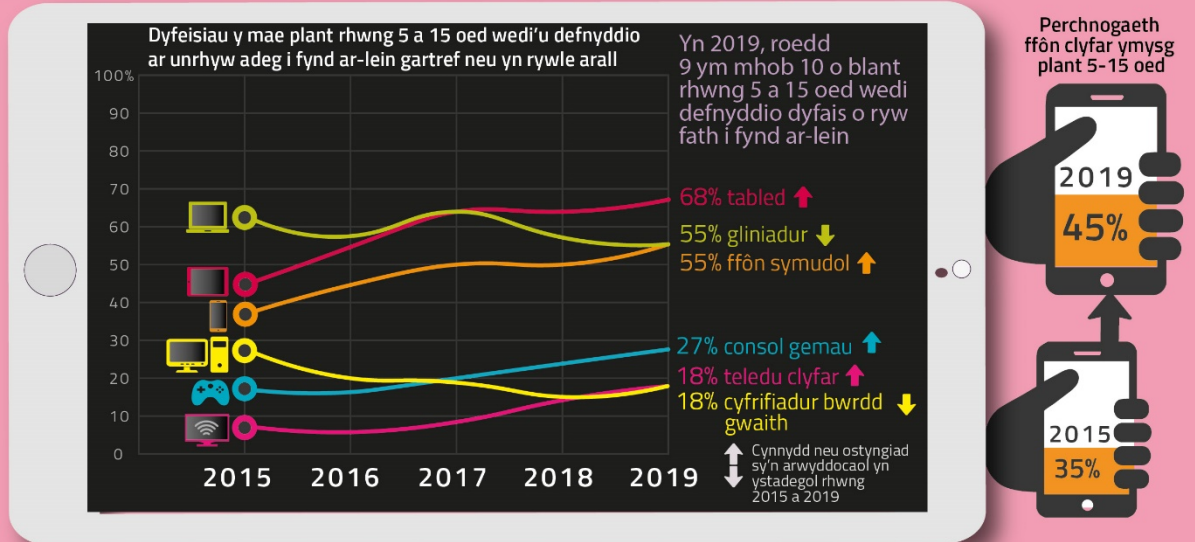
Cadw'n ddiogel ar-lein

- **Mae plant yn gweld mwy o gynnwys cas ar-lein nag yr oeddent o'r blaen, ac roedd nifer o blant yn ein hymchwil Byw gyda'r Cyfryngau wedi dweud eu bod wedi gweld cynnwys treisgar a chynnwys annifyr arall ar-lein.** Mae hanner y plant rhwng 12 a 15 oed yn dweud eu bod wedi gweld rhywbeth cas am grŵp penodol o bobl yn y flwyddyn ddiwethaf. Mae hyn yn fwy na'r traean oedd yn dweud hyn yn 2016. Roedd pedwar o bob deg wedi cymryd camau o ryw fath i rwystro neu i riportio hyn, ond roedd y mwyafrif wedi'i anwybyddu.
- **Mae rhieni yn gynyddol bryderus ynghylch eu plentyn yn gweld cynnwys lle mae pobl yn niweidio eu hunain ar-lein a rhai elfennau o chwarae gemau ar-lein.** Mae bron hanner o rieni rhwng 5-15oed yn byrderus ynghylch eu plant yn gweld cynnwys a allai eu hannog i niweidio eu hunain, i fyny o 39% yn 2018. Mae yna hefyd gynydd yng nghyfran rhieni plant rhwng 12-15 sy'n poeni am wario arian wrth chwarae emau (o 40% 47%) a bwlio yn y byd gemau ar-lein.
- **Mae llai o rieni yn teimlo bod y manteision mae eu plentyn yn eu cael o fod ar-lein yn drech na'r risgiau o'i gymharu â phum mlynedd yn ôl.** Mae ychydig dros hanner rhieni plant rhwng 5 a 15 oed yn teimlo fel hyn (55%), o'i gymharu â dwy ran o dair (65%) yn 2015. Mae rhieni hefyd yn poeni fwyfwy y bydd eu plentyn yn gweld cynnwys a allai ei annog i niweidio ei hun. Fodd bynnag, mae arwyddion bod mwy o rieni'n siarad â'u plentyn am ddiogelwch ar-lein (85% o rieni plant 5-15 oed), o'i gymharu â 2018 (81%).

2015 **5 MLYNEDD AR GIP (PLANT 5-15 OED)** 2019

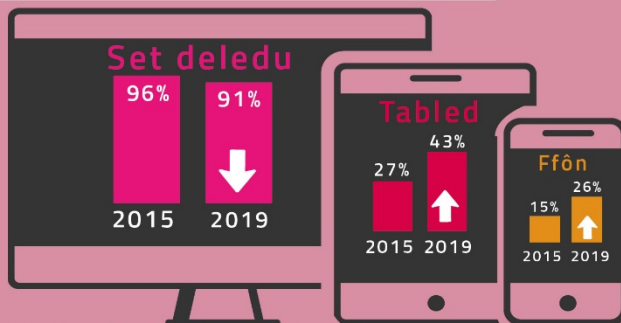
PERCHNOGAETH AR DDYFEISIAU A'R DEFNYDD OHONYNT

O'i gymharu â 2015, mae plant rhwng 5 a 15 oed yn fwy tebygol o fynd ar-lein drwy ddefnyddio tabled, ffôn symudol, consol gemau a Theledu Clyfar



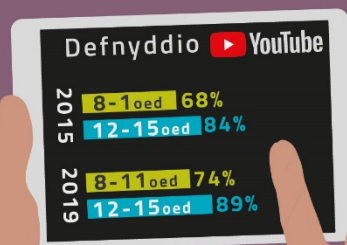
DEFNYDDIO CYNNWYS

O'i gymharu â 2015, mae plant rhwng 5 a 15 oed yn fwy tebygol o wyllo rhaglenni teledu ar ddyfeisiau symudol

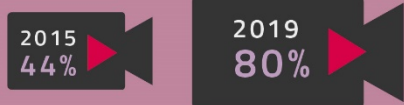


Dyfeisiau y mae plant rhwng 5 a 15 oed wedi'u defnyddio ar unrhyw adeg i wyllo rhaglenni teledu

Nid oes fawr o newid wedi bod yng nghyfran y rhai rhwng 8 a 15 oed oedd yn defnyddio YouTube rhwng 2015 a 2019

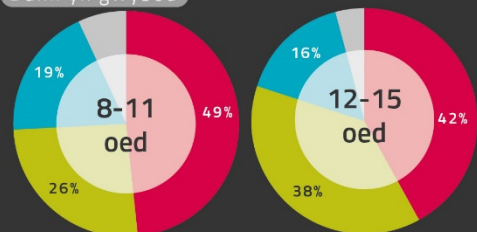


Roedd cyfran y plant rhwng 5 a 15 oed oedd yn gwyllo fideo-ar-alw wedi dyblu bron rhwng 2015 a 2019*



...ond yn 2019, roedd yn well gan blant rhwng 8 ac 11 oed a rhwng 12 a 15 oed wyllo YouTube yn hytrach na chynnwys fideo-ar-alw drwy danysggrifio neu ar y teledu

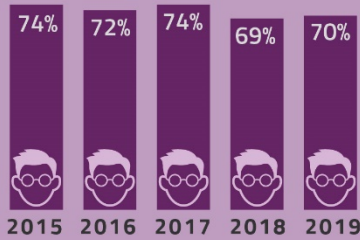
YouTube
SVOD: Netflix, NowTV, Amazon Prime Video
Sianeli teledu fel BBC, ITV, Channel 4/5 neu Sky
Ddim yn gwybod



* Rydym yn credu bod hwn yn gynnwys gwirioneddol oherwydd maint y newid, ond sylwch bod geiriad y cwestiwn wedi newid rhwng 2015 a 2019

Y CYFRYNGAU CYMDEITHASOL

Mae cyfran y rhai rhwng 12 a 15 oed sydd â phroffil cyfryngau cymdeithasol wedi aros yn sefydlog

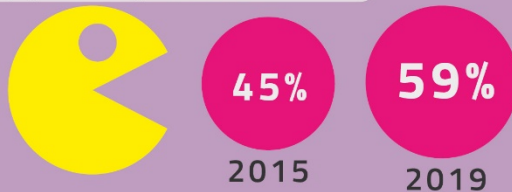


Fodd bynnag mae'r gwefannau maent yn ystyried fel eu prif wefan neu ap cyfryngau cymdeithasol neu negeseuon wedi newid.

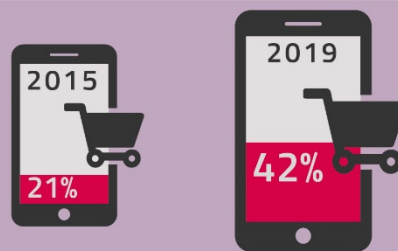


CHWARAE GEMAU

Roedd cyfran y plant rhwng 5 a 15 oed oedd yn chwarae gemau ar-lein wedi cynyddu rhwng 2015 a 2019



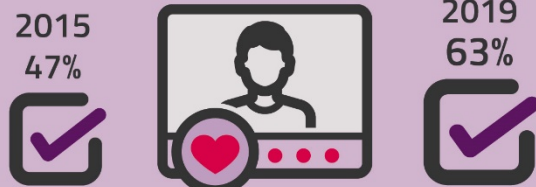
Mae cyfran rhieni plant rhwng 5 a 15 oed sy'n chwarae gemau sy'n poeni am y pwysau sydd ar blant i brynu pethau fel rhan o gêm, wedi dyblu



MEDDWL YN FEIRNIADOL



Nid yw dealltwriaeth feirniadol o hysbysebu Google ymysg plant rhwng 8 ac 11 a 12 a 15 oed wedi newid rhwng 2015 a 2019, ond mae crebwyll plant rhwng 12 a 15 oed o ran adnabod cymeradwyaethau gan flogwyr y telir amdanynt wedi cynyddu

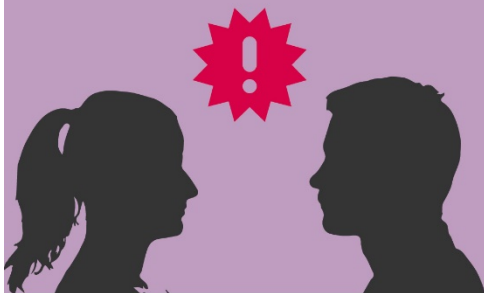


Cyfran y rhai rhwng 12 a 15 oed sy'n meddwl bod flogwyr neu ddylanwadydd yn cael eu talu gan y cwmni neu'r brand i ddweud pethau da am gynnwrch a brandiau

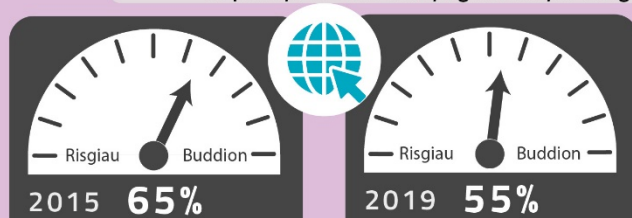
Cyfran y rhai rhwng 12 a 15 oed sy'n defnyddio peirannau chwilio oedd wedi gweld bod y pedwar canlyniad cyntaf o chwiliad ar Google yn hysbysebion/yn sylwadau y talwyd amdanynt ac wedi deall mai dyma'r unig reswm pam fod y canlyniadau hyn wedi ymddangos gyntaf.



PRYDERON RHINI



O'i gymharu â 2015, mae rhieni plant rhwng 5 a 15 oed yn llai tebygol o feddwl bod y manteision a gaiff eu plentyn o fod ar-lein yn gwrthbwysu'r risgiau



Fodd bynnag mae'r mwyafrif o rieni (77%) plant rhwng 5 a 15 oed yn teimlo eu bod yn gwybod digon i helpu eu plentyn aros ar-lein, sydd yr un fath â 2015 (76%)

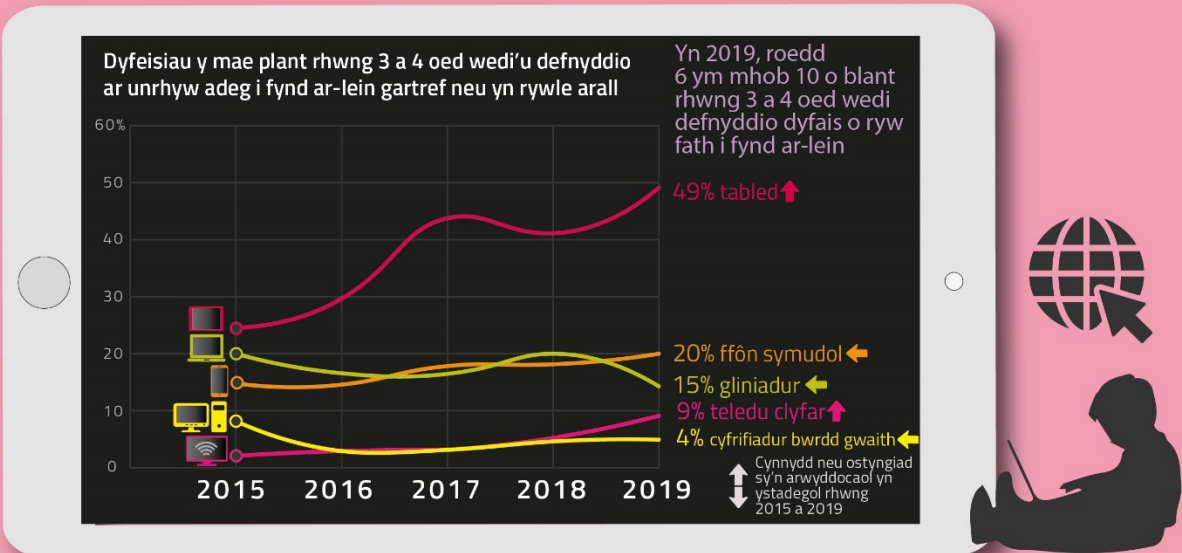
*Roedd y cwestiwn yn 2015 yn gofyn a oedd rhieni yn teimlo eu bod yn gwybod digon i helpu eu plentyn reoli risgiau ar-lein

2015

5 MLYNEDD AR GIP (PLANT 3-4 OED)

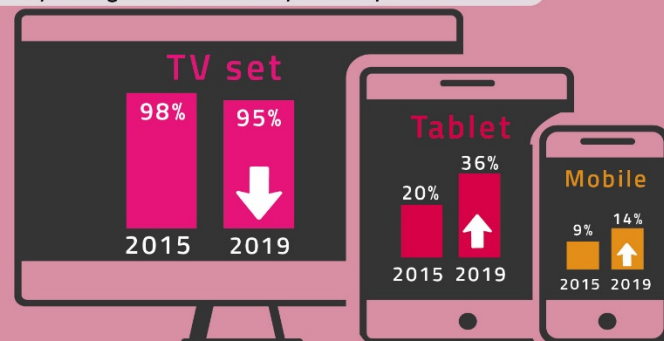
2019

PERCHNOGAETH AR DDYFEISIAU A'R DEFNYDD OHONYNT



DEFNYDDIO CYNNWYS

O gymharu â 2015, roedd plant 3-4 oed yn fwy tebygol o wyllo rhaglenni teledu ar ddyfeisiau symudol

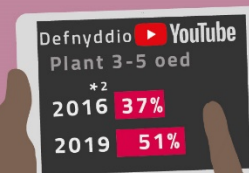


Dyfeisiau y mae plant rhwng 3 a 4 oed wedi'u defnyddio ar unrhyw adeg i wyllo rhaglenni teledu

Mae'r cyfran o blant 3-4 sy'n gwyllo fideo-ar-alw wedi mwy na dyblu ers 2015^{*1}

2015
27%

2019
65%



^{*1} Rydyn ni'n credu bod hyn yn gynnwys gwirioneddol oherwydd bod y newid yn sylweddol, ond nodwch fod geiriad y cwestiwn wedi newid rhwng 2015-2019.

^{*2} Gwnaethon ni ddim gofyn am ddefnydd o YouTube ymhlith plant 3-4 yn 2015, felly defnyddir 2016 fel cymhariaeth yn lle hynny.

