
Cael gafael ar Newyddion yn y Deyrnas Unedig: 2023

Canfyddiadau'r ymchwil

Cynnwys

Adran

Cyflwyniad	1
Crynodeb o'r canfyddiadau	4

Atodiad

A1. Methodoleg	23
----------------	----

Cyflwyniad

Mae'r adroddiad cryno hwn yn nodi canfyddiadau ymchwil diweddaraf Ofcom ynghylch defnydd oedolion y Deyrnas Unedig o'r newyddion ar draws teledu, radio, print, cyfryngau cymdeithasol a gwefannau neu apiau eraill. Mae'r adran gyntaf yn rhoi trosolwg o'r defnydd cyffredinol o newyddion yn y Deyrnas Unedig, gan dynnu sylw at newidiadau nodedig yn ystod y pum mlynedd diwethaf. Mae wedyn yn edrych ar agweddau tuag at ffynonellau newyddion ar ddimensiynau fel ymddiriedaeth, cywirdeb ac ansawdd. Mae tair adran arall yn tynnu sylw at y defnydd o gyfryngau cymdeithasol ar gyfer newyddion; arferion newyddion oedolion ifanc (pobl 16-24 oed); a ffynonellau newyddion a diddordebau newyddion pobl ifanc (12-15 oed).

Mae'r adroddiad hwn yn edrych ar draws marchnad newyddion y Deyrnas Unedig yn ei chyfanrwydd. Mae'n cynnwys amrywiaeth o ddogfennau, gan gynnwys [data ategol](#), adroddiadau unigol ar gyfer [Cymru](#), [Yr Alban](#) a [Gogledd Iwerddon](#).

Cynhaliwyd y gwaith maes ar gyfer yr arolwg i oedolion eleni dros ddwy don: 7 Tachwedd – 7 Rhagfyr 2022 a 27 Chwefror – 3 Ebrill 2023. Mae'r arolwg yn defnyddio cyfuniad o ymchwil ar-lein ac wyneb yn wyneb. Yn 2021 fe wnaeth Covid-19 ein hatal rhag cynnal yr ymchwil wyneb yn wyneb. Roeddem modd i ni ddychwelyd i ymchwilio wyneb yn wyneb yn 2022 a 2023. Gan hynny, rydym yn cymharu rhwng 2018-2020 a 2022-23, ond ni allwn wneud cymariaethau uniongyrchol rhwng y blynyddoedd hynny a 2021.

Cafodd y gwaith maes ar gyfer arolwg yr oedolion eleni ei gynnal rhwng 2il Tachwedd a 10fed Rhagfyr 2022, a rhwng 27ain Chwefror a 29ain Mawrth 2023.

Er hwylustod adrodd, rydym yn cyfeirio at y data diweddaraf hwn fel '2023' drwy gydol y ddogfen.

Er mai'r brif ffynhonnell ar gyfer yr adroddiad hwn yw Arolwg Cael Gafael ar Newyddion Ofcom, mae'r adroddiad hefyd yn cynnwys cyfeiriadau at Barb¹ ar gyfer gwyllo teledu, [Digital News Report](#) Reuters Institute for the Study of Journalism 2023 ac [Ymchwil Meintiol Lluosogrwydd y Cyfryngau Ofcom](#) a gyhoeddwyd yn 2022.

¹ Barb yw safon y diwydiant ar gyfer deall beth mae pobl yn y Deyrnas Unedig yn ei wyllo

Beth rydym wedi ei ganfod – yn gryno

Cael gafael ar newyddion yn gyffredinol:

- Mae cynnwys newyddion ar gael ar draws amrywiaeth o lwyfannau ac yn cael ei ddarparu mewn amrywiaeth o ffyrdd sy'n ei wneud yn hygyrch ac yn gyfleus i lawer o bobl. Mae'r rhan fwyaf o oedolion yn y Deyrnas Unedig (96%) yn dweud eu bod yn cael newyddion ar ryw ffurf, gyda theledu sy'n cael ei ddarlledu yn cadw ei safle fel y llwyfan sy'n cael ei ddefnyddio amlaf (defnyddir gan 70% o oedolion y Deyrnas Unedig). Mae hyn yn cynyddu i 75% pan fydd cynnwys ar-alw yn cael ei gynnwys.
- Mae allbwn newyddion y BBC ar draws ei holl lwyfannau yn cyrraedd 73% o holl oedolion y Deyrnas Unedig, gyda BBC One yn parhau i fod y ffynhonnell sy'n cael ei defnyddio amlaf yn ogystal â'r ffynhonnell bwysicaf ar ei phen ei hun.
- Er bod gostyngiad hirdymor wedi bod yn y defnydd o bapurau newydd print, gyda chyrhaeddiad cyffredinol y brandiau newyddion hyn yn cael ei ategu gan eu llwyfannau digidol, mae ein data diweddaraf yn dangos cyrhaeddiad cyson papurau newydd print rhwng 2022 a 2023.

Cyfyngau Cymdeithasol:

- Ffynonellau ar-lein yw'r ail lwyfan sy'n cael ei ddefnyddio fwyaf ar gyfer newyddion y tu ôl i deledu sy'n cael ei ddarlledu, gan eu bod yn cael eu defnyddio gan dros ddwy ran o dair (68%) o oedolion yn y Deyrnas Unedig. Mae cyfyngau cymdeithasol yn sbardun pwysig ar gyfer hyn, gydag ychydig o dan hanner (47%) o oedolion y Deyrnas Unedig yn defnyddio cyfyngau cymdeithasol i gael newyddion y dyddiau hyn.
- Er mai Facebook yw'r ffynhonnell cyfyngau cymdeithasol sy'n cael ei defnyddio amlaf o hyd (gan gyrraedd 30% o oedolion y Deyrnas Unedig), mae'n dangos arwyddion o ddirywiad yn y defnydd (35% yn 2019). I'r gwrthwyneb, mae TikTok wedi dod yn fwyfwy poblogaidd fel ffynhonnell newyddion, gan gyrraedd 10% o oedolion y Deyrnas Unedig, 1% o gynnydd yn 2020).
- Mae rhywfaint o wahaniaeth rhwng y mathau o newyddion mae pobl yn defnyddio gwahanol lwyfannau cyfyngau cymdeithasol ar eu cyfer, ond mae'r rhan fwyaf o lwyfannau'n cael eu defnyddio ar gyfer amrywiaeth o fathau o newyddion.

Oedolion ifanc (16-24 oed):

- Mae mwyafrif (83%) o bobl ifanc 16-24 oed yn gwylio newyddion ar-lein. Mae hyn oherwydd y defnydd o gyfyngau cymdeithasol ar gyfer newyddion (71%). I'r gwrthwyneb, mae teledu sy'n cael ei ddarlledu yn cael ei ddefnyddio ar gyfer newyddion gan lai na hanner (47%) y grŵp oedran hwn er bod hyn yn cynyddu i 53% pan fydd gwylio ar-alw yn cael ei gynnwys.
- Mae'r modd maent yn cael gafael ar newyddion ar-lein hefyd yn wahanol i oedolion hŷn. Mae llawer llai o bobl 16-24 oed yn mynd yn uniongyrchol at wefannau am eu newyddion; maent yn fwy tebygol o fynd drwy'r cyfyngau cymdeithasol.
- Mae eu rhesymau dros ddilyn newyddion hefyd yn wahanol. Er bod gwybod mwy am yr hyn sy'n digwydd ledled y Deyrnas Unedig neu yn eu hardal leol yn ysgogwyr allweddol ar gyfer y boblogaeth gyffredinol, mae oedolion ifanc yn fwy tebygol o ddilyn y newyddion ar gyfer gwaith neu astudiaethau, ac o basio amser pan fyddant wedi diflasu neu'n cymudo.

- Mae ganddynt fwy o ddiddordeb nag oedolion eraill mewn mathau ysgafnach o newyddion ar y cyfryngau cymdeithasol, ond nid ar draul cael gafael ar bynciau newyddion mwy dwys.

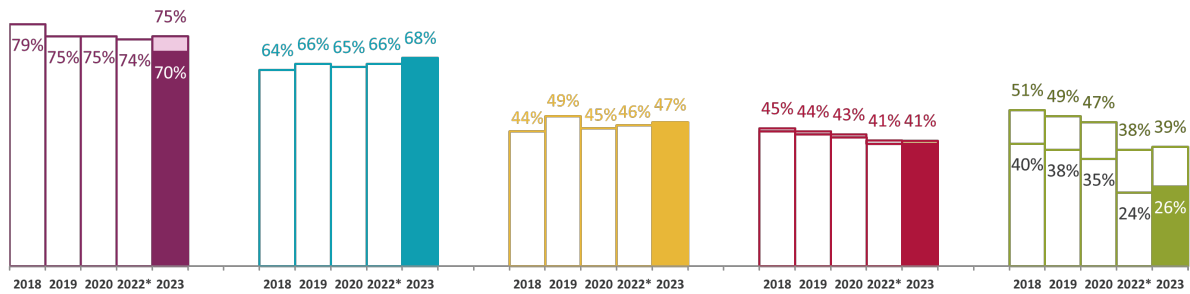
Pobl ifanc yn eu harddegau (12-15 oed):

- Er mai'r BBC sydd â'r cyrhaeddiad uchaf mewn unrhyw sefydliad newyddion, gyda'i gynnwys yn cyrraedd 39% o'r grŵp oedran hwn, ar ôl hynny, TikTok (28%), YouTube (25%) ac Instagram (25%) yw'r tair ffynhonnell unigol a ddefnyddir fwyaf ar gyfer newyddion. Dywedodd un o bob deg o bobl ifanc yn eu harddegau mai TikTok oedd eu prif ffynhonnell newyddion.
- Yn unol â'u pynciau newyddion o ddiddordeb, mae pynciau newyddion ysgafnach o'r diddordeb mwyaf ar lwyfannau cyfryngau cymdeithasol, gyda newyddion am 'enwogion' a 'cerddoriaeth' ar y brig yn achos y rhai sy'n defnyddio TikTok, Instagram, Facebook a Snapchat ar gyfer newyddion.

Crynodeb o'r canfyddiadau

Oedolion y Deyrnas Unedig

Ffigur 1: Defnyddio'r prif lwyfannau ar gyfer newyddion y dyddiau hyn



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023

Cwestiwn: C1. Pa rai o'r llwyfannau canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn? Sail: Pob oedolyn 16+. 2023=4556, 2022 W2*=2792, 2020=4576, 2019=4691, 2018=4618. Data 2022 W1, a 2021 heb ei ddangos oherwydd nad oedd gwaith maes wyneb yn wyneb yn bosibl yn ystod pandemig Covid-19. **Yn cynnwys defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol, podlediadau a phob gwefan/ap arall mae modd cael gafael arnynt drwy unrhyw ddyfais ***BVoD wedi ei gynnwys am y tro cyntaf yn 2023

Newyddion ar y teledu ac ar-lein yn cyrraedd mwyafrif oedolion y Deyrnas Unedig

Mae cynnwys newyddion ar gael ar draws amrywiaeth o lwyfannau ac yn cael ei ddarparu mewn amrywiaeth o ffyrdd sy'n ei wneud yn hygyrch ac yn gyfleus. Mae'r rhan fwyaf o oedolion yn y Deyrnas Unedig (96%) yn cael newyddion ar ryw ffurf, gyda theledu sy'n cael ei ddarparu yn cadw ei safle fel y llwyfan sy'n cael ei ddefnyddio amlaf, gan gyrraedd 70% o oedolion y Deyrnas Unedig. Mae hyn yn cynrychioli gostyngiad o'i gymharu â 2018, a'r tymor hwy o'i gymharu â 2018. Fodd bynnag, mae hyn yn cynyddu i 75% pan mae gwasanaethau fideo ar-alw darlledu (BVoD) yn cael eu cynnwys.² Mae tua dau o bob pump (42%) yn defnyddio teledu sy'n cael ei ddarparu yn unig, mae 5% yn defnyddio BVoD yn unig ac mae 28% yn defnyddio'r ddau.

