

# ATAL AFLONYDDU RHYWIOL YN ECONOMI'R NOS:

ANNOG DYNION I FOD YN  
WYLWYR GWEITHGAR

## Adroddiad Gwerthuso

[Medi 2023]

## Awduron

Dr Alex Walker<sup>1</sup>, Emma R Barton<sup>1</sup>, Bryony Parry<sup>1</sup> a Lara C Snowdon<sup>1</sup>  
Uned Atal Trais Cymru<sup>1</sup>

# Cynnwys

<b>Diolchiadau</b>	<b>3</b>
<b>Crynodeb Gweithredol</b>	<b>4</b>
<b>Cyd-destun</b>	<b>6</b>
Aflonyddu rhywiol	6
Aflonyddu rhywiol ac economi'r nos	7
Rôl gwylwyr	9
Ymgyrchoedd a mentrau blaenorol	11
Trosolwg o #DiogellDdweud	12
Gwerthusiad Cam Un	12
<b>Yr Ymgyrch</b>	<b>13</b>
Cefndir	13
Amcanion yr ymgyrch	14
Profi cywirdeb	14
Ymgyrch derfynol	15
<b>Methodoleg Gwerthuso</b>	<b>16</b>
Diben y gwerthusiad	16
Ffynonellau data	17
Arolwg canfyddiad y cyhoedd	17
Dadansoddeg ar-lein a chyfryngau cymdeithasol	17
Dadansoddiad	17
<b>Canfyddiadau'r Gwerthusiad</b>	<b>18</b>
Arolwg canfyddiad y cyhoedd	18
Ymwybyddiaeth o'r ymgyrch	19
Effeithiau'r ymgyrch	20
Dyluniad yr ymgyrch	22
Ymgysylltu dynion	25
Hyfforddiant gwylwyr	25
Dadansoddeg cyfryngau cymdeithasol	26
<b>Trafod y Canfyddiadau Allweddol</b>	<b>28</b>
Ymwybyddiaeth y cyhoedd o'r ymgyrch	29
Ymgysylltiad y cyhoedd â'r ymgyrch	29
Canfyddiadau'r cyhoedd o'r ymgyrch	30
Effaith yr ymgyrch ar hyder i ymyrryd	30
Awgrymiadau ar gyfer ymgysylltu â dynion	31
Canlyniadau eraill	31
<b>Argymhellion</b>	<b>32</b>
<b>Cyfeiriadau</b>	<b>33</b>
<b>Atodiadau</b>	<b>36</b>
Theori newid	36
Arolwg canfyddiad y cyhoedd	37

# Diolchiadau

Ariannwyd yr ymgyrch hon gan gronfa Diogelwch Menywod yn y Nos y Swyddfa Gartref (SWaN), a sicrhawyd trwy Gomisiynydd Heddlu a Throseddu De Cymru, a'i chyflwyno gan Uned Atal Trais Cymru.

Datblygwyd yr ymgyrch ar y cyd â'r Ymgyrch Good Night Out, Cymorth i Fenywod Cymru, Heddlu De Cymru, Swyddfa Comisiynydd Heddlu a Throseddu De Cymru, Iechyd Cyhoeddus Cymru, Hello Starling a Toward Studio (Bluegg yn flaenorol). Diolch i Graham Goulden, Dr Nate Eisenstadt a Steve Smeeth am ddarparu eu harbenigedd wrth ddatblygu'r ymgyrch.

Hoffem ddiolch i bawb a gymerodd ran yn y profion cywirdeb a'r arolwg canfyddiad cyhoeddus terfynol.

Diolch i'r rhai a adolygodd yr adroddiad, a ddarparodd fewnwelediadau a phrawfddarllen.

**Atal aflonyddu rhywiol yn economi'r nos:** annog dynion i fod yn wylwyr gweithgar

**Awduron:** Dr Alex Walker, Emma R Barton, Bryony Parry a Lara C Snowdon  
Uned Atal Trais Cymru

**ISBN: 978-1-83766-218-0**

© 2023 Ymddiriedolaeth GIG Iechyd Cyhoeddus Cymru. Gellir atgynhyrchu'r deunydd a gynhwysir yn y ddogfen hon o dan delerau'r Drwydded Llywodraeth Agored (OGL) [www.nationalarchives.gov.uk/doc/open-governmentlicence/version/3/](http://www.nationalarchives.gov.uk/doc/open-governmentlicence/version/3/) ar yr amod y caiff ei wneud yn gywir ac na chaiff ei ddefnyddio mewn cyd-destun camarweiniol. Cydnabyddiaeth i'w nodi i Ymddiriedolaeth GIG Iechyd Cyhoeddus Cymru. Oni noder fel arall, mae'r hawlfraint yn y trefniant teipograffyddol, y dyluniad a'r cynllun yn perthyn i Ymddiriedolaeth GIG Iechyd Cyhoeddus Cymru.

# Crynodeb Gweithredol

Mae'r adran hon yn crynhoi'r canfyddiadau allweddol o werthusiad 2022 o Gam Dau ymgyrch #DiogellDdweud Uned Atal Trais Cymru. Mae #DiogellDdweud yn ymgyrch atal aflonyddu rhywiol yn economi'r nos.

Mae'r ymgyrch yn ceisio atal aflonyddu rhywiol trwy annog ymatebion rhag-gymdeithasol gan wylwyr tuag at aflonyddu rhywiol neu arwyddion ohono.

**Targedwyd Cam Dau #DiogellDdweud at ddyinion, a'u hannog i godi llais a herio unrhyw ymddygiadau aflonyddu rhywiol, neu'r agweddau problematig a allai fod yn sail i aflonyddu rhywiol, a ddangosir gan ffrindiau.**

Canfu'r gwerthusiad o Gam Un fod yr ymgyrch wedi rhoi'r sgiliau i bobl herio aflonyddu rhywiol yn ddiogel a chefnogi dioddefwyr ar noson allan. Argymhellodd y gwerthusiad y dylai fersiynau o'r ymgyrch yn y dyfodol gael eu hanelu at gynulleidfaoedd penodol.

Gan adeiladu ar hyn, targedwyd Cam Dau #DiogellDdweud at ddyinion, a'u hannog i godi llais a herio unrhyw ymddygiadau aflonyddu rhywiol, neu'r agweddau problematig a allai fod yn sail i aflonyddu rhywiol, a ddangosir gan ffrindiau. Roedd Cam Dau unwaith eto wedi'i anelu at y rheini sy'n ymwneud ag economi'r nos yn Abertawe, yn benodol dynion 18-35 oed. Mae'n bwysig cynnwys dynion mewn ymgyrchoedd atal trais i gychwyn newid diwylliannol mewn agweddau tuag at drais yn erbyn menywod (Walker et al., 2021).

Roedd y broses hon a gwerthusiad canlyniadau yn archwilio cyflawniad, cyrhaeddiad ac effaith Cam Dau yr ymgyrch #DiogellDdweud. Yn gyffredinol, er y canfuwyd bod Cam Dau #DiogellDdweud wedi tynnu sylw at fater pwysig, ni chynyddodd ymwybyddiaeth o aflonyddu rhywiol yn economi'r nos, yn wahanol i Gam Un. Yn yr un modd, er bod cyfraddau ymgysylltu cyfryngau cymdeithasol yn uwch na'r cyfartaledd ar gyfer ymgyrchoedd tebyg, roedd llawer o'r ymgysylltu hwn yn negyddol. Teimlai cyfranogwyr fod yr ymgyrch wedi eu helpu i wybod sut i ymyrryd, ond nid oedd o reidrwydd yn cynyddu eu hyder i weithredu. Yn olaf, nodwyd gwahaniaethau rhywedd amlwg yn effeithiau'r ymgyrch, gyda mwy o ddyinion yn nodi nad oedd yr ymgyrch wedi eu helpu i adnabod aflonyddu rhywiol o fewn economi'r nos, nac wedi cynyddu eu hyder i weithredu, ac na chafodd yr ymgyrch gyffredinol unrhyw effaith arnynt.



**Dangosodd arolwg canfyddiad y cyhoedd fod 85% o ymatebwyr eisiau hyfforddiant gwylwyr i'w helpu i adnabod ac ymateb i aflonyddu rhywiol.**

**THAT'S  
NOT  
COOL**

Dylai fersiynau o'r ymgyrch yn y dyfodol ailedrych ar ddyluniad a negeseuon yr hysbysebion, yn enwedig y senarios, gan fod angen iddynt atseinio profiadau'r boblogaeth darged. Er mwyn sicrhau bod yr ymgyrch yn apelio at y gynulleidfa darged, dylid cynnal gweithdai gyda'r gynulleidfa ddethol. Ymhellach, dylid ystyried lleoliadau ac achlysuron penodol ar gyfer yr ymgysylltu hwn, er enghraifft, ffeiriau'r glas.

Er bod y canfyddiadau cyffredinol yn ymddangos yn negyddol, gall dynion fod yn gynulleidfa anodd i'w hymgysylltu mewn mentrau aflonyddu rhywiol, yn enwedig mewn ymgyrch sy'n sefyll ar ei phen ei hun (Walker et al., 2022; Gunstone a Fowler, 2017). Mae'r gwerthusiad wedi dangos y gallai fod angen ffurfiau mwy helaeth a lluosog o

ymgysylltu ar y gynulleidfa darged cyn gallu nodi ac ymyrryd pan fyddant yn sylwi ar aflonyddu rhywiol. Cefnogir y canfyddiad hwn gan Quigg et al. (2021), sy'n awgrymu y gallai defnyddio menter atal trais aml-gydran fod yn fwy effeithiol nag un dull yn unig.

Dangosodd arolwg canfyddiad y cyhoedd fod 85% o ymatebwyr eisiau hyfforddiant gwylwyr i'w helpu i adnabod ac ymateb i aflonyddu rhywiol, ac felly gallai fersiynau o'r ymgyrch yn y dyfodol geisio alinio â hyfforddiant gwylwyr sy'n seiliedig ar dystiolaeth. Byddai hyn yn atgyfnerthu negeseuon yr ymgyrch, yn darparu cyfleoedd lluosog i ymgysylltu â'r gynulleidfa darged, yn rhoi'r gallu i gyfranogwyr adnabod aflonyddu rhywiol, a chynyddu eu hyder i weithredu.

# Cyd-destun

## Aflonyddu rhywiol

Mae aflonyddu rhywiol yn broblem gymdeithasol dreiddiol sy'n aml yn gudd (Fitzgerald a Cortina, 2018). Canfu 'Arolwg Aflonyddu Rhywiol 2020' Swyddfa Cydraddoldeb y Llywodraeth fod 72% o'r boblogaeth oedolion wedi profi aflonyddu

rhywiol ar ryw adeg yn eu bywyd, a 43% wedi ei brofi yn ystod y deuddeg mis diwethaf; fodd bynnag, canfu arolwg diweddar UN Women (2021) nad oedd dros 95% o fenywod wedi adrodd am eu profiad o aflonyddu rhywiol i sefydliad swyddogol.

**Mae aflonyddu rhywiol yn arbennig o gyffredin ymhlith merched 18-24 oed, gyda 97% yn dweud eu bod wedi profi rhyw fath o aflonyddu rhywiol (UN Women, 2021).**

Canfu Arolwg Aflonyddu Rhywiol 2020 ymhellach fod traean o'r rhai a oedd wedi profi aflonyddu rhywiol yn y 12 mis diwethaf wedi cael eu targedu dro ar ôl tro gan yr un unigolyn. Yn fwyaf cyffredin, cyflawnwyr yr aflonyddu rhywiol a brofwyd yn ystod y 12 mis diwethaf oedd dynion (77%), gyda mwyafrif y dioddefwyr yn fenywod (Swyddfa Cydraddoldeb y Llywodraeth, 2020). At hynny, mae menywod yn fwyaf cyffredin yn profi aflonyddu rhywiol ar y stryd, tafarn, clwb neu far (UN Women, 2021). Mae aflonyddu rhywiol yn digwydd ar gontinwwm o drais yn erbyn menywod, cam-drin domestig a thrais rhywiol (VAWDASV) Amcangyfrifodd adroddiad gan y Swyddfa Gartref fod costau economaidd a chymdeithasol cam-drin domestig yn £66 biliwn y flwyddyn (Oliver et al., 2019), gan awgrymu bod costau pob math o VAWDASV yn sylweddol uwch.

Mae Uned Atal Trais Cymru (VPU) yn casglu data gan fyrddau iechyd a heddluoedd ledled Cymru yn rheolaidd. Mae'r data hwn yn dangos, rhwng Ebrill 2019 a Hydref 2021, bod dynion wedi cyflawni 92% o droseddau trais rhywiol a gofnodwyd gan Heddlu De Cymru (n=660 o ddigwyddiadau). Yn ogystal â rhywedd, mae oedran ifanc hefyd yn ffactor risg ar gyfer erledigaeth a chyflawni trais. Yn ogystal, mae Cronfa Ddata Cyfnodau Gofal Cleifion Cymru (PEDW<sup>1</sup>) yn dangos, dros y tair blynedd diwethaf, roedd 67% o'r derbyniadau i'r ysbyty oherwydd anafiadau cysylltiedig ag ymosodiad rhywiol ledled Cymru ar gyfer pobl 15 – 34 oed (PEDW, 2022).

<sup>1</sup> Mae Iechyd a Gofal Digidol Cymru (DHCW) yn darparu data PEDW ar gais.

## Aflonyddu rhywiol ac economi'r nos

At ddiben yr ymgyrch a'r gwerthusiad hwn, diffiniwyd economi'r nos fel 'gweithgarwch economaidd sy'n digwydd rhwng 6pm a 6am, ac sy'n cynnwys gwerthu ac yfed alcohol'; mae hyn yn cynnwys bariau, clybiau a thafarndai (Llywodraeth Cymru, 2015). Er bod economi'r nos yn gysylltiedig ag amrywiaeth o faterion iechyd y cyhoedd, gan gynnwys meddwdod, defnyddio cyffuriau, ymddygiadau peryglus a thrais, mae iddo hefyd fanteision cymdeithasol ac economaidd sylweddol. Gall fod yn rheolydd ar gyfer yfed alcohol, gyda safleoedd trwyddedig

a staff hyfforddedig. At hynny, amcangyfrifwyd bod economi'r nos yn dod â dros £60 miliwn i economi'r DU bob blwyddyn (Cymdeithas Llywodraeth Leol, 2019).