Defnyddio'r cyfryngau yn ôl oedran yn 2019: ciplun

plant 3-4 oed

- ▶ mae gan 24% eu dyfais tabled eu hunain
- ▶ mae 20% yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein ac mae 45% yn defnyddio tabled i fynd ar-lein
- ▶ mae 15% o'r rheini sy'n berchen ar dabled yn cael mynd â'r ddyfais i'r gwely gyda nhw
- ▶ mae 11% yn defnyddio seinydd clyfar yn y cartref
- ▶ mae 95% yn gwyllo'r teledu ar set deledu, mae 36% yn defnyddio tabled ac mae 14% yn defnyddio ffôn symudol i wyllo'r teledu
- ▶ mae 95% yn gwyllo'r teledu ar set deledu, mae 36% yn defnyddio tabled ac mae 14% yn defnyddio ffôn symudol i wyllo'r teledu
- ▶ mae 75% yn gwyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu'n fyw ac mae 65% yn gwyllo cynnwys fideo-ar-alw*
- ▶ mae 39% yn chwarae gemau am 4 awr a 42 munud yr wythnos
- ▶ 17% yn chwarae gemau ar-lein
- ▶ mae 51% yn gwyllo YouTube am 8 awr a 6 munud yr wythnos
- ▶ mae 3% yn gwyllo cyfranwyr YouTube neu flogwyr
- ▶ mae gan 1% o ddefnyddwyr ar-lein broffil cyfryngau cymdeithasol



plant 5-7 oed

- ▶ mae gan 5% eu ffôn clyfar eu hunain
- ▶ mae gan 37% eu dyfais tabled eu hunain
- ▶ mae 27% yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein ac mae 63% yn defnyddio tabled i fynd ar-lein
- ▶ mae 14% o'r rheini sy'n berchen ar dabled yn cael mynd â'r ddyfais i'r gwely gyda nhw
- ▶ mae 20% yn defnyddio seinydd clyfar yn y cartref
- ▶ mae 96% yn gwyllo teledu ar set deledu, mae 40% yn defnyddio tabled ac mae 12% yn defnyddio ffôn symudol i wyllo'r teledu
- ▶ mae 98% yn gwyllo rhaglenni teledu neu ffilmiau (ar unrhyw ddyfais) am 11 awr a 6 munud yr wythnos
- ▶ mae 73% yn gwyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu'n fyw ac mae 73% yn gwyllo cynnwys fideo-ar-alwad*
- ▶ mae 62% yn chwarae gemau am 6 awr ac 18 munud yr wythnos
- ▶ mae 35% yn chwarae gemau ar-lein
- ▶ mae 64% yn gwyllo YouTube am 8 awr a 36 munud yr wythnos
- ▶ mae 11% yn gwyllo cyfranwyr YouTube neu flogwyr
- ▶ mae gan 4% o ddefnyddwyr ar-lein broffil cyfryngau cymdeithasol



plant 8-11 oed

- ▶ mae gan 37% eu ffôn clyfar eu hunain
- ▶ mae gan 49% eu dyfais tabled eu hunain
- ▶ mae 49% yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein ac mae 72% yn defnyddio tabled i fynd ar-lein
- ▶ mae 45% o'r rhai sy'n berchen ar ffôn symudol yn cael mynd ag ef i'r gwely gyda nhw ac mae 32% o'r rheini sy'n berchen ar dabled yn cael gwneud hyn
- ▶ mae 25% yn defnyddio seinydd clyfar yn y cartref
- ▶ mae 92% yn gwyllo'r teledu ar set deledu, mae 42% yn defnyddio tabled ac mae 22% yn defnyddio ffôn symudol i wyllo'r teledu
- ▶ mae 99% yn gwyllo rhaglenni teledu neu ffilmiau (ar unrhyw ddyfais) am 10 awr a 30 munud yr wythnos
- ▶ mae 74% yn gwyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu'n fyw ac mae 78% yn gwyllo cynnwys fideo-ar-alwad*
- ▶ mae 79% yn chwarae gemau am 9 awr a 30 munud yr wythnos
- ▶ mae 66% yn chwarae gemau ar-lein
- ▶ mae 74% yn gwyllo YouTube am 10 awr yr wythnos
- ▶ mae 27% yn gwyllo cyfranwyr YouTube neu flogwyr
- ▶ mae gan 21% o ddefnyddwyr ar-lein broffil cyfryngau cymdeithasol



plant 12-15 oed

- ▶ mae gan 83% eu ffôn clyfar eu hunain
- ▶ mae gan 59% eu dyfais tabled eu hunain
- ▶ mae 81% yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein ac mae 69% yn defnyddio tabled i fynd ar-lein
- ▶ mae 74% o'r rhai sy'n berchen ar ffôn symudol yn cael mynd ag ef i'r gwely gyda nhw ac mae 61% o'r rheini sy'n berchen ar dabled yn cael gwneud hyn
- ▶ mae 36% yn defnyddio seinydd clyfar yn y cartref
- ▶ mae 88% yn gwyllo'r teledu ar set deledu, mae 46% yn defnyddio tabled ac mae 41% yn defnyddio ffôn symudol i wyllo'r teledu
- ▶ mae 98% yn gwyllo rhaglenni teledu neu ffilmiau (ar unrhyw ddyfais) am 11 awr a 48 munud yr wythnos
- ▶ mae 75% yn gwyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu'n fyw ac mae 88% yn gwyllo cynnwys fideo-ar-alwad*
- ▶ mae 81% yn chwarae gemau am 11 awr a 36 munud yr wythnos
- ▶ mae 72% yn chwarae gemau ar-lein
- ▶ mae 89% yn gwyllo YouTube am 11 awr yr wythnos
- ▶ mae 41% yn gwyllo cyfranwyr YouTube neu flogwyr
- ▶ mae gan 71% o ddefnyddwyr ar-lein broffil cyfryngau cymdeithasol



* mae cynnwys fideo-ar-alw yn cynnwys gwasanaethau y mae angen tanysgrifio iddynt, er enghraifft, Netflix, gwasanaethau dal-i-fyny â darllediad fel BBC iPlayer, gwefannau teledu wedi'i recordio tebyg i Vimeo a YouTube, blu-ray/DVD a rhentu ar-lein

Cynnwys

Trosolwg.....	1
Prif ganfyddiadau	9
Y plentyn cysylltiedig.....	9
Arferion gwyllo plant yn datblygu	11
Mae plant yng ngwledydd y DU yn teimlo nad ydynt yn cael eu cynrychioli cystal ar y teledu.	14
Mae elfennau o ddealltwriaeth feirniadol plant wedi cynyddu.....	17
Lle mae plant yn cael gafael ar newyddion	19
Mae defnydd plant o'r cyfryngau cymdeithasol yn amrywio	22
Mae chwarae gemau ar-lein ar gynnydd, felly hefyd bryderon rhieni	26
Profiadau negyddol ar-lein a strategaethau ymdopi	29
Taro cydbwysedd rhwng rheolaeth gan rieni a rhoi annibyniaeth ddigidol i blant	32
Pryderon rhieni a strategaethau cyfryngu.....	34
Yn gryno	39

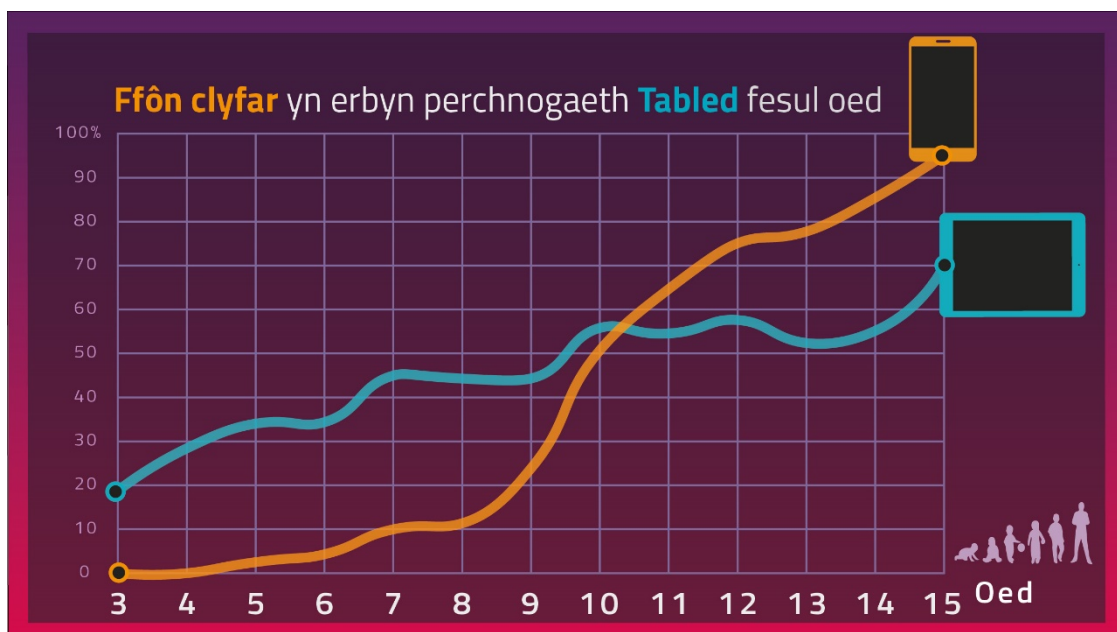
Prif ganfyddiadau

Y plentyn cysylltiedig

Mae gan hanner y plant sy'n ddeg oed eu ffôn clyfar eu hunain erbyn hyn

Mae cyfran y plant sydd â'u ffôn clyfar neu eu dyfais tabled eu hunain yn cynyddu gydag oedran. Hyd nes eu bod yn ddeg oed, mae plant yn fwy tebygol o fod yn berchen ar ddyfais tabled. Fodd bynnag, mae nifer y plant rhwng naw a deg oed sy'n berchen ar ffôn clyfar yn dyblu o 23% i 50% - sy'n nodi carreg filltir bwysig yn annibyniaeth ddigidol plant wrth iddynt baratoi i bontio i'r ysgol uwchradd. Erbyn eu bod yn 15 oed, mae bron bob plentyn yn berchen ar eu ffôn clyfar eu hunain.

Perchnogaeth ffonau clyfar yn erbyn tabled fesul oedran



Mae'r defnydd o seinyddion clyfar wedi dyblu ers 2018, sy'n golygu eu bod bellach ar y blaen i radios

Mae cartrefi plant yn 2019 yn gynyddol 'gysylltiedig' ac mae technoleg glyfar yn dod yn fwy cyffredin.

Y set deledu¹ yw'r brif ddyfais yng nghartrefi plant o hyd. Mae naw deg wyth y cant o blant a phobl ifanc rhwng 5 a 15 oed yn defnyddio unrhyw fath o set deledu, sydd yr un fath â'r llynedd, ond mae canran y plant oedd sy'n defnyddio teledu clyfar wedi cynyddu o 61% i 67% ers 2018.

Ond, o'r holl ddyfeisiau y mae plant a phobl ifanc rhwng 5 a 15 yn eu defnyddio, y seinydd clyfar sydd wedi cynyddu fwyaf o ran defnydd – o 15% yn 2018 i 27% yn 2019. Felly, mae seinyddion clyfar yn cael eu defnyddio fwy na radios, gyda radios yn gostwng o 26% i 22% o ran defnydd dros yr un cyfnod. Serch hynny, mae mynediad at radio wedi aros yn sefydlog sy'n awgrymu bod y gostyngiad hwn o ran defnydd wedi digwydd oherwydd bod plant yn dewis peidio â defnyddio'r ddyfais hon.

Po hynaf y plentyn, y mwyaf tebygol ydyw o ddefnyddio seinydd clyfar – mae dros draean (36%) y bobl ifanc rhwng 12 a 15 oed yn defnyddio un. Mae defnydd hefyd yn amrywio yn ôl grŵp economaidd-gymdeithasol; mae aelwydydd DE yn llai tebygol o ddefnyddio un nag aelwydydd AB (21% o'i gymharu â 40%).

Ond er gwaethaf y cynnydd sylweddol hwn o ran defnydd, mae ein gwaith ymchwil ansoddol *Byw gyda'r Cyfryngau* yn dangos nad yw plant i weld yn defnyddio seinyddion clyfar mewn unrhyw ffordd strwythuredig. Yn hytrach, maen nhw'n eu defnyddio am hwyl neu ar sail ad-hoc. Er enghraifft, dywedodd Suzy, naw oed, nad oedd ei mam byth bron yn defnyddio eu seinydd Alexa, a'i bod hi'n ei ddefnyddio o bryd i'w gilydd, naill i "ddweud jôcs" wrthi hi neu i'w helpu gyda chwestiynau oedd yn codi wrth iddi hi wneud ei gwaith cartref, er enghraifft, i gadarnhau sut roedd sillafu gair neu dablau llusgi.

Dyfeisiau tabled sydd ar y blaen o ran mynd ar-lein

Fel y gwelsom am y tro cyntaf yn 2018, y tabled yw'r ddyfais fwyaf poblogaidd o hyd o ran mynd ar-lein, roedd 68% o blant rhwng 5 a 15 oed wedi'i defnyddio yn 2019 - cynnydd o'i gymharu â 64% yn 2018. Y grŵp oedran rhwng 8 ac 11 oed sydd wedi sbarduno'r cynnydd hwn – o 66% i 72%.

Mae cyfran y plant rhwng 5 a 15 oed sy'n defnyddio ffôn symudol i fynd ar-lein hefyd wedi cynyddu ers 2018 (o 50% i 55%), sydd bellach yn cyfateb i'r defnydd o liniaduron sydd wedi aros yn sefydlog o flwyddyn i flwyddyn (55%). Yn yr un modd â dyfeisiau tabled, mae'r cynnydd yn y defnydd o ffôn symudol i fynd ar-lein wedi cael ei sbarduno gan fwy o blant rhwng 8 ac 11 oed yn defnyddio ffôn symudol (o 41% i 49%).

Mae plant mewn cartrefi DE yn llai tebygol na phlant mewn cartrefi AB o ddefnyddio naill ai tabled (59% o'i gymharu â 72%) neu ffôn symudol (49% o'i gymharu â 62%) i fynd ar-lein.

¹ Unrhyw fath o deledu, boed yn deledu clyfar neu'n set deledu safonol.

Ymchwil dwys i'r gwledydd

Mae'r defnydd o dechnoleg glyfar ymysg plant yn amrywio yn ôl gwlad.

- Mae plant rhwng 5 a 15 oed yn yr Alban yn llai tebygol o ddefnyddio teledu clyfar (56%) na'r cyfartaledd yn y DU (67%), ond mae'r grŵp hwn yng Ngogledd Iwerddon yn fwy tebygol o wneud hynny (77%).
- Mae plant yng Nghymru yn fwy tebygol o ddefnyddio seinydd clyfar (41%) na'r rheini yng ngwledydd eraill y DU.
- Hefyd, mae plant yng Nghymru, ynghyd â phlant yng Ngogledd Iwerddon, yn fwy tebygol o ddefnyddio dyfais tabled i fynd ar-lein (79% a 75% o'i gymharu â 67% yn yr Alban a 68% yn Lloegr).
- Children's evolving viewing landscape

Arferion gwyllo plant yn datblygu

Mae mwy o blant yn gwyllo fideo-ar-alw nag sy'n gwyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu'n fyw

Mae wyth plentyn rhwng 5 a 15 oed ym mhob deg (80%) yn dweud eu bod yn gwyllo rhyw fath o gynnwys fideo ar-alw – dwbl yr hyn yr oedd yn 2015, sef 44%.² Mewn cymhariaeth, mae tri chwarter y plant rhwng 5 a 15 oed yn dweud eu bod yn gwyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu'n fyw³, sy'n golygu nad yw chwarter yn gwyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu'n fyw o gwbl. Mae'r nifer sy'n gwyllo cynnwys fideo-ar-alw yn cynyddu yn ôl oed, gan amrywio o 65% o blant rhwng 3 a 4 oed i 88% o blant rhwng 12 a 15 oed yn 2019. Mae gwyllo teledu byw yn debyg ym mhob grŵp oedran.⁴

Er nad oes un darparwr fideo ar-alw⁵ unigol wedi rhagori ar wyllo teledu byw, mae plant yn fwy tebygol o wyllo gwasanaethau ar-alw y mae angen tanysgrifio iddynt (SVoD) (a ddefnyddir gan 61% o blant 5-15 oed) na mathau eraill o fideo ar-alw. Yn y categori hwn, mae mwy o blant yn gwyllo Netflix (a ddefnyddir gan 55% o blant 5-15 oed) na'r darparwyr SVoD eraill.

Gan adlewyrchu'r canfyddiadau hyn, dros y chwe blynedd diwethaf, mae ein hastudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau* wedi dangos cynnydd mewn defnyddio cynnwys fideo-ar-alw yn lle teledu byw. Mae'n ymddangos bod y newid mewn arferion defnyddio yn cael ei sbarduno gan y ffaith bod fideo-ar-alw

² Rydym yn credu bod hwn yn gynnydd gwirioneddol oherwydd maint y newid, ond sylwch fod geiriad y cwestiwn wedi newid rhwng 2015 a 2019.

³ Nid oes data tueddiad ar gael ar gyfer fideo ar-alw o'i gymharu â theledu byw oherwydd bod geiriad y cwestiwn wedi newid yn arolwg 2019.