Er bod gostyngiad hirdymor wedi bod yn y defnydd o bapurau newydd print, gyda chyrhaeddiad cyffredinol y brandiau newyddion hyn yn cael ei ategu gan eu llwyfannau digidol, mae ein data diweddaraf yn dangos cyrraeddiad cyson rhwng 2022 a 2023. Nodwn fod [Digital News Report](#) Sefydliad Reuters hefyd yn dangos cyrraeddiad gweddol gyson deunydd printiedig yn y Deyrnas Unedig rhwng 2021 a 2023.

² Eleni roedd yr arolwg yn cynnwys gwasanaethau fideo ar-alw darlledu fel BBC iPlayer, ITVX/ITX Premium ac All 4/All 4+ fel ffynonellau newyddion. Ailfrandiwyd All4/All4+ i 'Channel 4/Channel 4+' yn 2023 ar ôl i waith maes NCS gael ei gwblhau.

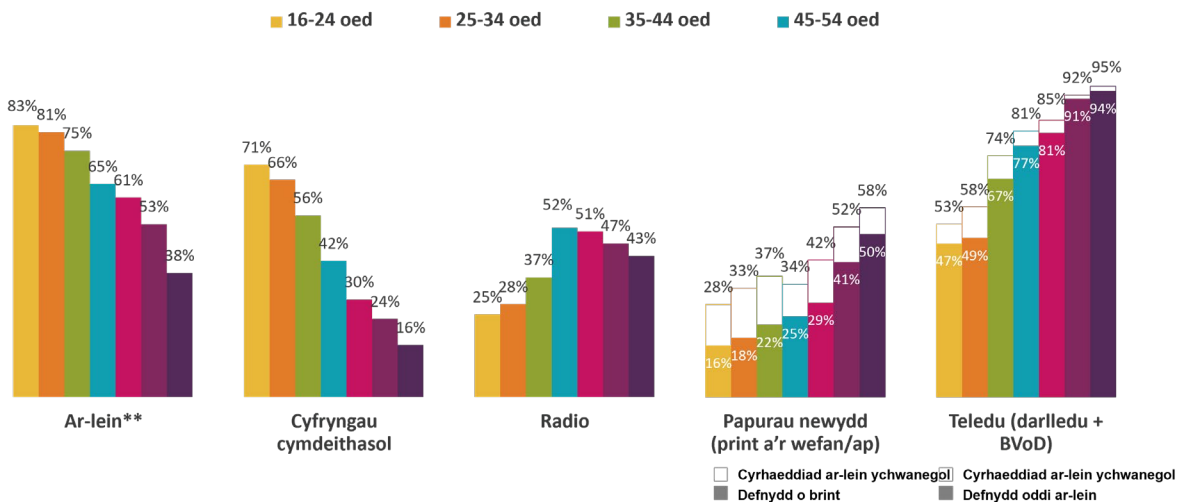
Mae dros ddwy ran o dair (68%) o oedolion y Deyrnas Unedig yn cael gafael ar newyddion drwy ffynonellau ar-lein, ychydig y tu ôl i deledu sy'n cael ei ddarlledu. Mae cyfryngau cymdeithasol yn sbardun pwysig ar gyfer hyn, gydag ychydig o dan hanner (47%) yn defnyddio'r ffynonellau hyn ar gyfer newyddion-

Mae oedolion iau yn fwyaf tebygol o ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol ar gyfer newyddion; mae oedolion hŷn yn defnyddio ffynonellau mwy traddodiadol

Mae Ffigur 2 isod yn dangos bod ffynonellau newyddion ar-lein yn boblogaidd ymysg pobl iau'r sbectrwm oedran, sy'n cael eu defnyddio gan 83% o bobl ifanc 16-24 oed. Mae hyn yn cael ei sbarduno gan gyfryngau cymdeithasol, sy'n cael ei ddefnyddio gan 71% o'r grŵp oedran hwn ar gyfer newyddion. Mae teledu sy'n cael ei ddarlledu yn cael ei ddefnyddio gan lai na hanner (47%) y grŵp oedran hwn o'i gymharu â'r mwyafrif helaeth o bobl dros 65 oed.

Mae Ffigur 2 hefyd yn dangos bod cyrhaeddiad papurau newydd print a theledu sy'n cael ei ddarlledu yn cael ei ymestyn gan ddefnydd ychwanegol ar-lein drwy wasanaethau BVoD a gwefannau ac apiau papurau newydd, yn enwedig ymysg y rhai rhwng 25 a 34 oed a 35-44 oed.

Ffigur 2: Defnyddio'r prif lwyfannau ar gyfer newyddion y dyddiau hyn, yn ôl oedran



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion ymysg Pobl Ifanc yn eu Harddegau 2023, Cwestiwn: C1. Pa rai o'r llwyfannau canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn?

Sail: Pob oedolyn 16+ 2023 – Oedran: 16-24=739, 25-34=665, 35-44=819, 45-54=724, 55-64=622, 65-74=562, 75+=423

**Mae ffigurau'r rhyngwyd yn cynnwys defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol, podlediadau a phob gwefan/ap arall mae modd cael gafael arnynt drwy unrhyw ddyfais

Mae BBC One yn parhau i fod â'r cyrhaeddiad uchaf o unrhyw ffynhonnell newyddion unigol ond mae'n dangos arwyddion o ddirywiad graddol. Mae Facebook hefyd yn dangos arwyddion o ddirywiad

Wrth ystyried ffynonellau newyddion unigol ar draws pob llwyfan, BBC One (49%) yw'r ffynhonnell newyddion sy'n cael ei defnyddio amlaf ac yna ITV (34%) a Facebook (30%).

Mae Ffigur 3 yn dangos bod BBC One, ITV a Facebook wedi gweld dirywiad graddol dros y pum mlynedd diwethaf. Mewn cyferbyniad, mae presenoldeb TikTok fel ffynhonnell newyddion yn tyfu gyda 10% o oedolion y Deyrnas Unedig yn cyfeirio ato fel ffynhonnell newyddion y dyddiau hyn.

Ffigur 3: Yr 20 prif ffynhonnell newyddion

	2018	2019	2020	2022*	2023
BBC One	62%	58%	56%	53%	49%
ITV/ITV CYMRU/UTV/STV	41%	40%	41%	35%	34%
Facebook	33%	35%	34%	32%	30%
BBC iPlayer**	-	-	-	-	24%
Sianel BBC News	26%	23%	21%	24%	23%
Gwefan/ap y BBC***	23%	25%	23%	23%	22%
Sianel Sky News	24%	23%	25%	23%	21%
Twitter	14%	16%	17%	17%	17%
Channel 4	18%	17%	18%	17%	16%
Instagram	9%	13%	14%	16%	16%
Daily Mail/Mail on Sunday	18%	18%	17%	15%	14%
WhatsApp	10%	14%	13%	14%	13%
Google (peiriant chwilio)	17%	19%	15%	12%	13%
ITVX/ITVX Premium**	-	-	-	-	11%
BBC Two	14%	11%	11%	11%	11%
BBC Radio 2	12%	12%	12%	11%	11%
The Guardian/Observer	11%	11%	10%	10%	10%
TikTok**	-	-	1%	7%	10%
BBC Radio 1	9%	9%	9%	8%	8%
Channel 5	10%	10%	8%	8%	8%

Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023

Cwestiwn: D2a-D8a. Gan feddwl yn benodol am < llwyfan>, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn?

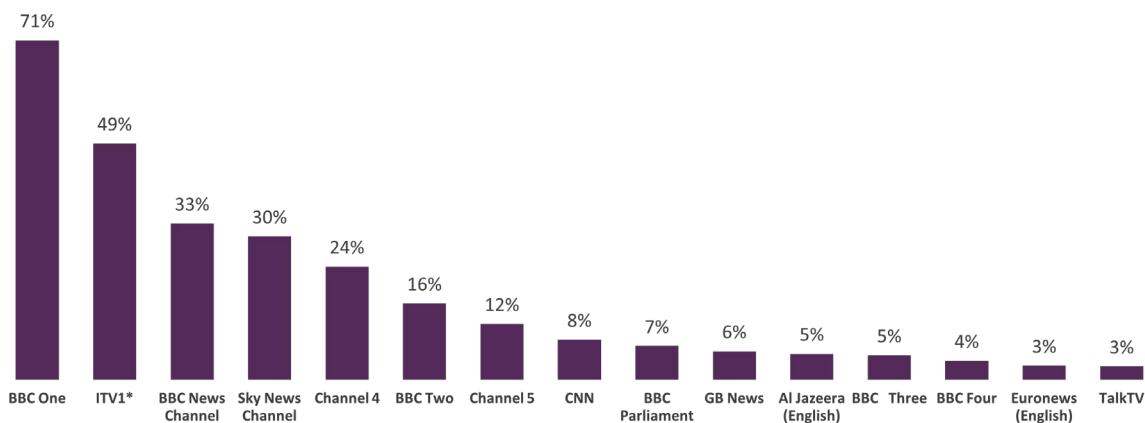
Sail: Pawb sy'n Oedolion 16 oed a hŷn - 2023=4556, 2022 W2*=2792, 2020=4576, 2019=4691, 2018=4618. Data 2022 W1, a 2021 heb ei ddangos oherwydd nad oedd gwaith maes wyneb yn wyneb yn bosibl yn ystod pandemig Covid-19. **Ychwanegwyd BBC iPlayer ac ITVX yn 2023, Ychwanegwyd TikTok yn 2020. ***Yn cynnwys y fersiwn Gymraeg

Mae un o bob pum oedolyn (19%) yn y Deyrnas Unedig yn enwi BBC One fel eu ffynhonnell newyddion bwysicaf, er bod hyn yn ostyngiad o ffigwr a oedd dros chwarter (27%) yn 2018. Mae 8% o oedolion y Deyrnas Unedig yn dweud mai ITV1 yw eu ffynhonnell newyddion bwysicaf, ac mae Facebook a gwefan/ap y BBC yn cael eu dewis gan 7% o oedolion y Deyrnas Unedig.