Nid yw economi'r nos yn achosi aflonyddu rhywiol, ond mae llawer o ffactorau'n gysylltiedig ag ef a all waethygu amodau ar gyfer aflonyddu rhywiol. Mae Ffigur 1 yn amlygu rhai o'r ffactorau hyn. Gall y ffactorau hyn, ynghyd ag agweddau a chredoau problematig, arwain at aflonyddu rhywiol a thrais yn economi'r nos.

### Meddwdod

Mae ymchwil yn dangos y gall yfed alcohol gynyddu parodrwydd person i fentro, tra'n lleihau eu hofn o sancsiynau (Janssen et al., 2020).

### Gorlenwi

Gall gorlenwi yn yr NTE (sef mewn clybiau nos a bariau) roi ymdeimlad o anhysbysrwydd i gyflawnwyr, sy'n eu grymuso i gyffwrdd â pherson arall yn amhriodol (Quigg et al., 2020; Haleem et al., 2020; Janssen et al., 2020).

### Anhysbysrwydd

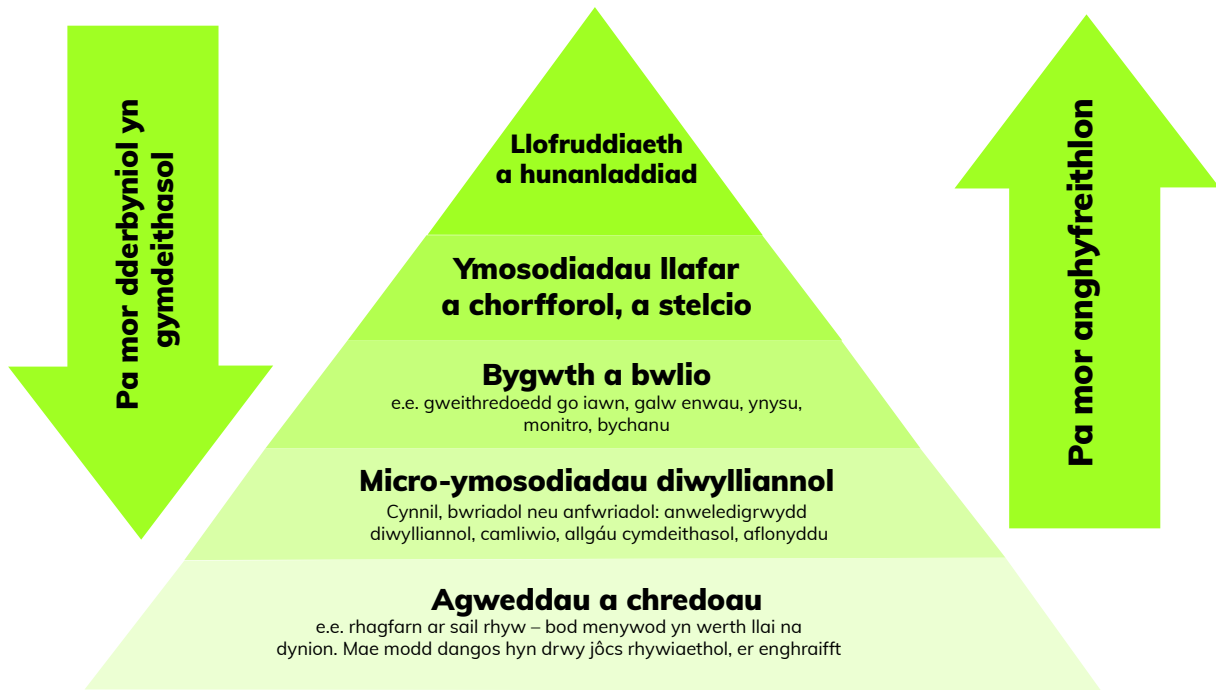
Gall anhysbysrwydd leihau atebolrwydd person, sydd yn ei dro, yn lleihau eu cyfrifoldeb moesol ac yn cynyddu'r tebygolrwydd y byddant yn aflonyddu'r rhywiol neu'n cam-drin person arall (Philpot, 2019).

Ffigur 1: Ffactorau ar gyfer aflonyddu rhywiol o fewn economi'r nos

Mae ymddygiadau trais rhywiol yn digwydd ar gontinwwm, yn amrywio o sylw rhywiol digroeso neu aflonyddu, i dreisio a dynladdiad. Mae'r continwwm cam-drin hefyd yn cynrychioli derbynioldeb cymdeithasol yr ymddygiad (Ffigur 2). Po uchaf i fyny'r pyramid yw'r ymddygiad, y lleiaf derbyniol, a'r mwyaf anghyfreithlon, ydyw. Mae tystiolaeth yn awgrymu y gall agweddau a chredoau problematig yn ymwneud â rhywedd ac

anghydraddoldeb hiliol, gan gynnwys rhywiaeth, hiliaeth, casineb at fenywod a homoffobia, fod yn sail i ymddygiadau treisgar a all waethygu pan na chânt eu herio. Gall hyn hefyd gynnwys jôcs rhywiaethol neu 'gellwair' sy'n parhau hawl dynion. Pan na chaiff yr agweddau a'r credoau problematig hyn eu herio, gall atgyfnerthu'r normau cymdeithasol sy'n awgrymu bod aflonyddu rhywiol yn dderbyniol.

**Mae normau diwylliannol presennol yn rhagdybio bod aflonyddu rhywiol yn anochel i bobl o bob rhyw, ac yn enwedig menywod, o fewn economi'r nos lle mae'r diwylliant yfed yn rhoi gwerth uchel ar gyfarfyddiadau rhywiol.**



Ffigur 2: Pyramid trais (McMahon a Banyard, 2012)

Mae normau cymdeithasol yn chwarae rhan bwysig yn yr achosion o aflonyddu rhywiol o fewn economi'r nos (Savard et al., 2019). Mae normau diwylliannol presennol yn rhagdybio bod aflonyddu rhywiol yn anochel i bobl o bob rhyw, ac yn enwedig menywod, o fewn economi'r nos lle mae'r diwylliant yfed yn rhoi gwerth uchel ar gyfarfyddiadau rhywiol (Pederson et al., 2017; McMahon a Banyard, 2012). Fodd

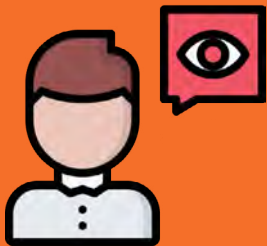
bynag, cynrychioliad o agweddau a chredoau diwylliannol yw'r normau hyn (Ffigur 2); y gall pob un ohonynt esblygu dros amser a chael eu herio. Fel ffactor risg y gellir ei addasu ar gyfer cynnydd mewn trais rhywiol, maent, felly, yn cynnig cyfle posibl ar gyfer ymdrechion atal trais yn economi'r nos.



## Rôl gwylwyr

Gelwir tystion i ymddygiad negyddol, megis aflonyddu rhywiol, yn 'wylwyr'. Mae gan wylwyr, oherwydd eu presenoldeb, gyfle i gamu i mewn i ddarparu cymorth, cyfrannu at yr ymddygiad negyddol, neu wneud dim byd heblaw arsylwi (Banyard, 2015).

**DUDE  
LEAVE  
HER ALONE**



Mae data gan Swyddfa Comisiynydd Heddlu a Throseddu De Cymru (2017) yn dangos bod **80% o bobl ifanc 18-24 oed wedi gweld rhywun arall yn cael ei aflonyddu'n rhywiol tra ar noson allan.**

Yn yr un modd, canfu Arolwg **Aflonyddu Rhywiol 2020** fod **38% o'r bobl a holwyd<sup>2</sup> wedi gweld rhywun arall yn cael ei aflonyddu'n rhywiol**, ac eto dim ond **16% o'r rheini oedd wedi ymyrryd** (Swyddfa Cydraddoldeb y Llywodraeth, 2020).

Gelwir y rhai a oedd wedi ymyrryd yn '**wylwyr rhag-gymdeithasol**'. Mae ymatebion gwylwyr rhag-gymdeithasol yn cynnwys torri **ar draws y sefyllfa i'w atal rhag gwaethygu**, siarad yn erbyn y normau cymdeithasol sy'n parhau aflonyddu rhywiol, **a bod yn gyfaill cefnogol i ddioddefwyr aflonyddu rhywiol** (Cares et al., 2015).

<sup>2</sup> Roedd 12,131 o gyfranogwyr yn yr arolwg.

## Beth sy'n gweithio i atal VAWDASV?



### Tystiolaeth gref

- Rhaglenni mewn ysgolion i atal VAWDASV, trwy ddull ysgol gyfan, dan arweiniad cyfoedion
- Rhaglenni sy'n ceisio trawsnewid normau rhyw niweidiol mewn colegau, ysgolion, clybiau chwaraeon, ar-lein, prifysgolion
- Rhaglenni hyfforddi gwylwyr mewn prifysgolion ac ysgolion sy'n grymuso gwylwyr i herio normau grwpiau cyfoedion sy'n cynnal trais



### Tystiolaeth addawol

- Dulliau grymuso sy'n hyrwyddo hawliau menywod a chydraddoldeb rhywiol
- Ymyriadau theatr gyda phobl ifanc
- Ymyrraeth gynnar - nodi ac atgyfeirio mewn lleoliadau iechyd
- Rhaglenni economi'r nos gan gynnwys hyfforddiant i staff ac ymgyrchoedd
- Polisi a deddfwriaeth alcohol
- Rhaglenni gwylwyr mewn cymunedau



### Tystiolaeth addawol

- Ymyriadau yn y gweithle, gan gynnwys hyfforddiant gwylwyr yn y gweithle
- Ymyriadau ataliol gyda chymunedau amrywiol
- Atal camfanteisio a masnachu mewn pobl
- Atal yr hyn a elwir yn gam-drin ar sail anrhydedd

Ffigur 3: Beth sy'n gweithio i atal VAWDASV? (Addis a Snowdon, 2021)

Mae yna gyfoeth o lenyddiaeth sy'n archwilio'r effeithiau y gall gwylwyr eu cael ar aflonyddu rhywiol a thrais. Mae'r astudiaethau hyn yn aml mewn lleoliadau prifysgol ac wedi dangos canlyniadau addawol. Mae llawer o brifysgolion yn y DU bellach yn cynnig hyfforddiant gwylwyr i fyfyrwyr, sy'n eu dysgu sut i adnabod aflonyddu rhywiol, yn ogystal â mathau eraill o drais yn erbyn menywod, cam-drin domestig a thrais rhywiol (VAWDASV) a gwahanol ffyrdd y gallant ddod yn wylwyr rhag-gymdeithasol. Dangoswyd bod y sesiynau hyfforddi hyn i wylwyr mewn prifysgolion yn arwain at ganlyniadau cadarnhaol (Fenton et al., 2016).

Archwiliodd adolygiad systemig o lenyddiaeth, a gynhaliwyd gan Addis a Snowdon (2021), yr hyn sy'n gweithio i atal trais yn erbyn menywod, cam-drin domestig a thrais rhywiol (VAWDASV). Canfu'r astudiaeth dystiolaeth addawol i gefnogi'r defnydd o raglenni hyfforddi gwylwyr, rhaglenni economi'r nos ar gyfer staff ac ymgyrchoedd, a rhaglenni sy'n herio normau rhyweddd (Ffigur 3). Er bod tystiolaeth gref i gefnogi ymyriadau gwylwyr yn erbyn VAWDASV, mae tystiolaeth ar yr effaith y gall gwylwyr ei cael ar drais rhywiol o fewn economi'r nos yn faes ymchwil sy'n dod i'r amlwg (Quigg et al., 2020).

## Ymgyrchoedd a mentrau blaenorol

Mae nifer fach o ymgyrchoedd a mentrau sy'n seiliedig ar dystiolaeth wedi'u cyflwyno yn y DU, sydd wedi ceisio mynd i'r afael ag aflonyddu rhywiol a thrais yn economi'r nos. Mae'r ymgyrchoedd hyn yn defnyddio dulliau amrywiol i gyflawni hyn. Mae rhai wedi herio cyflawnwyr i ystyried eu hymddygiad, rhai wedi uwchsgilio staff o fewn y diwydiant, tra bod eraill yn annog ffrindiau i ofalu am ei gilydd (Quigg et al., 2020).

Roedd ymgyrch Drinkaware 'you wouldn't sober, you shouldn't drunk' yn herio canfyddiadau am yr hyn yw ymddygiad derbynol pan fo rhywun wedi bod yn yfed alcohol. Canfu'r gwerthusiad ar gyfer yr ymgyrch hon fod dynion yn arbennig o anodd i'w hymgysylltu mewn ymgyrchoedd aflonyddu rhywiol gan eu bod yn llai tebygol o gytuno bod aflonyddu rhywiol meddw yn broblem (Gunstone a Fowler, 2017). Fodd bynnag, mae yna gytundeb eang ymhlith academyddion ac ymarferwyr fel ei gilydd, ei bod yn bwysig cynnwys dynion mewn ymgyrchoedd atal trais i gychwyn newid diwylliannol mewn agweddau tuag at atal trais yn erbyn menywod (Walker et al., 2021).

Hefyd, cyflwynodd Drinkaware 'Nightlife Crew' gyda'r nod o uwchsgilio staff economi'r nos i gefnogi lles cwsmeriaid yn well. Canfu gwerthusiad proses y fenter hon fod y criw bywyd nos yn hanfodol i atal canlyniadau niweidiol i gwsmeriaid agored i niwed. Fodd bynnag, canfu'r adroddiad hefyd nad oedd cysondeb yn y ffyrdd yr oedd aelodau criw bywyd nos yn gweithredu, gyda rhai i bob golwg yn cyflawni rolau gwahanol i eraill. Daeth y gwerthusiad i'r casgliad nad oedd y cynllun hwn ar ei ben ei hun yn ddigon i herio'r normau ynghylch meddwod, a byddai angen mwy o ymgysylltu (Drinkaware, 2017).