⁴ Arferion gwyllo plant ar sail ymatebion gan rieni

⁵ Roedd y dulliau gwyllo eraill y gwnaethom holi amdanynt yn cynnwys: gwasanaethau ar-alw y mae'n rhaid talu amdanynt (e.e. Netflix), cynnwys wedi'i recordio ar DVR, gwasanaethau fideo-ar-alw hysbysebion (gwyllo drwy gyfrwng gwefannau/apiau fel YouTube neu Vimeo), gwasanaethau fideo-ar-alw darlledwyr (BVoD – gwyllo gwasanaeth dal-i-fyny sy'n cael ei ddarparu gan ddarlledwr, Blu-rays/DVDs, a rhentu/prynu cynnwys ar-lein (e.e. Google Play Store).

yn darparu'r dewis mwyaf a bod y deunydd ar gael ar unwaith.⁶ I grynhoi hyn, dywedodd un o gyfranogwyr iau ein hastudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau*:

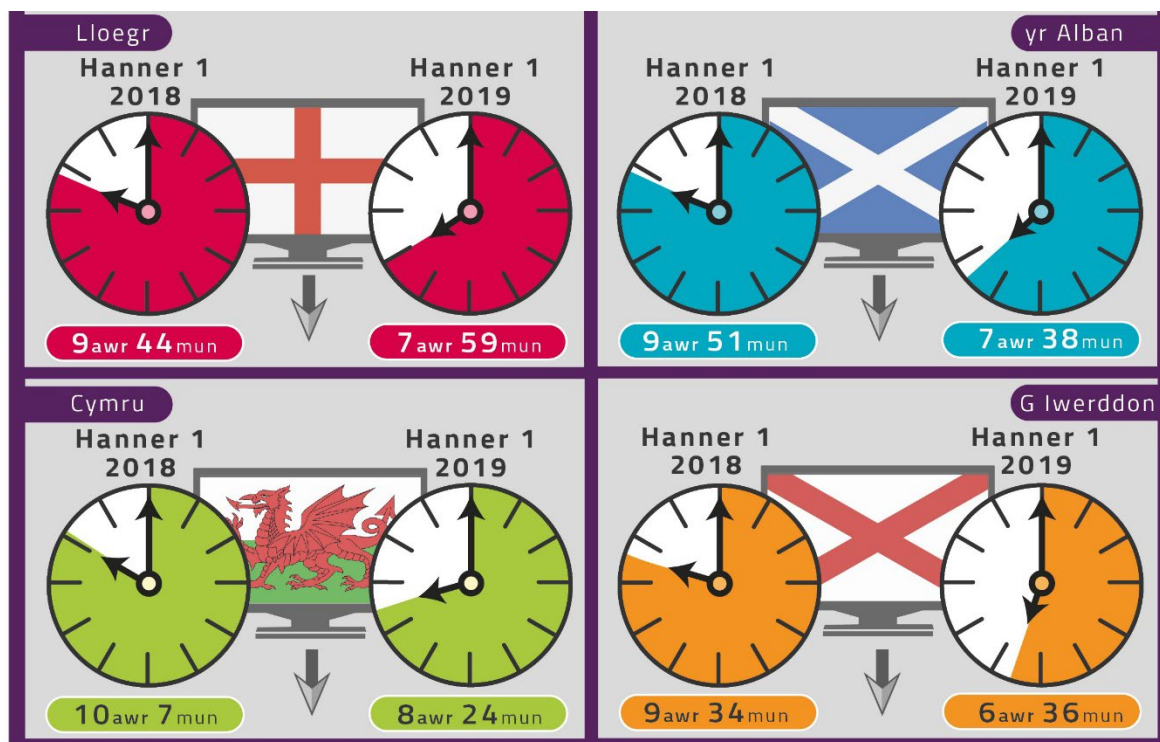
“Dydw i ddim yn hoffi'r teledu mewn gwirionedd oherwydd does dim modd i chi ddewis pa sianeli sydd arno”

Suzy 9 oed

Mae ffigurau BARB (corff mesur cynulleidfaoedd Teledu y DU) hefyd yn dangos y gostyngiad cyffredinol o ran plant yn gwyllo teledu wedi'i ddarlledu ar set deledu.⁷ Roedd gwyllo ymysg plant a phobl ifanc rhwng 4 a 15 oed wedi gostwng dros awr yn 2018 o'i gymharu â 2017; a gwelwyd yr un gostyngiad yn parhau yn hanner cyntaf (H1) 2019⁸ – 8 awr 59 munud yr wythnos o wyllo teledu wedi'i ddarlledu wedi'i gyfuno yn 2018, roedd hyn yn 7 awr 56 munud yn H1 2019.

Roedd nifer yr oriau wedi'u darlledu roedd plant yn eu gwyllo yn hanner cyntaf 2019 wedi gostwng ym mhob un o wledydd y DU o'i gymharu â hanner cyntaf 2018, ac yng Ngogledd Iwerddon y gwelwyd y gostyngiad mwyaf.

Dirywiad gwyllo teledu wedi ei ddarlledu fesul wythnos, drwy genedl yn y DU



⁶ Ymchwil ansoddol Ofcom, 2018: Life on the small screen: <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/what-children-are-watching-and-why>

⁷ Mae gwyllo teledu wedi'i ddarlledu yn golygu saith niwrnod o wyllo wedi'i gyfuno, gan gynnwys cynnwys byw, dal-i-fyny ac wedi'i recordio ar set deledu

⁸ Adeg gwneud yr adroddiad hwn, nid oedd y data blwyddyn lawn ar gyfer 2019 eto ar gael gan BARB

Plant yn symud i ffonau clyfar a thabled i wylïo cynnwys teledu

Er gwaethaf y cynnydd yn y defnydd o deledu clyfar, mae cyfran y plant sy'n gwylïo cynnwys teledu ar set deledu wedi gostwng i 91% (o'i gymharu â 94% yn 2018 a 96% bum mlynedd yn ôl).

Yn y cyfamser, mae cyfran y plant a'r bobl ifanc rhwng 5 a 15 oed sy'n defnyddio dyfeisiau symudol i wylïo rhaglenni teledu neu ffilmiau yn cynyddu, ac ar gyfradd gyflymach na'r gostyngiad yng nghyswllt gwylïo set deledu; mae 43% nawr yn defnyddio dyfais tabled i wneud hyn (o'i gymharu â 33% yn 2018), ac mae 26% yn defnyddio ffôn symudol (i fyny o 20% yn 2018).

Mae plant hŷn yn arbennig yn newid i ddyfeisiau symudol i ddiwallu eu hanghenion gwylïo. Mae pedwar deg dau y cant o'r rhai rhwng 8 ac 11 oed, a 46% o'r rhai rhwng 12 a 15 oed yn defnyddio dyfais tabled i wylïo cynnwys teledu erbyn hyn (sy'n gynydd o'i gymharu â 30% a 35% yn y drefn honno yn 2018). Er bod cyfran lai yn defnyddio ffôn symudol i wylïo cynnwys teledu (22% o blant rhwng 8 ac 11 oed a 41% o bobl ifanc rhwng 12 a 15 oed), mae'r defnydd wedi cynyddu'n sylweddol hefyd yng nghyswllt y grwpiau oedran hyn ers 2018 (i fyny o 14% a 33%).

YouTube yw'r ffefryn o hyd o'i gymharu â'r teledu neu gynnwys ar-alw

Mae tri chwarter y rhai rhwng 5 a 15 oed yn defnyddio YouTube sy'n golygu ei fod yn parhau i chwarae rhan bwysig ym mhanorama gwylïo plant. Mae hyn yn arbennig o wir ymysg plant hŷn; dywed naw o bob deg plentyn 12-15 oed eu bod yn defnyddio'r safle neu'r ap YouTube. Mae hanner y plant rhwng 3 a 4 oed hefyd yn defnyddio YouTube sy'n gynydd o'i gymharu â 45% yn 2018.

Pan ofynnwyd iddynt pe baent yn gallu dewis un llwyfan yn unig ar gyfer gwylïo, roedd 45% o'r rhai rhwng 5 a 15 oed wedi dewis YouTube – sy'n gyfran uwch na'r rheini oedd wedi dewis ar-alw, fel Netflix (32%) neu sianeli teledu fel BBC ac ITV (17%).

Fodd bynnag, mae barn pobl yn amrywio yn ôl oed a grŵp economaidd-gymdeithasol: Mae pobl ifanc rhwng 12 a 15 oed yr un mor debygol o ddewis YouTube (42%) ag y maent o ddewis cynnwys fideo ar-alw (38%), ond mae plant rhwng 8 ac 11 oed ddwywaith yn fwy tebygol o ddewis YouTube (49%) yn hytrach na fideo ar-alw (26%). Mae plant mewn aelwydydd DE yn fwy tebygol o ddewis YouTube (50%) na'r rheini mewn cartrefi AB (37%), ac mae'r rheini mewn aelwydydd AB yn fwy tebygol na'r rheini mewn aelwydydd DE o ddewis gwylïo sianeli teledu (24% o'i gymharu ag 16%).

Mae plant yn cael eu denu at YouTube am nifer o wahanol resymau, ac mae'n amrywio yn ôl oed. Mae cartwnau ac animeiddiadau yn parhau i fod y cynnwys mwyaf poblogaidd ymysg plant iau (3-7 oed), ond mae gwylïo fideos doniol, pranciau a fideos cerddoriaeth yn fwy poblogaidd ymysg plant hŷn.

Ac, yn gynyddol, YouTube yw 'y lle i fynd' i ddysgu am hobiau a diddordebau. Yn 2019, dywedodd dros hanner y defnyddwyr rhyngrwyd rhwng 12 a 15 oed (55%) y byddent yn mynd at YouTube yn gyntaf i ddod o hyd i wybodaeth wir a chywir am weithgareddau hwyliog – cynnydd sylweddol ers 2018 (38%).

Maent hefyd yn fwy tebygol, nag yn 2018, o ddefnyddio YouTube i ddysgu sut mae adeiladu, creu neu wneud pethau (gan godi o 42% i 60%). Yn y ddwy sefyllfa, maen nhw'n fwy tebygol o droi at YouTube na pheiriannau chwilio neu'r BBC (byddai 17% yn troi at beiriannau chwilio am hobïau/diddordebau ac adeiladu/creu pethau; byddai 3% yn troi at y BBC am hobïau/diddordebau, a 7% yn ei ddefnyddio ar gyfer adeiladu/creu pethau).

Yn astudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau* eleni roedd nifer o'r plant yn sôn am ddefnyddio YouTube i gael gwybodaeth neu at ddibenion addysgol. Roedd un wedi defnyddio'r llwyfan i edrych ar adolygiadau cyn prynu pâr o Apple AirPods a dywedodd un arall ei bod wedi defnyddio'r llwyfan i'w helpu wrth adolygu.

“Fe wnes i ddefnyddio YouTube ar gyfer Mathemateg pan oeddwn yn adolygu ar gyfer fy arholiadau TGAU.”

Jasleen, 16 oed

Mae plant yng ngwledydd y DU yn teimlo nad ydynt yn cael eu cynrychioli cystal ar y teledu.

Mae agweddau at gynrychiolaeth mewn rhaglenni teledu yn amrywio ledled y DU⁹

Mae cyfran y plant 8-11 oed a 12-15 oed sy'n teimlo bod digon o raglenni sy'n dangos plant sy'n byw yn yr un rhan o'r wlad â nhw wedi gostwng; o 53% i 42% ar gyfer plant 8-11 oed, ac o 48% i 41% ar gyfer plant 12-15 oed.

Pan ofynnwyd iddynt a oes digon o raglenni teledu¹⁰ ar gyfer plant o'u hoed, dywedodd dwy ran o dair o blant 8-11 oed a 12-15 oed fod digon o raglenni o'r fath – er bod hyn wedi gostwng ers 2018 ar gyfer plant 8-11 oed (o 73%). Fodd bynnag, mae'n bwysicach i blant 8-11 oed weld y mathau hyn o raglenni (69%) nag ydyw i blant 12-15 oed (59%).

Mae hanner y plant rhwng 8 a 15 oed yn teimlo bod digon o raglenni sy'n dangos plant sy'n edrych fel nhw, ac mae dau o bob pump ym mhob grŵp oedran yn teimlo bod hyn yn bwysig iddynt.

Ymchwil dwys i'r gwledydd

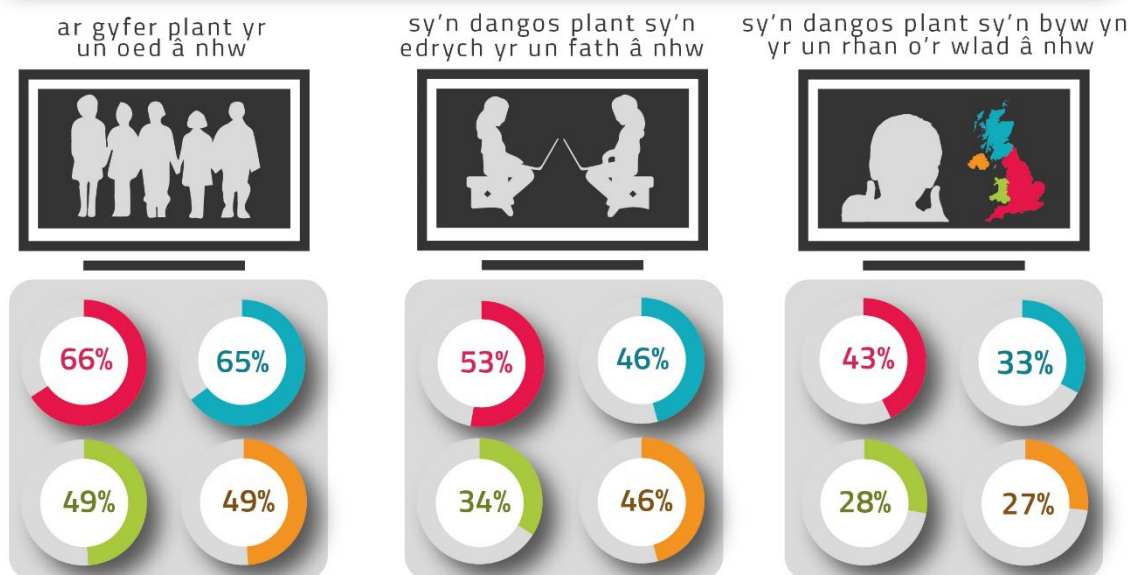
Mae plant yng Nghymru a Gogledd Iwerddon yn llai tebygol o deimlo bod digon o raglenni ar gyfer plant o'u hoed, neu sy'n dangos plant o'r un rhan o'r wlad â nhw. Mae hefyd yn bwysicach i'r ddwy wlad hon fod digon o raglenni sy'n dangos plant o'u gwlad.

⁹ Tynnodd Ofcom sylw at y pryderon oedd ganddo o ran diffyg rhaglenni sy'n galluogi plant i weld eu hunain ar y sgrin yn ei Adolygiad o Gynnwys i Blant. Rydym yn disgwyl y bydd yr ymrwymiad o'r newydd a wnaeth darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus masnachol yn sgil hyn a buddsoddiad newydd gan Gronfa Cynnwys Cynulleidfaoedd Ifanc BFI wella argaeledd rhaglenni sy'n adlewyrchu bywydau pobl ifanc ledled y DU yn well. Adolygiad Ofcom o gynnwys i blant: [Adolygiad Cynnwys Plant](#)

¹⁰ Yn seiliedig ar blant yn gwyllo teledu gartref neu'n rhywle arall – felly, gallai hyn fod ar unrhyw ddyfais neu lwyfan

Barn wahanol ynghylch cynrychiolaeth mewn rhaglenni fesul gwlad yn y DU

Cyfran y plant rhwng 8 a 15 oed yng **Nghymru**, **Lloegr**, **yr Alban**, a **Iwerddon** sy'n credu bod digon o raglenni teledu...



Twf ym mhoblogrwydd y 'flogiwr drws nesaf'.

Mae bron i hanner plant 12-15 oed a mwy na thraean o blant 8-11 oed yn gwylio flogwyr neu ddylanwadwyr YouTube, er bod y math o bobl maent yn eu gwylio wedi newid yn 2019.

Mae un o ganfyddiadau allweddol ein hastudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau* yn 2019 yn dangos bod plant yn dal yn awyddus i ddilyn 'sêr' adnabyddus YouTube ond eu bod hefyd yn dilyn nifer gynyddol o ddylanwadwyr lleol neu ddylanwadwyr sy'n gyfoedion¹¹ a elwir yn ddylanwadwyr 'micro' neu 'nano' (h.y. pobl sydd â degau neu gannoedd ar filoedd o ddilynwyr yn hytrach na miliynau o ddilynwyr). Mae hyn yn dangos eu bod yn gwerthfawrogi gallu dilyn bywydau pobl yn eu hardal leol, neu'r rheini sydd â diddordebau tebyg iddynt, ac efallai eu bod yn ymgysylltu'n fwy uniongyrchol â'r dylanwadwyr hyn na dylanwadwyr 'adnabyddus' cyfatebol neu rai sydd wedi hen ennill eu plwyf.

¹¹ Roedd dylanwadwyr sy'n gyfoedion yn tueddu i fod yn bobl llai adnabyddus gyda llai o ddilynwyr a, weithiau, gyda diddordebau mwy anghyffredin.



Mewn rhai achosion, roedd plant yn yr astudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau* yn efelychu'r cynnwys roedd dylanwadwyr micro neu nano yn ei bostio. Er enghraifft, roedd un o'r plant yn y sampl, a oedd â diddordeb penodol mewn beiciau, yn dilyn 'Wheelie Kay' ar Instagram – micro-ddylanwadwr gyda 139,000 o ddilynwyr adeg yr ymchwil *Byw gyda'r Cyfryngau*. Roedd Wheelie Kay wedi postio fideo ohono'i hun yn ddiweddar yn reidio beic ar hyd stryd brysur yn Llundain. Ar ôl i'r fideo hwn gael ei bostio, roedd y plentyn wedi lanlwytho fideo tebyg ohono'i hun yn reidio ei feic (yr un model â Wheelie Kay) ar hyd y ffordd yn ei dref enedigol.

Fel y gwelir yn ddiweddarach yn yr adroddiad hwn, mae plant hefyd yn dangos diddordeb yn eu newyddion lleol drwy gyfryngau cymdeithasol neu grwpiau cymdogaeth.

Mae elfennau o ddealltwriaeth feirniadol plant wedi cynyddu

Mae 'dealltwriaeth feirniadol' yn ffordd o ddisgrifio'r sgiliau a'r wybodaeth sydd eu hangen ar blant i ddeall, cwestiynu a rheoli eu hamgylchedd cyfryngau. Mae hyn yn bwysig os ydynt am sicrhau'r manteision y gall y rhyngwrdd a chyfryngau eraill eu cynnig ac osgoi risgiau posibl.

Mae ymwybyddiaeth ei bod yn bosibl bod flogwyr yn cael eu talu i gymeradwyo cynnyrch neu wasanaeth yn cynyddu

Mewn rhai achosion mae flogwyr neu ddylanwadwyr yn cael eu talu i gymeradwyo cynnyrch neu wasanaeth. Mae ein hymchwili yn dangos bod ymwybyddiaeth o hyn ymysg defnyddwyr hŷn (12-15) ar-lein wedi cynyddu dros y pum mlynedd diwethaf i 63% yn 2019 (o 47% yn 2015).

Yn 2019, mae gwahaniaethau mewn ymwybyddiaeth yn amlwg yn ôl rhyw a grŵp economaidd-gymdeithasol. Mae bechgyn 12-15 oed yn fwy ymwybodol na merched o gymeradwyaethau y telir amdanynt, tra bo plant 12-15 oed mewn aelwydydd DE yn fwy tebygol o fod yn ansicr ynghylch pam y gallai flogiwr ddweud pethau cadarnhaol am gynnyrch penodol (19% o'i gymharu â 12% ar gyfartaledd).