Mae'r Darlledwyr Gwasanaeth Cyhoeddus³ yn parhau i fod yn brif rym o ran darparu newyddion, gan gyrraedd 94% o gynulleidfaedd newyddion teledu

Ymysg y rhai sy'n defnyddio teledu ar gyfer newyddion, BBC One yw'r sianel sy'n cael ei defnyddio fwyaf, ac mae cyrhaeddiad sianeli teledu'r BBC ymysg y grŵp hwn yn 84%, gostyngiad o'r ffigwr o 87% yn 2018. Mae sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn cyrraedd 94% o gynulleidfaedd teledu'r Deyrnas Unedig ac, y tu allan i'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus a Sky News, nid oes unrhyw sianel deledu arall sy'n cynnig newyddion yn cyrraedd mwy nag 8% o'r rhai sy'n defnyddio teledu ar gyfer newyddion.

Ffigur 4: Cyrhaeddiad sianeli teledu ymysg pawb sy'n defnyddio teledu i gael newyddion y dyddiau hyn



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023

Cwestiwn: D2a. Gan feddwl yn benodol am y teledu, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn? D2ai. Pa rai o'r gwasanaethau ar-llw neu ddal i fyny a ganlyn, os o gwbl, ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn?

Sail: Yr holl oedolion 16 oed a hŷn sy'n defnyddio teledu ar gyfer cael newyddion y dyddiau yma. Dim ond y ffynonellau sydd â nifer o >2% a ddangosir

*Yn cynnwys ITV Cymru, STV ac UTV

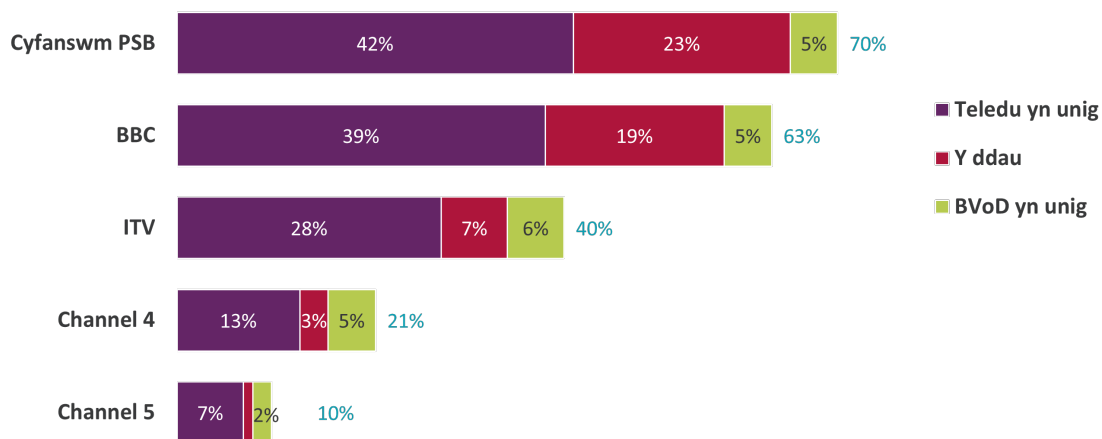
Er bod cyrhaeddiad newyddion ar sianeli teledu sy'n cael eu darlledu yn gostwng dros amser,⁴ roedd cynnwys gwasanaethau BVoD yn yr arolwg yn dangos bod y rhain hefyd yn boblogaidd ar gyfer cael gafael ar newyddion. BBC iPlayer (sy'n cyrraedd 24% o oedolion y Deyrnas Unedig ar gyfer newyddion) ac ITVX/ITVX premium (sy'n cyrraedd 11% o oedolion y Deyrnas Unedig ar gyfer newyddion) yw'r bedwaredd a'r bedwaredd ar ddeg ffynhonnell newyddion mwyaf poblogaidd yn y

³ Y darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus yw sianeli teledu'r BBC, ITV1, ITV Cymru, STV ac UTV, S4C, Channel 4 a Channel 5.

⁴ Mae Barb yn dangos bod cyrhaeddiad wythnosol cyfartalog newyddion cenedlaethol/rhyngwladol ar BBC One wedi gostwng o 65% yn 2010 i 47% yn 2022, ac o 42% i 30% ar gyfer ITV dros yr un cyfnod.

Deyrnas Unedig yn y drefn honno. Yn ogystal â chynyddu cyrhaeddiad newyddion teledu yn gyffredinol, mae gwasanaethau BVoD yn cynyddu cyrhaeddiad newyddion teledu, ITV, Channel 4 a Channel 5.

Ffigur 5: Cyrhaeddiad Darlledwyr Gwasanaeth Cyhoeddus drwy deledu a BVoD

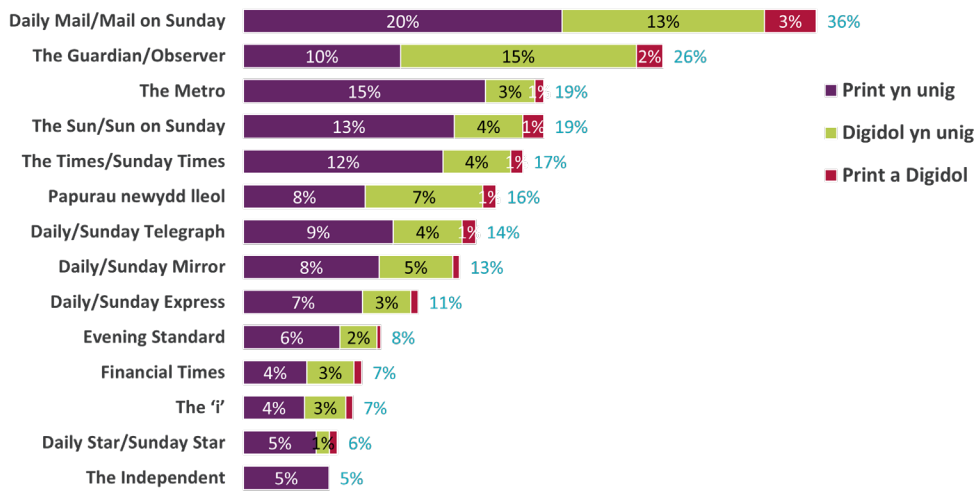


Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023. Cwestiwn: D2a. Gan feddwl yn benodol am y teledu, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn? D2ai. Pa rai o'r gwasanaethau ar-alw neu ddal i fyny a ganlyn, os o gwbl, ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn? D13 Ym mha ffyrdd ydych chi'n cael gafael ar newyddion a'i ddefnyddio drwy ffynonellau rhyngwrwyd y dyddiau hyn?

Sail: Pob oedolyn 16 oed a hŷn, 2023=4556

Mae cyrhaeddiad yr holl bapurau newydd print cenedlaethol yn dal yn gyson â 2022. Y Daily Mail/Mail on Sunday a'r Guardian/Observer yw'r teitlau newyddion a ddarllenir yn fwyaf cyffredin yn gyffredinol. Y Guardian/Observer a'r Daily Mail/Mail on Sunday yw'r teitlau digidol mwyaf poblogaidd hefyd.

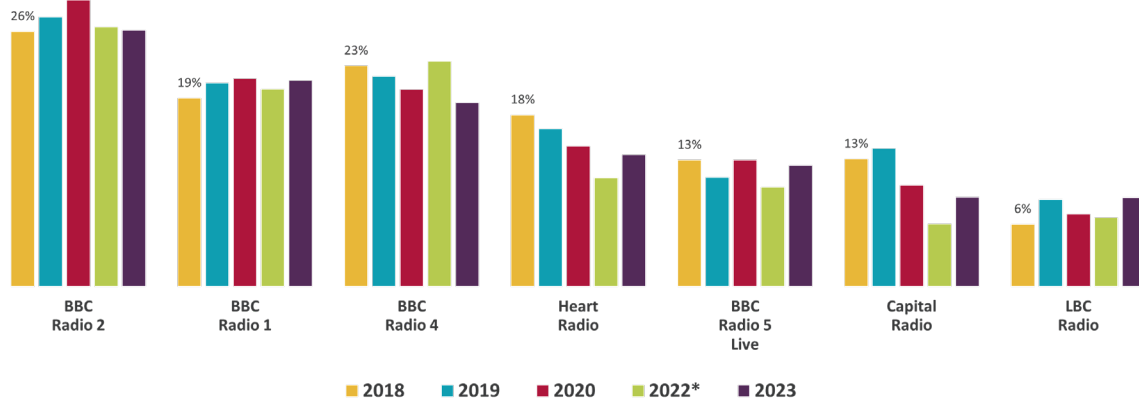
Ffigur 6: Darllen deunydd print o'i gymharu â darllenwyr digidol ymysg pawb sy'n defnyddio papurau newydd print neu ddigidol y dyddiau hyn



*Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023, Cwestiwn: D3a/D4a. Gan feddwl yn benodol am bapur(au) newydd dyddiol/wythnosol, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn? D8a. Gan feddwl yn benodol am y rhynggrwyd, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn?
Sail: Pob un sy'n defnyddio papurau newydd (print a gwefan/ap) i gael newyddion – 2023=1767*

Mae radio yn llai amlwg o ran bod yn ffynhonnell newyddion bendant – mae'r rhan fwyaf o orsafoedd radio yn darparu bwletinâu byr unwaith yr awr yn unig, ac mae gorsafoedd llafar unigol yn tueddu i apelio at gynulleidfaoedd penodol yn hytrach na chyrraedd poblogaeth ehangach. Mae dwy orsaf radio'r BBC yn ymddangos yn yr 20 prif ffynhonnell newyddion – BBC Radio 2 a BBC Radio 1 – sef gorsafoedd radio cerddoriaeth mwy prif ffrwd y BBC. Fodd bynnag, mae'r gorsafoedd hyn hefyd yn cynnwys rhaglenni penodol sydd hefyd yn canolbwyntio ar newyddion a materion cyfoes (BBC Radio 2 – Jeremy Vine; BBC Radio 1 – *Newsbeat*) a allai hefyd ddylanwadu ar ganfyddiadau cynulleidfaoedd o ddarpariaeth newyddion. Wrth edrych ar yr amrywiaeth o orsafoedd sy'n cael eu henwi gan wrandawyr fel ffynonellau newyddion, mae'n ymddangos bod cyrhaeddiad Capital a Heart, a oedd, y llynedd, fel pe bai'n wynebu dirywiad hirdymor, wedi sefydlogi.

Ffigur 7: Cyrhaeddiad gorsafoedd radio ymysg pawb sy'n defnyddio radio i gael newyddion y dyddiau hyn



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023, Cwestiwn: D6a. Gan feddwl yn benodol am orsafoedd radio, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn? Sail: Pawb sy'n defnyddio radio ar gyfer newyddion – 2023=1807, 2022 W2=1176, 2020=1975, 2019=2043, 2018=2096. Dim ond ffynonellau sydd â >8% yn 2023 a ddangosir *2022 W1, a 2021, ni ddangosir data oherwydd nad oedd gwaith maes wyneb yn wyneb yn bosibl yn ystod pandemig Covid-19*

Ymysg y rhai sy'n defnyddio ffynonellau ar-lein, gwefan y BBC (58% o gyrhaeddiad), Google Search (33%), YouTube (19%) a Google News (19%) sydd â'r cyrhaeddiad uchaf. Mae gwefan Sky News, y Guardian a'r Mail i gyd yn cyrraedd 16% o'r rhai sy'n defnyddio ffynonellau ar-lein. Mae cau newyddion BuzzFeed eleni yn arwydd o'r dirwedd heriol a wynebir nid yn unig gan sefydliadau newyddion traddodiadol, ond gan sefydliadau sy'n rhoi blaenoriaeth i newyddion yn ddigidol hefyd.

