

Ymwybyddiaeth o'r Cyfryngau drwy Ddylunio

Egwyddorion arferion gorau ar gyfer
ymyriadau ar-lwyfan i hyrwyddo
ymwybyddiaeth o'r cyfryngau

Galwad am fewnbwn

Cyhoeddwyd 31 Hydref 2023

Dyddiad olaf ar gyfer derbyn ymatebion: 18 Rhagfyr 2023

Cynnwys

Adran

1. Cyflwyniad	3
2. Egwyddorion.....	7

Atodiad

A1. Diffiniadau ar gyfer ymyriadau o fewn y cwmpas.....	10
A2. Ymateb i'r ymgynghoriad hwn.....	11
A3. Egwyddorion Ofcom ar gyfer ymgynghori	14
A4. Dalen gyflwyno'r ymgynghoriad	15
A5. Cwestiynau'r ymgynghoriad	16

1. Cyflwyniad

Galwad am fewnbwn yw'r ddogfen hon, sy'n gwahodd rhanddeiliaid i'n helpu i ymestyn ein dealltwriaeth o sut olwg dylai fod ar ymwybyddiaeth o'r cyfryngau 'drwy ddylunio' ar gyfer gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol, chwilio, rhannu fideos a chwarae gemau.

Mae Ofcom yn diffinio ymwybyddiaeth o'r cyfryngau fel "y gallu i ddefnyddio, deall a chreu cyfryngau a chyfathrebiadau mewn amrywiaeth o gyd-destunau". Mae gan ein rhaglen ymwybyddiaeth o'r cyfryngau (Gwneud Synnwyr o'r Cyfryngau) ffocws deul ar bobl a llwyfannau.

Yn y flwyddyn ariannol hon, rydym wedi comisiynu amrywiaeth o sefydliadau i gynnal ymyriadau gyda phobl o gymunedau nad ydynt yn cael eu gwasanaethu'n ddigonol. Rydym yn gweithio mewn cymunedau sydd ag amddifadedd ariannol sylweddol gan archwilio i atebion ar sail lleoliad, ac rydym wedi comisiynu hyfforddiant ar gyfer 1,000 o weithwyr proffesiynol i gefnogi plant a phobl ifanc. Mae'r holl waith hwn o werth mawr i'r rheini sydd ei angen, ac yn wirioneddol drawsnewidiol. Mae hefyd yn gymhleth ac yn gostus, sy'n golygu mai dim ond cyfran fach o'r boblogaeth sy'n gallu manteisio arno.

Fodd bynnag, mae gan ein gwaith gyda llwyfannau/gwasanaethau ar-lein y potensial i hyrwyddo ymwybyddiaeth o'r cyfryngau ymysg y miliynau o bobl sy'n defnyddio gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol, chwilio, rhannu fideos a chwarae gemau, neu'r hyn rydym yn cyfeirio ato fel 'gwasanaethau ar-lein', i wella a chyfoethogi eu bywydau bob dydd.

Rhaid i'r hyn sy'n digwydd ar llwyfannau wrth iddynt gael eu defnyddio fod yn rhan o'r ateb i fynd i'r afael â'r heriau mewn cyswllt ag ymwybyddiaeth o'r cyfryngau yn y DU. Mae hyn yn golygu bod angen i wasanaethau ar-lein weithredu ar llwyfannau ac yn y foment i ysgogi meddwl yn feirniadol, i herio ymddygiad digroeso ac i wella profiad y defnyddiwr. Bydd hyn yn amrywio o ran edrychiad a theimlad ar draws gwahanol fathau o wasanaethau, yn unol â chanllawiau a thôn y brand.

Er gwaethaf y gwahaniaethau, mae rhai egwyddorion arferion gorau a all fod yn sail i'r ffordd hon o feddwl, sbarduno gwelliannau a hyrwyddo ymwybyddiaeth defnyddwyr o'r cyfryngau.

Ymwybyddiaeth o'r cyfryngau a diogelwch ar-lein

Mae Deddf Cyfathrebiadau 2003 yn rhoi dyletswydd ar Ofcom i hyrwyddo ymwybyddiaeth o'r cyfryngau, ac i ymchwilio iddi.¹ Mae Ofcom hefyd yn rheoleiddio Llwyfannau Rhannu Fideos (VSPs), ac yn ddiweddar daeth yn rheoleiddiwr diogelwch ar-lein y DU ar ôl i'r Ddeddf Diogelwch Ar-lein 2023 ddod yn gyfraith. Bydd y Ddeddf Diogelwch Ar-lein (OSA) yn sicrhau bod cyfryngau cymdeithasol, chwarae gemau, pornograffi a gwasanaethau rhannu a chwilio yn gyfreithiol gyfrifol am gadw plant ac oedolion yn ddiogel ar-lein.

Mae'r drefn VSP yn mynnu bod darparwyr yn cymryd mesurau priodol i ddiogelu'r cyhoedd rhag "deunydd niweidiol perthnasol" a phobl ifanc dan 18 oed rhag "deunydd wedi'i gyfyngu". Er bod y ddogfen hon ar wahân i ddyletswyddau VSP a diogelwch ar-lein, rydym yn gweld bod y gwaith hwn sy'n rhan o ddyletswyddau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau Ofcom yn ategu'r ddwy drefn.

¹ Gweler adran 11o'r Ddeddf.

Ar ben hynny, mae'r ddogfen hon yn cyd-fynd â'r dyletswyddau ychwanegol o ran ymwybyddiaeth o'r cyfryngau a fydd yn cael eu neilltuo i Ofcom yn y Ddeddf Diogelwch Ar-lein.² Bydd dyletswyddau Ofcom mewn perthynas ag ymwybyddiaeth o'r cyfryngau'n cynnwys llunio, ac o bryd i'w gilydd adolygu a diwygio, "datganiad sy'n argymhell ffyrdd y gallai eraill, gan gynnwys darparwyr gwasanaethau sy'n cael eu rheoleiddio, ddatblygu, dilyn a gwerthuso gweithgareddau neu fentrau sy'n berthnasol i ymwybyddiaeth o'r cyfryngau mewn perthynas â gwasanaethau sy'n cael eu rheoleiddio"³.