Rydym hefyd yn gwybod bod crebwyll plant ynghylch y posibilrwydd bod rhywun wedi cael ei dalu i gymeradwyo cynnyrch penodol yn cynyddu po fwyaf o amser y maen nhw'n ei dreulio yn gwyllo YouTube. Roedd tri chwarter y rhai rhwng 12 a 15 oed a oedd yn treulio deg awr neu fwy ar YouTube mewn wythnos arferol yn ymwybodol o hyn, o'i gymharu ag oddeutu tri ym mhob pump (61%) o'r rhai oedd yn treulio llai na deg awr bob wythnos arno.

At ei gilydd, roedd y plant yn ein hastudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau* yn ymwybodol bod dylanwadwyr ar-lein yn gwneud arian drwy'r cynnwys roeddent yn ei bostio ond nid oeddent bob amser yn deall yn iawn sut roedd hyn yn gweithio yn ymarferol. Er enghraifft, dywedodd un bachgen:

"Gyda YouTube, os oes gennych chi dros 10,000 o danysgrifwyr, rydych yn dechrau cael eich talu."

Ahmed, 13 oed

Mae ymwybyddiaeth o sut mae'r BBC yn cael ei ariannu wedi cynyddu ers 2018, ac mae ymwybyddiaeth o gyllid YouTube a Google yn parhau i fod yr un fath

Mae plant rhwng 12 a 15 oed sy'n gwyllo'r teledu yn fwy ymwybodol erbyn hyn o sut mae'r BBC yn cael ei ariannu (37% yn 2019 o'i gymharu â 31% yn 2018), gan roi'r ateb cywir ei fod yn cael ei ariannu gan bawb sy'n ei ddefnyddio (hy drwy ffi'r drwydded).

Mae plant mewn cartrefi DE yn llai tebygol na'r rheini mewn cartrefi AB o ddeall ei fod yn cael ei ariannu gan bawb sy'n ei ddefnyddio (29% o'i gymharu â 41%); ac yn fwy tebygol na bob un o'r grwpiau economaidd-gymdeithasol i fod yn ansicr o sut y caiff ei ariannu (35% o'i gymharu ag 20% yng nghyswllt AB, 20% yng nghyswllt C1 a 22% yng nghyswllt C2).

Mae dros hanner y rhai sy'n defnyddio YouTube a Google (54%) yn deall bod y rhain yn cael eu hariannu gan y cwmnïau sy'n hysbysebu gyda nhw - ffigurau sydd heb newid ers 2018.

Nid oes gwahaniaeth rhwng pa mor wir y mae plant yn credu yw hysbysebion ar y teledu ac ar-lein

Fel yn 2018, mae dros dri chwarter y rhai rhwng 8 a 15 oed sydd wedi gweld hysbysebion ar y teledu ac ar-lein yn teimlo eu bod gan amlaf neu weithiau yn dweud y gwir - sy'n dangos eu bod yn gallu gwneud penderfyniadau beirniadol ynghylch a yw'r wybodaeth maen nhw'n ei gweld mewn hysbysebion yn debygol o fod yn wir.

Mae plant mewn aelwydydd AB yn fwy tebygol o allu gwneud penderfyniadau beirniadol o'r fath am hysbysebion ar-lein – mae 83% yn meddwl bod hysbysebion ar-lein gan amlaf neu weithiau yn dweud y gwir, o'i gymharu â 74% o aelwydydd DE. Nid oes gwahaniaeth rhwng grwpiau economaidd-gymdeithasol o ran hysbysebion ar y teledu.

Nid yw dealltwriaeth feirniadol o beiriannau chwilio wedi newid ers 2018, ac mae mwyafrif y plant yn methu adnabod hysbysebion ar y safleoedd hyn

Un elfen o feddwl yn feirniadol yw'r gallu i wahaniaethu rhwng negeseuon masnachol a negeseuon golygyddol ar-lein. Mae ein hymchwili yn dangos nad oes unrhyw newid yn 2019 yng nghyfran y plant sy'n adnabod cynnwys y telir amdano mewn chwiliadau Google, sy'n awgrymu nad yw dealltwriaeth feirniadol o hyn yn newid.

Pan ddangoswyd llun o ganlyniad i chwiliad ar Google, rhoddodd y plant atebion amrywiol o ran pam roedd y pedwar canlyniad cyntaf yno (wedi'u hamlygu gan flwch gwyrdd gyda'r gair 'Ad' arno). Roedd ychydig dros chwarter y plant rhwng 8 a 15 oed wedi rhoi'r ateb cywir yn unig bod y canlyniadau yn hysbysebion neu'n sylwadau y talwyd i'w rhoi yno – canfyddiad sydd heb newid ers pum mlynedd yn ôl (24% yn 2015). Fel ag yr oedd bryd hynny, yn 2019 mae plant rhwng 12 a 15 oed yn fwy tebygol na phlant rhwng 8 ac 11 oed o roi'r ateb cywir yn unig (34% o'i gymharu ag 18%). Plant yn yr Alban oedd fwyaf tebygol o roi'r ateb cywir yn unig (34%), yna plant yng Nghymru (28%), Lloegr (26%) a Gogledd Iwerddon (21%).

Mae deall dibynadwyedd peiriannau chwilio fel Google yn elfen arall o ddealltwriaeth feirniadol. Mae dros hanner y plant rhwng 8 a 15 oed yn mynegi rhyw fath o farn feirniadol am y canlyniadau a geir gan beiriant chwilio, gan gredu y gellir ymddiried mewn rhai, ac na ellir ymddiried mewn rhai eraill. Mae'r ymateb hwn yn uwch ymysg y grŵp hŷn, sef plant rhwng 12 a 15 oed (59%) o'i gymharu â'r rhai rhwng 8 ac 11 oed (52%). Mae plant mewn aelwydydd AB yn fwy tebygol na'r rhai mewn cartrefi DE i ddefnyddio'r ystyriaeth hon (61% o'i gymharu â 50%). Nid oes yr un o'r mesurau hyn wedi newid ers 2018, sy'n dangos nad yw plant yn fwy ymwybodol o ran gwybod sut mae asesu ymddiriedaeth mewn safle.

Dywed chwarter y plant 12-15 oed nad ydynt yn ystyried a yw'r wybodaeth maen nhw'n ei gweld ar safleoedd neu apiau newydd yn wir neu'n gywir

Mae hanner y plant rhwng 8 a 15 oed ddim ond yn defnyddio gwefannau neu apiau y maen nhw wedi'u defnyddio o'r blaen – nid yw hyn wedi newid ers 2018. Mae'r grŵp oedran iau (8-11) yn fwy tebygol o wneud hyn na rhai rhwng 12 a 15 oed (61% o'i gymharu â 43%).

Mae'r grŵp oedran hŷn (12-15) yn fwy arbrofol o ran eu defnydd ar-lein: Mae 41% yn dweud eu bod yn ymweld ag un neu ddau o safleoedd neu apiau nad ydynt wedi'u defnyddio o'r blaen (o'i gymharu

â 27% o'r rhai 8-11 oed), ac mae 14% yn dweud eu bod yn ymweld â llawer o safleoedd neu apiau nad ydynt wedi'u defnyddio o'r blaen (o'i gymharu â 5% o'r plant rhwng 8 ac 11 oed). Does dim un o'r mesurau hyn wedi newid ers 2018.

Mae bechgyn yn ymddangos yn fwy chwilfrydig wrth geisio cael profiadau newydd ar-lein; mae 12% yn ymweld â llawer o safleoedd neu apiau nad ydynt wedi'u defnyddio o'r blaen (cynnydd o'i gymharu ag 8% yn 2018) tra bo 7% o ferched yn gwneud hyn (heb newid ers 2018). Mae plant mewn cartrefi AB yn llawer mwy tebygol erbyn hyn o ymweld ag un neu ddwy o wefannau nad ydynt yn gyfarwydd â nhw nag yr oeddent yn 2018 (40% o'i gymharu â 28%). Nid oes dim newid wedi bod yng nghyswllt cartrefi DE (27%).

Ar y cyfan, mae plant 12-15 oed sy'n ymweld â safleoedd neu apiau nad ydynt wedi'u defnyddio o'r blaen yn ystyried, i ryw raddau, a yw'r wybodaeth maent yn ei darganfod yn wir neu'n gywir (68%). Fodd bynnag, dywed chwarter na fyddent yn ystyried hyn – nid yw'r naill fesur na'r llall wedi newid ers 2018. Felly, mae'n amlwg nad yw plant yn fwy tebygol o ymweld â safleoedd neu apiau newydd nag o'r blaen, nac o ddefnyddio rhywfaint o ddealltwriaeth feirniadol wrth geisio penderfynu pa mor wir yw'r rhain.¹²

Ymchwil dwys i'r gwledydd

Mae plant rhwng 12 a 15 oed yn Lloegr ac yn yr Alban yn fwy tebygol o ymweld â llawer o safleoedd nad ydynt wedi ymweld â nhw o'r blaen (10% a 9% yn y drefn honno) o'i gymharu â phlant yng Nghymru (5%) neu Ogledd Iwerddon (4%).

Lle mae plant yn cael gafael ar newyddion

Y teledu yw'r ffynhonnell newyddion fwyaf dibynadwy ac a ddefnyddir amlaf

Mae ein Harolwg Cael Gafael ar Newyddion yn dangos mai'r teledu yw'r ffynhonnell y mae plant rhwng 12 a 15 yn ei defnyddio amlaf (64%) am newyddion o hyd, yna siarad â'r teulu (60%) ac wedyn y cyfryngau cymdeithasol a siarad â ffrindiau (55% yn y naill gyswllt a'r llall). Pan ofynnwyd iddyn nhw sut roedden nhw wedi darganfod yr amrywiol ffynonellau newyddion am y tro cyntaf, eu rhieni oedd yn fwyaf tebygol o gael eu crybwyll yng nghyswllt papurau newydd, y teledu a radio a ffrindiau oedd fwyaf cyffredin yng nghyswllt y cyfryngau cymdeithasol. Er enghraifft, roedd wyth plentyn ym mhob deg oedd yn defnyddio BBC One neu BBC Two i gael gafael ar newyddion wedi dweud mai eu rhieni oedd wedi sôn wrthynt am y ffynhonnell honno. Dywedodd saith ym mhob deg oedd yn defnyddio newyddion Snapchat mai eu ffrindiau oedd wedi dweud wrthynt amdani.

¹² Mae maint y sampl sydd ar gael ar gyfer plant rhwng 12 a 15 oed oedd wedi defnyddio safleoedd nad oeddent wedi'u defnyddio o'r blaen yn rhy fach o ran grŵp economaidd-gymdeithasol neu wlad i ddarparu dadansoddiad ychwanegol.

Dros amser, mae ein hymchwil Byw gyda'r Cyfryngau wedi dangos bod rhai o'r plant yn y sampl a oedd wedi mynegi diddordeb mewn newyddion yn dod o deuluoedd sydd hefyd yn ymddiddori yn y newyddion. Roedd rhai o'r rhieni'n annog eu plant i bwysu a mesur eu barn am straeon penodol yn y newyddion a'r hyn roeddent yn ei ddeall ohonynt.

Mae mwy nag wyth ym mhob deg o'r rheini rhwng 12 a 15 oed yn dweud bod y teledu yn ffynhonnell newyddion bwysig iddyn nhw, a'r teledu sydd yn y safle uchaf o ran darparu'r straeon newyddion mwyaf cywir (85%) a dibynadwy (84%). Ar y cyfan, y cyfryngau cymdeithasol sy'n cael eu hystyried fel y ffynhonnell newyddion leiaf dibynadwy (39%), ond nid yw hyn yn ymddangos fel petai'n effeithio ar ba mor bwysig ydyw i blant. Mae bron i dri chwarter yn dweud bod ar-lein yn ffynhonnell newyddion bwysig iddyn nhw - mae ar y blaen i radio (65%) - er eu bod yn ystyried bod radio ddwywaith yn fwy dibynadwy (77%).

Mae ein hastudiaethau *Byw gyda'r Cyfryngau* blaenorol wedi dangos bod cael gafael ar newyddion drwy lwyfannau cyfryngau cymdeithasol fel Facebook, Instagram neu Snapchat (weithiau gan ddefnyddio nodweddion cyfryngau cymdeithasol penodol fel Snapchat Stories) yn golygu bod cynnwys newyddion yn cael ei gyflwyno mewn modd unffurf, yn aml yn gymysg â chlecs, newyddion, gemau a hysbysebion. Roedd hyn yn ei gwneud yn fwy anodd i rai cyfranogwyr yn yr astudiaeth wahaniaethu rhwng gwahanol fathau o gynnwys, neu hyd yn oed mewn rhai achosion i sylweddoli eu bod yn cael newyddion o gwbl.

Sianeli teledu'r BBC yw'r ffynonellau newyddion pwysicaf i blant o hyd, ond mae'r defnydd ohonynt yn dirywio

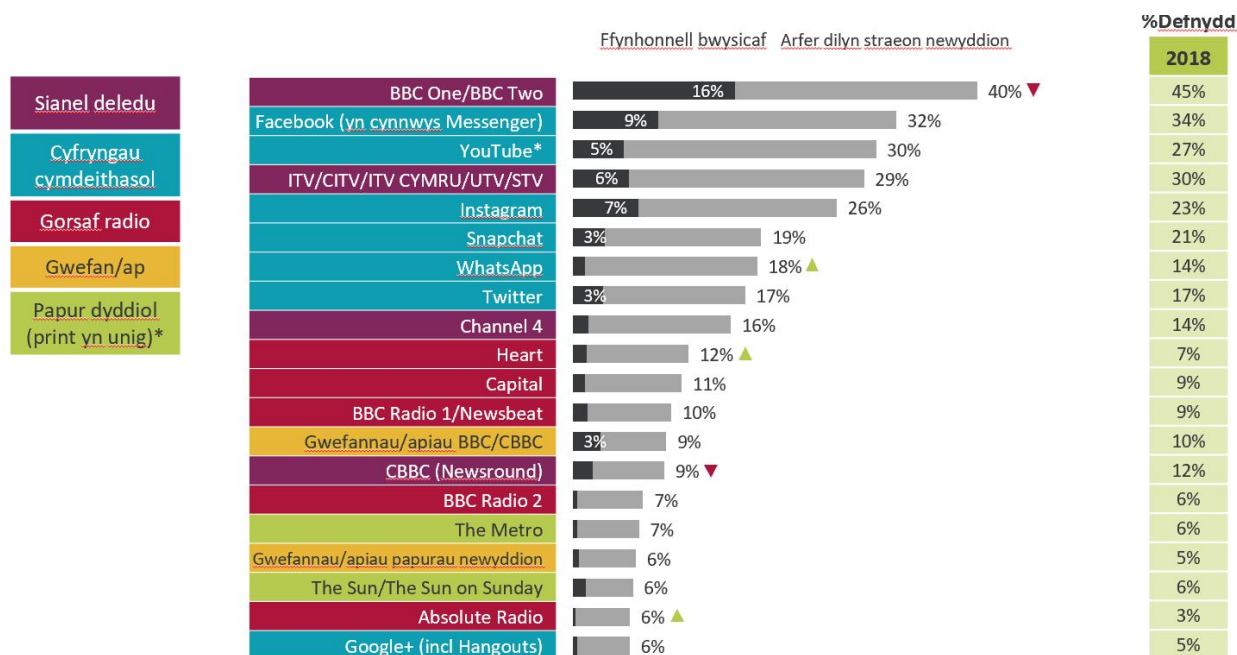
Canfu ein Arolwg Cael Gafael ar Newyddion mai BBC One a BBC Two yw'r ffynhonnell bwysicaf a ddefnyddir amlaf o hyd ymysg plant rhwng 12 a 15 oed o ran cael gafael ar newyddion. Ond ers 2018 gwelwyd gostyngiad yng nghyfran y plant sy'n defnyddio ffynonellau newyddion teledu'r BBC: Mae BBC One neu BBC Two wedi gostwng i 40% yn 2019 (o 45%) ac mae CBBC (Newsround) wedi gostwng i 9% (o 12%).

Mae gwahaniaethau o ran sut mae plant yn cael gafael ar newyddion yn ôl grwpiau economaidd-gymdeithasol: mae plant rhwng 12 a 15 oed mewn aelwydydd DE yn llai tebygol o ddefnyddio BBC One neu BBC Two (26%) na'r rheini mewn cartrefi AB (48%), ac yn llai tebygol o enwi'r rhain fel eu ffynhonnell newyddion bwysicaf (10% o'i gymharu ag 20% AB). Yn y cyfamser, mae plant mewn aelwydydd AB yn fwy tebygol o ddefnyddio llwyfannau eraill y BBC (megis gorsafoedd BBC Radio, CBBC Newsround a safleoedd newyddion y BBC).

Mae ein traciwr cyfryngau plant yn dangos nad oes un ffynhonnell ar-lein unigol yn cael ei henwi gan y mwyafrif o blant rhwng 12 a 15 oed fel y ffynhonnell ar gyfer 'pethau difrifol sy'n digwydd yn y byd', ond mae plant hyn yn fwy tebygol o enwi BBC ar-lein (30% - heb newid ers 2018) nag unrhyw ffynhonnell arall. Mae hyn yn fwy tebygol o ddigwydd ymysg plant rhwng 12 a 15 oed mewn cartrefi AB na phlant mewn aelwydydd DE (45% o'i gymharu â 27%).

Ond mae plant hefyd chwilio am ffynonellau newyddion eraill: roedd defnyddio radio fel ffynhonnell newyddion wedi cynyddu i 36% (i fyny o 31% yn 2018) ac roedd defnyddio peiriannau chwilio wedi cynyddu i 31% (o 27%). Mae'r cyfryngau cymdeithasol hefyd yn parhau i fod yn ffynhonnell allweddol ar gyfer cael gafael ar newyddion ymysg plant. Mae chwe safle cyfryngau cymdeithasol yn ymddangos yn y deg ffynhonnell newyddion uchaf, ac, o'u cyfuno, maent yn dangos bod 27% o blant 12-15 oed yn honni mai'r cyfryngau cymdeithasol yw eu ffynhonnell bwysicaf – bron ddwywaith cymaint â BBC One neu BBC Two.