Ffigur 8: Cyrhaeddiad gwefannau/apiau ymysg pawb sy'n defnyddio gwefannau/apiau i gael newyddion y dyddiau hyn

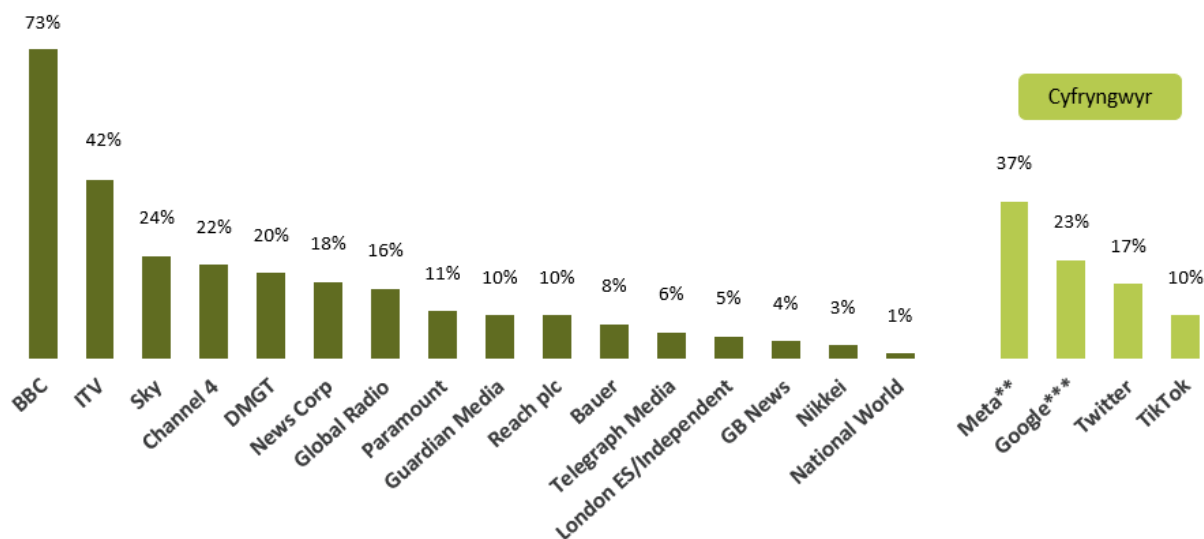
	2018	2019	2020	2022*	2023
Gwefan/ap y BBC**	63%	65%	60%	62%	58%
Google (peiriant chwilio)	46%	51%	39%	34%	33%
Gwefan/ap YouTube	13%	15%	15%	21%	19%
Google News	11%	13%	17%	17%	19%
Gwefan/ap Sky News	17%	20%	20%	20%	16%
Gwefan/ap Guardian/Observer	17%	18%	18%	19%	16%
Gwefan/ap The Daily Mail	17%	17%	18%	18%	16%
Gwefan/ap Yahoo news	11%	7%	7%	11%	9%
Ap Apple News	6%	6%	5%	10%	9%
Gwefan/ap unrhyw bapur newydd lleol	11%	10%	10%	10%	8%
Gwefan/ap y ITV	10%	8%	10%	8%	8%
Gwefan/ap MSN News	11%	10%	8%	8%	7%
Gwefan/ap LADbible	5%	6%	8%	6%	7%
Gwefan/ap y CNN	7%	4%	5%	8%	6%
Gwefan/ap HuffPost	12%	11%	10%	7%	6%
Gwefan/ap BuzzFeed	8%	9%	10%	7%	6%
Gwefan/ap The Sun	6%	7%	6%	6%	6%
Gwefan/ap The Telegraph	9%	8%	8%	7%	5%
Gwefan/ap The Independent	8%	8%	7%	6%	5%

Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023. Cwestiwn: D8a. Gan feddwl yn benodol am y rhynggrwyd, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn? Sail: Pawb sy'n defnyddio gwefannau/apiau eraill ar gyfer newyddion - 2023=1639, 2022 W2*=1021, 2020=1757, 2019=1773, 2018=1661. Data 2022 W1, a 2021 heb ei ddangos oherwydd nad oedd gwaith maes wyneb yn wyneb yn bosibl yn ystod pandemig Covid-19. **Yn cynnwys y fersiwn Gymraeg

Ar lefel ar draws llwyfannau, mae'r BBC yn parhau i fod â'r cyrhaeddiad uchaf o blith unrhyw ddarparwr neu gyfryngwr

Mae allbwn newyddion y BBC ar draws pob llwyfan (teledu, radio, gwefan newyddion, BBC Sounds a BBC iPlayer) yn cyrraedd 73% o holl allbwn ITV a'r holl oedolion yn y DU (drwy'r teledu, y wefan ac ITV) 42%, ac mae 37% o oedolion y DU yn defnyddio llwyfannau Meta (Facebook, Instagram a WhatsApp) fel cyfryngwyr i gael gafael ar newyddion.

Ffigur 9: Darparwyr manwerthu ar draws llwyfannau sy'n cael eu defnyddio ar gyfer newyddion y dyddiau hyn



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023

Cwestiwn: D2a-D8a. Gan feddwl yn benodol am < llwyfan>, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael newyddion y dyddiau hyn?

Sail: Pob oedolyn 16 oed a hŷn 2023=4556. Meta** = Facebook + Instagram + WhatsApp. Google*** = Google News + Google + YouTube

Agweddau at ffynonellau newyddion: Oedolion y Deyrnas Unedig

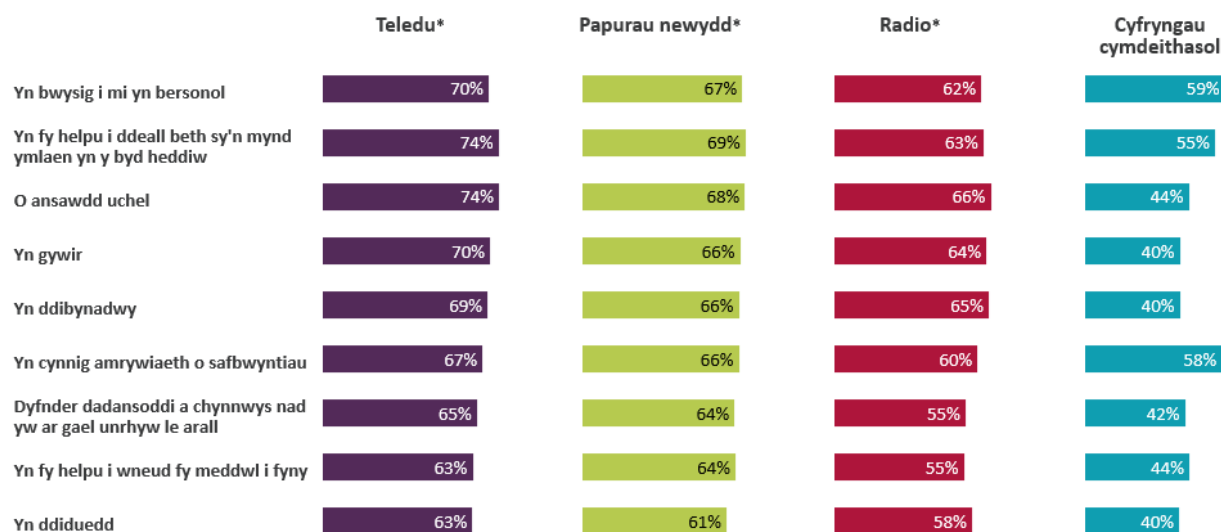
Mae newyddion teledu yn dal i gael sgôr uchel am ymddiriedaeth, cywirdeb ac ansawdd

Yn yr un modd â blynyddoedd blaenorol, mae'r rhan fwyaf o ddefnyddwyr yn canmol y darparwyr newyddion teledu a'r papurau newydd print maent yn eu defnyddio ar gyfer newyddion yn fawr ar sail nodweddion fel ymddiriedaeth, cywirdeb ac ansawdd. Mae'r sgoriau ar gyfer pob ffynhonnell unigol yn cael eu cyfuno yn ôl llwyfan a'u dangos yn Ffigur 10 isod.

Mae pobl sy'n defnyddio radio ar gyfer newyddion hefyd yn rhoi sgôr uchel i'r gorsafodd maent yn eu defnyddio ar draws y rhan fwyaf o nodweddion, er i raddau llai nag ar gyfer 'dadansoddi manwl a chynnwys nad yw ar gael mewn manau eraill', 'yn ddiduedd' ac 'yn fy helpu i benderfynu'.

Ymysg defnyddwyr y llwyfannau, mae'r newyddion sy'n dod drwy'r cyfryngau cymdeithasol yn cael sgôr is am ymddiriedaeth, cywirdeb a didueddrwydd na'r ffynonellau newyddion mwy traddodiadol, ond mae'n cael ei sgorio'n eithaf da ar 'cynnig amrywiaeth o safbwyntiau', 'yn fy helpu i ddeall beth sy'n digwydd yn y byd heddiw', a bod yn 'bwysig i mi'n bersonol'. Mae dros hanner y defnyddwyr yn rhoi sgôr o 7-10 i ffynonellau cyfryngau cymdeithasol ar bob un o'r datganiadau hyn.

Ffigur 10: Nodweddion llwyfannau newyddion (sgôr 7-10)



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023

Cwestiwn: E2. Pa mor bwysig yw <BRAND> fel ffynhonnell newyddion i chi'n bersonol? E3. Ac i ba raddau ydych chi'n meddwl bod y datganiadau a ganlyn yn berthnasol i <BRAND> fel ffynhonnell newyddion? Atebwch gan ddefnyddio graddfa o 1 i 10.

Sail: Pob sgôr gan y rhai sy'n defnyddio pob llwyfan ar gyfer newyddion o leiaf unwaith yr wythnos (bob 2-3 wythnos ar gyfer papurau newydd/cylchgronau wythnosol) 2023 – Teledu=8107, Papurau newydd=2536, Radio=2380, Cyfryngau cymdeithasol=3686. *Mae ffigurau teledu, papurau newydd a radio yn cynnwys defnydd all-lein yn unig

Ymysg gwasanaethau BVoD, mae BBC iPlayer yn perfformio'n dda ar draws y prïodoleddau ymysg ei ddefnyddwyr rheolaidd, ac mae'n cyd-fynd yn gyffredinol â'r sgoriau a roddir i deledu'r BBC gan ei ddefnyddwyr rheolaidd, ac eithrio 'pwysig i mi'n bersonol' – sy'n is ar gyfer defnyddwyr iPlayer (62% o'i gymharu â 77% o ddefnyddwyr rheolaidd teledu'r BBC).⁵ Mae'r rhai sy'n defnyddio'r gwasanaeth yn rheolaidd hefyd yn eu sgorio'n gymharol dda hefyd, ond mae'n werth nodi bod defnyddwyr ITV yn rhoi sgôr is i ITV na'r sianel ITV sy'n cael ei darlledu ar 'bwysig i mi'n bersonol' (55% o'i gymharu â 60% o ddefnyddwyr rheolaidd ITV), ac mae'n 'ansawdd uchel' (58% o'i gymharu â 65% o ddefnyddwyr rheolaidd ITV).