Bydd y cyhoeddiad 'galwad am fewnbwn' hwn yn casglu gwybodaeth berthnasol ac yn cyfrannu at baratoi datganiad Ofcom ar ymwybyddiaeth o'r cyfryngau ar ôl i'r diwygiadau i'r dyletswyddau ddod i rym. Mae'r gwaith hwn yn chwarae rhan bwysig o ran cyflawni ein cyfrifoldeb i annog datblygu a defnyddio technolegau a systemau i wella ymwybyddiaeth o'r cyfryngau ymysg defnyddwyr yn y DU.

Er y bydd yr adroddiad hwn a'n gwaith arall ar ymwybyddiaeth o'r cyfryngau yn gwneud cyfraniad pwysig at weithredu'r newidiadau i'n dyletswyddau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau a gyflwynwyd gan y Ddeddf Diogelwch Ar-lein, ni ddylid ei ddehongli fel datganiad o'n polisi ar ganllawiau eraill na'n codau ymarfer o dan y Ddeddf Diogelwch Ar-lein, na rhagfarnu unrhyw waith pellach i ddatblygu polisi mewn perthynas â'r Ddeddf honno.

Galwad am fewnbwn ar Egwyddorion Arferion Gorau ar gyfer Ymyriadau Ar-Lwyfan i Hyrwyddo Ymwybyddiaeth o'r Cyfryngau

Mae'r alwad hon am fewnbwn yn gwahodd rhanddeiliaid i'n helpu i lunio'r Egwyddorion Arferion Gorau ar gyfer Ymyriadau Ar-Lwyfan i Hyrwyddo Ymwybyddiaeth o'r Cyfryngau. Rydym wedi nodi, yn adran 3 o'r ddogfen hon, feysydd penodol y byddem yn croesawu barn rhanddeiliaid arnynt. Bydd yr alwad hon am fewnbwn yn ein helpu i wella ein dealltwriaeth o safbwyntiau rhanddeiliaid ynghylch sut olwg ddylai fod ar ymwybyddiaeth dda o'r cyfryngau drwy ddylunio. Byddwn yn defnyddio'r wybodaeth hon i helpu i lywio ein dull gweithredu ar gyfer iteriad nesaf yr egwyddorion yng ngwanwyn 2024.

Pobl a gwasanaethau ar-lein

Yn ystod chwarter olaf 2022 a'r rhan fwyaf o 2023, trefnodd Ofcom weithgor arbenigol i'n helpu i ddeall beth oedd eisoes yn digwydd i hyrwyddo ymwybyddiaeth o'r cyfryngau ar ddetholiad o wasanaethau ar-lein, a'r syniadau y tu ôl iddo. Mae arnom ddyled i aelodau'r [Gweithgor Sefydlu Allanol](#) am eu hamser a'u harbenigedd. Ar ben hynny, fe wnaethom gynnal cyfres o sgysiaau hirach gyda chynrychiolwyr o Google search, Meta, TikTok, Twitter (nawr 'X') a Roblox. Roedd ymgysylltiad gan wasanaethau ar-lein yn wirfoddol. Rydym yn ddiolchgar i'r arbenigwyr o'r sefydliadau hynny a roddodd o'u hamser i gwrdd â ni ac egluro nid yn unig beth maen nhw'n ei wneud, ond sut maen nhw'n gwneud penderfyniadau am ymyriadau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau.

Mae ymyriadau ar-lwyfan yn cael eu defnyddio gan wasanaethau i ymyrryd ym mhrofiad eu defnyddwyr i ddarparu cyd-destun neu wybodaeth ychwanegol i'w helpu i wneud penderfyniadau ar sail gwybodaeth, myfyrio ar eu hymddygiad a/neu ddatblygu gwytnwch. Mae enghreifftiau cyfredol o ymyriadau ar-lwyfan yn cynnwys labeli, troshaenau, ffenestri naid, hysbysiadau ac adnoddau.

² Mae cymal 166 o'r Bil Diogelwch Ar-lein yn diwygio'r dyletswyddau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau sydd wedi'u nodi yn adran 11 o'r Ddeddf.

³ Adran 11(1D) newydd o'r Ddeddf, fel y'i mewnosodwyd gan gymal 166 o'r Bil Diogelwch Ar-lein.

Yr hyn a glywsom

Roedd y themâu cyffredin a glywsom gan y gwasanaethau ar-lein yn cynnwys:

- Bod ymyriadau'n aml yn cael eu cychwyn mewn ymateb i faterion sy'n cael eu codi'n allanol, er enghraifft digwyddiadau rhyngwladol fel pandemig a rhyfeloedd, neu pan fydd grŵp eiriolaeth dibynadwy yn tynnu sylw at broblem ac yn awgrymu ateb ar-lwyfan.
- Bod datblygu a defnyddio ymyriadau yn gydweithrediadau traws-swyddogaethol sy'n cynnwys amrywiaeth o arbenigwyr yn y sefydliad.
- Tra bod ymyriadau gwasanaethau ar-lein yn defnyddio ymwybyddiaeth o'r cyfryngau fel lifer ymddygiadol, anaml y caiff ymwybyddiaeth o'r cyfryngau ei dynodi fel sbardun i yrru ymyriadau – fel y nodwyd uchod, maen nhw'n aml yn canolbwyntio ar leihau/lliniaru niwed a/neu'n cael eu creu mewn ymateb i fater a nodwyd gan sefydliad allanol neu'n cael eu nodi fel rhywbeth sydd ar ddefnyddiwr ei angen. Tra bod ymwybyddiaeth o'r cyfryngau i liniaru niwed penodol yn bwysig, mae gan llwyfannau rôl bwysig i'w chwarae o ran cynyddu ymwybyddiaeth defnyddwyr y rhyngwrwyd o'r cyfryngau fel bod ganddynt y sgiliau, yr wybodaeth a'r ddealltwriaeth i wneud defnydd llawn o'r cyfleoedd a gynigir gan y gwasanaethau hyn.
- Nid yw gwerthuso effaith yn cael ei gynnal fel mater o drefn – gan ei gwneud yn anodd deall effaith ymyriadau. Ar gyfer rhai ymyriadau, gellir datblygu metrigau ond nid yw hyn yn rhan allweddol o'r gwaith o gyflwyno'r ymyriadau hyn o bell ffordd. Er gwaethaf y diffyg gwybodaeth sydd ar gael am effaith ymyriadau, maen nhw'n cael eu hailadrodd gan wasanaethau dros amser i sicrhau eu bod yn parhau'n amlwg, ac roedd awydd i feincodi rhai metrigau.
- Mae cynrychiolwyr llwyfannau'n ystyried bod eu llwyfan nhw yn wahanol i bob llwyfan arall, felly roedd cymariaethau'n fwy tebygol o gael eu herio na'u croesawu. Fodd bynnag, mae egwyddorion cyffredin ar gyfer sut gall pob gwasanaeth fynd i'r afael ag ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio gyda'r arferion gorau mewn golwg, ar yr un pryd â pharchu'r gwahaniaethau rhwng y gwasanaethau. Mae heriau eraill wrth werthuso ymyriadau ar-lwyfan yn cynnwys cyflymder ac amllder eu cyflwyno/tynnu o fewn ecosystemau cymhleth.

Yn ogystal â'n sgysiau â gwasanaethau ar-lein ac ymgysylltiad y gweithgor, comisiynwyd YouGov gan Ofcom hefyd i archwilio profiadau defnyddwyr o ymyriadau ar-lein. Cynhaliodd yr asiantaeth arolwg samplu cychwynnol ymysg 1,072 o ddefnyddwyr rhyngwrwyd 13-84 oed ddiwedd 2022, ac yna [ymchwil ansoddol fanwl ymysg pobl ifanc yn eu harddegau ac oedolion a gynhaliwyd yng ngwanwyn 2023](#). Ymysg y canfyddiadau, fe wnaethom nodi bod oedolion a phlant yn teimlo bod yr ymyriadau, ar y cyfan, yn ddefnyddiol ar gyfer tynnu sylw at gynnwys sensitif neu gynnwys sy'n peri gofid. Roedd y cyfranogwyr yn teimlo bod gwerth clir yn yr ymyriadau hyn i atal pobl rhag gweld cynnwys niweidiol yn syth, ac i wneud defnyddwyr yn ymwybodol o ymddygiad niweidiol. Fodd bynnag, roedd eu gwerth yn newid yn ôl oedran, ac roedd pob grŵp oedran yn dweud bod dod i gysylltiad ag ymyriadau dro ar ôl tro yn ddiflas ac yn wrthgynhyrchol dros amser. Yn wir, roeddent am i ymyriadau gael eu defnyddio fel system rybuddio ac adnodd i addysgu defnyddwyr – yn enwedig i roi gwybod iddynt pam yr ystyriwyd bod angen ymyriad.

Roedd yr wybodaeth o'r sgysiau â llwyfannau ac ymchwil YouGov yn werthfawr iawn wrth lywio'r gwaith hwn. Yr hyn sy'n dilyn yw ein barn ar egwyddorion arferion gorau ar gyfer ymyriadau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau. Yn hollbwysig, nid ydym yn argymhell rhagor o ymyriadau er mwyn gwneud hynny; rydym yn cydnabod pwysigrwydd taith y defnyddiwr, ac mae ein hargymhellion

arfaethedig wedi'u hangori yn yr hyn sy'n digwydd ar y llwyfan, ar y pryd. Maen nhw'n seiliedig ar egwyddorion dylunio hewristig (rheol y fawd neu egwyddorion dylunio yn seiliedig ar arferion gorau empirig sydd wedi'u sefydlu ar ymchwil), ac maen nhw'n gyson â'r Ddeddf Diogelwch Ar-Lein. Mae ein ffordd o feddwl wedi cael ei llywio gan y gwerthoedd sy'n sail i lunio polisiau da; ein nod oedd canolbwyntio ar ganlyniadau, a gweithio mewn ffordd a oedd yn seiliedig ar dystiolaeth, yn gymesur, yn atebol ac yn dryloyw. Drwy ein sgysiau â llwyfannau ac ymchwil ehangach, fe wnaethom ganfod bylchau o ran gwerthuso ymyriadau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau. Fe wnaethom gasglu a rhannu tystiolaeth ar effeithiolrwydd ymyriadau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau a strategaethau clir/tryloyw neu ffyrdd o flaenoriaethu ymwybyddiaeth o'r cyfryngau fel nod ynddo'i hun. Felly, datblygwyd yr egwyddorion arfaethedig hyn i roi arweiniad i lwyfannau ar sut y gallent fynd i'r afael â'r bylchau a nodwyd. Byddem yn awyddus i glywed gan eraill a ydym wedi cyflawni hyn.

Hoffem gael sylwadau am hyn, ac ar yr egwyddorion isod, drwy anfon e-bost at makingsenseofmedia@ofcom.org.uk erbyn 23:59 ddydd Llun 18 Rhagfyr 2023.