Yr 20 ffynhonnell newyddion uchaf ymysg plant rhwng 12 a 15 oed:



Fel y gwelwyd yn ein hastudiaethau blaenorol, dangosodd astudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau* eleni mai nifer gymharol fach o blant yn y sampl oedd i weld fel pe baent yn ymddiddori mewn straeon newyddion cenedlaethol. Fodd bynnag, dywedodd nifer gynyddol yn y garfan hon, yn enwedig ymysg y cyfranogwyr hŷn, eu bod yn dilyn clecs anffurfiol neu newyddion lleol. Dywedodd y plant hyn eu bod yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol fel ffordd o gael y newyddion, yn hytrach na darparwyr ffurfiol neu apiau newyddion, ac roedd rhai hefyd yn awyddus i gael clywed straeon newyddion lleol ar gyfryngau cymdeithasol neu drwy grwpiau cymdogaeth. Er enghraifft, roedd un ferch ifanc yn ei harddegau canol yn cael y newyddion diweddaraf am grwpiau cymdogaeth lleol a 'clecs' drwy straeon Instagram, wrth i drigolion yn ei hardal hi bostio newyddion a sgrinluniau o newyddion lleol a straeon eraill yn gyhoeddus.

Mae cael gafael ar newyddion drwy'r cyfryngau cymdeithasol yn tueddu i fod yn fwy goddefol

Ymysg plant 12-15 oed sy'n defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol fel ffynhonnell newyddion, mae dros hanner yn cael gafael ar y newyddion drwy ddolenni i straeon neu sylwadau amdanynt y mae pobl y mae nhw yn eu dilyn yn eu postio. Maent yn llai tebygol o gael gafael ar newyddion drwy ddolenni neu sylwadau gan y sefydliadau newyddion eu hunain, er eu bod yn fwy tebygol nag yn 2018 i glicio ar stori gan sefydliad newyddion (63% o'i gymharu â 54%).

Mae ymgysylltu â'r newyddion drwy'r cyfryngau cymdeithasol yn tueddu i fod yn oddefol (darllen sylwadau, edrych ar ddolenni) yn hytrach na gweithredol (rhannu neu wneud sylwadau). Roedd yn amlwg bod rhai plant yn ein hastudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau* yn cael newyddion drwy'r cyfryngau cymdeithasol yn hytrach na drwy fynd ati'n weithredol i chwilio amdano. Er enghraifft, drwy edrych ar safleoedd neu apiau anffurfiol sy'n cynnwys newyddion o fewn ystod ehangach o gynnwys neu drwy ddarllen negeseuon am straeon newyddion y mae eu ffrindiau wedi'u postio.

Gyda dim ond dau o bob pum defnyddiwr newyddion cyfryngau cymdeithasol yn credu bod newyddion sy'n cael eu hadrodd drwy'r lwyfan hwn yn wir, mae'n amlwg bod plant yn deall y dylent asesu'r straeon maen nhw'n eu gweld yn feirniadol. O'i gymharu â 2018, mae cyfran y plant sy'n dweud eu bod yn aml yn meddwl a yw stori newyddion ar y cyfryngau cymdeithasol yn gywir wedi cynyddu (o 28% i 35%). Mae plant mewn aelwydydd AB yn fwy tebygol o ddweud eu bod bob amser yn ystyried hyn (13%) na'r rheini mewn aelwydydd DE (5%).

Mae defnydd plant o'r cyfryngau cymdeithasol yn amrywio

Mae gan leiafrif arwyddocaol o blant deg oed broffil cyfryngau cymdeithasol

Mae ein hymchwili yn dangos bod gan gyfran sylweddol o blant oed ysgol gynradd eu proffil cyfryngau cymdeithasol eu hunain. Mae chwarter y plant deg oed sy'n mynd ar-lein yn honni bod ganddynt broffil¹³, gyda'r gyfran hon yn dyblu bron i 43% yng nghyswllt plant 11 oed. Mae lleiafrif ymysg rhieni plant cyn oed ysgol (1% o blant rhwng 3 a 4 oed) a phlant ysgol iau (4% o blant rhwng 5 a 7 oed) hefyd yn dweud bod gan eu plentyn broffil.

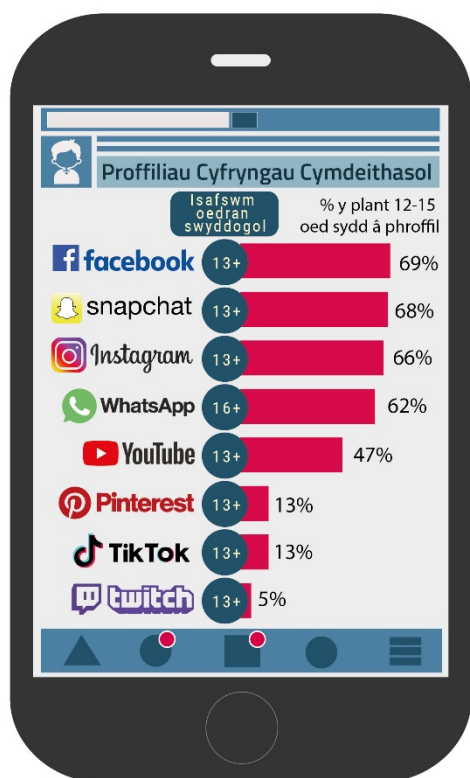
Erbyn iddynt gyrraedd 13 oed (y cyfyngiad oedran isaf ar y rhan fwyaf o lwyfannau cyfryngau cymdeithasol) mae gan dros eu hanner broffil; ac erbyn 15 oed, mae gan bawb bron un.

Mae'r rhan fwyaf o rieni plant sydd â phroffil yn ymwybodol bod gofyniad oed sylfaenol i gael proffil. Fodd bynnag, nifer gymharol fach sy'n gallu dweud beth yw'r isafswm oed cywir ar gyfer y safleoedd neu'r apiau hyn. Facebook yw'r un y mae rhieni fwyaf cyfarwydd ag ef, gyda 27% o rieni yn gwybod beth yw'r isafswm oed gofynnol, wedyn Instagram (20%) ac yna Snapchat (15%).

Mae bron i hanner y rhieni yn ymwybodol bod gan WhatsApp ofyniad oedran, ond dim ond 5% sy'n ymwybodol mai 16 yw'r oedran gofynnol erbyn hyn.

Dywedodd chwarter rhieni plant 5-15 oed y byddent yn caniatáu i'w plentyn gael proffil ar y cyfryngau cymdeithasol cyn iddynt gyrraedd yr isafswm oed. Mae hyn yn cynyddu gydag oed y plentyn, o 8% o blant 3-4 oed i 36% o blant 12-15 oed – heb newid ers 2018. Social media/ messaging sites or apps used by children aged 12-15

¹³ Yma mae defnyddwyr y cyfryngau cymdeithasol yn seiliedig ar blant sy'n mynd ar-lein, nid ar bob plentyn.



Mae WhatsApp yn ymuno â Facebook, Snapchat ac Instagram fel y prif lwyfannau cyfryngau cymdeithasol y mae plant yn eu defnyddio

Nid yw cyfran y plant 12-15 oed sydd â phroffil ar y cyfryngau cymdeithasol (70%) wedi newid dros y pum mlynedd diwethaf, ond mae'r llwyfannau maent yn eu defnyddio¹⁴ yn dod yn fwy amrywiol.

Mae WhatsApp, yn arbennig, wedi dod yn boblogaidd dros y flwyddyn ddiwethaf ac mae 62% o blant 12-15 oed yn ei ddefnyddio erbyn hyn – i fyny o 43% yn 2018. Mae hyn yn golygu ei fod, am y tro cyntaf, yn cael ei gyfrif yn un o'r prif lwyfannau cyfryngau cymdeithasol y mae plant yn ei ddefnyddio gyda Facebook (69%), Snapchat (68%) ac Instagram (66%).

Yn yr un modd, nid oes un safle nac ap yn uwch na'r gweddill pan ofynnwyd i'r plant enwi eu 'prif' safle neu ap yn 2019 (hy yr un roeddent yn ei ddefnyddio amlaf). Mae cyfrannau tebyg o blant rhwng 12 a 15 oed yn enwi Snapchat (27%) ac Instagram (24%) ag sydd yn enwi Facebook (22%) a oedd, mewn blynyddoedd blaenorol, ymhell ar y blaen. Er bod llai o blant yn dweud mai WhatsApp yw'r ap maen nhw'n ei ddefnyddio fwyaf (14%), dyma'r unig lwyfan i weld cynnydd o flwyddyn i flwyddyn (i fyny o 5%).

¹⁴ Roedd arolwg 2019 yn cynnwys y llwyfannau canlynol o dan faner 'cyfryngau a safleoedd cyfryngau cymdeithasol neu apiau': Facebook/Messenger, Snapchat, Instagram, WhatsApp, YouTube, Twitter, TikTok, Twitch, Pinterest, MySpace, Google Hangouts, a Tumblr

Mae llwyfannau mwy newydd fel TikTok a Twitch yn dod yn fwy poblogaidd

Adeg cynnal y gwaith maes, roedd 13% o blant rhwng 12 a 15 oed yn defnyddio TikTok¹⁵ – cynnydd o'i gymharu ag 8% yn 2018. Roedd 5% o blant rhwng 12 a 15 oed yn defnyddio Twitch¹⁶, a hynny bron yn gyfan gwbl gan fechgyn (9% o'i gymharu â 0%). Roedd cyfran debyg o ferched a bechgyn yn defnyddio TikTok. Mae ymwybyddiaeth o lwyfannau ffrydio byw, fel Twitch a Facebook Live, wedi cynyddu ymhlith plant 12-15 oed sy'n mynd ar-lein, o 78% yn 2018 i 83% yn 2019.

Fe wnaeth rhai plant yn ein hastudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau*, yn enwedig plant iau, fwynhau defnyddio TikTok i greu cynnwys drwy ddilyn templed gosod y cyfrwng. Er enghraifft, dangosodd un o'r merched iau sut i ddefnyddio'r ap i greu fideos dawnys 'copiwr' wedi'u cydamseru, ac eglurodd y byddai wedyn yn rhannu'r rhain â'i ffrindiau.

“Ar TikTok rydych chi'n gallu gwneud dawnysio stryd i wahanol gerddoriaeth - rydw i fel arfer yn sgrolio i lawr ac yn gwneud ychydig ohonyn nhw“

Bryony, 10 oed

'Effaith Greta' a gweithredu cymdeithasol ar-lein.

Yn 2019 gwelwyd cynnydd yng nghyfran y plant 12-15 oed sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol i gefnogi achosion a sefydliadau drwy rannu neu roi sylwadau ar bostiadau (18% yn 2019 o'i gymharu â 12% yn 2018). Hefyd, mae un o bob deg wedi llofnodi deisebau ar y cyfryngau cymdeithasol yn ystod y flwyddyn ddiwethaf.

Yn yr un modd â 2018, mae llawer o blant hefyd yn defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol fel ffordd o gynnig cefnogaeth bersonol i'w ffrindiau; mae dwy ran o dair o blant 12-15 oed wedi anfon negeseuon, sylwadau neu bostiadau positif at ffrindiau sy'n cael amser caled.

Mae plant yn teimlo'r un lefel o bwysau cymdeithasol ar-lein ag y maen nhw yn eu 'bywyd go iawn'

At ei gilydd, mae plant yn fwy tebygol o deimlo'n gadarnhaol na negyddol am y cyfryngau cymdeithasol; yn yr un modd â 2018, mae'r mwyafrif o blant rhwng 8 a 15 oed sy'n defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol yn dweud eu bod yn gwneud iddynt deimlo'n hapus, neu'n gwneud iddynt deimlo'n agosach at eu ffrindiau. Ond mae profiadau negyddol ar-lein yn gallu digwydd o hyd, gyda phwysau cymdeithasol yn dwysáu gydag oed.

Mae chwarter y plant rhwng 8 a 11 oed a hyd yn oed mwy o'r rheini rhwng 12 a 15 oed (40%) sy'n defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol yn dweud eu bod yn teimlo pwysau i fod yn boblogaidd ar y safleoedd neu'r apiau hyn trwy'r amser neu'r rhan fwyaf o'r amser. Mae dros chwarter y rhai rhwng 8 a 15 oed hefyd yn dweud bod pobl yn gas gyda'i gilydd ar y cyfryngau cymdeithasol trwy'r amser

¹⁵ Mae TikTok yn llwyfan symudol sy'n galluogi defnyddwyr i greu ac i rannu fideos byr

¹⁶ Mae Twitch yn llwyfan ffrydio byw sy'n canolbwyntio'n bennaf ar gemau fideo, a gafodd ei gynnwys yn yr arolwg am y tro cyntaf yn 2019

neu'r rhan fwyaf o'r amser. Mae plant mewn aelwydydd DE yn fwy tebygol o deimlo hyn na'r rheini mewn aelwydydd AB (32% o'i gymharu â 18%).

Er bod bron i hanner y plant rhwng 12 a 15 oed yn teimlo nad yw'n iawn i bobl allu dweud beth y mae arnynt eisiau ei ddweud ar-lein, os yw'n brifo pobl eraill, mae tri o bob deg yn ansicr, sy'n awgrymu bod rhywfaint o ansicrwydd ynghylch beth sy'n dderbyniol a beth sydd ddim yn dderbyniol.

Roedd effeithiau'r pwysau cymdeithasol hwn i'w gweld yn amlwg yn ein hymchwil *Byw gyda'r Cyfryngau*; mae plant yn yr astudiaeth yn dod yn fwy a mwy gofalus ynghylch y cynnwys maen nhw'n ei bostio. Mae llawer mor awyddus i sicrhau nad oes unrhyw beth yn amharu ar eu 'delwedd' ar-lein nes eu bod yn cadw eu proffiliau'n wag bron drwy ddileu hen luniau, neu'r rheini nad oes digon o bobl yn eu 'hoffi'. Mae'r duedd hon wedi datblygu dros amser, ond mae'n fwy amlwg eleni, gyda rhai o broffiliau'r plant heb unrhyw ddelweddau ar-lein o gwbl ynddynt.

Mae ein hastudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau* hefyd yn dangos cynnydd yn y defnydd o apiau hidlo ymysg plant. Mae rhai plant yn yr astudiaeth yn ymwybodol o'u hymddangosiad corfforol ar-lein ac maent yn defnyddio apiau golygu wynebaw pwrpasol i newid y ffordd maen nhw'n ymddangos i eraill. Nid yw hyn, ynddo'i hun, yn newydd. Fodd bynnag, mae rhai o'r merched hyn yn y sampl wedi symud i ffwrdd oddi wrth ddefnyddio hidlyddion 'hwyl' neu newydd tuag at ddefnyddio hidlyddion gor-wir neu esthetig a allai newid siâp eu hwyneb yn llwyr, ac roedd llawer o'r plant yn yr astudiaeth fel pe baent yn gyfarwydd â'r syniad o bobl yn defnyddio'r apiau hidlo hyn i newid y ffordd yr oedd eu hwyneb neu eu corff yn ymddangos.

Mae tri ym mhob deg o blant rhwng 8 a 15 oed sy'n defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol yn credu bod popeth neu'r rhan fwyaf o'r hyn maen nhw'n ei weld arnynt yn wir - nid yw hyn wedi newid ers 2018. Mae bron i ddwy ran o dair yn credu mai dim ond rhywfaint o'r hyn maen nhw'n ei weld sy'n wir, ac mae llai nag un ym mhob deg yn credu bod popeth maen nhw'n ei weld yn wir - nid yw'r ddau fesur yma chwaith wedi newid ers 2018.

Mae ein hymchwil *Byw gyda'r Cyfryngau* hefyd yn dangos bod plant yn gwerthfawrogi cael 'grym' (hy dylanwad) personol¹⁷ ar-lein, gan fod hynny'n rhoi statws uwch iddynt yn y byd all-lein hefyd. Er enghraifft, dywedodd un ferch yn yr astudiaeth:

“Mae pobl yn sôn am bobl. Dywedwch fod rhywun yn sôn amdanaf fi, yna mi fyddwn i'n cael ychwanegiadau [*pobl yn fychwanegu i*] yn sgil hynny. [*Rydych chi'n gwneud hyn*] i gael mwy o bobl i edrych ar eich tudalen. Mae pobl yn gwneud hyn er mwyn cael grym, er mwyn i bobl wybod amdanoch chi”

Shaniqua, 15 oed

¹⁷ Mae grym yn cyfeirio at statws a lefel dylanwad defnyddiwr ar y cyfryngau cymdeithasol. Gallai defnyddwyr bostio lluniau, straeon neu fideos gyda'r bwriad o gynyddu eu 'grym'

Yn bwysig, mae ein hymchwil yn dangos nad yw plant o anghenraid yn gweld gwahaniaeth rhwng y byd ar-lein a'r byd all-lein; dywedodd cyfrannau tebyg o blant eu bod yn teimlo pwysau i fod yn boblogaidd yn eu 'bywyd go iawn' yn ogystal ag ar y cyfryngau cymdeithasol. Mae bod ar-lein wedi dod yn rhan o'r drefn arferol yng nghyswllt y mwyafrif o blant, felly, iddyn nhw, dyma yw eu 'bywyd go iawn'.

Profiad plant o fwlio all-lein o'i gymharu â bwlio ar-lein

Mae oddeutu un o bob pump o blant 8-15 oed yn dweud eu bod wedi cael eu bwlio mewn rhyw ffordd. Mae ein hymchwil yn dangos bod nifer yr achosion o fwlio ymysg plant hŷn yn gyson rhwng 'bywyd go iawn' ac ar-lein: mae plant 12-15 oed yr un mor debygol o ddweud eu bod wedi cael eu bwlio wyneb yn wyneb (16%) ag y maen nhw ar y cyfryngau cymdeithasol (14%), neu drwy apiau negeseuon neu negeseuon testun (12%). Mae plant 8-11 oed yn fwy tebygol o ddweud eu bod wedi cael eu bwlio wyneb yn wyneb (14%), na drwy'r cyfryngau cymdeithasol (3%) neu apiau negeseuon neu negeseuon testun (5%).