Cyfryngau cymdeithasol

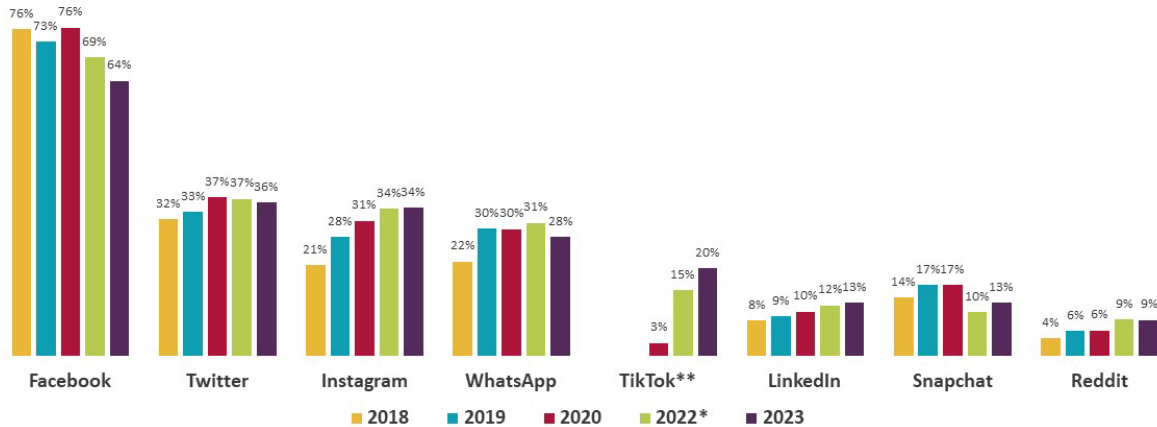
Facebook yw'r safle cyfryngau cymdeithasol mwyaf poblogaidd o hyd, ond mae'n dangos arwyddion o ostyngiad yn y defnydd dros amser. Mae TikTok wedi gweld cynnydd sylweddol yn y defnydd yn ystod y blynyddoedd diwethaf

Fe wnaethom nodi'n gynharach yn yr adroddiad hwn fod 47% o oedolion y Deyrnas Unedig wedi cael gafael ar newyddion ar gyfryngau cymdeithasol yn 2023, gyda lefelau defnyddio ar eu huchaf ymysg oedolion ifanc (71% ymysg pobl ifanc 16-24 oed a 66% ymysg pobl 25-34 oed, o'i gymharu â 30%

⁵ Ni ddangosir data – gweler sleid 40 ar [Gael Gafael ar Newyddion yn y Deyrnas Unedig: Data ategol](#)

ymysg pobl 55-64 oed a hyd yn oed llai ymysg grwpiau oedran hŷn). Ymysg y bobl sy'n defnyddio newyddion ar gyfryngau cymdeithasol, Facebook yw'r ffynhonnell cyfryngau cymdeithasol sy'n cael ei defnyddio amlaf o hyd, ond, fel y nodwyd yn flaenorol, mae'n dangos arwyddion o ddirywiad mewn cyrhaeddiad dros amser. Mewn cyferbyniad, mae TikTok wedi gweld cynnydd yn y blynyddoedd diwethaf.

Ffigur 11: Safleoedd cyfryngau cymdeithasol a ddefnyddir i gael newyddion y dyddiau hyn



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion .

Cwestiwn: D7a. Gan feddwl yn benodol am y cyfryngau cymdeithasol (ar unrhyw ddyfais), pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu defnyddio i gael gafael ar newyddion y dyddiau hyn? Sail: Pawb sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol ar gyfer newyddion – 2023=2220, 2022 W2*=1365, 2020=2143, 2019=2331, 2018=2058

*Data 2022 W1, a 2021 heb ei ddangos oherwydd nad oedd gwaith maes wyneb yn wyneb yn bosibl yn ystod pandemig Covid-19

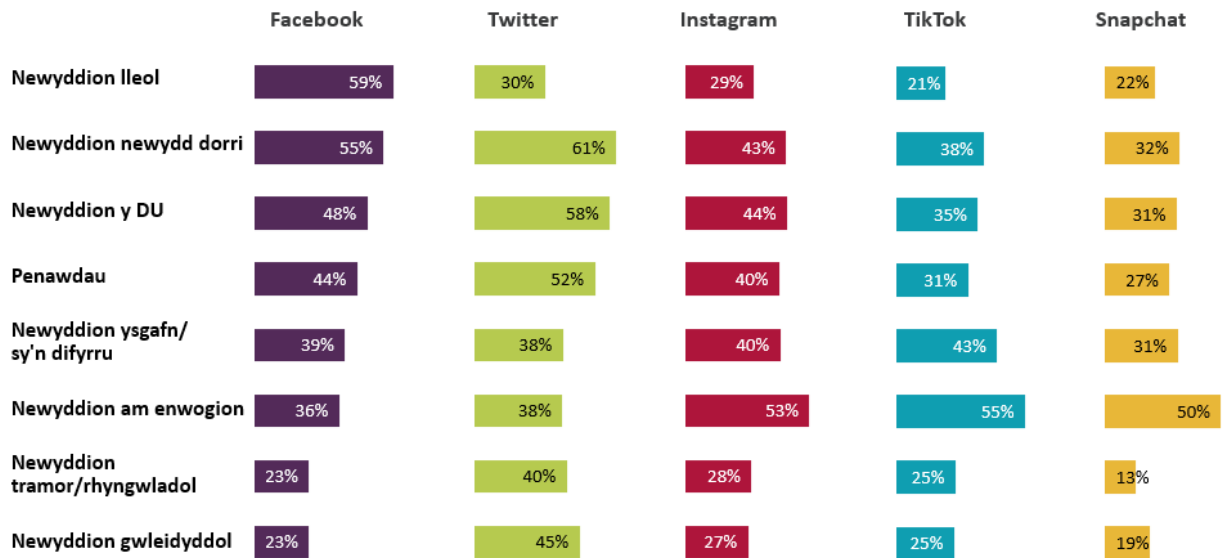
** Ychwanegwyd TikTok yn 2020

Mae Facebook yn rhoi newyddion lleol a newyddion sy'n torri i lawer o'i ddefnyddwyr, ac mae Instagram a TikTok yn aml yn cael eu defnyddio ar gyfer newyddion enwogion

Eleni, fe wnaethom ofyn cwestiwn newydd am y math o newyddion mae pobl yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol ar ei gyfer, ac mae'r patrymau data yn datgelu gwahaniaethau rhwng llwyfannau. Facebook yw'r ffynhonnell sy'n cael ei ffafrio ar gyfer newyddion lleol; mae 59% o'r rhai sy'n defnyddio Facebook ar gyfer newyddion yn ei ddefnyddio fel ffynhonnell newyddion lleol. Mae tri o bob pum defnyddiwr Twitter (61%) yn ei ddefnyddio ar gyfer newyddion sy'n torri (h.y. newyddion sy'n digwydd 'yn awr'). Mae Twitter hefyd yn ffynhonnell newyddion gwleidyddol i ychydig o dan hanner (45%) ei ddefnyddwyr. Mae Facebook yn ail i Twitter fel ffynhonnell newyddion sy'n torri (55%), ac mae TikTok (55%) ac Instagram (53%) yn cael eu cysylltu â newyddion enwogion ymysg eu defnyddwyr.

Er gwaethaf y gwahaniaeth yn y mathau hyn o newyddion ar lwyfannau cyfryngau cymdeithasol penodol, mae'r rhan fwyaf o lwyfannau'n cael eu defnyddio ar gyfer amrywiaeth o fathau o newyddion. Er enghraifft, mae chwarter defnyddwyr Facebook, defnyddwyr Instagram a defnyddwyr TikTok yn honni eu bod yn eu defnyddio ar gyfer newyddion gwleidyddol, ac mae cyfran debyg yn honni eu bod yn eu defnyddio ar gyfer newyddion rhyngwladol.

Ffigur 12: Mathau o newyddion ar lwyfannau cyfryngau cymdeithasol



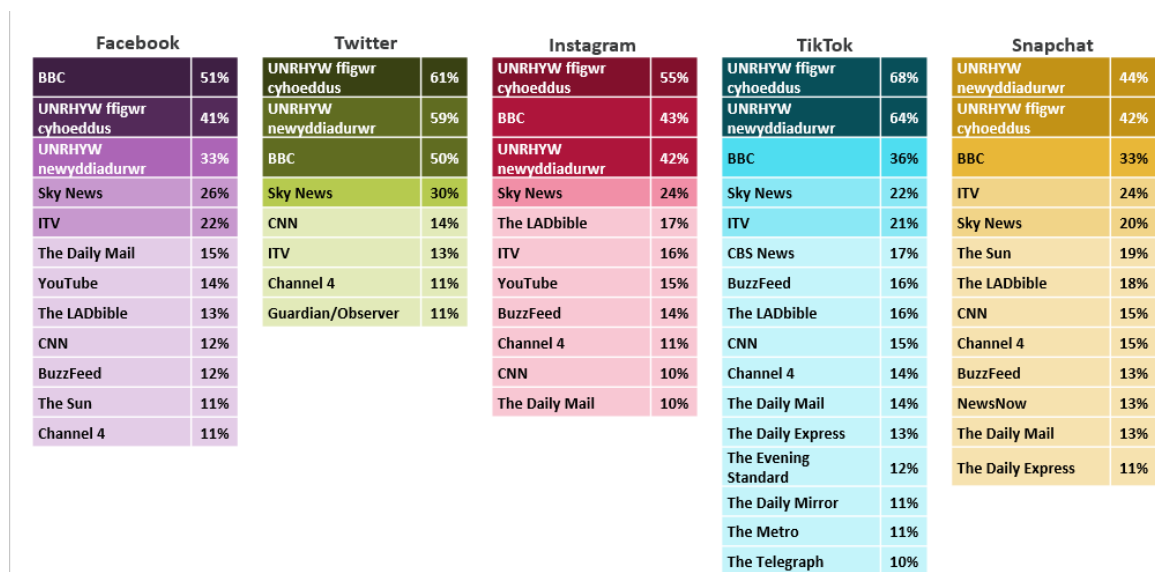
Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023. Cwestiwn: D11. Pa rai o'r mathau canlynol o newyddion ydych chi'n defnyddio [safle cyfryngau cymdeithasol] ar eu cyfer?