Nod yr ymgyrch 'Good Night Out' yw creu bywyd nos mwy diogel trwy helpu sefydliadau i ddeall yn well, ymateb i ac atal aflonyddu rhywiol ac ymosodiadau trwy hyfforddiant arbenigol, cefnogaeth polisi a rhaglen achredu. Mae'r Ymgyrch Good Night Out yn canolbwyntio ar helpu awdurdodau lleol i ddatblygu ymgyrchoedd atal trais rhywiol, ac yn darparu hyfforddiant i staff rheng flaen ledled y DU. Mae'r Ymgyrch Good Night Out wedi'i gwerthuso yn Birmingham a Lerpwl; mae dysgu cynnar o'r gwerthusiadau hyn yn awgrymu y dylid darparu hyfforddiant gwylwyr gweithredol ar y cyd â gwasanaeth cymorth trais rhywiol lleol, ochr yn ochr ag ymgyrchoedd yn economi'r nos a hyfforddiant (Quigg et al., 2020a; Quigg a Bigland, 2020).

Mae ymgyrchoedd eraill sydd wedi targedu trais rhywiol yn y DU yn cynnwys 'That Guy' gan Heddlu'r Alban, 'Enough' gan y Swyddfa Gartref, 'Have a word with yourself, then your mates' gan Faer Llundain, a '#Is this ok' oddi gan Faer Manceinion Fwyaf. Targedwyd y pedair ymgyrch yn benodol at ddynion a bechgyn, ond prin yw'r dystiolaeth o'u heffaith.

Ar y cyfan, mae'r ymgyrchoedd a'r mentrau hyn wedi dangos rhai canlyniadau addawol, ac eto mae'r gwerthusiadau'n dangos bod gan bob un ei ddiffygion, ac yn ei chael hi'n anodd ymgysylltu â grwpiau penodol o bobl i atal aflonyddu rhywiol a thrais.

Mae angen i atal aflonyddu rhywiol a thrais ddechrau gyda newid diwylliannol lle mae normau cymdeithasol, agweddau a chredoau yn cael eu herio fel rhan o ddamcaniaeth newid ymddygiad. Fel y mae Ffigur 2 yn ei amlygu, mae agweddau a chredoau yn sail i drais rhywiol, a dim ond trwy fynd i'r afael â'r rhain a'u herio y bydd ymgyrch yn gallu cychwyn newid diwylliannol i atal y niwed mwy difrifol rhag digwydd (trais rhywiol).

Mae ymchwil wedi dangos bod gwylwyr yn hanfodol i gychwyn y newid diwylliannol hwn. Gan ddefnyddio'r wybodaeth hon, a dysgu o werthusiadau ymgyrch blaenorol, cyflwynodd y VPU #DiogellDdweud, i annog gwylwyr rhag-gymdeithasol i herio agweddau a chredoau problemus o fewn economi'r nos.

## Trosolwg o #DiogellDdweud

Cafodd Cam Un yr ymgyrch #DiogellDdweud ei ariannu a'i gyflwyno gan y VPU yn 2021. Ceisiodd yr ymgyrch gychwynnol atal aflonyddu rhywiol trwy annog ymatebion gwylwyr gweithgar a rhag-gymdeithasol tuag at unigolion sy'n dangos agweddau, ymddygiadau a chredoau amhriodol a niweidiol. Yn fwy penodol, ceisiai'r ymgyrch roi'r wybodaeth, y sgiliau a'r hyder i bobl leisio'u barn am aflonyddu rhywiol yn economi'r nos, yn enwedig wrth i gyfyngiadau COVID-19 gael eu codi a'r economi nos fwy ffurfiol (bariau/clybiau/tafarndai) ail sefydlu. Nid oedd yr ymgyrch yn ceisio newid ymddygiad y dioddefwr/dioddefwyr posibl.

Cyflwynwyd yr ymgyrch gychwynnol #DiogellDdweud ar draws ardal Heddlu De Cymru gan asiantaethau allanol (Bluegg a Hello Starling), gyda deunyddiau ymgyrchu yn cael eu dosbarthu ar-lein (Facebook, Twitter, Instagram a Snapchat) ac all-lein, trwy bosteri, faniau digidol, hysbysebion mesuryddion parcio, a phosteri ar fysiau (wedi'u lleoli yng Nghaerdydd ac Abertawe). Roedd yr ymgyrch yn gysylltiedig â gwefan a oedd yn cynnig pecyn cymorth gwylwyr, cyfeirio at wasanaethau cymorth a rhaglenni hyfforddi gwylwyr.

Roedd yr ymgyrch yn targedu'r rhai **16-45 oed**, a oedd yn ymwneud ag economi'r nos. Nid oedd yr ymgyrch yn targedu'r rhai oedd yn gweithio yn economi'r nos. Roedd cam cychwynnol **#DiogellDdweud** yn fyw am gyfnod o bedair wythnos (12/06/2021 – 10/07/2021).

## Gwerthusiad Cam Un



**Gwerthusodd y VPU gam cychwynnol #DiogellDdweud<sup>3</sup>. Nod y gwerthusiad oedd asesu cyflawniad a chyrhaeddiad yr ymgyrch, yn ogystal â chanfyddiadau'r cyhoedd o ddeunydd ac effaith yr ymgyrch.**

Roedd canfyddiadau'r gwerthusiad yn dangos bod yr ymgyrch wedi cyrraedd 392,001 o wahanol bobl ar gyfryngau cymdeithasol tra'r oedd yn fyw, fodd bynnag, canfu arolwg canfyddiad y cyhoedd fod cofio'r ymgyrch yn gymharol isel. Teimlai ymatebwyr i'r arolwg fod yr ymgyrch wedi amlygu mater pwysig, ac wedi dysgu iddynt sut i ymateb yn ddiogel. Amlygodd arolwg canfyddiad y cyhoedd awydd am hyfforddiant gwylwyr, i uwchsgilio aelodau cyffredinol o'r cyhoedd wrth gymryd camau rhag-gymdeithasol yn erbyn aflonyddu rhywiol (Walker et al., 2022).

Roedd argymhellion y gwerthusiad hwn yn cynnwys ailedrych ar ddyluniad a negeseuon yr hysbysebion a chynnal yr ymgyrch am gyfnod hwy o amser. At hynny, byddai targedu'r ymgyrch at boblogaeth benodol a lleoliadau penodol yn helpu i lunio'r negeseuon a'r senarios yn yr hysbyseb (Walker et al., 2022).

<sup>3</sup> Evaluation-Report-Preventing-Sexual-Violence-in-the-Night-Time-Economy.pdf (violencepreventionwales.co.uk)

# Yr Ymgyrch

## Cefndir

Gan adeiladu ar werthusiad Cam Un #DiogellDdweud, cyflwynwyd Cam Dau yn Abertawe, a ariannwyd gan gronfa Diogelwch Menywod yn y Nos y Swyddfa Gartref (SWaN), a'i gyflwyno gan y VPU gyda chefnogaeth Ymgyrch Good Night Out Campaign a Chymorth i Fenywod Cymru.



**Ceisiodd Cam Dau #DiogellDdweud atal aflonyddu rhywiol drwy annog ymatebion rhag-gymdeithasol a gweithgar gan wylwyr tuag at unigolion sy'n arddangos ymddygiad rhywiol amhriodol, ac agweddau a chredoau problematig.**

Yn fwy penodol, targedwyd Cam Dau at ddynion, a'u hannog i godi llais a herio unrhyw ymddygiadau aflonyddu rhywiol, neu'r agweddau problematig a allai fod yn sail i aflonyddu rhywiol, a ddangosir gan ffrindiau. Gan fod y rhan fwyaf o aflonyddu rhywiol yn cael ei gyflawni gan ddynion, mae'n hanfodol i ymgysylltu dynion fel gwylwyr gweithredol wrth atal aflonyddu rhywiol.

Nod yr ymgyrch oedd rhoi'r ymwybyddiaeth angenrheidiol i wylwyr adnabod yr ymddygiad fel aflonyddu rhywiol neu agweddau problematig a allai arwain at aflonyddu rhywiol, a'u harfogi â'r sgiliau i weithredu'n rhag-gymdeithasol trwy siarad yn uniongyrchol â'r cyflawnwr / cyflawnwr posibl i herio'r norm cymdeithasol. Nid oedd yr ymgyrch yn ceisio newid ymddygiad dioddefwyr, er bod gwasanaethau cymorth i ddioddefwyr yn cael eu darparu ar wefan yr ymgyrch i unrhyw un oedd yn ceisio cymorth mewn perthynas ag aflonyddu rhywiol. Gweler Atodiadau A am ddamcaniaeth newid.

## Amcanion yr ymgyrch

### Amcanion yr ymgyrch oedd:

- 1. Gwella ymwybyddiaeth y cyhoedd o aflonyddu rhywiol yn economi'r nos;**
- 2. Cynyddu cefnogaeth y cyhoedd i atal aflonyddu rhywiol yn economi'r nos;**
- 3. Annog y gynulleidfa darged i fabwysiadu ymddygiad gwylwyr rhag-gymdeithasol;**
- 4. Cynyddu ymwybyddiaeth o'r gwasanaethau cymorth sydd ar gael i ddiodefwr, goroeswyr a gwylwyr, gyda ffocws ar godi ymwybyddiaeth o gefnogaeth leol a chefnogaeth i grwpiau ymylol;**
- 5. Creu bywyd nos mwy diogel yn Abertawe trwy leihau achosion o aflonyddu rhywiol a mathau eraill o drais rhywiol yn economi'r nos.**

## Profi cywirdeb

Profwyd ffyddlondeb yr ymgyrch cyn ei lansio. I ddechrau, gofynnwyd i weithwyr proffesiynol atal aflonyddu rhywiol a hyfforddiant gwylwyr gweithredol ddarparu adborth ar ddeunyddiau a negeseuon yr ymgyrch. Yn dilyn mireinio, cynhaliodd Bluegg arolwg i brofi'r negeseuon a ddefnyddiwyd yn yr ymgyrch, a'r dewis hashnod gydag aelodau'r cyhoedd. Gyda chefnogaeth gan y VPU a Chymorth i Fenywod Cymru, cynhaliodd Bluegg arolwg o sampl o'r boblogaeth darged i gasglu eu barn ar aflonyddu rhywiol ac ymatebion priodol, yn ogystal â'u barn ar

ddeunyddiau ymgyrchu arfaethedig. Roedd yr arolwg yn cynnwys gwybodaeth ddemograffig, safbwyntiau am aflonyddu rhywiol, ymatebion i aflonyddu rhywiol a barn am ddeunyddiau a negeseuon yr ymgyrch. Ni ofynnwyd am unrhyw wybodaeth adnabyddadwy na'i darparu. Derbyniodd Bluegg adborth gan 93 o ymatebwyr. Roedd yr adborth o'r profion cywirdeb yn rhan o ddatblygiad yr ymgyrch, ac yn llywio newidiadau i ochr greadigol yr ymgyrch, dan arweiniad yr asiantaeth greadigol, Bluegg.



## Ymgyrch derfynol

**Rhedodd yr ymgyrch am saith wythnos, o 4ydd Chwefror 2022 tan 26ain Mawrth 2022, ac fe'i targedwyd at ddynion 18-35 oed, sy'n cymryd rhan yn economi'r nos ffurfiol (tafarndai, bariau, bwytai) a/neu anffurfiol (mannau agored fel traethau) yn Abertawe. Nid oedd yr ymgyrch yn targedu'r rhai sy'n gweithio yn economi'r nos, fel staff bariau, ond roedd ei negeseuon craidd yn cyd-fynd â'r hyfforddiant presennol sydd ar gael i'r rhai sy'n gweithio yn economi'r nos, er cysondeb.**



Cyflwynwyd yr ymgyrch ddwyieithog ar draws ardal Abertawe gan asiantaethau allanol; Bluegg a Hello Starling. Dosbarthwyd deunyddiau ymgyrchu ar-lein (Facebook, Instagram ac Audience Network) ac all-lein, trwy fatiau cwrw a sgriniau digidol mewn tafarndai a chlybiau, hysbysebion arosfannau bysiau a gorsafoedd trên.



Roedd yr ymgyrch yn gysylltiedig â gwefan<sup>4</sup> sy'n cynnwys fersiwn wedi'i addasu o'r Pecyn Cymorth Gwylwyr a ddatblygwyd yng Ngham Un. Roedd y dudalen we hefyd yn cyfeirio at wasanaethau cymorth ac yn rhoi cyfle i ddefnyddwyr adael manylion cyswllt i gael rhagor o wybodaeth am yr ymgyrch neu hyfforddiant.

<sup>4</sup> [www.safetosay.wales](http://www.safetosay.wales)

# Methodoleg Gwerthuso

## Diben y gwerthusiad



**Roedd y gwerthusiad hwn o'r broses a chanlyniadau'n archwilio cyflawniad a chyrhaeddiad Cam Dau o ymgyrch #DiogellDdweud VPU, yn o gystal â chanfyddiadau'r cyhoedd o senarios, deunyddiau ac effaith yr ymgyrch.**

### Prif amcanion y gwerthusiad yw:

- 1. Mesur ymgysylltiad y cyhoedd â'r ymgyrch ar draws llwyfannau cyfryngau cymdeithasol;**
- 2. Asesu ymwybyddiaeth y cyhoedd o'r ymgyrch, gan gynnwys gwelededd a chydabyddiaeth o'r ymgyrch ymhlith y boblogaeth darged yn Abertawe;**
- 3. Archwilio canfyddiadau'r cyhoedd o gynnwys a chyflwyniad yr ymgyrch;**
- 4. Archwilio effaith yr ymgyrch ar ymwybyddiaeth y cyhoedd o, ac agweddau tuag at, aflonyddu rhywiol yn yr NTE;**
- 5. Archwilio effaith yr ymgyrch ar hyder gwylwyr a pharodrwydd i herio ymddygiad rhywiol niweidiol yn ddiogel o fewn yr NTE ffurfiol ac anffurfiol;**
- 6. Mesur ymgysylltiad y cyhoedd â gwybodaeth ac adnoddau ar aflonyddu rhywiol ac ymatebion gwylwyr, a'r nifer sy'n manteisio ar wasanaethau cymorth i ddioddefwyr, cyflawnwyr a gwylwyr.**

### Hefyd, lle bo modd, bydd y gwerthusiad yn ceisio:

- 7. Archwilio unrhyw ganlyniadau anfwriadol i'r ymgyrch, gan gynnwys manteision a niwed posibl yr ymgyrch;**
- 8. Ystyried cyflwyno'r ymgyrch yn y dyfodol ac uwchraddio'r ymgyrch ar draws gwahanol sectorau.**



## Ffynonellau data

### Defnyddiwyd y ffynonellau data canlynol i gynorthwyo gyda'r gwerthusiad hwn:

#### Arolwg canfyddiad y cyhoedd

Anfonwyd arolwg barn ar-lein at sampl wirfoddol o aelodau'r cyhoedd fis ar ôl i'r ymgyrch ddod i ben. Cynhaliwyd y bleidlais gan yr asiantaeth hysbysebu, Hello Starling, a chafwyd 231 o ymatebion. Roedd yr ymatebwyr yn ddynion a menywod, gan fod hyn yn caniatáu ar gyfer cymariaethau ar y gwahaniaethau rhwng y rhywiau yn effeithiau'r ymgyrch. Darparwyd y data dienw a gasglwyd gan Hello Starling i'r tîm gwerthuso i gynorthwyo gyda'r gwerthusiad hwn. Gofynnodd arolwg barn y cyhoedd gwestiynau am ymwybyddiaeth o'r ymgyrch, negeseuon yr ymgyrch, adborth ar yr ymgyrch a demograffeg y cyfranogwyr. Mae copi o gwestiynau arolwg canfyddiad y cyhoedd i'w gweld yn Atodiad B.