Mae cydberthynas rhwng yr amser a dreulir ar y cyfryngau cymdeithasol a'r profiad o gael eich bwlio. Mae plant 12-15 oed sy'n treulio mwy na deg awr yr wythnos ar y cyfryngau cymdeithasol ddwywaith yn fwy tebygol o ddweud eu bod wedi cael eu bwlio drwy'r llwyfan hwn na'r rheini sydd ar y llwyfan am lai na deg awr yr wythnos (26% o'i gymharu â 12%). Felly, er bod y tebygolrwydd o gael ei fwlio yn ei 'fywyd go iawn' yn debyg i'r hyn y mae ar-lein, po fwyaf o amser y mae plentyn yn ei dreulio ar y cyfryngau cymdeithasol, y mwyaf yw ei siawns o ddod yn darged bwlio.

Canfu ein hymchwil Byw ar y Cyfryngau fod y mwyafrif o blant yn yr astudiaeth yn teimlo y dylent drin ei gilydd yn dda ar-lein a'u bod yn ceisio cadw at hyn. Fodd bynnag, disgrifiodd nifer ohonynt achosion pan oeddent wedi gweld pobl yn bod yn gas gyda'i gilydd ar-lein. Dywedodd un ferch yn ei harddegau canol ei bod wedi gweld merched eraill yn anfon negeseuon at ei gilydd yn dweud "Fe wnai dynnu dy wallt di", a dywedodd merch arall ei bod wedi dod ar draws sylwadau cas fel "dos i ladd dy hun" ar rai cyfrifon YouTube penodol. Nid oedd yr ymddygiad hwn wedi'i gyfyngu i'r merched, er bod y bechgyn yn aml yn gweld neu'n clywed sylwadau o'r fath wrth chwarae gemau yn hytrach na wrth ddefnyddio'r cyfryngau cymdeithasol. Wedi dweud hynny, disgrifiodd un bachgen ddigwyddiad o seiber-fwlio ar y cyfryngau cymdeithasol a oedd wedi gorlifo i'r byd all-lein, gan arwain at fwlio corfforol.

Mae chwarae gemau ar-lein ar gynnydd, felly hefyd bryderon rhieni

Mae mwy o ferched yn chwarae gemau ar-lein.

Mae gemau ar-lein yn dod yn fwy poblogaidd; mae 59% o blant 5-15 oed nawr yn chwarae gemau ar-lein, gan gynyddu o 53% ers 2018 a 45% bum mlynedd yn ôl. Roedd y cynnydd hwn yn 2019 wedi'i ysgogi gan blant 8-11 oed (66% o'i gymharu â 58% yn 2018) a 12-15 oed (72% o'i gymharu â 66% yn 2018).

Mae bechgyn o bob oed yn fwy tebygol na merched o chwarae gemau ar-lein (41% o'i gymharu â 29% ar gyfer rhai 5-7 oed, 77% o'i gymharu â 55% ar gyfer plant 8-11 oed, ac 87% o'i gymharu â 56% yng nghyswllt plant 12-15 oed). Fodd bynnag, mae chwarae gemau'n dod yn fwy poblogaidd ymysg

merched; ymysg plant 5-15 oed, cynyddodd cyfran y merched sy'n chwarae gemau ar-lein o 39% yn 2018 i 48% yn 2019; tra bod cyfran y bechgyn a oedd yn chwarae ar-lein wedi aros yn sefydlog ar 71%.

Ond mae bechgyn yn dal i dreulio mwy o amser yn chwarae gemau na merched, ac yn fwy tebygol o brofi rhai o'r risigau cysylltiedig

Ar gyfartaledd, mae plant 5-15 oed yn treulio 9 awr 30 munud yr wythnos yn chwarae gemau ar-lein. Fodd bynnag, mae gwahaniaethau sylweddol rhwng y rhywiau: mae bechgyn 12-15 oed yn treulio dwywaith gymaint o amser â merched yn chwarae gemau ar-lein (14 awr 36 munud o'i gymharu â 7 awr 30 munud). Gallai hyn fod yn ffactor sy'n cyfrannu at y 35% o fechgyn sy'n dweud eu bod yn ei chael yn anodd rheoli eu hamser ar y sgrin, o'i gymharu â 27% o ferched.

Mae bechgyn hefyd yn fwy tebygol o brofi bwllo drwy lwyfan gemau ar-lein. Dywed traean y bechgyn 8-15 oed sy'n dweud eu bod wedi cael eu bwllo ar ryw adeg bod hynny wedi digwydd drwy gyfrwng chwarae gemau ar-lein, o'i gymharu ag un o bob deg o'r merched.

Ond mae ein hymchwil *Byw gyda'r Cyfryngau* yn dangos bod chwarae gemau ar-lein a gweithgareddau cysylltiedig hefyd yn dod â manteision yn ei sgil, megis cryfhau cyfeillgarwch. Er enghraifft, dywedodd un bachgen yn ei arddedau canol, pe bai'n sylwi bod ei ffrindiau'n ffrydio ar un o sianeli 'All Live' Twitch, y byddai'n ei wyllo er mwyn rhoi hwb i'w ffrind drwy roi gwyliwr ychwanegol iddo.

Mae rhieni'n poeni mwy am fwlio sy'n gysylltiedig â chwarae gemau a gwario fel rhan o'r gêm

Mae rhieni plant 12-15 oed sy'n chwarae gemau yn poeni mwy nag yr oeddent yn 2018 am ddau fater penodol sy'n gysylltiedig â chwarae gemau, sef: y pwysau ar eu plentyn i brynu pethau fel rhan o'r gêm (47% yn 2019 o'i gymharu â 40% yn 2018) a'r posibilrwydd o'u plentyn yn cael ei fwlio drwy gyfrwng gemau ar-lein (39% yn 2019 o'i gymharu â 32% yn 2018).

Mae'r ddau bryder hyn yn uwch ymysg rhieni bechgyn na merched (48% o'i gymharu â 34% yng nghyswllt prynu fel rhan o'r gêm, a 38% o'i gymharu â 32% yng nghyswllt bwllo).

Yn gyfatebol, mae rhieni plant 5-15 oed yn fwy tebygol o osod rheolau ar gyfer prynu neu lwytho gemau/prynu mewn apiau (42% o'i gymharu â 36% yn 2018).

Mae ein hastudiaeth *Byw gyda'r Cyfryngau* yn taflu rhywfaint o oleuni ar yr hyn a allai fod yn achosi mwy o bryder i rieni ynghylch gwario arian mewn gemau ar-lein. Yn ôl yr astudiaeth, mae cynnydd wedi bod dros y pum mlynedd diwethaf o ran prynu fel rhan o gemau neu brynu sy'n gysylltiedig â gemau. Mae'r pryniannau hyn yn y gêm yn cynnwys 'blychau gwobrau' – eitem rithiol sy'n cynnwys gwobrau ar hap a allai fod yn ddefnyddiol i'r chwaraewr yn y gêm - y telir amdanynt naill ai drwy ddefnyddio arian cyfred neu rith-arian. Roedd 'blychau gwobrau' yn ymddangos fel pe baen nhw wedi creu cryn ddisgwyliad a chyffro ymhlith y plant hynny yn yr astudiaeth a oedd naill ai wedi eu prynu a'u hagor eu hunain neu wedi gwylio fideos o bobl eraill yn gwneud hynny.

Er bod lefelau pryderon eraill ynghylch chwarae gemau wedi aros yn sefydlog o flwyddyn i flwyddyn, maent yn dal yn arwyddocaol. Dywed dau o bob pump o rieni plant 5-15 oed sy'n chwarae gemau eu bod yn poeni faint o amser mae'r plentyn yn ei dreulio arnynt; tra bo dros draean yn poeni am eu cynnwys.

Mae traean y rhieni'n dweud eu bod yn poeni ynghylch gyda phwy mae eu plentyn yn chwarae gemau. Nid yw'r pryderon hyn yn ddi-sail; dywed chwarter y plant 12-15 oed sy'n chwarae gemau ar-lein eu bod wedi chwarae yn erbyn pobl nad ydynt yn eu hadnabod – gyda bechgyn yn fwy tebygol o wneud hyn na merched (31% o'i gymharu â 17%).

Tuedd arall sydd wedi dod i'r amlwg dros y pum mlynedd diwethaf yn ein gwaith ymchwil Byw gyda'r Cyfryngau yw diddordeb cynyddol plant mewn gwyllo pobl eraill yn chwarae gemau ar-lein. Roedd y fideos chwarae gemau hyn yn boblogaidd iawn yn yr astudiaeth eleni, gyda llawer o'r plant yn eu gwyllo ar YouTube neu drwy Twitch - y llwyfan ffrydio byw gyda ffocws ar chwarae gemau. Er enghraifft, dywedodd un bachgen yn yr astudiaeth ei fod wedi mwynhau gwyllo fideos chwarae gêm Destiny 2 ar Twitch, gan fod y rhain wedi rhoi "help gyda'r gemau" iddo.

Ymchwil dwys i'r gwledydd:

Mae rhieni yng Nghymru yn fwy tebygol o fod â phryderon ynghylch chwarae gemau

Mae rhieni yng Nghymru yn fwy tebygol na'r rheini yn y gwledydd eraill i boeni am bob un o'r pryderon hyn: cynnwys y gemau, faint o amser mae'r plentyn yn ei dreulio'n chwarae gemau, gyda phwy mae'n chwarae gemau, y pwysau i brynu fel rhan o'r gêm, y posibilrwydd o'r plentyn yn cael ei fwlio, a faint o hysbysebu sydd mewn gemau. Roedd rhieni yng Nghymru hefyd yn fwy tebygol o gael y mwyafrif o reolau ar waith ar gyfer y plentyn pan fyddai'n chwarae gemau – fel faint o amser maent yn ei dreulio yn chwarae gemau, dim ond chwarae gemau gyda chynnwys priodol, a gyda phwy y gallan nhw chwarae gemau.

Dim ond hanner y rhieni sydd â rhyw fath o reolyddion technegol ar waith ar ddyfeisiau chwarae gemau eu plentyn

Mae plant iau yn fwy tebygol o fod â rheolyddion technegol wedi eu sefydlu gan eu rhieni ar eu dyfeisiau chwarae gemau i reoli eu harferion chwarae gemau a'u defnydd ar-lein. Dywed dros hanner rhieni plant 5-7 oed a phlant 8-11 oed sy'n chwarae gemau fod ganddynt ryw fath o reolyddion ar waith: megis meddalwedd sy'n cyfyngu ar amser, rheolyddion i atal y plentyn rhag chwarae gemau uwchlaw oedran penodol, neu reolyddion i'w hatal rhag mynd ar-lein. Mewn cyferbyniad, mae pedwar riant ym mhob deg yng nghyswllt plant 12-15 oed (39%) wedi rhoi rheolyddion o'r fath ar waith. Does dim un o'r mesurau hyn wedi newid ers 2018.

Mae rhieni plant iau hefyd yn fwy tebygol o fod â rheolau neu gyfyngiadau ar gemau ar waith (89% 5-7 oed, 91% 8-11 oed), na rhieni plant 12-15 oed (79%) – eto, nid yw hyn wedi newid ers 2018. Ar gyfer pob grŵp oedran, y rheol bennaf yw eu bod ond yn chwarae gemau sydd ag isafswm oedran priodol.

Profiadau negyddol ar-lein a strategaethau ymdopi

Mae'r profiad o weld cynnwys cas ar-lein yn cynyddu

Mae bron i bob plentyn sy'n mynd ar-lein yn cofio rhywun yn dweud wrthynt sut i ddefnyddio'r rhyngwrwyd yn ddiogel (96%); mae plant 8-11 oed yn fwyaf tebygol o ddweud mai eu rhieni oedd wedi dweud hyn wrthynt (84%), ac mae plant 12-15 oed yn fwyaf tebygol o ddweud mai athro oedd wedi dweud hyn wrthynt (84% hefyd). Yn 2019, roedd mwy o blant 8-15 oed yn cofio cael gwybodaeth gan athrawon yn yr ysgol (82% o'i gymharu â 74% yn 2018) gan yr heddlu yn ymweld â'u hysgol (17% o'i gymharu â 10% yn 2018), ac oddi wrth ffrindiau (23% o'i gymharu â 14% yn 2018).

Er eu bod wedi cael y cyngor hwn, mae plant yn dal i weld cynnwys amhriodol neu gynnwys sy'n gwneud iddynt deimlo'n anghyfforddus. Yn benodol, bu cynnydd yn y pedair blynedd diwethaf yng nghyfran y plant sy'n honni eu bod wedi gweld rhywbeth cas ar-lein am grwpiau penodol o bobl (yn seiliedig ar, er enghraifft, eu rhyw, eu crefydd, eu hanabledd, eu rhywioldeb neu eu hunaniaeth rhyw). Yn 2019, mae hanner y plant rhwng 12 a 15 oed sy'n mynd ar-lein yn dweud eu bod wedi gweld rhywbeth cas am grŵp penodol o bobl yn y 12 mis diwethaf – cynnydd o'i gymharu â 34% yn 2016.¹⁸

Er gwaethaf y cynnydd yn y niferoedd sy'n gweld cynnwys cas, ni fu dim cynnydd yn y cyfrannau sy'n dewis cymryd unrhyw fath o gamau drosto. O'r rheini a oedd wedi gweld cynnwys cas yn y 12 mis diwethaf¹⁹, roedd y mwyafrif ohonynt (58%) wedi dewis ei anwybyddu, tra bod y gweddill (39%) wedi cymryd camau o ryw fath.²⁰ Y cam a nodwyd amlaf oedd rhwystro'r person a oedd wedi rhannu neu wedi gwneud y sylwadau (16%) neu rhoi gwybod i'r wefan am y sylwadau (14%) – pob un heb newid ers 2018. Dewisodd un o bob deg naill ai ei rannu â ffrindiau er mwyn dweud nad oedd yn iawn neu er mwyn rhoi sylwadau arno, gan roi mwy o sylw i'r cynnwys cas yn anfwriadol.

Ymchwil dwys i'r gwledydd:

Mae'r profiad o weld cynnwys cas ar-lein yn fwy tebygol yng Ngogledd Iwerddon

Mae plant yng Ngogledd Iwerddon sy'n mynd ar-lein yn fwy tebygol na'r rheini yng ngwledydd eraill y DU i ddweud eu bod wedi gweld cynnwys cas ar-lein (62%) – ac yna rhai yn Lloegr (52%), yr Alban (45%) a Chymru (37%).

Dywed y rhan fwyaf o blant yng Nghymru sy'n mynd ar-lein (62%) nad ydynt erioed wedi gweld cynnwys o'r fath. Efallai mai'r rheswm am hyn yw mai rhieni yng Nghymru yw'r rhai mwyaf tebygol o fod â rheolau penodol ar waith y mae rhieni wedi'u pennu ar gyfer defnydd eu plant o'r rhyngwrwyd – yn enwedig, eu bod ond yn mynd ar-lein gyda goruchwyliaeth/neu pan mae rhywun gyda nhw - gan ddiogelu'r cynnwys maen nhw'n ei weld.

¹⁸ Gofynnwyd y cwestiwn oedd yn gofyn a oedd plant wedi gweld cynnwys cas am y tro cyntaf yn 2016.

¹⁹ Mae maint y sampl o'r rheini oedd wedi gweld unrhyw gynnwys cas ar-lein yn rhy fach yn y gwledydd i gynnal dadansoddiad pellach.

²⁰ Dywedodd y 3% oedd yn weddill nad oeddent yn gwybod pa gamau a gymerwyd ganddynt.

Er gwaethaf ymwybyddiaeth uchel o swyddogaethau riportio ar-lein, dim ond hanner y rheini oedd wedi gweld rhywbeth oedd yn achosi pryder neu rhywbeth cas oedd wedi ei riportio

Dywed traean o blant 12-15 oed eu bod wedi gweld rhywbeth sy'n peri pryder neu sy'n gas ar-lein, gan eu gwneud bron ddwywaith yn fwy tebygol na phlant 8-11 oed (18%) o weld y math hwn o gynnwys.

Mae'r ffordd mae plant yn delio â chynnwys o'r fath yn amrywio yn ôl oedran a rhyw. Mae plant 8-11 oed sy'n mynd ar-lein yn fwy tebygol na phlant 12-15 oed o ddweud wrth rywun (96% o'i gymharu â 90%), er bod y ddau grŵp oed yn fwy tebygol o ddweud wrth riant na dweud wrth neb arall (89% o'i gymharu â 74%). Mae plant hŷn yn fwy tebygol na phlant iau o ddweud wrth rywun mewn awdurdod am y cynnwys (megis yr heddlu (7% o'i gymharu â 4%), y gwefannau eu hunain (5% o'i gymharu â 2%), neu'r Ganolfan Camfanteisio ar Blant a'u Hamddiffyn Ar-lein – CEOP (2% o'i gymharu â 0%). Mae merched yn fwy tebygol na bechgyn o ddweud wrth rywun (94% o'i gymharu 88%) ac yn fwy tebygol o ddweud wrth riant (85% o'i gymharu â 77%), tra bod bechgyn yn fwy tebygol na merched o ddweud nad ydyn nhw'n gwybod os bydden nhw'n dweud wrth unrhyw un o gwbl (6% o'i gymharu ag 1%) – gan gynyddu i 8% ymhlith plant 12-15 oed.