Sail: Pawb sy'n defnyddio pob safle ar gyfer newyddion 2023 – Facebook=1427, Twitter=846, Instagram=823, TikTok=526, Snapchat=323

Ymysg y rhai sy'n dilyn sefydliadau newyddion ar gyfryngau cymdeithasol, y BBC yw'r ffynhonnell fwyaf cyffredin o hyd, ac yna Sky News ac ITV yn gyffredinol

Mae hanner (51%) y defnyddwyr Facebook yn dweud eu bod yn dilyn y BBC ar Facebook. Mae defnyddwyr Twitter a TikTok yn arbennig o debygol o ddilyn ffigurau cyhoeddus a newyddiadurwr.

Ffigur 13: Sefydliadau newyddion wedi sy'n cael eu dilyn ar lwyfannau cyfryngau cymdeithasol



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023. Cwestiwn: D12a/c. Pa rai o'r ffynonellau newyddion a ganlyn, os o gwbl, ydych chi'n eu

dilyn ar [safle cyfryngau cymdeithasol]? Sail: Pob un sy'n gweld postiau gan sefydliadau newyddion ar bob math o gyfryngau cymdeithasol 2023 - Facebook=660, Twitter=527, Instagram=463, TikTok=182, Snapchat=145.

16-24 oed

Mae arferion gwyllo newyddion y rhai 16-24 oed yn arbennig o ddiddorol gan eu bod wedi tyfu i fyny yn yr oes ddigidol, ac adlewyrchir hyn yn eu dewisiadau o ran cael gafael ar newyddion. Yn gyffredinol, mae ffynonellau newyddion ar-lein yn dominyddu eu deiet newyddion - cyfryngau cymdeithasol yn benodol - ac mae ganddynt berthynas uniongyrchol wannach â chyfryngau newyddion traddodiadol.

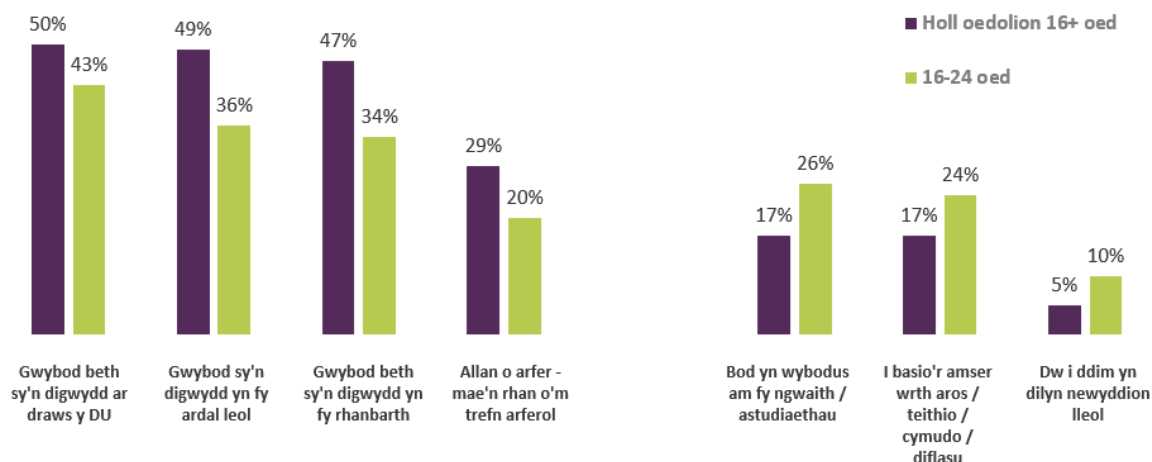
Mae ein data ar gyfer 2023 (a welir yn Ffigur 2) yn dangos bod pobl 16-24 oed yn llawer llai tebygol o wyllo teledu sy'n cael ei ddarlledu (47% o'i gymharu â 70% o'r holl oedolion), radio (25% o'i gymharu â 40%) a phapurau newydd print (16% o'i gymharu â 26%). Maent yn fwy tebygol o gael gafael ar newyddion o ffynonellau ar-lein (83% o'i gymharu â 68% o'r holl oedolion), yn enwedig cyfryngau cymdeithasol drwy eu ffôn (63% o'i gymharu â 39%), ac ar lafar (42% o'i gymharu â 29%).

BBC One yw'r unig ffynhonnell cyfryngau traddodiadol sy'n cyrraedd y pum safle uchaf o ran prif ffynhonnell newyddion – mae'n cael ei defnyddio gan 33% (sy'n gydradd â Facebook) ond y tu ôl i Instagram (44%). Twitter (31%) a TikTok (29%) sy'n dilyn nesaf yn y rhestr. Mae trefn debyg yn bodoli wrth ystyried eu 'ffynhonnell bwysicaf': Dewisodd 13% Instagram, 11% BBC One a 10% wedi dewis Facebook. Mae 8% arall yn dewis Twitter a 7% yn dewis TikTok. Gyda'i gilydd, mae ychydig o dan hanner y bobl 16-24 (46%) sy'n dilyn newyddion yn dewis ffynhonnell cyfryngau cymdeithasol fel eu 'ffynhonnell bwysicaf', sy'n sylweddol uwch nag oedolion yn gyffredinol (17%).

Mae un o bob deg (10%) o bobl ifanc rhwng 16 a 24 oed yn dweud nad ydynt yn cael unrhyw newyddion o gwbl, sydd ddwywaith yn fwy na'r ffigur ar gyfer pob oedolyn (5%). Mae data Digital News Report UK [2023](#) Sefydliad Reuters hefyd yn dangos bod pobl ifanc 18-24 oed yn fwy tebygol na phob oedolyn o ddweud nad oes ganddynt ddiddordeb mewn newyddion (37% o'i gymharu â 16%).

Mae'n ymddangos bod gan y grŵp oedran 16-24 oed gymhellion ychydig yn wahanol hefyd ar gyfer dilyn newyddion. Maent yn llai tebygol na'r holl oedolion o'i ddilyn i wybod beth sy'n digwydd ar draws y Deyrnas Unedig (43%), yn eu rhanbarth (34%) neu yn eu hardal leol (36%), ac maent yn cael eu cymell yn llai gan arfer (20%). Maent yn fwy tebygol o ddilyn y newyddion i fod yn wybodus ar gyfer gwaith neu astudiaethau (26%) ac o basio amser pan fyddant wedi diflasu, wrth deithio neu wrth gymudo (24%).

Ffigur 14: Rhesymau dros ddilyn y newyddion



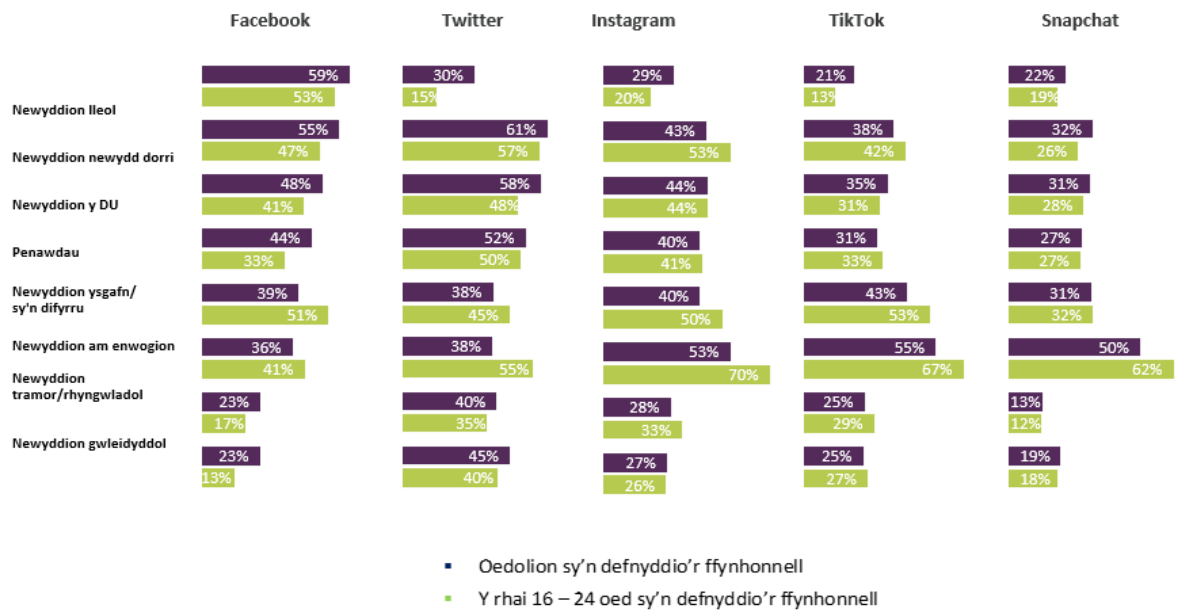
Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023. Cwestiwn: G1: Rhesymau dros ddilyn y newyddion. Sail: Pob oedolyn 16+ =4556, 16-24=739.

Mae'r modd mae oedolion iau yn cael gafael ar newyddion ar-lein hefyd yn wahanol i oedolion hŷn. Mae llai o bobl 16-24 oed yn mynd yn uniongyrchol at wefannau am eu newyddion (9% o'i gymharu â 26% o'r holl oedolion sy'n defnyddio dulliau ar-lein) – maent yn fwy tebygol o fynd drwy'r cyfryngau cymdeithasol (37% o'i gymharu â 24%). Mae hyn yn ategu'r duedd, a welir yn Adroddiadau Newyddion Digidol Reuters dros y degawd diwethaf, o grwpiau oedran iau yn colli eu cysylltiad uniongyrchol â brandiau newyddion, yn y Deyrnas Unedig ac ar draws y byd.⁶

Mae rhai gwahaniaethau cynnil hefyd yn y pynciau newyddion sy'n cael eu cyrchu ar wahanol llwyfannau cyfryngau cymdeithasol. Er enghraifft, mae oedolion iau sy'n defnyddio Facebook, Instagram a TikTok ar gyfer newyddion yn fwy tebygol nag oedolion hŷn o ddweud eu bod yn defnyddio'r llwyfannau hynny ar gyfer 'newyddion ysgafn neu ddifyr'. Mae oedolion iau sy'n defnyddio Instagram, Twitter a TikTok ar gyfer newyddion hefyd yn fwy tebygol nag oedolion hŷn o ddweud eu bod yn defnyddio'r llwyfannau hynny ar gyfer 'newyddion am enwogion'. Yn gyffredinol, er ei bod yn amlwg bod ganddynt ddi-ddordeb mewn mathau ysgafnach o newyddion ar y llwyfannau hyn, nid yw hynny o reidrwydd ar draul cael gafael ar bynciau newyddion mwy dwys.