2. Egwyddorion

Mae ymwybyddiaeth o'r cyfryngau yn ymwneud â gwybodaeth, dealltwriaeth a sgiliau pobl. Gyda'i gilydd, mae'r rhain yn chwarae rhan bwysig o ran helpu defnyddwyr y rhyngwyd i ymgysylltu â gwasanaethau ar-lein mewn ffordd feirniadol, ddiogel ac effeithiol, a thrwy hynny gynyddu'r manteision a lleihau'r risgiau sy'n gysylltiedig â bod ar-lein.

Mae gan y gwasanaethau ar-lein sy'n rhan o wead ein bywydau rôl bwysig i'w chwarae o ran cefnogi ymwybyddiaeth eu defnyddwyr o'r cyfryngau. Yn ogystal â'r rhaglenni maen nhw'n eu hariannu a'r canolfannau diogelwch maen nhw'n eu hyrwyddo, mae gwasanaethau ar-lein mewn sefyllfa unigryw i wella ymwybyddiaeth defnyddwyr o'r cyfryngau ar hyn o bryd. Dim ond os bydd gwasanaethau'n rhoi blaenoriaeth i ymwybyddiaeth defnyddwyr o'r cyfryngau y gall hyn ddigwydd. Mae'r egwyddorion hyn yn nodi'r arferion gorau ar gyfer gwasanaethau ar-lein i gefnogi eu defnyddwyr yn y modd hwn.

Yn unol â thechnegau dylunio hewristig, mae'r egwyddorion hyn yn annog llwyfannau i ragweld anghenion defnyddwyr, cefnogi dewisiadau defnyddwyr, caniatáu i ddefnyddwyr gywiro camgymeriadau (gan ddarparu cyfleoedd dysgu yn sgil hynny) a rhoi adborth i ddefnyddwyr.

Rhoi'r Egwyddorion hyn ar waith

Bydd yr egwyddorion hyn yn berthnasol i wasanaethau ar-lein o bob maint. Mae'r hyn rydym yn ei argymhell yn cyd-fynd â'r hyn a ddisgwylir gan wasanaethau sy'n cael eu rheoleiddio o dan y Ddeddf Diogelwch Ar-lein.

Nid yw'r egwyddorion hyn yn gynhwysfawr nac yn gyfreithiol rhwymol, ond yn hytrach eu bwriad yw annog arferion gorau sy'n gallu hyrwyddo ymwybyddiaeth defnyddwyr gwasanaethau ar-lein o'r cyfryngau.

Blaenoriaeth, tryloywder ac atebolrwydd

Mae strategaeth dryloyw sy'n blaenoriaethu ymwybyddiaeth o'r cyfryngau yn hanfodol i wasanaethau o safbwynt cael eu dal i gyfrif mewn cyswllt â chefnogi defnyddwyr i wella eu sgiliau, eu gwybodaeth a'u dealltwriaeth. Ar ben hynny, bydd cyhoeddi gwybodaeth am ymyriadau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau yn golygu bod modd asesu a lledaenu canfyddiadau'n well.

1. Mae gwasanaethau ar-lein yn creu polisi ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio i hyrwyddo defnydd beirniadol a gwybodus o'u cynnyrch. Mae ymwybyddiaeth o'r cyfryngau yn flaenoriaeth strategol ynddo'i hun, gyda llwyfannau'n cyhoeddi camau gweithredu a nodau o ran ymwybyddiaeth o'r cyfryngau. Mae gwasanaethau'n ystyried ymwybyddiaeth o'r cyfryngau fel rhan o'u Dangosyddion Perfformiad Allweddol (KPIs) neu Amcanion a Chanlyniadau Allweddol (OKRs), ac yn eu hiteru ar sail canfyddiadau a thystiolaeth newydd.
2. Mae gwasanaethau ar-lein yn cyhoeddi'n rheolaidd yr effaith y mae ymyriadau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau wedi'i chael, ac mae canfyddiadau'n cael eu rhannu'n rhagweithiol â'r gymuned ehangaf bosibl.
3. Mae gwasanaethau ar-lein yn dryloyw ynghylch eu hymgysylltiad â rhanddeiliaid sy'n llywio'u blaenoriaethau o ran ymwybyddiaeth o'r cyfryngau, a sut mae lleisiau arbenigwyr eraill yn cael eu blaenoriaethu.

Dylunio sy'n canolbwyntio ar y defnyddiwr ac ymyriadau amserol

Mae'r broses ddylunio yn ei hanfod yn iterol a dylai roi anghenion defnyddwyr wrth galon pob cam o'r broses hon, er mwyn creu cynhyrchion cynhwysol y gellir eu defnyddio'n helaeth. Mae creu cynnyrch sy'n hygyrch i bob defnyddiwr yn gofyn am ddealltwriaeth fanwl o'r gwahanol ddemograffeg sy'n ymwneud â'r llwyfan.