#### Dadansoddeg ar-lein a chyfryngau cymdeithasol

Darparodd Hello Starling a'r VPU ddadansoddeg cyfryngau cymdeithasol, gan gynnwys ymgysylltu â'r postiodau, nifer y proffiliau cyfryngau cymdeithasol yr oedd yr ymgyrch wedi'u cyrraedd, nifer y bobl a gliciodd drwodd o hysbyseb yr ymgyrch i'r wefan, yr amser o'r dydd y gwnaeth pobl ymgysylltu â'r ymgyrch, y dyfeisiau a ddefnyddir i gyrchu'r ymgyrch a'r wefan, a chynulleidfa'r ymgyrch ddemograffig.

## Dadansoddiad

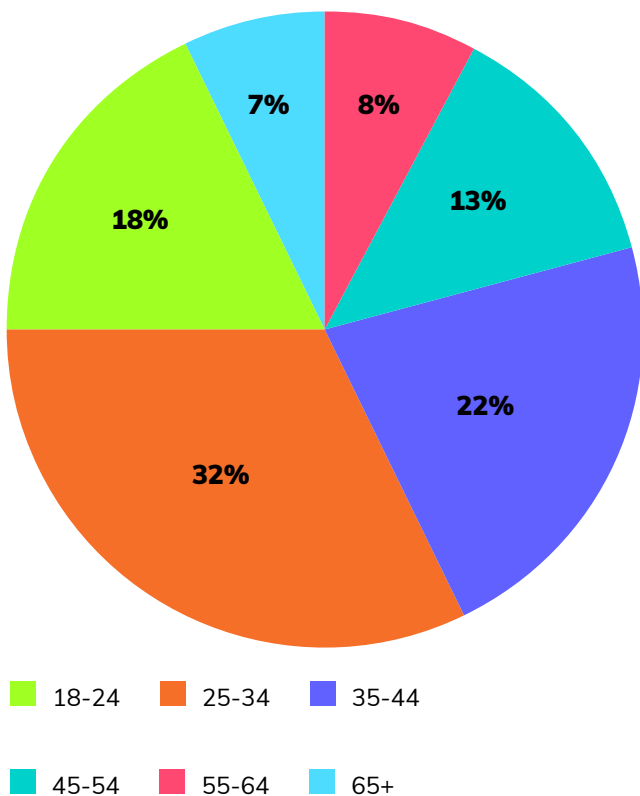


**Cafodd arolwg canfyddiad y cyhoedd ei godio a'i ddadansoddi gan ddefnyddio IBM SPSS Statistics 24. Defnyddiwyd cynnwys y blychau testun agored i ychwanegu mewnwelediad pellach i'r data meintiol.**

# Canfyddiadau'r Gwerthusiad

## Arolwg canfyddiad y cyhoedd

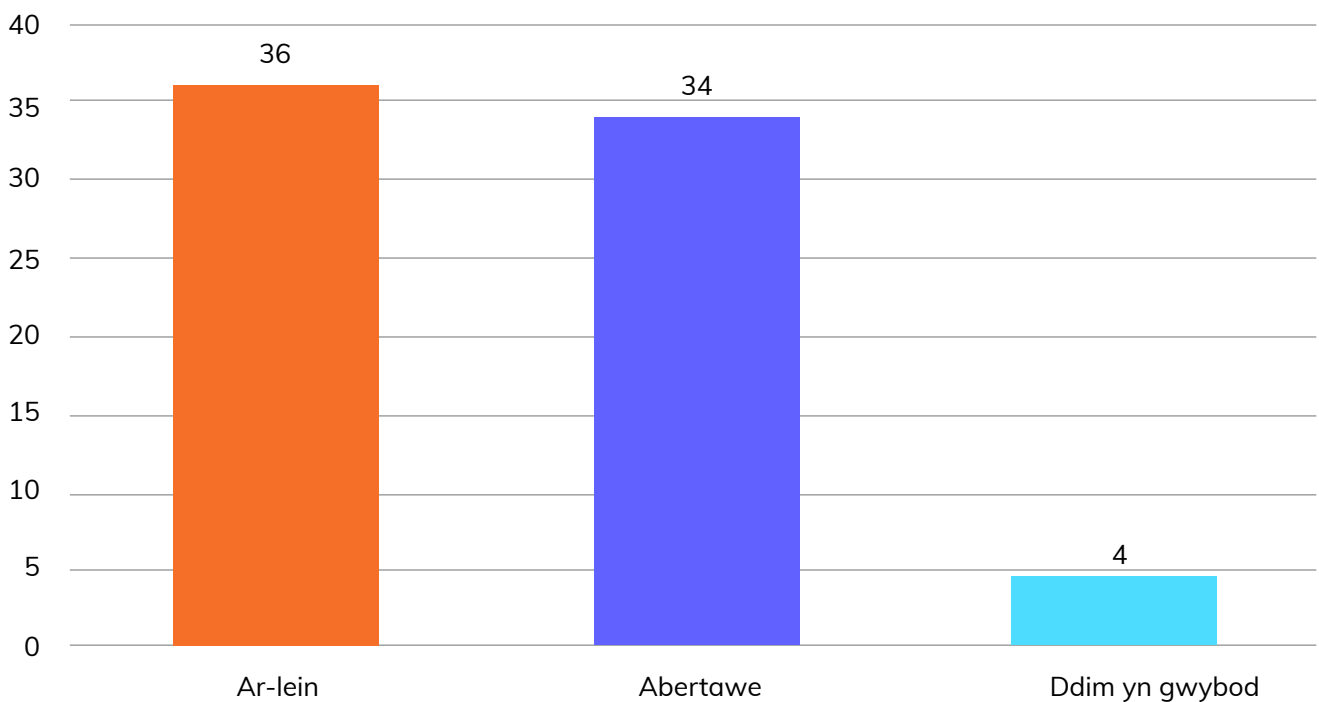
Cwblhawyd arolwg canfyddiad y cyhoedd gan 231 o gyfranogwyr, gyda 61% ohonynt yn fenywod. Roedd oedran yr ymatebwyr yn amrywio (Ffigur 4). Roedd yr holl ymatebwyr yn byw yn ardal Abertawe. Roedd 40 o ymatebwyr yn cyfateb i gynulleidfa darged yr ymgyrch (dynion rhwng 18 a 35 oed). Dywedodd wyth deg un y cant o gyfranogwyr eu bod yn heterorywiol, 6% yn gyfunrywiol, 6% yn ddeurywiol ac roedd yn well gan weddill y cyfranogwyr beidio â dweud. Dywedodd wyth deg tri y cant o ymatebwyr eu bod yn Wyn Prydeinig.



Ffigur 4: Oed ymatebwyr arolwg canfyddiad y cyhoedd

### Ymwybyddiaeth o'r ymgyrch

Dyweddodd dau ddeg wyth y cant (n=64) o ymatebwyr yr arolwg eu bod wedi gweld hysbysebion yr ymgyrch tra oeddent yn fyw. Roedd un ar ddeg o'r rhain (15%) o gynulleidfa darged yr ymgyrch (dynion rhwng 18 a 35 oed). O'r 64 o bobl, roedd rhaniad cyfartal bron yn nifer y bobl a welodd yr hysbysebion ymgyrchu yn Abertawe (n=34) a'r rhai a'i gwelodd ar-lein (n=36) (Ffigur 5). Dim ond unwaith yr oedd tri deg chwech y cant o'r 64 o bobl wedi gweld hysbyseb yr ymgyrch; tra bod 9% (n=6) wedi ei weld bedair gwaith neu fwy yn ystod ei gyfnod yn fyw.

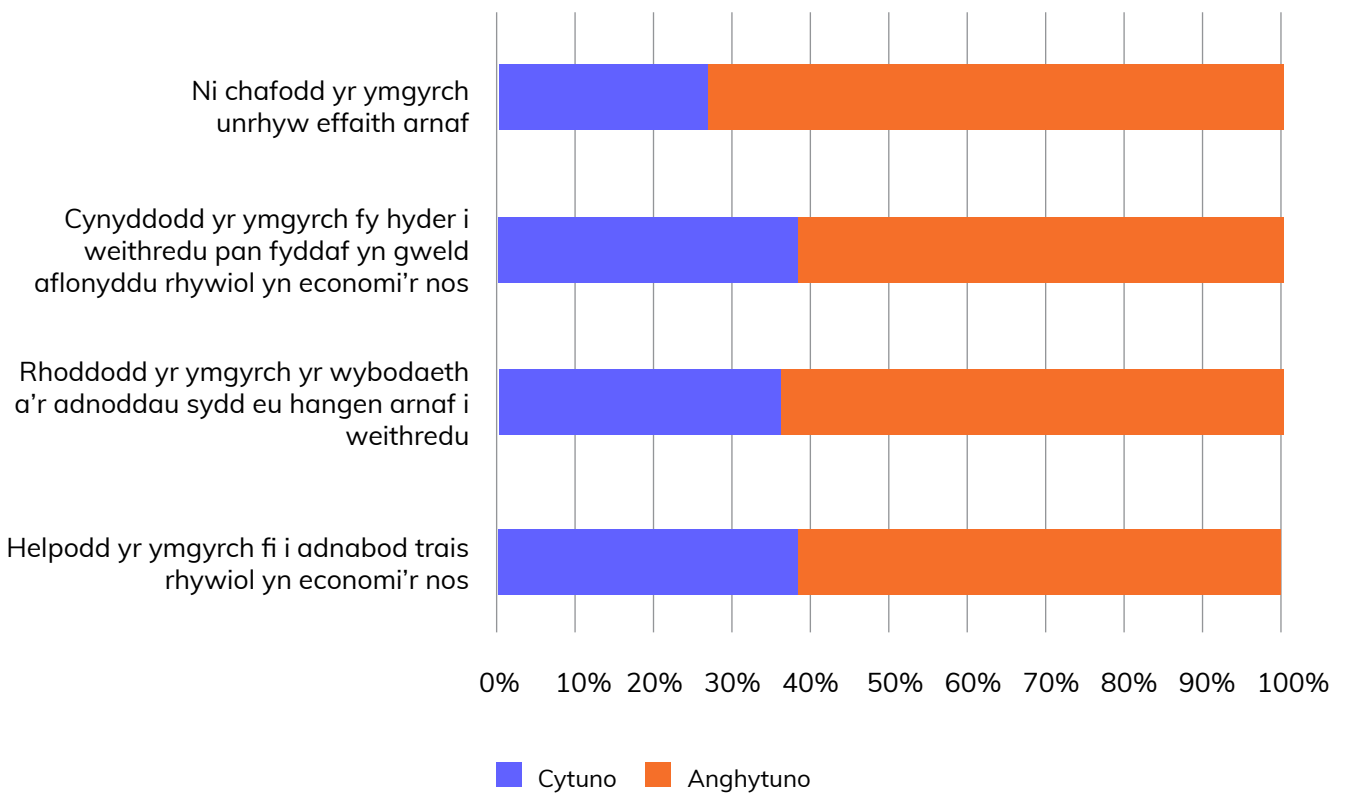


Ffigur 5: Lleoliad lle gwelodd ymatebwyr yr arolwg hysbysebion yr ymgyrch

Twenty-five percent (n=16) of those who saw the campaign advertisement while it was live also visited the campaign website, this included five men from the target audience. While 22% (n=14) looked for additional information elsewhere after seeing the campaign. Of those who visited the campaign website, 56% (n=9) felt that the tips and advice were the most informative element of the website.

### Effeithiau'r ymgyrch

Teimlai saith deg tri y cant (n=47) o'r rhai a oedd wedi gweld hysbyseb yr ymgyrch tra'r oedd yn fyw bod yr ymgyrch wedi cael effaith arnynt (Ffigur 6). Dywedodd tri deg wyth y cant o ymatebwyr eu bod yn teimlo bod yr ymgyrch wedi eu helpu i adnabod aflonyddu rhywiol o fewn economi'r nos, ac wedi cynyddu eu hyder i gymryd camau pan fyddant yn dyst i'r ymddygiad problemus. Ymhellach, teimlai 36% o'r ymatebwyr fod yr ymgyrch wedi rhoi gwybodaeth ac adnoddau iddynt a fyddai'n eu helpu i weithredu.