Yn yr un modd â 2018, mae dwy ran o dair o blant 12-15 oed sy'n mynd ar-lein yn ymwybodol o'r swyddogaeth riportio sydd ar gael ar lawer o safleoedd, apiau a gemau ar-lein; mae'r rheini yng Nghymru yn fwy ymwybodol o hyn na'r rheini yng ngwledydd eraill y DU (86% o'i gymharu â 71% yn yr Alban, 64% yn Lloegr, a 60% yng Ngogledd Iwerddon). O blith pawb a oedd yn dweud eu bod yn gwybod am hyn ac sy'n dweud eu bod wedi gweld rhywbeth sy'n eu poeni, dywed hanner (52%) eu bod wedi defnyddio'r swyddogaeth riportio.²¹ Mae ymwybyddiaeth o'r swyddogaeth hon yn fwy tebygol ymysg y rheini sy'n defnyddio'r rhyngwyd amlaf; 78% o'r rheini sy'n treulio mwy na deg awr yr wythnos ar YouTube, ac 82% o'r rheini sy'n treulio mwy na deg awr ar y cyfryngau cymdeithasol. Mae hyn yn awgrymu bod treulio mwy o amser ar-lein yn gallu gwneud plant yn fwy ymwybodol o sut mae delio â risgiau ar-lein.

Er bod lleiafrif o blant 12-15 oed ac 8-11 oed yn dweud eu bod wedi gweld rhywbeth annifyr neu gas ar-lein, gallai nifer o blant yn ein hymchwil *Byw gyda'r Cyfryngau* gofio gweld cynnwys gofidus ar-lein – roedd hyn yn cynnwys deunydd treisgar a brawychus arall. Roedd y rhan fwyaf o'r plant yn gweld y cynnwys hwn ar gyfryngau cymdeithasol, ac er bod rhai yn sôn am label 'cynnwys sensitif', mynegodd un ferch bryderon na fyddai hyn yn ddigon i atal plant iau rhag gweld y math hwn o gynnwys.

²¹ Mae maint sampl y rheini oedd wedi gweld cynnwys pryderus ac a oedd yn gwybod am y swyddogaeth riportio yn rhy fach yn y gwledydd i gynnal dadansoddiad pellach.

Mae plant yn arddangos amrywiol strategaethau i ymdopi â phrofiadau negyddol ar-lein

Gofynnwyd hefyd i'r plant hŷn yn ein harolwg (12-15 oed) am eu profiadau negyddol eu hunain, naill ai ar-lein neu ar ffôn symudol.²² Dywedodd dau o bob pump eu bod wedi profi unrhyw rai o'r profiadau negyddol a gyflwynwyd iddynt yn yr arolwg, nid oedd hyn wedi newid ers 2018. Yn ogystal â dweud wrth rywun, defnyddiwyd gwahanol strategaethau hefyd i ymdopi, sy'n dangos rhywfaint o wytnwch a gwybodaeth wrth reoli risgiau ar-lein.

O'r rhai a ddewisodd ateb y cwestiwn, dywedodd eu chwarter fod rhywun nad oedden nhw'n ei adnabod wedi cysylltu â nhw ar-lein. Dywed dwy ran o dair eu bod yn gwybod sut mae rhwystro negeseuon ar gyfryngau cymdeithasol gan bobl ddeithr, gyda hanner yn dweud eu bod wedi gorfod gwneud hyn. Dywed hanner eu bod yn gwybod sut mae rhwystro negeseuon e-bost sothach a sbam neu newid eu gosodiadau fel bod llai o bobl yn gallu gweld eu proffil ar gyfryngau cymdeithasol. Dywed un rhan o dair eu bod wedi gwneud y naill neu'r llall.

Mae llai o blant hŷn yn dweud eu bod wedi gweld neu wedi cael rhywbeth brawychus neu bryderus ar-lein, fel fideo neu sylw brawychus (16%) – i fyny o 10% yn 2018. Mae cyfran debyg yn dweud eu bod wedi gwario arian ar-lein yn ddamweiniol (14%) neu wedi gweld rhywbeth o natur rywiol oedd yn gwneud iddynt deimlo'n anghyfforddus (12%). Dywed chwech y cant eu bod wedi teimlo o dan bwysau i anfon lluniau neu wybodaeth arall amdanynt eu hunain i rywun, ddwywaith yn fwy tebygol nag yn 2018 (3%). Mae merched ddwywaith mor debygol o fod wedi teimlo'r ffordd hon na bechgyn (8% o'i gymharu â 4%).

Er bod nifer o blant yn ein hymchwil *Byw gyda'r Cyfryngau* wedi cael eu hypsetio gan rywbeth roedden nhw'n ei weld ar-lein, dywedodd llawer fod ganddynt strategaethau i'w helpu i ymdopi â hyn. Mae'r strategaethau hyn yn amrywio o ddweud wrth riant, er mwyn ceisio rhagor o wybodaeth am yr hyn maent wedi'i weld. Er enghraifft, roedd un ferch a ddywedodd ei bod wedi gweld cynnwys hunan-niweidio yn cael ei rannu ar grwpiau Snapchat y mae hi a'i ffrindiau ysgol yn perthyn iddo, wedi ymweld â gwefan y GIG i ddysgu rhagor am y mater a'r hyn y gallai ei wneud i helpu. Ar ben hynny, roedd y rhan fwyaf o'r plant yn yr astudiaeth wedi derbyn negeseuon clir gan yr ysgol a rhieni ynghylch sut i fod yn ddiogel ar-lein, ac mae'r mwyafrif yn dweud eu bod yn gwybod beth i'w wneud os bydd unrhyw beth yn gwneud iddynt deimlo'n anghyfforddus.

²² Efallai fod natur wyneb yn wyneb yr arolwg a'r pwnc sensitif wedi golygu nad oedd pawb wedi ateb y cwestiwn hwn yn llawn. Er mwyn sicrhau bod y plant a oedd yn cymryd rhan yn yr arolwg yn teimlo mor gyfforddus â phosibl wrth ateb cwestiynau am fwlio a risgiau ar-lein, roeddent yn cael dewis os oeddent am ateb y cwestiynau hyn ac roeddent yn cael cynnig eu hateb yn fwy preifat drwy ddyfais tabled/uned CAPI y sawl a oedd yn eu cyf weld. At ei gilydd, dewisodd 87% o blant 8-11 oed a 92% o blant 12-15 oed gwblhau'r adran hon.

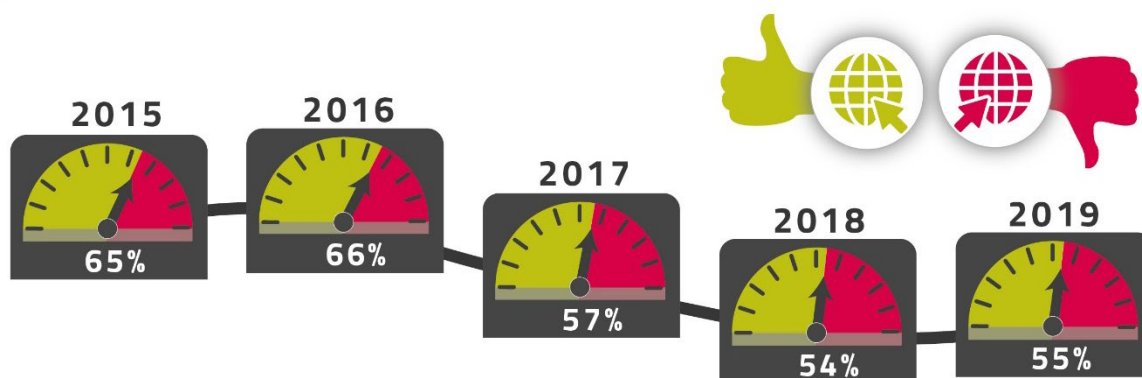
Taro cydbwysedd rhwng rheolaeth gan rieni a rhoi annibyniaeth ddigidol i blant

Mae dros hanner y rhieni'n cytuno bod manteision bod eu plant ar-lein yn drech na'r risgiau, ond mae'r canrannau sy'n meddwl hyn yn gostwng

Yn yr un modd ag yn 2018, mae dros hanner rhieni'r plant sy'n mynd ar-lein yn credu bod manteision y rhyngwrwyd yn drech na'r risgiau i'w plentyn. Fodd bynnag, mae cyfran y rhieni sy'n teimlo fel hyn wedi gostwng dros y pum mlynedd diwethaf; o 65% yn 2015 i 55% yn 2019.

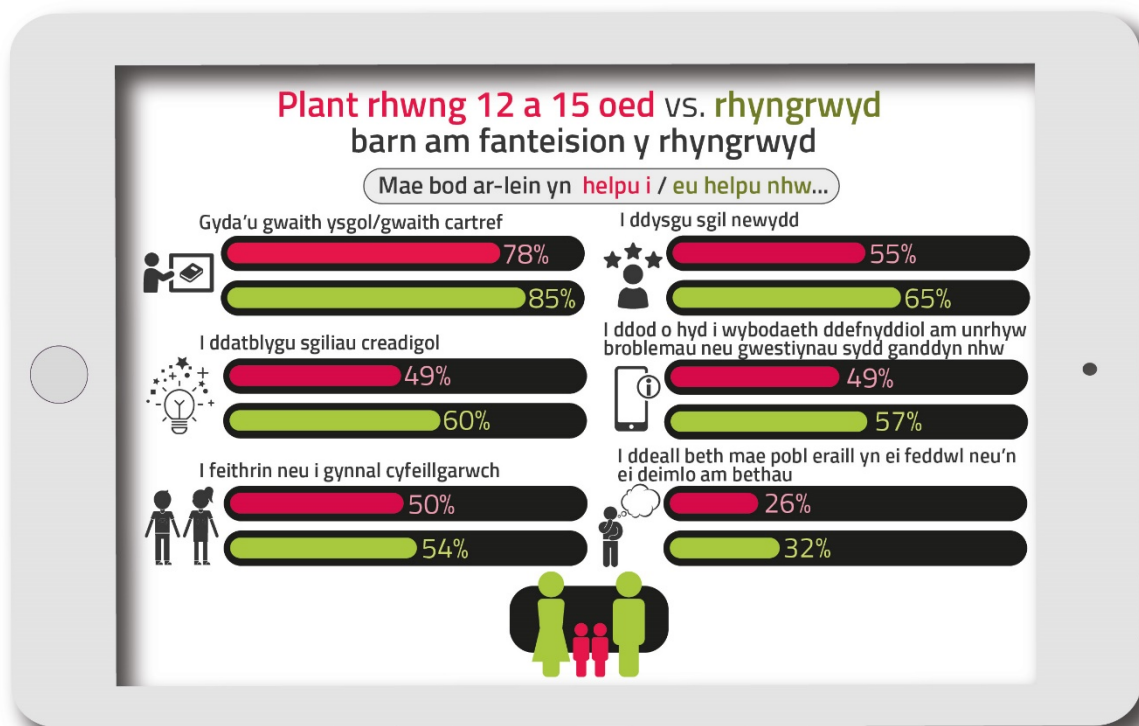
Mae'r gred bod manteision bod ar-lein yn drech na'r risgiau'n codi gydag oed y plentyn; mae 43% o rieni plant 3-4 oed yn meddwl bod hyn yn wir, o'i gymharu â 63% o rieni plant 12-15 oed. Ymysg gwledydd y DU, mae rhieni yng Nghymru a'r Alban (64% a 67% yn y drefn honno) yn fwy tebygol o gytuno â'r datganiad hwn, na'r rheini yn Lloegr (54%) neu Ogledd Iwerddon (55%).

Cyfran o rieni plant 5-15 oed sy'n cytuno gyda'r datganiad: "Mae manteision y rhyngwrwyd i fy mhlentyn yn fwy nag unrhyw risgiau"



Mae ein hymchwil hefyd yn dangos bod rhieni plant sy'n defnyddio cyfrifiadur bwrdd gwaith neu liniadur i fynd ar-lein yn fwy tebygol o nodi ystod ehangach o fanteision, na rhieni plant sydd ond yn mynd ar-lein ar ddyfeisiau eraill – fel ffonau clyfar, tabledi, consolau gemau neu deledu clyfar.

Nid dim ond rhieni sy'n teimlo bod y rhyngwrwyd yn helpu mewn sawl ffordd wahanol, mae plant rhwng 12 a 15 oed sy'n mynd ar-lein hefyd yn gwerthfawrogi'r amrywiaeth eang o fanteision drwy fod ar-lein.



Mae rhieni'n teimlo'n llai hyderus eu bod yn gwybod digon i helpu i gadw eu plant yn ddiogel ar-lein, ac yn ei chael yn anoddach monitro eu gweithgareddau ar gyfryngau

Mae tri chwarter rhieni plant sy'n mynd ar-lein yn teimlo eu bod yn gwybod digon i gadw eu plant yn ddiogel ar-lein, er bod eu hyder yn eu gallu i ddal i fyny yn disgyn gydag oedran y plentyn – o 81% o rieni plant 5-7 oed i 74% o rieni plant 12-15 oed. Mae rhieni yn yr Alban a Chymru yn fwy hyderus yn eu gwybodaeth (88% ac 89%) na'r rheini yn Lloegr a Gogledd Iwerddon (75% a 73%).

Er bod mwyafrif rhieni plant 3-15 oed yn cytuno â'r datganiad: "Rwy'n credu bod gan fy mhlentyn gydbwysedd da rhwng amser o flaen sgrin a gwneud pethau eraill", mae'r gyfran sy'n teimlo'r ffordd hon yn disgyn wrth i'r plentyn fynd yn hŷn; o 86% ar gyfer plant 3-4 oed, i 57% ar gyfer plant 12-15 oed. Mae barn plant am eu cydbwysedd rhwng y sgrin a'u bywyd yn debyg i'w rhieni; mae 62% o blant 12-15 oed yn cytuno â'r datganiad hwn.

O ystyried bod y rhan fwyaf o blant 12-15 oed yn berchen ar eu ffôn symudol eu hunain (85%), mae'n dilyn efallai fod rhieni plant hŷn yn ei chael yn anoddach monitro gweithgareddau eu plant ar gyfryngau. Mae'n bosib bod hyn yn waeth oherwydd cyfran y plant sy'n mynd â'u ffôn symudol neu eu tabled i'r gwely. Yn 2019, roedd y rhan fwyaf o blant 12-15 oed yn cael wneud hyn (74% gyda ffôn symudol, 61% gyda thabled), er bod llai o blant 8-11 oed yn cael gwneud hynny (45% gyda ffôn symudol, 32% gyda thabled).

Mae ein hymchwiliad *Byw gyda'r Cyfryngau* hefyd yn dangos nad oedd y rhan fwyaf o rieni plant yn eu harddegau yn yr astudiaeth yn gwylio'r hyn roedd eu plant yn ei weld neu'n ei bostio ar-lein – gan ymddiried yn y ffaith y byddai eu plentyn yn codi unrhyw faterion neu bryder gyda nhw wrth iddynt ddigwydd. Fodd bynnag, ym mhen iau'r sampl, roedd rhieni yn dal i fonitro gweithgareddau ar-lein eu plentyn yn eithaf agos.

Mae rhieni plant 12-15 oed yn fwy tebygol nag yn 2018 o fod â rheolau ar gyfer ffôn symudol a gweithgareddau ar-lein eu plentyn

Yn ogystal â defnyddio amrywiol strategaethau cyfryngu, mae rhai rhieni'n gosod rheolau ar weithgareddau eu plentyn ar y cyfryngau. Mae gan oddeutu naw o bob deg o rieni plant iau (5-11 oed) o leiaf un rheol ar gyfer beth mae eu plentyn yn cael ei wneud ar-lein. Mae'r rhan fwyaf yn gosod un prif reol, sef cyfyngu ar y mathau o wefannau neu apiau caiff eu plentyn eu defnyddio (73% ar gyfer 5-7 oed a 76% ar gyfer plant 8-11 oed).

Er bod rhieni plant 12-15 oed yn llai tebygol o fod â rheolau ar waith na rhieni'r grwpiau oedran iau (mae gan 84% o leiaf un rheol ar waith), maent yn fwy tebygol o wneud hyn nag oeddent yn 2018 (77%). Mae gan dros hanner rhieni plant 12-15 oed reolau ynghylch pwy mae eu plentyn yn cael cysylltu â nhw ar-lein (57%); gwario arian ar-lein (56%); y mathau o wefannau neu apiau mae'r plentyn yn cael eu defnyddio (55%); a'r wybodaeth maen nhw'n ei rhannu ar-lein (53%).

Mae rhieni plant 12-15 oed sydd â'u plentyn yn berchen ar ffôn symudol hefyd yn fwy tebygol nag yn 2018 o osod rheolau am ddefnydd eu plentyn ohono (78% o'i gymharu â 72%). Mae bron i chwech o bob deg yn gorfodi'r rheol ynghylch faint o arian caiff eu plentyn ei wario ar eu ffôn, yna mae tua pedwar o bob deg yn cyfyngu ar bwy mae eu plentyn yn cael cysylltu â nhw, faint o amser maent yn ei dreulio ar eu ffôn, a pha apiau maent yn cael eu llwytho i lawr i'w ffôn.

Mae rhieni plant 8-11 oed sy'n berchen ar ffôn symudol yn fwy tebygol na rhieni plant 12-15 oed o fod â rheolau (88%), nid yw hyn wedi newid ers 2018.

Pryderon rhieni a strategaethau cyfryngu

Mae rhieni'n poeni mwy a mwy am gynnwys ar-lein a allai annog eu plentyn i niweidio ei hun.

Y prif bryder sydd gan rieni ynghylch bod eu plentyn ar-lein yw'r pryder bod cwmnïau'n casglu gwybodaeth am yr hyn mae eu plentyn yn ei wneud (49%); nid yw hynny wedi newid ers 2018. Mae dros hanner rhieni plant 8-11 oed a 12-15 oed sy'n mynd ar-lein yn mynegi pryder ynghylch hyn; mwy na chyfran rhieni'r plant 5-7 oed (36%). Roedd pryderon hefyd yn fwy tebygol ymysg plant 8-15 oed mewn cartrefi AB na phlant mewn cartrefi DE (55% o'i gymharu â 44%).