4. Mae arferion gorau o ran ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio yn gynhwysol, gan gydnabod y bydd unrhyw benderfyniad dylunio yn effeithio ar brofiadau defnyddwyr mewn ffyrdd gwahanol. Felly mae'n blaenoriaethu diwallu'r ystod ehangaf o anghenion i ehangu mynediad, gan ymgysylltu ag amrywiaeth eang o ddefnyddwyr yn ystod y cam ymchwil o'r broses ddatblygu. Mae'r cyd-destun y mae pobl yn gwneud penderfyniadau ynddo a'r ffactorau seicolegol sy'n sail i wneud y penderfyniadau hynny yn cael eu hystyried. Darperir cefnogaeth benodol/wedi'i theilwra ar gyfer pobl ag anableddau neu anghenion hygyrchedd.
5. Mae cynhyrchion yn reddfal i'w defnyddio - defnyddir modelau meddwl i gyd-fynd â disgwyliadau defnyddwyr a helpu iddynt ddeall sut mae ymgysylltu â'r llwyfan. Mae adborth i ddefnyddwyr wedi'i ddylunio i'w helpu i ddeall a chynyddu eu hymwybyddiaeth o risgiau, yn ogystal â'r ymddygiadau sy'n gallu atal niwed, â sut i gywiro camgymeriadau. Ystyrir yr amser gorau posibl ar gyfer rhoi gwybodaeth i ddefnyddwyr sy'n berthnasol i'r camau y maen nhw'n eu cymryd.
6. Mae'r arferion gorau o ran ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio yn seiliedig ar ymchwil, tystiolaeth ac ymgysylltu â'r defnyddwyr, y cymunedau a'r arbenigwyr perthnasol.
7. Mae gwasanaethau ar-lein yn gwahodd craffu allanol ac annibynnol i leihau rhagfarn bosibl wrth ddylunio ymyriadau ar-llwyfan i hyrwyddo ymwybyddiaeth o'r cyfryngau.
8. Mae ymyriadau a pholisïau i hyrwyddo ymwybyddiaeth o'r cyfryngau yn cael eu dylunio a'u hiteru drwy ymgorffori canfyddiadau yn sgil gwerthuso cynnyrch yn erbyn metrigau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau. Gall y canfyddiadau hyn ddod o werthusiad a gynhaliwyd gan y gwasanaeth a/neu wasanaethau/safleoedd tebyg.

Monitro a gwerthuso

Mae monitro a gwerthuso effeithiau ymyriad ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ymchwiliadau empirig yn hanfodol er mwyn asesu effeithiolrwydd yr ymyriad, a sicrhau bod yr ymyriad yn gweithio yn ôl y bwriad. Mae'n caniatáu i wasanaethau ar-lein nodi unrhyw ganlyniadau anfwriadol a mireinio/gwella cynnyrch os oes angen mewn fersiynau yn y dyfodol.

Mae dulliau profi a gwerthuso cadarn yn rhan o'r ateb i wella'r broses o ledaenu gwybodaeth am ymyriadau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau, ac felly creu enghreifftiau o arferion gorau.

9. Bydd arferion gorau o ran ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio yn nodi sut bydd effeithiolrwydd (e.e. defnydd beirniadol a gwybodus o gynnyrch) yn cael ei fesur a'i farnu ar y dechrau, gan roi sylw penodol i effeithiau unrhyw ymyriad ar newid ymddygiad.
10. Mae ymyriadau'n cael eu monitro am effeithiolrwydd ac effaith ac yna'n cael eu haddasu i gynnal a gwella pa mor effeithiol ydyn nhw o ran cefnogi defnyddwyr, yn ogystal â lliniaru canlyniadau anfwriadol posibl.

- Efallai y bydd y gwasanaethau mwyaf yn gallu defnyddio dulliau arbrofi fel profion A/B sydd, os cânt eu cyflawni'n ddigonol, yn gallu caniatáu prosesau arsylwi ar gysylltiadau achlysurol. Fodd bynnag, rydym yn cydnabod efallai na fydd y technegau gwerthuso hyn yn ymarferol i lwyfannau o bob maint. Mae'r technegau arsylwi a hunan-adrodd (yn ddelfrydol, monitro a gwerthuso yn erbyn canlyniadau disgwylidig) a allai fod yn fwy addas i gyfyngiadau adnoddau gwasanaethau llai yn dal yn werthfawr iawn o ran cynyddu dealltwriaeth o'r hyn sy'n gweithio a'r hyn nad yw'n gweithio. Efallai y bydd angen arsylwi ar effeithiau rhai ymyriadau yn y tymor hir gan ddefnyddio metrigau adrodd mwy cyffredinol.
11. Mae gwasanaethau ar-lein yn rhannu canfyddiadau eu harbrefion a'u harsylwadau ar effeithiolrwydd ymyriadau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau fel rhan o ddangos arweinyddiaeth a menter yn y maes hwn.
 12. Lle bo'n bosibl, dylid asesu effeithiolrwydd ymyriadau ymwybyddiaeth o'r cyfryngau sydd wedi'u dylunio'n dda gan ddefnyddio mesuriadau y gellir eu meincnodi'n fras yn erbyn gwasanaethau neu brofiadau ar-lein tebyg eraill.

A1. Diffiniadau ar gyfer ymyriadau o fewn y cwmpas

Canfu ymchwil ddesg, a gynhaliwyd yn fewnol gan Ofcom rhwng mis Chwefror a mis Ebrill 2022, bum math presennol o ymyriadau ar-lwyfan ar draws 23 llwyfan cyfryngau cymdeithasol, chwilio a chwarae gemau ar-lein:

- **Labeli:** yn cael eu rhoi ar ddarnau unigol o gynnwys, canlyniadau chwilio a chyfrifon; rhoi gwybodaeth ychwanegol i ddefnyddwyr wrth iddynt edrych ar y cynnwys, y canlyniad chwilio neu'r cyfrif; gallant gyfeirio / cysylltu ag adnoddau ychwanegol gyda rhagor o wybodaeth neu gymorth.
- **Troshaenau:** yn cael eu rhoi ar ddarnau unigol o gynnwys a chanlyniadau chwilio; rhoi gwybodaeth ychwanegol i ddefnyddwyr cyn iddynt weld y cynnwys neu'r canlyniad chwilio; gallant nodi dewisiadau gwyllo'n benodol; gallant gyfeirio / cysylltu ag adnoddau ychwanegol gyda rhagor o wybodaeth neu gymorth.
- **Awgrymiadau / ffenestri naid:** yn cael eu cyflwyno i ddefnyddwyr ar sail gweithredoedd / ymddygiadau gwirioneddol neu bosibl neu newidiadau i lwyfannau; rhoi gwybodaeth ychwanegol i ddefnyddwyr am eu gweithredoedd / ymddygiadau neu newidiadau i lwyfannau; gallant nodi camau gweithredu / dewisiadau ymddygiad yn benodol; gallant gyfeirio / cysylltu ag adnoddau ychwanegol gyda rhagor o wybodaeth neu gymorth.
- **Hysbysiadau:** yn cael eu cyflwyno i ddefnyddwyr ar sail camau gweithredu / ymddygiadau go iawn neu newidiadau i lwyfannau drwy eu ffrwd hysbysu; rhoi gwybodaeth ychwanegol i ddefnyddwyr am weithredoedd / ymddygiadau neu newidiadau i lwyfannau gallant gyfeirio / cysylltu ag adnoddau ychwanegol gyda rhagor o wybodaeth neu gymorth.
- **Adnoddau:** adnoddau fideo, delweddau neu destun sy'n cael eu cyflwyno i ddefnyddwyr drwy eu ffrydiau cynnwys; rhoi gwybodaeth ychwanegol i ddefnyddwyr i lywio gweithredoedd / ymddygiadau yn y dyfodol; gallant gyfeirio / cysylltu ag adnoddau ychwanegol gyda rhagor o wybodaeth neu gymorth.