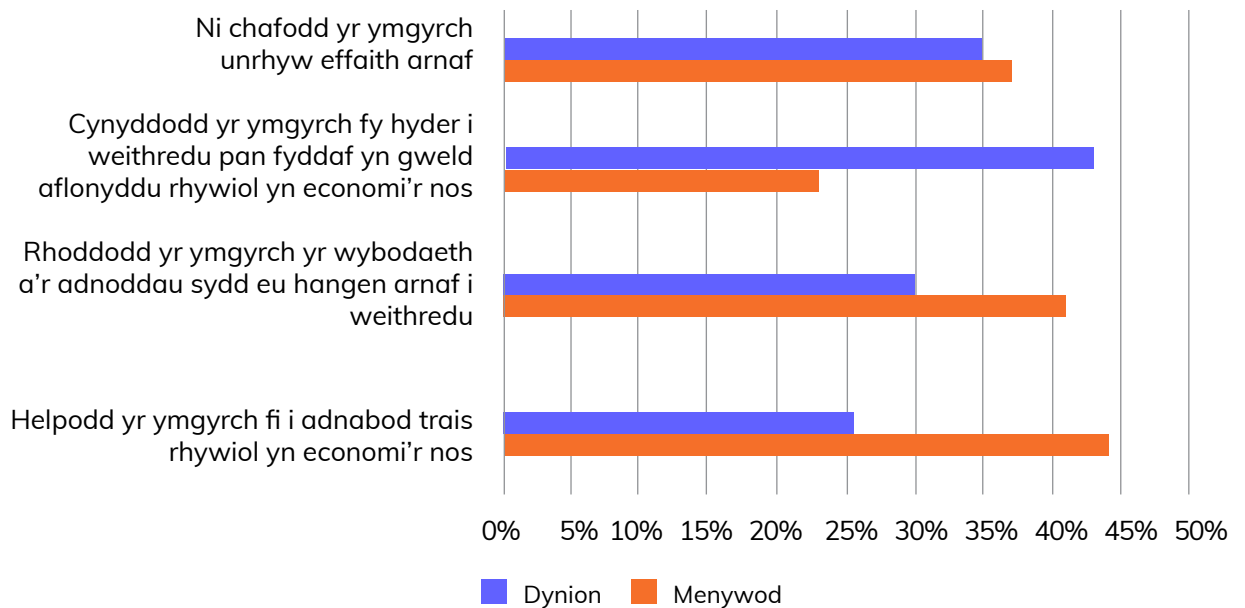


Ffigur 6: Effeithiau'r ymgyrch

Gwahaniaethau rhwng y rhywiau yn effaith yr ymgyrch

Roedd gwahaniaethau amlwg rhwng y rhywiau yn yr ymatebion i'r arolwg wrth archwilio effeithiau'r ymgyrch, ac mae'r rhain wedi'u hamlygu yn Ffigur 7. Yn nodedig, nododd mwy o ddynion na chafodd yr ymgyrch unrhyw effaith arnynt (43%) o gymharu â menywod (23%). Wrth ystyried adborth y gynulleidfa darged, teimlai 27% (n=4) na chafodd yr ymgyrch unrhyw effaith arnynt.

Teimlai llawer mwy o fenywod fod yr ymgyrch wedi cynyddu eu hyder i weithredu pan fyddant yn dystion i aflonyddu rhywiol yn economi'r nos, a theimlent fod yr ymgyrch wedi eu helpu i adnabod trais rhywiol yn economi'r nos. Teimlai tri deg naw y cant (n=7) o'r gynulleidfa darged fod yr ymgyrch wedi rhoi'r wybodaeth a'r adnoddau yr oedd eu hangen arnynt i weithredu.



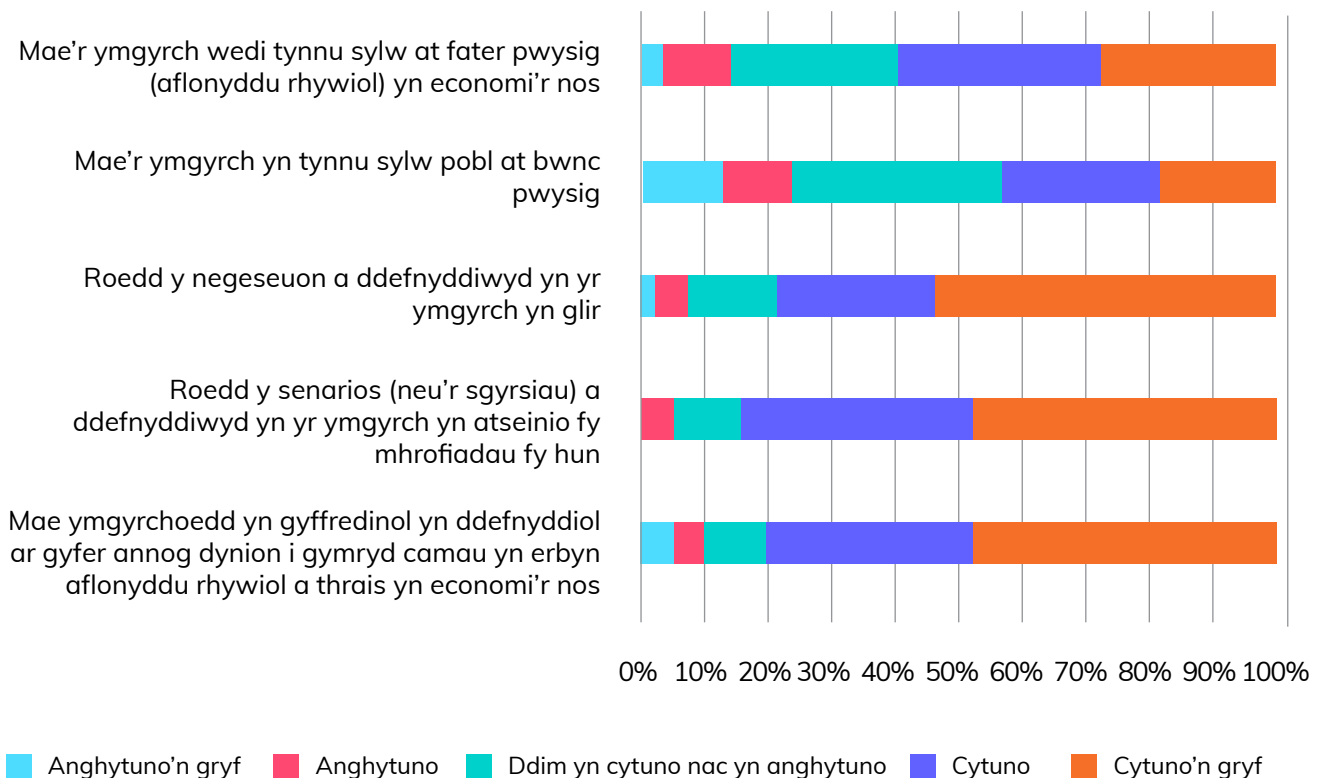
Ffigur 7: Gwahaniaethau rhwng y rhywiau yn effaith yr ymgyrch

Dyluniad yr ymgyrch

**Er mwyn asesu dyluniad cyffredinol yr ymgyrch, gofynnwyd cyfres o gwestiynau i ymatebwyr yr arolwg am y negeseuon, dulliau dosbarthu, ffontiau, lliwiau a chynllun yr ymgyrch.**



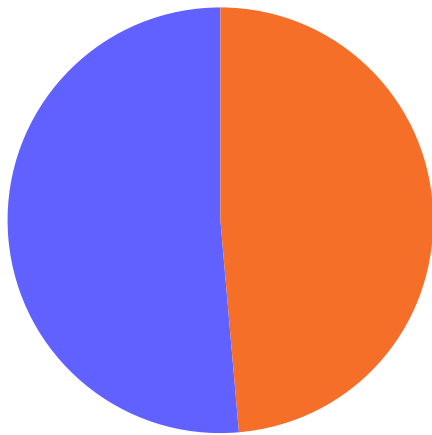
- Mae ymatebion i'r arolwg yn dangos bod 84% o'r ymatebwyr yn teimlo bod yr ymgyrch wedi tynnu sylw pobl at bwnc pwysig,
- roedd 81% yn credu bod yr ymgyrch wedi amlygu mater pwysig (aflonyddu rhywiol) yn economi'r nos, ac roedd,
- 80% yn meddwl bod negeseuon yr ymgyrch yn glir. Roedd y senarios a gyflwynwyd yn hysbyseb yr ymgyrch yn atseinio â phrofiadau 44% o ymatebwyr,
- teimlai pum deg naw y cant o ymatebwyr fod ymgyrchoedd yn gyffredinol yn ddefnyddiol ar gyfer annog dynion i gymryd camau yn erbyn aflonyddu rhywiol a thrais yn economi'r nos (Ffigur 8).



Ffigur 8: Adborth dyluniad yr ymgyrch



Wrth ystyried ymatebion y gynulleidfa darged, **teimlai 91% fod yr ymgyrch wedi tynnu sylw pobl at bwnc pwysig, credai 82% fod yr ymgyrch wedi amlygu mater pwysig** (aflonyddu rhywiol) yn economi'r nos, a chredai **91% fod roedd negeseuon yr ymgyrch yn glir.**



■ Stori ■ Poster

Ffigur 9: Y ffordd fwyaf effeithiol o rannu negeseuon yr ymgyrch

Ymhellach, nododd 36% fod ymgyrchoedd yn gyffredinol yn ddefnyddiol ar gyfer annog dynion i gymryd camau yn erbyn aflonyddu rhywiol a thrais yn economi'r nos, a theimlai 55% o'r gynulleidfa darged fod y senarios a ddefnyddiwyd yn yr ymgyrch wedi atseinio â'u profiadau eu hunain. Mae'r 55% hwn o ddynion yn amlwg yn uwch na'r ffigwr o 44% ar gyfer yr holl ymatebwyr wrth ystyried a oedd senarios yr ymgyrch wedi atseinio â'u profiadau eu hunain; o bosibl yn amlygu bod y senarios yn fwy perthnasol i ddynion.

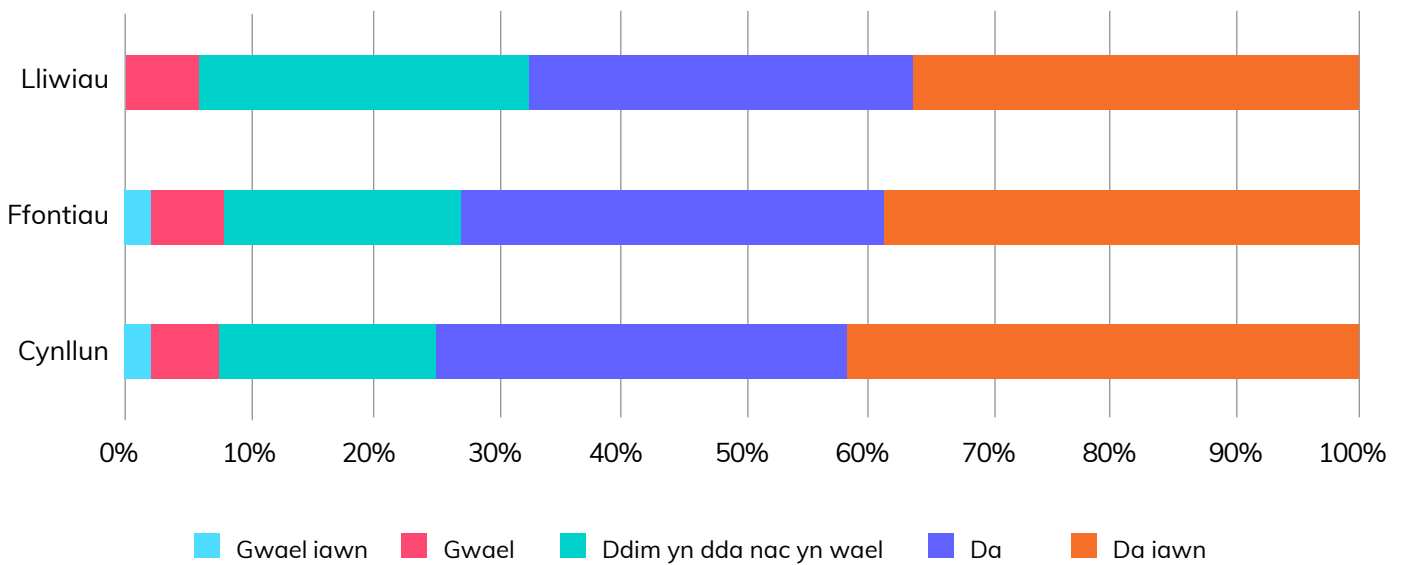
Roedd hysbyseb yr ymgyrch yn cynnwys posteri sefydlog a chlipiau fideo sain symudol a hysbysebwyd trwy straeon ar gyfryngau cymdeithasol. Gofynnwyd i'r ymatebwyr canfyddiad y cyhoedd pa un a oedd, yn eu barn nhw, yn fwy effeithiol o ran rhannu negeseuon yr ymgyrch. Mae'r canlyniadau'n dangos rhaniad cyfartal bron rhwng y ddau gyfrwng (Ffigur 9). Fodd bynnag, wrth ystyried yr ymatebion gan y gynulleidfa darged, roedd yn well gan 62% y posteri.

Dangosodd yr adborth testun rhydd fod pobl yn teimlo bod y fideo yn fwy rhyngweithiol ac yn portreadu stori yn well, tra bod y poster yn drawiadol ac yn 'syth at y pwynt'. Teimlai ymatebwyr fod 'pobl yn sgimio heibio hysbysebion Instagram yn gyflym iawn ac mae'n mynd heb i neb sylwi tra, wrth aros am drên, bws, ac ati fe'ch gorfodir i gymryd sylw a'i ddarllen [y poster]'. Teimlai rhai ymatebwyr ei bod yn well defnyddio cyfuniad o fideos a phosteri; 'Rwy'n meddwl ei bod yn well defnyddio'r ddwy neges, mae un yn fwy uniongyrchol ac mae'n fwy tebygol o ddenu barn menywod. Er fy mod yn meddwl ei bod yn dda dangos enghreifftiau o'r hyn a ystyrir yn ymddygiad gwael gan nad yw llawer yn sylweddoli'.

O ran dyluniad cyffredinol yr ymgyrch, mae ffigur 10 yn dangos bod 75% o ymatebwyr yn teimlo bod y lliwiau a ddefnyddiwyd yn dda, 73% yn teimlo bod y ffontiau'n dda, a 67% yn teimlo bod y cynllun yn dda. Dywedodd ymatebwyr yr arolwg o'r gynulleidfa darged fod 39% yn meddwl bod y lliwiau a'r ffontiau'n dda, a 42% yn credu bod y cynllun yn dda. Roedd adborth pellach gan holl ymatebwyr yr arolwg yn cynnwys 'bod yn fwy amlwg yn nifrifoldeb yr ymgyrch', 'ceisio ei wneud

yn llai prysur, nid yw lliwiau llachar, er eu bod yn drawiadol yn amlygu ymdeimlad o berygl a brys', 'mae'n feiddgar iawn, ond nid yw'n cyfleu'r neges' ac 'mae angen i ddyluniadau fod yn fwy deniadol'. Awgrymodd nifer o ymatebwyr y gallai defnyddio delweddau fod yn fuddiol, er enghraifft, 'Rwy'n credu bod angen i bobl fod arnynt i ddal sylw pobl', 'efallai cynnwys rhyw fath o ddelwedd i gyd-fynd â'r testun' ac 'dylai gwybodaeth yn y llun fod yn glir yn hytrach na mewn lliw'.