⁶ Reuters Institute [Digital News Report](#) 2023 t11-12

Ffigur 15: Y mathau o newyddion sy'n cael eu cyrchu ar lwyfannau cyfryngau cymdeithasol



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion 2023. D11. Pa rai o'r mathau a ganlyn o newyddion ydych chi'n defnyddio [safle cyfryngau cymdeithasol] ar eu cyfer? Sail: Pawb sy'n defnyddio pob safle ar gyfer newyddion 2023 – Facebook=1427, Twitter=846, Instagram=823, TikTok=526, Snapchat=323

Mae ymchwil arall gan Ofcom hefyd yn rhoi gwybodaeth ddefnyddiol am ymddygiad ac agweddau'r grŵp oedran hwn ar-lein o ran newyddion. Gwyddom o'n [ymchwil ar Luosogrwydd y Cyfryngau](#) a gynhaliwyd yn 2022 fod y grŵp oedran hwn (56%) yn fwy tebygol nag oedolion yn gyffredinol (35%) o fod yn ymwybodol y gallai newyddion ar-lein gael ei deilwra i'r unigolyn.

Maent hefyd yn fwy cyfforddus gyda rhai categorïau o'u gwybodaeth yn cael eu defnyddio gan beiriannau chwilio, cyfryngau cymdeithasol, neu gyd-gasglu newyddion i deilwra'r newyddion ar-lein maent yn ei weld. Yn benodol, maent yn fwy cyfforddus gyda'u gosodiadau proffil, y pynciau newyddion roeddent wedi eu gweld yn ddiweddar, eu hanes cyfryngau cymdeithasol neu'r pethau roeddent wedi eu 'hoffi', pa mor aml maent yn ymweld â ffynonellau newyddion, a gwybodaeth bersonol fel eu dyddiad geni yn cael ei defnyddio ar gyfer hyn, o'i gymharu ag oedolion yn gyffredinol.⁷ Ar ben hynny, maent yn fwy cadarnhaol yn gyffredinol o ran teilwra'r canlyniadau maent yn eu cael wrth chwilio am newyddion ar safleoedd cyfryngau cymdeithasol (53% yn teimlo'n gadarnhaol am deilwra canlyniadau o'i gymharu â 25% o'r holl oedolion), peiriannau chwilio (49% yn teimlo'n gadarnhaol o'i gymharu â 35% o'r holl oedolion), ac agregwyr newyddion (38% yn teimlo'n gadarnhaol o'i gymharu â 25% o'r holl oedolion).

⁷ [Ymchwil Feintiol ar Luosogrwydd y Cyfryngau 2022](#)

12-15 oed

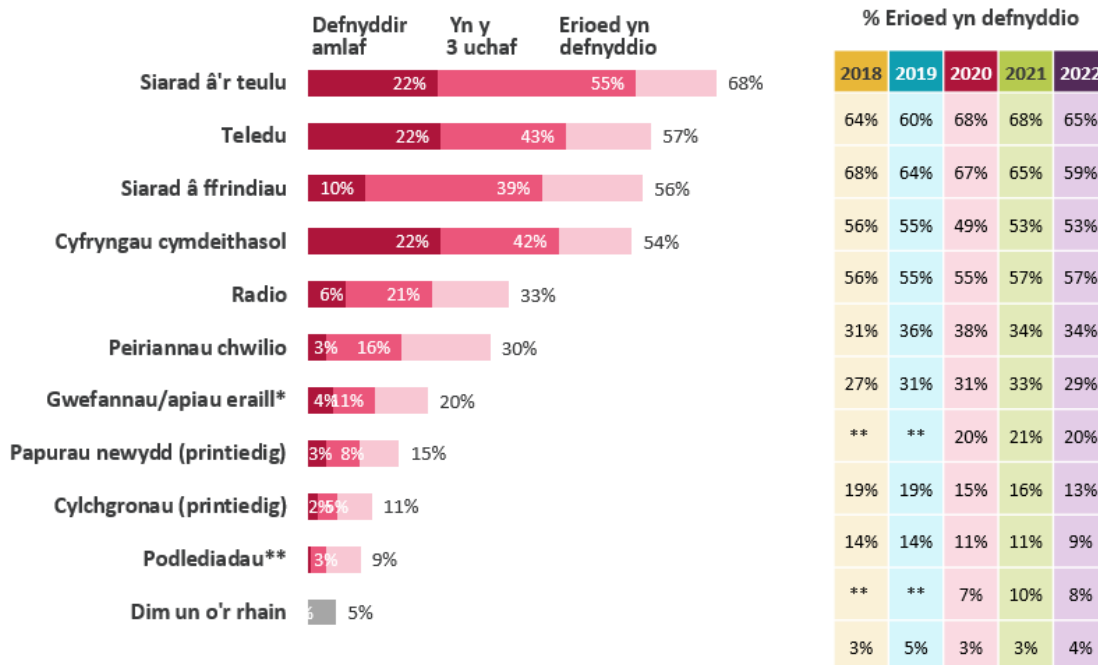
Yn yr un modd â blynyddoedd blaenorol, mae ychydig o dan hanner (45%) y plant 12-15 oed yn dweud nad oes ganddynt ddiddordeb mewn newyddion

Mae gan bobl ifanc lai o ddiddordeb mewn newyddion nag oedolion ac maent yn tueddu i fod â diddordeb mewn mathau ysgafnach o newyddion. Dyma'r pynciau sydd o'r diddordeb mwyaf: 'personoliaeth chwaraeon/chwaraeon' (23%), 'cantorion/newyddion cerddoriaeth' (15%), 'enwogion/pobl enwog' (11%); 'anifeiliaid neu'r amgylchedd' (9%) a 'pethau difrifol sy'n digwydd yn y Deyrnas Unedig/gwledydd' (8%).

Y prif reswm ymysg y 45% o bobl ifanc yn eu harddegau nad oes ganddynt ddiddordeb mewn newyddion yw ei fod yn 'rhy ddiflas' (46%), 'ddim yn berthnasol i fy oedran' (18%) neu 'yn peri gormod o loes' (16%).

Siarad gyda theulu yw'r ffordd fwyaf cyffredin o gael gwybod am newyddion ymysg plant 12-15 oed (68%), ac yna gwyllo'r teledu (57%), siarad â ffrindiau (56%) a'r cyfryngau cymdeithasol (54%). Mae siarad gyda theulu, teledu a'r cyfryngau cymdeithasol i gyd yn cael eu crybwyll gan 22% o bobl ifanc fel y dull maent yn ei ddefnyddio amlaf i gael gwybod am newyddion. Yn debyg i'r sefyllfa gydag oedolion, mae cyrhaeddiad teledu fel ffynhonnell newyddion wedi gostwng yn ystod y blynyddoedd diwethaf (o 68% yn 2018 i 57% yn 2023).

Ffigur 16: Pob llwyfan a ddefnyddir gan blant 12-15 oed i gael newyddion y dyddiau hyn



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion ymysg Pobl Ifanc yn eu Harddegau 2023. Cwestiwn: C1. Dyma restr o wahanol ffyrdd y gallwch gael gwybodaeth am straeon newyddion neu gael y newyddion diweddaraf amdanynt. Pa rai o'r ffyrdd hyn ydych chi'n eu defnyddio? C2. A

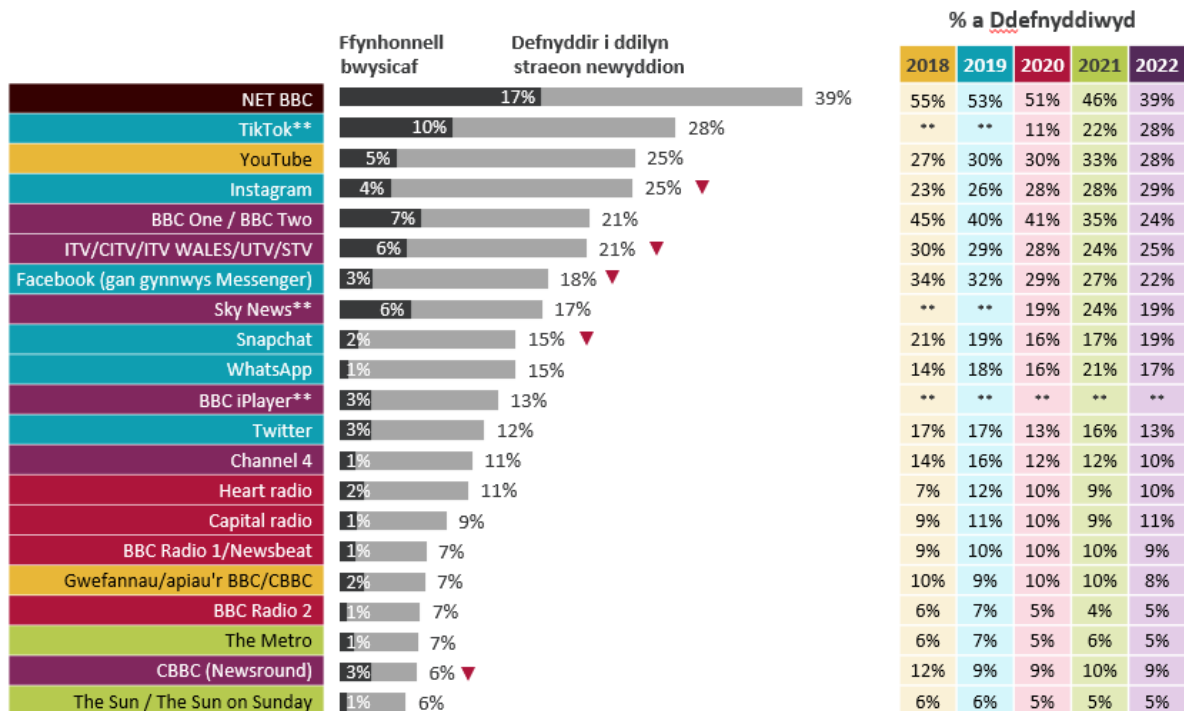
pha rai o'r ffyrdd hyn ydych chi'n eu defnyddio fwyaf i gael yr wybodaeth ddiweddaraf am straeon newyddion? Sail: Pob unigolyn ifanc rhwng 12 a 15 oed – 2023=1003, 2018-2022=1000-1010

TikTok yw'r ffynhonnell newyddion sy'n cael ei defnyddio amlaf ar draws pob llwyfan, ac yna YouTube ac Instagram. Fodd bynnag, mae cyrhaeddiad ffynonellau cyfun y BBC yn dal yn uwch

Er mai'r BBC sydd â'r cyrhaeddiad uchaf mewn unrhyw sefydliad newyddion, gyda'i gynnwys yn cyrraedd 39% o'r grŵp oedran hwn, TikTok (28%), YouTube (25%) ac Instagram (25%) yw'r tair ffynhonnell unigol a ddefnyddir fwyaf ar gyfer newyddion. Mae llai o bobl ifanc yn defnyddio Instagram, ITV1, Facebook, Snapchat a Newsround CBBC o'i gymharu â 2022, ac mae Facebook a BBC One/Two hefyd yn gweld gostyngiad tymor hwy rhwng 2018 a 2023.

Mae un o bob deg o bobl ifanc (10%) yn dewis TikTok fel eu ffynhonnell newyddion bwysicaf – mwy nag unrhyw ffynhonnell unigol arall.