Ffigur 1: Modelau enghreifftiol o ymyriadau o fewn cwmpas

A2. Ymateb i'r ymgynghoriad hwn

Sut i ymateb

- A2.1 Byddai Ofcom yn hoffi i chi gyflwyno eich safbwyntiau a'ch sylwadau ynghylch y materion sydd wedi'u codi yn y ddogfen hon erbyn 23:59 ar 18 Rhagfyr 2023
- A2.2 Gallwch lwytho ffurflen ymateb i lawr yn <https://www.ofcom.org.uk/cymru/consultations-and-statements/category-2/principles-for-media-literacy-by-design>. Gallwch ddychwelyd y ffurflen dros e-bost neu drwy'r post i'r cyfeiriad sydd ar y ffurflen ymateb.
- A2.3 Os yw eich ymateb yn ffeil fawr, neu os yw'n cynnwys siartiau, tablau neu ddata ategol arall, a fydddech chi cystal â'i anfon dros e-bost i makingsenseofmedia@ofcom.org.uk, fel atodiad mewn fformat Microsoft Word, ynghyd â'r ddalen gyflwyno. Mae'r cyfeiriad e-bost hwn ar gyfer yr ymgynghoriad hwn yn unig ac ni fydd yn ddilys ar ôl 23:59 ar 18 Rhagfyr 2023.
- A2.4 Fel arall, gellir postio ymatebion i'r cyfeiriad isod, a theitl yr ymgynghoriad wedi'i farcio arnynt:
- Claire Levens
Ofcom
Riverside House
2A Southwark Bridge Road
Llundain SE1 9HA
- A2.5 Mae croeso i chi gyflwyno ymatebion mewn fformatau eraill, er enghraifft recordiad sain neu fideo mewn iaith Arwyddion Prydain. I ymateb drwy ddefnyddio iaith Arwyddion Prydain:
- anfonwch recordiad ohonoch chi'n defnyddio'r iaith arwyddion i gyfleu eich ymateb. Ni ddylai'r recordiad bara mwy na 5 munud. Dyma'r fformatau ffeil addas yw ffeiliau DVD, wmv neu QuickTime; neu
 - uwchlwythwch fideo ohonoch chi'n defnyddio'r iaith arwyddion i gyfleu'ch ymateb yn syth i YouTube (neu safle cynnal arall), ac anfon y ddolen atom ni.
- A2.6 Byddwn yn cyhoeddi trawsgrifiad o unrhyw ymatebion sain neu fideo a gawn (oni bai fod eich ymateb yn gyfrinachol)
- A2.7 Nid oes angen i ni gael copi papur o'ch ymateb yn ogystal â fersiwn electronig. Byddwn yn cydnabod derbyn ymateb a gyflwynir i ni drwy e-bost.
- A2.8 Nid oes yn rhaid i chi ateb pob cwestiwn yn yr ymgynghoriad os nad oes gennych chi safbwynt; mae ymateb byr ar ddim ond un pwynt yn iawn. Rydym hefyd yn croesawu ymatebion ar y cyd.
- A2.9 Byddai o gymorth pe bai eich ymateb yn cynnwys atebion uniongyrchol i'r cwestiynau a ofynnir yn y ddogfen ymgynghori. Mae'r cwestiynau wedi'u rhestru yn Atodiad 5. Byddai hefyd o gymorth petai modd i chi egluro pam eich bod yn arddel eich safbwyntiau, a beth rydych chi'n ei gredu fyddai effaith cynigion Ofcom.
- A2.10 Os hoffech chi drafod y materion a'r cwestiynau sydd wedi cael eu codi yn yr ymgynghoriad hwn, anfonwch e-bost i makingsenseofmedia@ofcom.org.uk.