**Teimlai saith deg pump y cant o ymatebwyr arolwg canfyddiad y cyhoedd fod yr ymgyrch wedi helpu pobl i wybod sut i ymyrryd yn ddiogel pan fyddant yn dyst i aflonyddu rhywiol neu ymddygiad problemus, yn enwedig ymhlith eu ffrindiau (ee tynnu coes rhywiaethol).**



Ffigur 10: Cynllun, ffontiau a lliwiau yr ymgyrch



## Ymgysylltu dynion

**Roedd Cam Dau #DiogellDdweud wedi'i anelu'n benodol at fynd i'r afael ag agweddau a chredoau gwrywaidd problematig, ac annog ymatebion rhag-gymdeithasol mewn grwpiau cyfoedion gwrywaidd. Gofynnodd arolwg canfyddiad y cyhoedd i ymatebwyr am awgrymiadau ar sut i gynnwys dynion yn well wrth siarad allan pan fyddant yn dyst i aflonyddu rhywiol yn eu grwpiau cyfoedion.**

### Cafodd yr ymatebion eu grwpio i'r canlynol:

#### 1. Addysg

Teimlwyd bod aflonyddu rhywiol yn norm diwylliannol. Er mwyn herio'r norm hwn, teimlai'r cyfranogwyr y byddai addysgu plant a phobl ifanc drwy ysgolion o fudd i herio'r norm cymdeithasol, a grymuso pobl i siarad.

#### 2. Ymwybyddiaeth

Nododd ymatebwyr fod angen i ymgyrchoedd godi ymwybyddiaeth o ystyr aflonyddu rhywiol, ac unrhyw gosbau cysylltiedig am aflonyddu rhywiol ar rywun arall.

#### 3. Gwybodaeth wedi'i Thargedu

Rhannodd ymatebwyr yr arolwg eu bod yn teimlo y byddai cael gwybodaeth ac ymgyrchoedd wedi'u targedu at ddynion o fudd mawr. Byddai hyn yn cynnwys hysbysebion sy'n cael eu cyfeirio at ddynion, rhoi'r hysbysebion hynny mewn manau sy'n canolbwyntio ar ddynion (e.e. y toiledau i ddynion mewn tafarn), a'i gwneud yn glir bod dynion yn gynghreiriaid hanfodol wrth atal aflonyddu rhywiol.

#### 4. Grymuso gwylwyr

Roedd ymatebwyr yn cydnabod pwysigrwydd gwylwyr, ond roeddent yn teimlo y bydd angen canllawiau clir ar wylwyr ar yr hyn y gallant ei wneud i herio ymddygiadau aflonyddu rhywiol yn ddiogel, gydag awgrymiadau clir ar sut i gyfathrebu. Dylai fod digon o gefnogaeth i wylwyr i liniaru unrhyw effeithiau negyddol. Dylid helpu gwylwyr i deimlo'n hyderus wrth herio eu ffrindiau.

## Hyfforddiant gwylwyr

Gofynnwyd i ymatebwyr yr arolwg a fyddai ganddynt ddiddordeb mewn derbyn hyfforddiant gwylwyr, a dywedodd 86% 'byddai'. Ymhlith y rhesymau dros fod eisiau hyfforddiant oedd 'i gael gwell dealltwriaeth o sut i helpu pobl eraill mewn trwbwl', 'byddai'n fy ngrymuso i gymryd y camau cywir pe bawn i'n gweld ymosodiad rhywiol yn digwydd, ac i wybod beth i'w wneud' ac 'achos

dwi'n malio. Mae aflonyddu a thrais yn cynyddu yn y gymdeithas heddiw - felly mae angen i mi fod yn fwy rhagweithiol. Byddai ennill y sgiliau i'm helpu i gefnogi eraill yn werthfawr'. Dywedodd holl ymatebwyr yr arolwg o'r gynulleidfa darged y byddai ganddynt ddiddordeb mewn derbyn hyfforddiant gwylwyr.

## Dadansoddeg cyfryngau cymdeithasol



**Yn ystod y saith wythnos y bu'r ymgyrch yn fyw, cyrhaeddodd 84,208 o wahanol bobl drwy sianeli cyfryngau cymdeithasol. Dangoswyd yr hysbysebion dros filiwn o weithiau ar draws y cyfryngau cymdeithasol.**

**Rhannwyd yr hysbysebion cyfryngau cymdeithasol 12 o weithiau, gyda 74 o bobl yn gwneud sylwadau ar y postiadau, a 124 o ymatebion i bostiadau. Cyrhaeddodd ymgysylltiad yr ymgyrch ei uchafbwynt rhwng 3pm a 5pm (Ffigur 11).**



37

Like



12

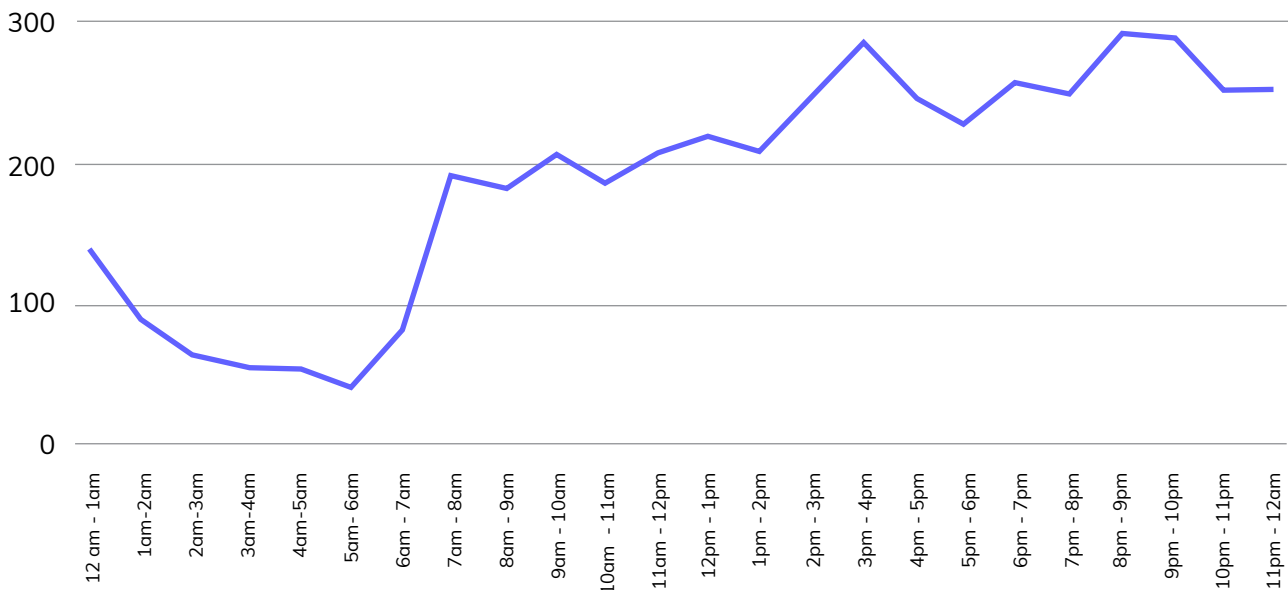
Love



25

Haha

Ffigur 11: Ymgysylltu â'r ymgyrch yn ystod y dydd



**Cafodd y clipiau fideo eu gwyllo gan 70,400 o bobl, gyda 90% yn clicio oddi ar y fideo cyn iddo gyrraedd y diwedd; mae hyn yn amlygu'r angen i roi negeseuon allweddol yn ychydig eiliadau cyntaf y fideo.**

### llun uchod



Cynhyrchodd yr ymgyrch **4,514 o gliciau** i wefan #DiogellDdweud i gael rhagor o wybodaeth. Canran cyfradd clicio drwedd cyrhaeddiad unigryw oedd 5.36%, sy'n llawer uwch na'r cyfartaledd o 0.9%. Roedd yr holl gliciau a gynhyrchwyd gan ddynion, gan mai nhw oedd y brif gynulleidfa darged. Daeth y nifer fwyaf o gliciau o'r **grŵp oedran 25 - 34**. O'r tri senario a ddefnyddiwyd ar gyfer yr ymgyrch, **senario 3 enillodd y nifer fwyaf o gliciau i'r wefan (26.7%)**.

Yn ystod y saith wythnos pan oedd yr ymgyrch yn fyw ar gyfryngau cymdeithasol, cafodd yr hysbysebion nifer o sylwadau hynod negyddol yr oedd angen eu hadrodd i Facebook fel 'lleferydd casineb'; tynnodd Facebook y rhain o'r hysbyseb. Senario 3 gafodd yr ymateb mwyaf negyddol. Sylwadau cyfryngau cymdeithasol eraill gan gynnwys 'mae hyn yn rhywiaethol. Beth am fenywod yn mynd â dynion adref?' a 'Dydw i ddim yn gwybod sut mae ceisio denu rhywun yn cyfrif fel aflonyddu rhywiol'. Er bod y sylwadau ar yr hysbysebion yn negyddol yn bennaf, fe wnaeth rhai ysgogi trafodaethau gyda rhai dynion yn cefnogi'r negeseuon o fewn yr ymgyrch, ac yn herio canfyddiadau'r dynion a oedd wedi postio sylwadau negyddol.



# Trafod y Canfyddiadau Allweddol

Mae aflonyddu rhywiol yn broblem gymdeithasol dreiddiol sy'n aml yn gudd (Fitzgerald a Cortina, 2018). Mae llawer o ffactorau'n gysylltiedig ag economi'r nos a all waethygu'r amodau i aflonyddu rhywiol ddigwydd. Mae normau diwylliannol presennol yn rhagdybio bod aflonyddu rhywiol yn anochel, yn enwedig o fewn economi'r nos lle mae'r diwylliant yfed yn rhoi gwerth uchel ar gyfarfyddiadau rhywiol (Pederson et al., 2017; McMahon a Banyard, 2012).

Yn 2021, cyflwynodd y VPU #DiogellDdweud. Canfu canfyddiadau gwerthusiad Cam Un

fod yr ymgyrch wedi gwella ymwybyddiaeth y cyhoedd o aflonyddu rhywiol yn economi'r nos, wedi rhoi'r sgiliau i unigolion herio agweddau a chredoau problemus yn ddiogel, ac wedi gwella mynediad at gymorth ac adnoddau i ddioddefwyr, cyflawnwyr a gwylwyr aflonyddu rhywiol. Dylai fersiynau o'r ymgyrch yn y dyfodol ystyried adolygu'r cynllun a'r ffontiau a ddefnyddiwyd; ymgysylltu â gwahanol grwpiau oedran a demograffeg wrth ddylunio'r ymgyrch; a thargedu'r ymgyrch at gynulleidfaoedd, lleoliadau neu ddigwyddiadau penodol (Walker et al., 2022).



**Ym mis Chwefror 2022, cyflwynodd y VPU Gam Dau o #DiogellDdweud. Gan adeiladu ar y gwerthusiad o Gam Un, nod Cam Dau oedd:**

- 1. Gwella ymwybyddiaeth y cyhoedd o aflonyddu rhywiol yn economi'r nos;**
- 2. Cynyddu cefnogaeth y cyhoedd i atal aflonyddu rhywiol yn economi'r nos;**
- 3. Annog y gynulleidfa darged i fabwysiadu ymddygiad gwylwyr rhag-gymdeithasol; cynyddu ymwybyddiaeth o'r gwasanaethau cymorth sydd ar gael i ddioddefwyr, goroeswyr a gwylwyr, gyda ffocws ar godi ymwybyddiaeth o gefnogaeth leol a chefnogaeth i grwpiau ymylol;**
- 4. Creu bywyd nos mwy diogel yn Abertawe trwy leihau achosion o aflonyddu rhywiol a mathau eraill o drais rhywiol yn economi'r nos.**

I gyflawni hyn, roedd Cam Dau mynd i'r afael ag agweddau a chredoau gwrywaidd o aflonyddu rhywiol yn economi'r nos, ac annog gwylwyr gwrywaidd i herio iaith, ymddygiad, agweddau a chredoau problemus eu ffrindiau. Roedd yr ymgyrch yn cynnwys sawl senario a oedd yn darlunio ymyriadau gwylwyr rhag-gymdeithasol pan oedd rhywbeth problemus yn cael ei rannu. I gyd-fynd â'r ymgyrch roedd gwefan a oedd yn cynnwys pecyn cymorth gwylwyr ac adnoddau ar-lein eraill.

Yn gyffredinol, ni wnaeth Cam Dau #DiogellDdweud godi ymwybyddiaeth y cyhoedd o aflonyddu rhywiol o fewn economi'r nos, ond amlygodd fater pwysig. Roedd cyfraddau ymgysylltu cyfryngau cymdeithasol yn uwch na'r cyfartaledd ar gyfer ymgyrchoedd tebyg, fodd bynnag, roedd llawer o'r ymgysylltu hwn yn negyddol. Teimlai cyfranogwyr fod yr ymgyrch wedi eu helpu i wybod sut i ymyrryd, ond nad oedd o reidrwydd wedi cynyddu eu hyder i weithredu.

## Ymwybyddiaeth y cyhoedd o'r ymgyrch

**Parhaodd yr ymgyrch am saith wythnos. Yn ystod y cyfnod hwn, cyrhaeddodd yr hysbysebion cyfryngau cymdeithasol 84,208 o wahanol bobl, ac fe'u dangoswyd dros filiwn o weithiau. Mae'n amhosibl pennu faint o bobl a welodd yr hysbysebion ffisegol.**

Gwelwyd yr ymgyrch gan 28% o ymatebwyr arolwg canfyddiad y cyhoedd cyn iddynt gymryd rhan yn yr arolwg. Gellir tybio bod mwy o bobl wedi gweld yr hysbysebion yn ystod y saith wythnos tra oedd yr ymgyrch yn fyw, ond na chymerodd y bobl hyn ran yn arolwg canfyddiad y cyhoedd. Roedd rhaniad cyfartal bron yn nifer y bobl a welodd hysbysebion yr ymgyrch ar-lein a'r rhai a welwyd yn Abertawe.