O'i gymharu â 2018, roedd rhagor o rieni plant 5-15 oed yn poeni am eu plentyn yn gweld cynnwys a allai eu hannog i frifo neu i niweidio eu hunain – yr unig bryder i weld cynnydd (45% yn 2019 o'i gymharu â 39% yn 2018). Cafodd y cynnydd ei ysgogi'n arbennig gan rieni plant 12-15 oed. Oherwydd amseriad y gwaith maes (dechrau'r haf 2019) efallai fod y cynnydd hwn yn deillio o sylw'r cyfryngau yn gynharach yn y flwyddyn i achos [Molly Russell](#) – y ferch 14 oed a laddodd ei hun ar ôl gweld delweddu byw o hunan-niweidio a hunanladdiad ar gyfryngau cymdeithasol.

Mae traean o rieni plant sy'n mynd ar-lein yn dweud eu bod yn poeni am y posibilrwydd y bydd eu plentyn yn cael ei radicaleiddio – heb newid ers 2018. Fodd bynnag, gwelwyd cynnydd yng nghyfran y rhieni plant 12-15 oed sy'n poeni am hyn (o 30% yn 2018 i 37% yn 2019).

Roedd rhieni yng Nghymru yn fwy tebygol o boeni am yr holl agweddau o'u plentyn yn defnyddio'r rhyngwrwyd yr holwyd amdanynt yn ein harolwg, na rhieni yn Lloegr, yr Alban neu Ogledd Iwerddon.

Mae mwy o rieni'n siarad â'u plentyn am ddiogelwch ar-lein

Fe wnaethom ofyn i rieni am bedwar dull o gyfryngu defnydd eu plant o'r rhyngwrwyd: siarad â'u plant yn rheolaidd am aros yn ddiogel ar-lein; rheolau ynghylch beth mae eu plant yn cael ei wneud ar-lein; goruchwyliaeth ar-lein; ac ymwybyddiaeth o adnoddau technegol a'u defnyddio.

Mae bron pob un o rieni'r plant sy'n mynd ar-lein yn dweud eu bod yn defnyddio o leiaf un o'r pedwar math o gyfryngu. Mae bron i naw rhiant o bob deg yn defnyddio rheolau ynghylch beth mae eu plentyn yn cael ei wneud ar-lein neu'n goruchwyllo eu plentyn pan fyddant ar-lein. Ac mae bron i saith o bob deg yn defnyddio un o'r adnoddau cyfryngu technegol roeddem wedi holi amdanynt neu'n siarad â'u plentyn am gadw'n ddiogel ar-lein. Mae rhieni plant 5-11 oed yn fwy tebygol o ddefnyddio adnoddau technegol, rheolau a goruchwyliaeth; mae siarad â'u plentyn yn fwy tebygol ymysg rhieni plant 8-15 oed.

Mae siarad am ddiogelwch ar-lein yn strategaeth cyfryngu allweddol, ac mae'n cael ei defnyddio gan fwy o rieni yn awr. Yn 2019, mae 85% o rieni plant 5-15 oed y mae eu plentyn yn mynd ar-lein yn dweud eu bod wedi siarad â'u plentyn (i fyny o 81% yn 2018) – wedi'i ysgogi gan gynnydd ymysg rhieni plant 8-11 oed (o 86% i 91%).

Mae mwy o rieni nag yn 2018 yn dweud eu bod yn goruchwyllo eu plentyn pan fyddant ar-lein (o 49% i 54%) – drwy fod gerllaw ac edrych yn rheolaidd ar beth maent yn ei wneud - neu drwy ofyn iddynt beth maent yn ei wneud ar-lein (o 50% i 54%).

Mae llai o rieni nawr yn edrych ar hanes y porwr/dyfais ar ôl i'r plentyn fod ar-lein (o 37% i 33% yn 2019). Efallai fod hyn yn rhannol oherwydd eu bod yn gwybod bod eu plant yn gwybod sut mae dileu hanes y safleoedd maent wedi ymweld â nhw (45% o blant 12-15 oed), ac felly efallai nid oes diben gwneud hynny.

Mae rhieni'n defnyddio amrywiaeth o ffynonellau i'w hysbysu am gadw eu plentyn yn ddiogel ar-lein

Dywed y rhan fwyaf o rieni eu bod wedi gofyn am gyngor ynghylch sut mae cadw eu plant yn ddiogel ar-lein (62% o rieni plant 3-4 oed, ac 87% o rieni plant 5-15 oed). Defnyddir amrywiaeth o ffynonellau, er mai cyngor gan ysgol y plentyn yw'r mwyaf cyffredin: 29% o rieni plant 3-4 oed a 67% o rieni plant 5-15 oed. Mae cyngor gan deulu neu ffrindiau yn dilyn; mae rhieni plant 5-15 oed yn fwy tebygol o wneud hyn nag yn 2018 (o 37% i 45%).

Mae gwefannau sy'n darparu gwybodaeth am ddiogelwch ar-lein wedi dod yn fwy poblogaidd ymhlith rhieni pob grŵp oedran. Mae oddeutu un o bob pump o rieni plant 5-15 oed yn dweud eu bod wedi chwilio am gyngor gan y safleoedd hyn i'w helpu i ddysgu sut mae cadw eu plant yn ddiogel ar-lein (o 12% yn 2018 i 21% yn 2019): mae'r gweithgaredd hwn yn fwy tebygol ymysg rhieni plant 8-11 oed (24%), a rhieni mewn cartrefi AB (24% o'i gymharu â 16% o gartrefi DE).

Nid yw pob rhiant yn defnyddio hidlyddion cynnwys, ond mae'r rheini sy'n gwneud hynny'n teimlo eu bod yn ddefnyddiol

Yn yr un modd ag yn 2018, mae chwech rhiant o bob deg sydd â band eang yn y cartref ac y mae eu plentyn yn mynd ar-lein yn gwybod am hidlyddion cynnwys lefel rhwydwaith cartref²³. Mae bron i hanner y rhain yn eu defnyddio mewn gwirionedd (36%) – mae rhieni plant 8-11 oed yn fwy tebygol o wneud hynny (41%) na rhieni plant 5-7 oed neu rieni plant 12-15 oed (33% a 34% yn y drefn honno).

Mae'r un cyfrannau'n gwybod am feddalwedd rheolaeth rhieni ac yn ei ddefnyddio.²⁴ Yn wahanol i hidlyddion cynnwys, mae'n fwy tebygol y bydd meddalwedd rheolaeth rhieni'n cael ei ddefnyddio gan rieni'r grwpiau oedran iau (35% 5-7 oed, a 36% 8-11 oed), na 12-15 oed (27%).

Mae rhieni mewn aelwydydd AB yn fwy tebygol o ddefnyddio hidlyddion cynnwys na'r rheini mewn cartrefi DE (39% o'i gymharu â 31%); er nad oes unrhyw wahaniaeth i'w weld o ran defnyddio meddalwedd rheolaeth rhieni.

Ymchwil dwys i'r gwledydd:

Rhieni yng Ngogledd Iwerddon sydd lleiaf tebygol o fod yn ymwybodol o hidlyddion cynnwys a meddalwedd rheolaeth rhieni a'u defnyddio

Mae rhieni yn Lloegr a'r Alban yn fwy tebygol o fod yn ymwybodol o'r hidlyddion cynnwys ar lefel rhwydwaith cartref (37% a 36% yn y drefn honno), na rhieni yng Nghymru (29%). Er bod rhieni yng Ngogledd Iwerddon yn llai tebygol o ddefnyddio'r rhain (19%) nag unrhyw wlad arall yn y DU.

Yn y cyfamser, rhieni yng Nghymru sydd fwyaf tebygol o ddefnyddio meddalwedd rheolaeth rhieni (49%), wedyn rhieni yn Lloegr (33%). Yn yr un modd â defnyddio hidlyddion cynnwys, rhieni yng Ngogledd Iwerddon yw'r lleiaf tebygol o ddefnyddio'r rhain (15%), ynghyd â rhieni yn yr Alban (20%).

Mae rhieni'n dal i deimlo bod yr hidlyddion cynnwys hyn yn ddefnyddiol; dywed naw o bob deg sy'n defnyddio'r hidlyddion hyn eu bod yn ddefnyddiol, gyda mwy na saith o bob deg yn dweud eu bod yn rhwystro'r lefel iawn o gynnwys. Fodd bynnag, mae rhieni hefyd yn cydnabod nad yw hidlyddion cynnwys yn hollol ddiogel; dywed 14% fod eu plentyn yn gallu osgoi'r hidlydd, gan gynyddu i 20% o rieni plant 12-15 oed. Mae'r grŵp oedran hŷn hwn yn cadarnhau'r gred hon; dywed 15% o blant 12-15 oed sy'n mynd ar-lein eu bod yn gwybod sut mae dadosod yr hidlyddion hyn, a dywed eu hanner eu bod wedi gwneud hynny.

²³ Mae BT, Sky, TalkTalk a Virgin Media yn darparu rheolaeth ar lefel y llwybrydd i gwsmeriaid, sy'n caniatáu i rieni osod hidlyddion i gyfyngu mynediad at rai mathau o wefannau ar ddyfeisiau sy'n gysylltiedig â wi-fi'r cartref. Pwrpas hyn yw cyfyngu ar gynnwys amhriodol ar-lein y gall plant yn yr aelwyd ei weld. Fodd bynnag, efallai na fydd hidlyddion cynnwys yn gweithio os yw'r cynnwys neu'r gwefannau sy'n cael eu defnyddio yn cael eu hamgryptio a gellir eu hosgoi drwy ddefnyddio rhwydwaith rhithwir preifat (VPN).

²⁴ Mae meddalwedd rheolaeth rhieni yn cynnwys Net Nanny, McAfee Family Protection, Open DNS FamilyShield.

Mae mwy o rieni nawr yn defnyddio PIN neu gyfrinair i roi mynediad at wefannau i blant

Mae'r rhan fwyaf o rieni plant 5-15 oed (68%) yn gwybod eu bod yn gallu gosod PIN neu gyfrinair er mwyn mynd i wefannau; sydd wedi codi o 57% yn 2018. Dywed pedwar deg dau y cant eu bod nawr yn defnyddio PIN a chyfrinairiau – sydd hefyd wedi codi o 29% yn 2018.

Mae strategaethau ar-lein eraill y mae rhieni plant 5-15 oed yn ymwybodol ohonynt yn cynnwys rheolaeth rhieni sy'n rhan o'r ddyfais gan y gwneuthurwr (51%) a modd cyfyngedig YouTube (49%). Mae ymwybyddiaeth o'r naill a'r llall wedi cynyddu ers 2018, yn yr un modd â chwilio diogel ar wefannau peiriannau chwilio (41%). Fodd bynnag, modd cyfyngedig YouTube yw'r unig strategaeth y mae rhieni'n ei defnyddio'n awr yn fwy nag oeddent flwyddyn yn ôl (25% yn 2019 o'i gymharu â 20% yn 2018).

Mae llai na hanner y rhieni y mae eu plentyn yn defnyddio ffôn clyfar neu dabled yn gwybod sut mae defnyddio gosodiadau rheolaeth rhieni

Mae gwahanol offer hefyd ar gael i rieni reoli defnydd eu plentyn o ffonau symudol a thabledi. Mae llai na hanner rhieni plant 3-4 oed a 5-15 oed sy'n defnyddio ffôn clyfar neu dabled yn gwybod eu bod yn gallu newid y gosodiadau ar y dyfeisiau hyn i rwystro llwytho apiau i lawr, a dim ond tua un rhan o bump sydd wedi gwneud hyn.

Unwaith eto, mae llai na hanner yn gwybod eu bod yn gallu newid y gosodiadau ar ffôn neu dabled i'w rhwystro rhag prynu pethau mewn apiau, er bod ymwybyddiaeth ymysg rhieni plant 3-4 oed wedi cynyddu ers 2018 (o 36% i 45%). Nid yw cyfran y rhieni i blant 3-4 oed sy'n gwneud hyn wedi newid sef 15%, er bod rhieni plant 5-15 oed yn fwy tebygol o wneud hynny (22%).

Ymchwil dwys i'r gwledydd:

Rhieni yng Nghymru a'r Alban sydd fwyaf tebygol o deimlo eu bod yn gwybod digon i gadw eu plant yn ddiogel ar-lein, ac i gytuno bod manteision y rhyngwrwyd yn drech na'r risgiau i'w plentyn. Ond mae gwahaniaethau amlwg yn lefelau pryder rhieni ynghylch defnydd eu plentyn o'r rhyngwrwyd: rhieni yn yr Alban yw'r lleiaf tebygol o boeni am agweddau sy'n ymwneud â bod eu plentyn ar-lein; a rhieni yng Nghymru sydd fwyaf tebygol o fod â phryderon.

Lefelau pryder ymysg rhieni ynghylch gweithgareddau eu plant ar-lein

	+	Scotland	Wales	X
 				
 Cynnwys y gwefannau neu'r apiau y mae'r plentyn yn ymweld â nhw	34%	22%	52%	29%
 Faint o amser mae'r plentyn yn ei dreulio ar-lein	39%	35%	56%	42%
 Y plentyn yn rhoi ei fanylion personol i bobl amhriodol	43%	32%	57%	36%
 Y plentyn yn cael ei fwlio ar-lein/seibrfwlio	42%	41%	63%	41%
 Y plentyn yn gwneud drwg i'w enw da yn awr neu yn y dyfodol	40%	31%	58%	23%
 Y plentyn yn gweld cynnwys sy'n ei annog i frifo neu i niweidio'i hun	45%	37%	65%	43%
 Pwysau ar y plentyn i wario arian ar-lein	41%	43%	50%	41%
 Cwmnïau yn casglu gwybodaeth am beth mae'r plentyn yn ei wneud ar-lein	49%	42%	59%	38%
 Y posibilrwydd y bydd y plentyn yn cael ei radialeiddio	32%	23%	52%	25%

Yn gryno

Mae'r ymchwil hwn yn edrych yn fanwl ar ddefnydd plant heddiw o'r cyfryngau ac ar eu hagweddau – plant nad ydynt erioed wedi byw heb y rhyngwrdd. Mae'n edrych hefyd ar sut mae eu rhieni yn teimlo am hyn.

Yn gryno, mae'n awgrymu bod rhieni'n caniatáu annibyniaeth ddigidol i'w plant cyn iddynt adael yr ysgol gynradd, a bod hanner y plant 10 oed yn berchen ar eu ffôn clyfar eu hunain. Mae'r dechnoleg y mae plant yn ei defnyddio yn y cartref hefyd yn mynd yn fwy clyfar, ac maent yn defnyddio ystod ehangach o lwyfannau cyfryngau cymdeithasol nag erioed o'r blaen.

YouTube yw'r ffefryn pendant o hyd, er ei bod yn ymddangos bod yna newid yn y mathau o fideo flogwyr sy'n apelio fwyaf at blant. Mae pobl leol, ar raddfa fach, sy'n rhannu diddordeb â nhw yn dod yn fwy a mwy poblogaidd ochr yn ochr â dylanwadyr uchel eu proffil neu 'enwog'. Mae plant hefyd yn dod yn fwy gymdeithasol-ymwybodol ar-lein ac yn fwy tebygol nag erioed o'r blaen o gefnogi mudiadau neu achosion drwy rannu neu wneud sylwadau ar bostiadau.

Mae plant yn dod yn fwy gwybodus hefyd am rai agweddau o'u defnydd o'r cyfryngau; o'i gymharu â 2018, mae plant yn fwy tebygol o fod yn ymwybodol fod fideo flogwyr yn cael tâl am gymeradwyo pethau. Fodd bynnag, nid yw'r mwyafrif o blant eto'n deall sut mae peiriannau chwilio (fel Google) yn gweithio ac nid oes ganddynt y gallu i adnabod hysbysebu ar y safleoedd hyn.

Tra mae rhieni a phlant yn cydnabod bod lluo o fanteision o fod ar-lein, maen nhw hefyd yn ymwybodol o'r risgiau sydd ynghlwm â hynny. Mae llai o rieni'n cytuno nawr na phum mlynedd yn ôl fod manteision bod eu plant ar-lein yn fwy na'r risg. Mae gofidion ynglŷn â chynnwys a allai achosi i'w plant niweidio eu hunain, a phryderon ynglŷn â hapchwarae ar-lein, hefyd ar gynydd.

Ond mae'r ymchwil hefyd yn dangos bod mwy o sgysiau am ddiogelwch ar-lein yn digwydd mewn cartrefi ac ysgolion nag o'r blaen. Ac mae rhieni nawr ddwywaith yn fwy tebygol nag oeddent yn 2018 o geisio cymorth a gwybodaeth ar-lein i helpu i amddiffyn eu plant.

Fel y soniwyd yn gynharach, mae'r adroddiad hwn yn rhan o'n rhaglen waith ehangach, Gwneud Synnwyr o'r Cyfryngau, sy'n ceisio gwella sgiliau ar-lein, gwybodaeth a dealltwriaeth oedolion a phlant y DU. Rydym yn gwneud hyn drwy ymchwil sydd ar flaen y gad, a thrwy ddod â sefydliadau ac unigolion sydd ag arbenigedd mewn llythrennedd yn y cyfryngau ynghyd i rannu syniadau ac i gefnogi eu gweithgareddau. I gael gwybod mwy am ein rhaglen Gwneud Synnwyr o'r Cyfryngau a chael manylion am sut mae ymuno â'n rhwydwaith, ewch i

<https://www.ofcom.org.uk/cymru/research-and-data/media-literacy-research>.

I gael mwy o wybodaeth am yr ymchwil hwn, ac ymchwil arall Ofcom i lythrennedd yn y cyfryngau, ewch i <https://www.ofcom.org.uk/cymru/research-and-data/media-literacy-research/publications>.