Cyfrinachedd

- A2.11 Mae ymgynghoriadau'n fwy effeithiol os ydym yn cyhoeddi'r ymatebion cyn i'r cyfnod ymgynghori ddod i ben. Yn benodol, gall hyn fod o gymorth i bobl a sefydliadau sy'n brin eu hadnoddau neu heb fod yn gyfarwydd iawn â'r materion dan sylw i ymateb yn fwy gwybodus. Felly, er mwyn bod yn dryloyw a sicrhau ymarfer rheoleiddio da, ac oherwydd ein bod ni'n credu ei bod yn bwysig bod pawb sydd â diddordeb mewn mater yn gallu gweld safbwyntiau ymatebwyr eraill, fel rheol byddwn yn cyhoeddi ymatebion ar wefan Ofcom yn rheolaidd yn ystod y cyfnod ymgynghori ac ar ôl iddo ddod i ben.
- A2.12 Os ydych chi'n meddwl y dylid cadw eich ymateb yn gyfrinachol, a fyddech chi cystal â nodi i ba ran(nau) mae hyn yn berthnasol, ac egluro pam. Anfonwch unrhyw adrannau cyfrinachol fel atodiad ar wahân. Os ydych am i'ch enw, eich cyfeiriad, manylion cyswllt eraill, neu deitl eich swydd aros yn gyfrinachol, rhowch y manylion hynny ar y ddalen gyflwyno'n unig, fel na fydd rhaid i ni olygu'ch ymateb.
- A2.13 Os bydd rhywun yn gofyn i ni gadw ymateb cyfan neu ran ohono yn gyfrinachol, byddwn yn trin y cais hwn o ddifri ac yn ceisio ei barchu. Ond weithiau bydd angen i ni gyhoeddi pob ymateb, gan gynnwys y rhai sydd wedi eu nodi'n rhai cyfrinachol, er mwyn bodloni rhwymedigaethau cyfreithiol.
- A2.14 Er mwyn cyflawni ein dyletswydd cyn datgelu, gallwn rannu copi o'ch ymateb nad yw'n gyfrinachol ag adran berthnasol y llywodraeth cyn i ni ei gyhoeddi ar ein gwefan..
- A2.15 Sylwch hefyd y cymerir bod yr hawlfraint a phob eiddo deallusol arall sydd mewn ymatebion wedi'u rhoi o dan drwydded i Ofcom i'w defnyddio. Mae hawliau eiddo deallusol Ofcom yn cael eu hegluro ymhellach yn ein Telerau Defnyddio.

Camau nesaf

- A2.16 Yn dilyn yr ymgynghoriad hwn, mae Ofcom yn bwriadu cyhoeddi datganiad yng Ngwanwyn 2024.
- A2.17 Os dymunwch, gallwch gofrestru i dderbyn diweddariadau drwy e-bost sy'n rhoi gwybod i chi am gyhoeddiadau newydd Ofcom.

Prosesau ymgynghori Ofcom

- A2.18 Mae Ofcom yn ceisio sicrhau ei bod mor hawdd â phosibl ymateb i ymgynghoriad. I gael rhagor o wybodaeth, edrychwch ar ein hegwyddorion ymgynghori yn Atodiad 3.
- A2.19 Os oes gennych chi unrhyw sylwadau neu awgrymiadau am y modd rydym yn rheoli ein hymgynghoriadau, anfonwch neges e-bost atom yn consult@ofcom.org.uk. Rydym yn arbennig o falch o gael syniadau ynghylch sut y gallai Ofcom fod yn fwy effeithiol wrth ofyn am farn grwpiau neu unigolion, fel busnesau bach a defnyddwyr preswyl, sy'n llai tebygol o roi eu barn drwy ymgynghoriad ffurfiol.
- A2.20 Os hoffech drafod y materion hyn, neu brosesau ymgynghori Ofcom yn gyffredinol, cysylltwch ag ysgrifennydd y gorfforaeth:

A2.21 Ysgrifennydd y Gorfforaeth

Ofcom

Riverside House

2a Southwark Bridge Road

Llundain SE1 9HA

E-bost: corporationsecretary@ofcom.org.uk

A3. Egwyddorion Ofcom ar gyfer ymgynghori

Mae Ofcom yn dilyn saith egwyddor ar gyfer pob ymgynghoriad ysgrifenedig cyhoeddus:

Cyn yr ymgynghoriad

A3.1 Os oes modd, byddwn yn cynnal sgysiau anffurfiol â phobl a chyrrff cyn cyhoeddi ymgynghoriad mawr i gael gwybod a ydym yn meddwl yn y cyfeiriad iawn. Os nad oes gennym ddigon o amser i wneud hyn, byddwn yn cynnal cyfarfod agored i egluro ein cynigion yn fuan ar ôl cyhoeddi'r ymgynghoriad.

Yn ystod yr ymgynghoriad

- A3.2 Byddwn yn glir ynghylch pwy rydym yn ymgynghori â nhw, pam, ar ba gwestiynau ac am ba hyd.
- A3.3 Byddwn yn gwneud y ddogfen ymgynghori'n un mor fyr ac mor syml ag y bo modd gyda chrynodeb o ddim mwy na dwy dudalen. Byddwn yn ceisio ei gwneud mor hawdd â phosibl i bobl roi ymateb ysgrifenedig i ni.
- A3.4 Byddwn yn ymgynghori am gyfnod o hyd at ddeg wythnos yn dibynnu ar effaith bosibl ein cynigion.
- A3.5 Bydd rhywun yn Ofcom yn gyfrifol am sicrhau ein bod yn dilyn ein canllawiau ein hunain ac yn ceisio cyrraedd y nifer fwyaf o bobl a sefydliadau sydd efallai â diddordeb yng nghanlyniad ein penderfyniadau. Hyrwyddwr Ymgynghori Ofcom fydd y prif unigolyn y dylid cysylltu ag ef os oes gennych farn am y modd rydym yn cynnal ein hymgyngoriadau.
- A3.6 Os na fyddwn yn gallu dilyn unrhyw un o'r saith egwyddor hyn, byddwn yn egluro pam.

Ar ôl yr ymgynghoriad

Rydym yn credu ei bod hi'n bwysig bod pawb sydd â diddordeb mewn mater yn gallu gweld safbwyntiau pobl eraill. Felly, fel rheol, byddwn yn cyhoeddi'r ymatebion ar ein gwefan yn rheolaidd yn ystod y cyfnod ymgynghori ac ar ôl iddo ddod i ben. Ar ôl yr ymgynghoriad byddwn yn gwneud ein penderfyniadau ac yn cyhoeddi datganiad sy'n egluro beth fyddwn ni'n ei wneud, a pham, gan ddangos sut mae safbwyntiau'r ymatebwyr wedi helpu i siapio'r penderfyniadau hyn.