## Ymgysylltiad y cyhoedd â'r ymgyrch

Roedd nifer y bobl a gliciodd drwodd o hysbysebion yr ymgyrch i'r wefan yn llawer uwch na'r cyfartaledd ar 5.36%, o'i gymharu â'r cyfartaledd o 0.9%. Mae hyn yn gynydd aruthrol o gymharu â Cham Un (0.49%) (Walker et al., 2022). Gellid gwella'r gyfradd clicio drwodd ymhellach trwy ddarparu galwad glir i weithredu ar-lein.

Gan mai dynion oedd y brif gynulleidfa darged, roedd yr holl gliciau a gynhyrchwyd gan ddynion. Mae hwn yn ganfyddiad cadarnhaol, gan i Gam Un #DiogellDdweud ac ymgyrch Drinkaware 'wouldn't do it sober, shouldn't do it drunk' gael trafferth i ymgysylltu dynion yn yr ymgyrchoedd (Walker et al., 2022; Gunstone a Fowler, 2017). Mae ymgysylltu dynion mewn ymgyrchoedd atal trais, yn enwedig sgysiau am VAWDASV, yn

hanfodol i gychwyn newid diwylliannol mewn agweddau tuag at drais yn erbyn menywod (Walker et al., 2021).

Derbyniodd yr ymgyrch lawer o ymgysylltu negyddol ar yr hysbysebion cyfryngau cymdeithasol, gyda llawer o'r sylwadau angen eu hadrodd i Facebook fel 'lleferydd casineb'. Fodd bynnag, mae'n gadarnhaol bod rhai o'r sylwadau wedi ennyn trafodaeth rhwng dynion ar Facebook, gyda rhai yn cynnig esboniad i ddynion eraill oedd wedi postio sylwadau negyddol. Mae ymchwil wedi dangos sut mae ymddygiad gwylwyr yn wahanol wrth wynebu sefyllfaoedd problematig ar-lein ac all-lein; gyda'r rhai sy'n ymateb i ymddygiadau ar-lein yn llai ofnus o ôl-efeithiau negyddol (Obermaier, 2022; Quirk a Campbell, 2014).

## Canfyddiadau'r cyhoedd o'r ymgyrch

**Teimlai ymatebwyr yr arolwg cyhoeddus fod yr ymgyrch wedi tynnu sylw pobl at bwnc pwysig. Ymhellach, teimlent fod yr ymgyrch wedi amlygu mater pwysig o fewn economi'r nos; aflonyddu rhywiol.**

Er bod 80% o gyfranogwyr yr arolwg yn teimlo bod negeseuon yr ymgyrch yn glir, teimlai mwy na hanner (56%) nad oedd y senarios yn atseinio â'u profiadau eu hunain. Mae'n hanfodol i bobl deimlo eu bod yn gallu uniaethu â hysbysebion gan fod hyn yn cynyddu perswâd y negeseuon (Muralidharan a Kim, 2019). Ymhellach, teimlai'r ymatebwyr y byddai'n fuddiol iawn defnyddio delweddau.

Mae canlyniadau arolwg canfyddiad y cyhoedd yn dangos bod yr ymatebwyr yn teimlo bod y clipiau fideo a'r posterï sefydlog yr un mor effeithiol o ran rhannu negeseuon yr ymgyrch. Eto i gyd, roedd yn well gan yr ymatebion i'r arolwg

gan y gynulleidfa darged [dynion] y posterï sefydlog. Fodd bynnag, roedd yr ymatebwyr yn ymwybodol o ba mor aml y mae pobl yn 'gwibio heibio' i straeon Instagram, ac yn awgrymu y gallai hyn leihau effeithiolrwydd hysbysebion trwy lwyfannau cyfryngau cymdeithasol tebyg. Mae ymchwil yn dangos bod angen i ymgyrchoedd ddefnyddio amrywiaeth o ddulliau i gyflwyno negeseuon yr ymgyrch, yn enwedig gan y gall asedau all-lein gyrraedd mwy o bobl na chynulleidfa darged y cyfryngau cymdeithasol (Freeman et al., 2015). Argymhellir bod fersiynau o'r ymgyrch yn y dyfodol yn parhau i ddefnyddio mwy nag un ffordd o gyflwyno'r hysbysebion.

## Effaith yr ymgyrch ar hyder i ymyrryd

Er bod tri chwarter y rhai a gymerodd ran yn yr arolwg yn teimlo bod yr ymgyrch wedi cael effaith arnynt, ar y cyfan, nid oedd yr ymgyrch wedi helpu pobl i adnabod aflonyddu rhywiol o fewn economi'r nos, gyda mwy na hanner ymatebwyr yr arolwg (62%) yn nodi hyn. Yn yr un modd, nid oedd cyfranogwyr yn teimlo bod yr ymgyrch wedi cynyddu eu hyder i weithredu, ac nid oedd ychwaith wedi rhoi'r wybodaeth a'r

adnoddau iddynt weithredu. Mae'r rhain i gyd yn elfennau y gallai fersiynau o'r ymgyrch yn y dyfodol geisio eu gwella. Serch hynny, fe wnaeth yr ymgyrch helpu pobl i wybod sut i ymyrryd yn ddiogel pan fyddant yn dyst i aflonyddu rhywiol neu ymddygiad problemus. Dylai gwerthusiadau yn y dyfodol geisio canfod y gwahaniaeth rhwng ymyrryd yn ddiogel, hyder, a'r wybodaeth a'r adnoddau a ddarperir.



## Awgrymiadau ar gyfer ymgysylltu â dynion

Mae ymgyrchoedd aflonyddu rhywiol ac atal trais blaenorol wedi cael trafferth ymgysylltu â dynion (Walker et al., 2022; Gunstone a Fowler, 2017). Fel rhan o werthusiad yr ymgyrch hon, gofynnwyd i ymatebwyr yr arolwg awgrymu ffyrdd o ymgysylltu ymhellach â dynion o ran ymgyrchoedd aflonyddu rhywiol. Roedd yr awgrymiadau'n cynnwys addysgu bechgyn a dynion ifanc tra eu bod mewn ysgolion i newid y norm diwylliannol ynghylch aflonyddu rhywiol; targedu gwybodaeth yn benodol at ddynion, mewn ardaloedd lle mae dynion yn bennaf; ac ymgyrchoedd pellach i godi ymwybyddiaeth o'r hyn sy'n gyfystyr ag aflonyddu rhywiol, ac unrhyw gosbau cysylltiedig.

Mewn asesiad tystiolaeth systematig diweddar gan Addis a Snowdon (2021), canfuwyd bod ymyriadau mewn ysgolion â chanlyniadau addawol ar gyfer trais yn erbyn menywod, cam-drin domestig a thrais rhywiol. Ymhellach, canfu Banyard (2019) ganlyniadau addawol wrth gyflwyno ymyriad ar herio normau rhyw i fechgyn ysgolion canol (UDA). Mae hyn yn awgrymu y gallai addysgu dynion ifanc, tra eu bod yn dal yn yr ysgol, fod yn ffordd effeithiol o fynd i'r afael ag aflonyddu rhywiol; fel y cydnabuwyd yn flaenorol gan UN Women (2019).

## Canlyniadau eraill

Dywedodd mwyafrif helaeth yr ymatebwyr yr hoffent gael hyfforddiant gwylwyr, pe bai ar gael i aelodau cyffredinol o'r cyhoedd. Mae pwysigrwydd hyfforddi aelodau o'r cyhoedd i fod yn wylwyr rhag-gymdeithasol yn erbyn aflonyddu rhywiol wedi'i gydnabod yn rhyngwladol (UN Women, 2019) gan fod gwylwyr yn hanfodol i

Mewn astudiaeth ymchwil newydd gan Bongirone et al., (2019), darganfuwyd bod dynion a menywod yn fwy tebygol o deimlo ymdeimlad o empathi tuag at ddyn sydd wedi'i gyhuddo o aflonyddu rhywiol, a rhoi'r bai ar y dioddefwr. Mae hyn yn dangos pwysigrwydd addysgu aelodau'r cyhoedd am yr hyn sy'n gyfystyr ag aflonyddu rhywiol; dim ond pan fydd person yn gwybod bod ymddygiad yn amhriodol, y bydd yn cymryd camau rhag-gymdeithasol (Kofman a Garfin, 2020).

Mae'r rhyngweithio rhwng rhywedd, perthynas â'r dioddefwr a'r troseddwr, ac ymatebion gwylwyr i aflonyddu rhywiol yn gymhleth (Bennett et al., 2017). O ran dynion yn arbennig, mae'n bwysig nodi arwyddocâd 'categoriiddio cymdeithasol' wrth ystyried ymddygiad gwylwyr gwrywaidd. Mae categoriiddio cymdeithasol yn dangos bod pobl yn llai tebygol o ymyrryd pan fyddant yn perthyn i'r un categori cymdeithasol â'r cyflawnwr (Urschler, 2015). Yng nghyd-destun #DiogellDdweud, byddai'n arwain at heriau sylweddol wrth ofyn i ddynion fynd i'r afael ag agweddau eu cyfoedion, gan y byddai'r gwylwyr a'r sawl sydd ag agweddau problemus yn perthyn i'r un categori cymdeithasol.

atal aflonyddu rhywiol (Fenton et al., 2019) ac mae tystiolaeth i awgrymu bod ymyriadau atal trais rhywiol aml-elfennol yn effeithiol (Quigg et al., 2021). Mae'n galonogol felly bod aelodau'r cyhoedd yn awyddus i chwarae rhan yn y gwaith o atal aflonyddu rhywiol a thrais.

# Argymhellion

## Wrth ystyried cyflwyno ac uwchraddio'r ymgyrch yn y dyfodol, mae'r gwerthusiad hwn yn cynnwys yr argymhellion a ganlyn:

- Er mwyn uwchraddio'r ymgyrch, dylid ystyried dyluniad yr hysbysebion a'r senarios a ddefnyddiwyd. Dylid canolbwyntio'n arbennig ar sicrhau bod y senarios yn cyd-fynd â phrofiadau aelodau'r cyhoedd; gellid cyflawni hyn trwy weithdai gyda'r targed. Ymhellach, dylid ystyried alinio'r senarios gyda'r lleoliad y maent i fod i ymddangos; er enghraifft, os yw hysbyseb yn mynd i gael ei ddosbarthu mewn tafarn, dylai'r senario fod wedi'i leoli mewn tafarn.
- Dylid ystyried cyflwyno fersiynau o'r ymgyrch yn y dyfodol, yn benodol, lleoliadau wedi'u targedu, ledled Cymru, ac ar adegau allweddol o'r flwyddyn (er enghraifft, wythnosau'r Glas ac o gwmpas y Nadolig).
- Dylid gwneud mwy o waith i ddeall profiadau dynion sy'n ymgysylltu ag economi'r nos. Gellid archwilio'r sylwadau a bostiwyd ar yr hysbysebion cyfryngau cymdeithasol i ddeall beth oedd dynion yn teimlo oedd yn broblematic ynghylch yr hysbysebion. Ymhellach, dylid ystyried ymgymryd â datblygiadau persona ar gyfer dynion sy'n ymwneud ag economi'r nos; gallai'r mewnwelediad cyfoethocach hwn i'w hymddygiad helpu i lunio fersiynau'r ymgyrch yn y dyfodol.
- Dylid ystyried adolygiad systematig o 'beth sy'n gweithio i ymgysylltu dynion' mewn ymgyrchoedd o'r natur hon, er mwyn helpu i sicrhau'r ymgysylltiad gorau ag unrhyw ymgyrchoedd yn y dyfodol.
- Dylai fersiynau o'r ymgyrch yn y dyfodol wneud y mwyaf o amlygiad i'r cyhoedd drwy ddefnyddio sawl dull cyflwyno, er enghraifft, llwyfannau cyfryngau cymdeithasol gwahanol, a lleoliadau gwahanol ar gyfer hysbysebion ffisegol. Dylid gosod hysbysebion ffisegol mewn lleoliadau sy'n cael eu dominyddu gan y gynulleidfa darged.
- Dylai gwerthusiadau yn y dyfodol geisio canfod y gwahaniaeth rhwng mwy o hyder, eisiau ymyrryd, ymyrryd mewn gwirionedd, ac effaith y wybodaeth a'r adnoddau a ddarperir er mwyn deall effeithiolrwydd/effaith ymgyrch ymhellach.
- Mae ymchwil wedi dangos y gall ymyriadau aml-gydran fod yn fwy effeithiol wrth gychwyn newidiadau mewn agweddau ac ymddygiad; er enghraifft, i gyd-fynd â'r fersiwn nesaf o #DiogellDdweud gyda'r cynnig o hyfforddiant gwylwyr. Atgyfnerthir hyn ymhellach gan nifer sylweddol o gyfranogwyr yr arolwg yn rhannu awydd i ddilyn hyfforddiant gwylwyr, pe bai ar gael. Felly, dylai fersiynau o'r ymgyrch yn y dyfodol ystyried cynnwys hyfforddiant gwylwyr gyda'r hysbysebion i'r rhai sydd am ddysgu mwy am atal aflonyddu rhywiol.



## Cyfeiriadau

Addis, S. and Snowdon, L. (2021) Beth Sy'n Gweithio i Atal Trais yn erbyn Menywod, Cam-Drin Domestig a Thrais Rhywiol (VAWDASV)? Asesiad Tystiolaeth Systematig. Ar gael yn: [https://www.violencepreventionwales.co.uk/cms-assets/research/What-Works-to-Prevent-Violence-against-Women-Domestic-Abuse-and-Sexual-Violence-Systematic-Evidence-Assessment\\_2021-09-20-124755\\_aypz.pdf](https://www.violencepreventionwales.co.uk/cms-assets/research/What-Works-to-Prevent-Violence-against-Women-Domestic-Abuse-and-Sexual-Violence-Systematic-Evidence-Assessment_2021-09-20-124755_aypz.pdf) [Cyrchwyd Hydref 2021].

Banyard, V. L. (2015) *Toward the next Generation of Bystander Prevention of Sexual and Relationship Violence: Action Coils to Engage Communities*. Switzerland, Springer.

Banyard, V., Edwards, K. M., Rizzo, A. J., Theodores, M., Tardiff, R., Lee, K. & Greenberg, P. (2019) Evaluating A Gender Transformative Violence Prevention Program For Middle School Boys: A Pilot Study. *Children and Youth Services Review*, 101, pp. 165-173.