Ffigur 17: Y prif ffynonellau newyddion a ddefnyddir gan blant 12-15 oed: 2018-2023



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion ymysg Pobl Ifanc yn eu Harddegau 2023. Cwestiwn: D1. Pa rai o'r canlynol, os o gwbl, ydych chi'n eu defnyddio i ddarllen, gwyllo, gwrando neu ddilyn straeon newyddion? E1a. Dyma restr o'r holl ffynonellau newyddion rydych chi'n dweud rydych chi'n eu defnyddio. Pa UN o'r rhain yw'r ffynhonnell newyddion bwysicaf i chi? Sail: Pob unigolyn ifanc rhwng 12 a 15 oed – 2023=1003, 2018-2022=1000-1010. Mae trioglau gwyrdd/coch yn dangos gwahaniaethau ystadegol arwyddocaol rhwng 2023 a 2022 (lefel hyder ar 95%)

Er eu bod yn gwyro tuag at ffynonellau newyddion ar-lein, wrth ystyried canfyddiadau o ymddiriedaeth, mae pobl ifanc yn tueddu i roi sgôr uwch i ffynonellau traddodiadol na'u cymheiriaid ar-lein. Er enghraifft, ystyrir bod BBC One/Two yn 'darparu straeon newyddion dibynadwy' 'bob amser' neu 'y rhan fwyaf' o'r amser gan 82% o'i ddefnyddwyr sydd yn eu harddegau. Mae ITV1 yn

cael ei ystyried yn ddibynadwy ymysg 77% o'i ddefnyddwyr sydd yn eu harddegau. Mewn cyferbyniad, mae llawer llai o ddefnyddwyr TikTok (32%), Instagram (38%), Facebook (41%) a Snapchat (31%) o'r farn bod y gwasanaethau hyn yn darparu newyddion dibynadwy. Mae Twitter yn eithriad gyda sgôr o 50% o ran ymddiriedaeth.

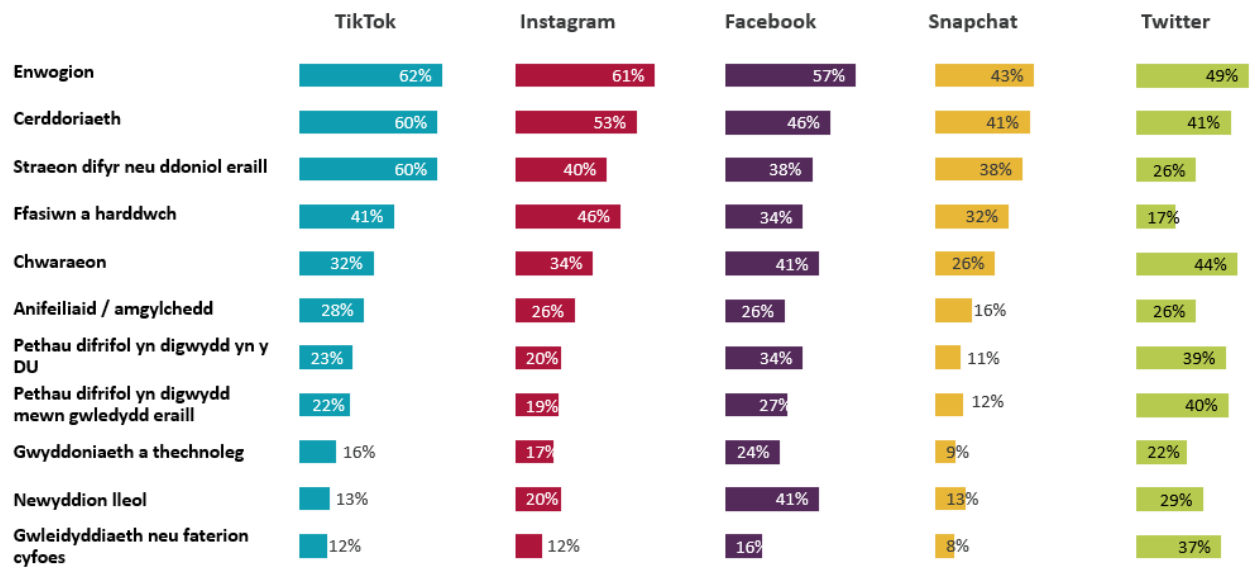
Mae canfyddiadau o gywirdeb yn dangos patrwm tebyg. Mae 85% o bobl ifanc yn eu harddegau sy'n defnyddio BBC One/Two ar gyfer newyddion yn dweud ei fod yn *'darparu straeon newyddion cywir'* ac mae ITV1 yn sgorio 77% ymysg ei ddefnyddwyr. Mae llawer llai o ddefnyddwyr TikTok (31%), Instagram (40%), Facebook (42%) a Snapchat (28%) yn dweud yr un peth, ac mae 51% o ddefnyddwyr Twitter o'r farn ei fod yn darparu newyddion cywir.

Mae pobl ifanc yn eu harddegau yn fwy tebygol o ddefnyddio Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok a YouTube ar gyfer pynciau newyddion ysgafnach yn hytrach na phynciau newyddion mwy dwys.

Eleni, fe wnaethom hefyd ofyn cwestiwn i bobl ifanc yn eu harddegau sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol i gael newyddion am y math o newyddion maent yn eu defnyddio ar ei gyfer. Er bod oedolion sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol yn arbenigo i ryw raddau ond eu bod yn dal i ddefnyddio gwahanol fathau o newyddion caletach ac ysgafnach ar draws llwyfannau cyfryngau cymdeithasol, mae'r darlun yn wahanol ymysg plant 12-15 oed. Yn unol â'u pynciau newyddion o ddiddordeb, ac yn debyg i bobl 16-24 oed, mae pynciau newyddion ysgafnach o'r diddordeb mwyaf ar y rhan fwyaf o lwyfannau. Newyddion am 'enwogion' a 'cherddoriaeth' oedd y dewis cyntaf a'r ail ddewis ar gyfer y rhai sy'n defnyddio TikTok, Instagram, Facebook a Snapchat i gael newyddion, gyda 'straeon difyr neu ddoniol eraill', 'chwaraeon' a 'ffasiwn a harddwch' hefyd yn ennyn diddordeb cryf. Fodd bynnag, roedd pynciau anoddach fel 'pethau difrifol sy'n digwydd yn y Deyrnas Unedig' neu 'mewn gwledydd eraill' neu 'wleidyddiaeth a materion cyfoes' yn llawer llai o ddiddordeb i ddefnyddwyr y cyfryngau cymdeithasol hynny ar gyfer newyddion. Mae Twitter yn eithriad, ac mae 'pethau difrifol sy'n digwydd yn y Deyrnas Unedig' neu 'mewn gwledydd eraill' neu 'wleidyddiaeth a materion cyfoes' i gyd yn llawer mwy poblogaidd ymysg y rhai sy'n defnyddio Twitter i gael newyddion.

Ffigur 18: Mathau o lwyfannau cyfryngau cymdeithasol newyddion y mae plant 12-15 oed yn eu defnyddio

Cael gafael ar newyddion yn y Deyrnas Unedig: 2023



Arolwg Ofcom ar Gael Gafael ar Newyddion ymysg Pobl Ifanc yn eu Harddegau 2023

Cwestiwn: E4: Pa rai o'r mathau a ganlyn o straeon newyddion ydych chi'n defnyddio <> ar eu cyfer?

Sail: Pob unigolyn ifanc 12-15 oed yn defnyddio TikTok (283), Instagram (249), Facebook (182), Snapchat (148), Twitter (130)

A1. Methodoleg

Arolwg oedolion

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

Gan fod methodolegau ar-lein yn tueddu i dangynrychioli'r rhai nad ydynt yn defnyddio fawr ar y rhyngwrwyd/ddim yn defnyddio'r rhyngwrwyd o gwbl, cynhaliodd Jigsaw gyfuniad o gyfweiliadau ar-lein a thros y ffôn yn ystod mis Tachwedd/Rhagfyr 2020, Mawrth/Ebrill 2021 a Thachwedd/Rhagfyr 2021, i sicrhau bod y grwpiau hyn yn cael cyfle i fynegi eu barn.

Ym mis Mawrth/Ebrill 2022, aeth Jigsaw yn ôl at y fethodoleg a ffafrir, sef cynnal cyfweiliadau ar-lein ac wyneb yn wyneb, er mwyn bod yn gyson â blynyddoedd blaenorol. Mae'r fethodoleg gymysg hon wedi cael ei defnyddio eto rhwng 7 Tachwedd a 7 Rhagfyr 2022, a 27 Chwefror – 3 Ebrill 2023. *DS: Mae'r ddau gyfnod cyfweled hyn wedi aros yn weddol gyson dros y chwe blynedd diwethaf er mwyn sicrhau cymaroldeb.*

Cynhaliwyd cyfanswm o 4,556 o gyfweiliadau. Cynhaliwyd 2,142 wyneb yn wyneb a chynhaliwyd 2,414 ar-lein.

Fel y nodwyd yn flaenorol, mae Adroddiad Newyddion 2023 yn dangos data cyfun ar-lein ac wyneb yn wyneb am oedolion ar gyfer 2023, o'i gymharu â 2022 (Mawrth/Ebrill 2022 yn unig), 2020, 2019 a 2018.

Yn y ffrâm sampl, roedd y gwledydd yn cael eu gorgynrychioli i gynhyrchu samplau dibynadwy i'w dadansoddi. Mae'r data wedi cael ei bwysoli i gywiro'r gorgynrychiolaeth hon, gyda phwysau'n cael eu defnyddio i gyfateb i broffiliau poblogaeth hysbys. Yna, cymerwyd cam olaf i raddnodi rhwng y methodolegau wyneb yn wyneb ac ar-lein.

Mae manylion llawn dyluniad y sampl, y methodolegau ymchwil a'r gweithdrefnau pwysoli ar gael yn y ddogfen 'Adroddiad Technegol i Oedolion' ar wahân.

Dangosir gwahaniaethau ystadegol arwyddocaol o un flwyddyn i'r llall ar lefel hyder o 99%, oherwydd y gymhariaeth â maint sampl is 2022.

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

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

Arolwg Pobl Ifanc yn eu Harddegau

Nid yw'r fethodoleg a ddefnyddiwyd ar gyfer astudiaeth plant 12-15 oed wedi newid llawer dros y chwe blynedd diwethaf. Mae cyfanswm o 501 o gyfweiliadau rhwng 5 Tachwedd a 6 Rhagfyr 2022 wedi cael eu cyfuno â 502 o gyfweiliadau rhwng 27 Chwefror a 20 Mawrth 2023.

Pennwyd cwotâu ar oedran, rhyw, grŵp economaidd-gymdeithasol (SEG) a gwlad i sicrhau bod y sampl yn gynrychioliadol o'r DU ac mae'r data hefyd wedi ei bwysoli ar oedran, rhyw, SEG a gwlad. Mae manylion llawn dyluniad y sampl, methodoleg yr ymchwil a'r gweithdrefnau pwysoli ar gael yn y ddogfen 'Adroddiad Technegol ar gyfer Pobl Ifanc yn eu Harddegau' ar wahân.

Dangosir gwahaniaethau ystadegol arwyddocaol ar lefel hyder 95%.

Cyflawnwyd pob ton o waith maes mewn tri cham:

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