A4. Dalen gyflwyno'r ymgynghoriad

Manylion sylfaenol

Teitl yr ymgynghoriad:

At (swyddog cyswllt yn Ofcom):

Enw'r ymatebydd:

Yn cynrychioli (eich hun neu sefydliad(au):

Cyfeiriad (os na chafwyd y ddogfen ymgynghori drwy e-bost):

Cyfrinachedd

Ticiwch isod i ddangos pa ran o'ch ymateb sydd yn eich barn chi yn gyfrinachol, gan roi'ch rhesymau am hynny

- Dim
- Enw/manylion cyswllt/teitl swydd
- Ymateb cyfan
- Sefydliad
- Rhan o'r ymateb

Os detholwyd 'Rhan o'r ymateb', nodwch pa rannau:

Os ydych am i ran o'ch ymateb, eich enw neu'ch sefydliad beidio â chael eu cyhoeddi, a gaiff Ofcom dal gyhoeddi cyfeiriad at gynnwys eich ymateb (gan gynnwys, yn achos unrhyw rannau cyfrinachol, grynodeb cyffredinol na fydd yn datgelu'r wybodaeth benodol nac yn datgelu pwy ydych chi)?

Caiff Na chaiff

Datganiad

Rwyf yn cadarnhau bod yr ohebiaeth sydd wedi'i rhoi gyda'r ddalen gyflwyno hon yn ymateb ffurfiol i'r ymgynghoriad y gall Ofcom ei gyhoeddi. Fodd bynnag, wrth roi'r ymateb hwn, rwy'n deall y gallai fod angen i Ofcom gyhoeddi'r holl ymatebion, gan gynnwys y rheini sydd wedi'u marcio'n rhai cyfrinachol, er mwyn cyflawni dyletswyddau cyfreithiol. Os wyf wedi anfon fy ymateb drwy neges e-bost, gall Ofcom ddiystyru unrhyw destun e-bost safonol ynghylch peidio â datgelu cynnwys ac atodiadau'r neges e-bost.

Mae Ofcom yn ceisio cyhoeddi ymatebion yn rheolaidd yn ystod y cyfnod ymgynghori ac ar ôl iddo ddod i ben. Os nad yw eich ymateb yn gyfrinachol (yn gyfan gwbl neu'n rhannol), ac y byddai'n well gennych i ni beidio â chyhoeddi'ch ymateb nes bod yr ymgynghoriad wedi dod i ben, ticiwch yma.

Enw

Llofnod (os darperir copi papur)

A5. Cwestiynau'r ymgynghoriad

A5.1 Rydym yn gwahodd ymatebion i'r cwestiynau canlynol a gofynnwyd gennym yn yr alwad hon am fewnbwn:

Cwestiwn 1. Rydym yn cynnwys labeli, troshaenau, ffenestri naid, hysbysiadau ac adnoddau fel enghreifftiau o ymyriadau ar-lwyfan (mae gwybodaeth ychwanegol am y teipoleg hwn ar gael yn yr Atodiad ar dudalen 3).

- (a) A ydych chi'n cytuno â'r categorïau hyn ar gyfer ymyriadau ar-lwyfan?
- (b) Os nad ydych, esboniwch pam.

Cwestiwn 2. A oes gennych chi unrhyw adborth ar y crynodeb o'r themâu a nodwyd gennym o wasanaethau ar-lein? A oes unrhyw beth wedi'i hepgor neu eitemau eraill sy'n bwysig i'w hychwanegu yn eich barn chi?

Cwestiwn 3. A oes unrhyw beth ar goll gennym i ychwanegu at y tri phennawd sy'n cael eu defnyddio i strwythuro egwyddorion yr arferion gorau ar gyfer ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio?

Cwestiwn 4. Pa agweddau ar egwyddorion yr arferion gorau arfaethedig ar gyfer ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio sy'n gweithio'n dda, a pham? Pa agweddau sydd ddim yn gweithio cystal, a pham? A oes gennych chi unrhyw sylwadau ar yr egwyddorion penodol (rhoch fanylion os ydych chi'n rhoi adborth ar egwyddorion unigol)?

Cwestiwn 5. A oes gennych chi unrhyw arweiniad / adborth pellach i'w gynnig ar sut gall llwyfannau weithredu arferion gorau o ran ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio?

Cwestiwn 6. A allwch chi gyflwyno unrhyw astudiaethau achos neu enghreifftiau o wahanol wasanaethau sy'n gweithredu unrhyw un o'r egwyddorion gorau hyn ar gyfer ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio? A allwch chi ddarparu unrhyw enghreifftiau eraill o arferion gorau o ran ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio nad ydynt o bosibl yn cael sylw yn y ddogfen hon?

Cwestiwn 7. Sut ydych chi'n disgwyl i wasanaethau o fewn cwmpas ddangos eu bod wedi mabwysiadu'r egwyddorion? Sut fyddai hyn yn edrych?

Cwestiwn 8. Beth arall y gellir ei wneud i annog gwasanaethau i hyrwyddo ymwybyddiaeth o'r cyfryngau drwy ddylunio?

Cwestiwn 9. Sut ydych chi'n rhagweld y gwasanaethau arfaethedig sydd o fewn cwmpas y gwaith hwn yn newid ac esblygu o fewn y 5-10 mlynedd nesaf - gan gyfeirio'n benodol at y ffordd mae'r elfennau dylunio yn ymwneud â hyrwyddo ymwybyddiaeth o'r cyfryngau?

Crynodeb syml ar lefel uchel yn unig yw'r adran trosolwg yn y ddogfen hon. Mae'r egwyddorion rydym yn ymgynghori yn eu cylch ynghyd â'n rhesymau wedi'u nodi yn y ddogfen lawn.