Bennett, S., Banyard, V. L. & Edwards, K. M. (2017) The Impact of the Bystander's Relationship with the Victim and the Perpetrator on Intent to Help in Situations Involving Sexual Violence. *Journal of Interpersonal Violence*, 32(5), pp. 682-702.

Bongiorno, R., Langbroek, C., Bain, P. G., Ting, M. and Ryan, M. K. (2020) Why Women Are Blamed for Being Sexually Harassed: The Effects of Empathy for Female Victims and Male Perpetrators. *Psychology of Women Quarterly*, 44(1), pp. 11-27.

Cares, A. C., Banyard, V. L., Moynihan, M. M., Williams, L. M., Potter, S. J. & Stapleton, J. G. (2015) Changing Attitudes About being a Bystander to Violence: Translating an In-person Sexual Violence Prevention Program to a New Campus. *Violence Against Women*, 21(2), pp 165-187.

Drinkaware. (2017). *Helping Create a Safer Night Time Economy*. Available at <drinkaware-crew-report-jan-2017.pdf> [Accessed October 2021].

Fenton, R., Mott, H., McCartan, K. & Rumney, P. (2016) *A Review of Evidence for Bystander Intervention to prevent Sexual and Domestic Violence in Universities*. Available at [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/515634/Evidence\\_review\\_bystander\\_intervention\\_to\\_prevent\\_sexual\\_and\\_domestic\\_violence\\_in\\_universities\\_11April2016.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/515634/Evidence_review_bystander_intervention_to_prevent_sexual_and_domestic_violence_in_universities_11April2016.pdf) [Cyrchwyd Mawrth 2021].

Fenton, R., Jones, C., Moss, S. & Cooke, K. (2019) The Challenges of Developing and Implementing a Bystander Intervention for the Prevention of Domestic Violence and Abuse in UK Communities. *Journal of Gender Based Violence*, 3(2), pp 215-231.

Fitzgerald, L. F., & Cortina, L. M. (2018). Sexual harassment in work organizations: A view from the 21st century. In C. B. Travis, J. W. White, A. Rutherford, W. S. Williams, S. L. Cook, & K. F. Wyche (Eds.). *APA handbook of the psychology of women: Perspectives on women's private and public lives*: 215–234. Washington, DC, US: American Psychological Association.

Freeman, B., Potente, S., Rock, V. and McIver, J. (2015) Social Media Campaigns that make a Difference: What can Public Health Learn from the Corporate Sector and other Social Change Marketers? *Public Health Research and Practice*, 25(2).

Government Equality Office (2020) 2020 Sexual Harassment Survey. Available at [Title] ([publishing.service.gov.uk](https://publishing.service.gov.uk)).

Gunstone, B. & Fowler, E (2017) Wouldn't, Shouldn't Campaign Evaluation. Available at [drinkaware\\_wouldnt-shouldnt-2016\\_report\\_v20.pdf](#) [Cyrchwyd Hydref 2021].

Janssen, H., Cresswell, K., Judd, N., Hughes, K., Snowdon, L., Barton, E., Jones, D., Wood, S. & Bellis, M, A. (2020) A Rapid Assessment of Re-opening Nightlife Whilst Containing COVID-19 and Preventing Violence. Available at [Full-Report-A-rapid-assessment-of-re-opening-nightlife-whilst-containing-COVID-19-and-preventing-violence.pdf](#) ([violencepreventionwales.co.uk](https://www.violencepreventionwales.co.uk)) [Cyrchwyd Hydref 2021]..

Kofman, Y, B. Garfin, D, R. (2020) Home is Not Always a Haven: The Domestic Violence Crisis amid the COVID-19 Pandemic. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice and Policy*, 12(81), pp. 5199-5201.

Cymdeithas Llywodraeth Leol. (2019) *Approaches to Managing the Night Time Economy*. Ar gael yn *Approaches to managing the night-time economy* | Cymdeithas Llywodraeth Leol.

McMahon, S., & Banyard, V. L. (2012) When Can I Help? A Conceptual Framework for Preventing Violence through Bystander Intervention. *Trauma, Violence & Abuse*, 13(1), pp. 3–14.

Muralidharan, S. & Kim, E. (2019) 'I Owe My Life to the Kind Individual who called the Helpline': Exploring the Interplay of Self-Views and Social Distance in Narrative Advertising on Domestic Violence Prevention in India and the United States. *International Journal of Advertising*, 38(5), pp.704-730.

Obermaier, M. (2022) Youth of Standby? Explaining Adolescent and Young Adult Bystanders' Interventions against Online Hate Speech. *New Media and Society*.

Oliver, R., Alexander, B., Roe, S. & Wlasny, M. (2019) *The Economic and Social Costs of Domestic Abuse*. Home Office, UK.

Pedersen, W., Tutenges, S. & Sandberg, S. (2017) The Pleasures of Drunken One-night Stands: Assemblage Theory and Narrative Environments. *International Journal of Drug Policy*, 49, pp. 160-167.

Philpot, R., Liebst, L, S., Moller, K, K., Lindegaard, M, R. & Levine, M. (2019) Capturing Violence in the Night Time Economy: A Review of Established and Emerging Methodologies. *Aggression and Violent Behaviour*, 26, pp. 56-65.

Quigg, Z., Bigland, C., Hughes, K., Duch, M., Juan, M. (2020) Sexual Violence and Nightlife: A Systematic Literature Review. *Aggression and Violent Behavior*, 51.

Quigg, Z. & Bigland, C. (2020a) *The Good Night Out Campaign: Evaluation Of A Nightlife Worker Training Programme To Prevent Sexual Violence In Liverpool*. Project Report. Public Health Institute, Liverpool John Moores University, Liverpool, UK.

Quigg, Z., Bigland, C., & Ross-Houle, K. (2020) *The Good Night Out Campaign: Evaluation of a Nightlife Worker Training Programme to Prevention Sexual Violence in Birmingham*. Public Health Institute, Liverpool John Moores University, Liverpool, UK.

Quigg, Z., Bigland, C., Hughes, K., Duch, M & Juan, M. (2020) Sexual Violence and Nightlife: A Systematic Literature Review. *Aggressive Violent Behaviour*, 51, pp 101363.

Quigg, Z., Bellis, M, A., Hughes, K., Kulhanek, A., Brito, I., Ross-Houle, K., Bigland, C., Calafat, A. & Duch, M. (2021) STOP\_ Sexual Violence: Evaluation of a Community-based Nightlife Worker Awareness Raising Bystander Training Programme. *European Journal of Public Health*, 31(3), pp. 659-664.

Quirk, R., & Campbell, M. (2014) On Standby? A Comparison of Online and Offline Witnesses to Bullying and their Bystander Behaviour. *Educational Psychology*, 35(4), pp. 430-448.

Savard, D, M., Kelley, T, M., Jaks, J, J. & Kennedy, D, B. (2019) Violent Crime in Bars: A Quantitative Analysis. *Journal of Applied Security Research*, 14(4), pp. 369-389.

UN Women (2019) *What Will It Take? Promoting Cultural Change to End Sexual Harassment*. Available at [Discussion-paper-What-will-it-take-Promoting-cultural-change-to-end-sexual-harassment-en.pdf](https://www.unwomen.org/en/discussion-papers/2019/04/what-will-it-take-promoting-cultural-change-to-end-sexual-harassment-en) (unwomen.org)

UN Women (2021) *Prevalence and Reporting of Sexual Harassment in UK Public Spaces*. Available at [APPG-UN-Women-Sexual-Harassment-Report\\_Updated.pdf](https://www.unwomen.org/en/discussion-papers/2021/04/prevalence-and-reporting-of-sexual-harassment-in-uk-public-spaces) (unwomenuk.org)

Urschler, D. (2015). *Bystander Effect*. Oxford Bibliographies.

Uned atal trais Cymru (2022) *Adroddiad Monitro Trais: Ionawr 2022*. Uned Atal Trais Cymru, Caerdydd.

Walker, A., Fenton, R, A., Snowdon, L, C., Barton, E., Parry, B., Donovan, C. & Bellis, M, A. (2021) *Astudiaeth Dulliau Cymysg i Brofiadau Gwylwyr o Drais a Cham-drin Domestig yn ystod Pandemig COVID-19*. Ar gael yn <https://www.violencepreventionwales.co.uk/cms-assets/research/Bystander-Experiences-of-Domestic-Violence-and-Abuse-during-the-COVID-19-Pandemic.pdf> [Cyrchwyd Hydref 2021].

Walker, A., Barton, E, R., Parry, B. & Snowdon, L, C. (2022) *Atal Trais Rhywiol yn Economi'r Nos: Annog Gwylwyr Gweithredol yn Erbyn Trais*. Ar gael yn [Evaluation-Report-Preventing-Sexual-Violence-in-the-Night-Time-Economy.pdf](https://www.violencepreventionwales.co.uk/cms-assets/research/Evaluation-Report-Preventing-Sexual-Violence-in-the-Night-Time-Economy.pdf) (violencepreventionwales.co.uk)

Llywodraeth Cymru. (2015) *Lansio Fframwaith Economi'r Nos*. Ar gael yn Datganiad Ysgrifenedig - Lansio Fframwaith Economi'r Nos (8 Rhagfyr 2016) | LLYW.CYMRU

# Atodiadau

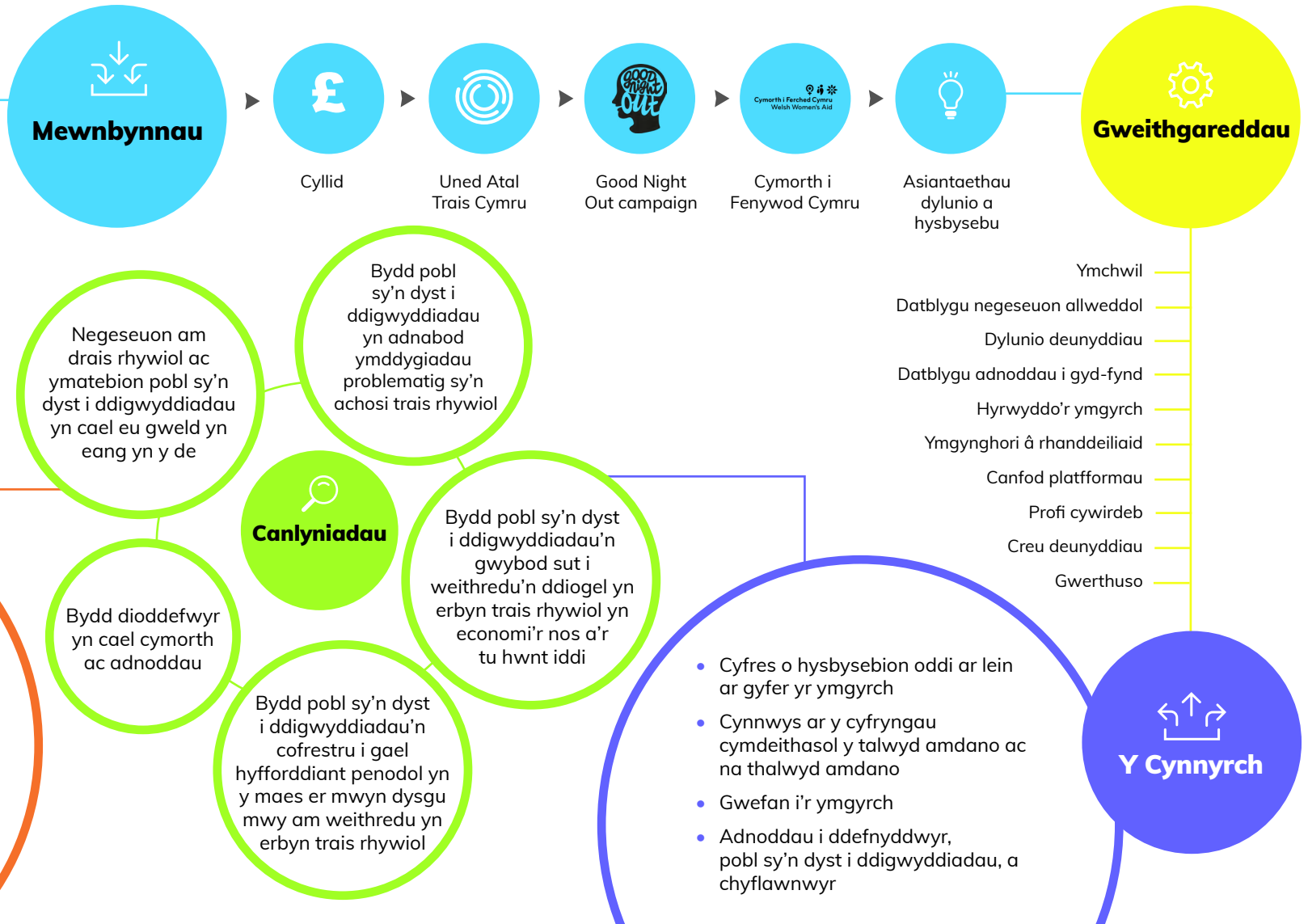
## Damcaniaeth newid

### Tybiaethau

- Mae modd atal trais rhywiol
- Mae gan unigolion y gallu i newid os byddan nhw'n cael y cymorth a'r wybodaeth iawn
- Mae ymgyrchoedd i atal trais rhywiol yn ffordd effeithiol o ymwneud â phobl ifanc

### Effaith

- Mae pobl wedi'u grymuso i weithredu'n ddiogel yn erbyn trais rhywiol
- Newid mewn normau cymdeithasol o ran trais rhywiol yn economi'r nos
- Llai o achosion o drais rhywiol
- Atal trais rhywiol yn economi'r nos a'r tu hwnt iddi



## Arolwg canfyddiad y cyhoedd

### Demograffeg

1. Faint yw eich oed?
2. Beth yw eich rhyw?
3. Ble ydych chi'n byw?
4. Beth yw eich rhywedd?
5. Beth yw eich rhywioldeb?
6. Beth yw eich ethnigrwydd?

Bydd y cwestiynau canlynol yn archwilio eich barn ar ymgyrch sydd â'r nod o atal aflonyddu rhywiol ar nosweithiau allan. Mae hyn yn cynnwys mewn tafarndai, bariau, bwytai, neu fannau cyhoeddus eraill (er enghraifft, traethau neu barciau). Er hwylustod, byddwn yn cyfeirio at hyn fel yr "economi'r nos".

Pan fyddwn yn siarad am aflonyddu rhywiol, rydym yn golygu unrhyw sylwadau neu ymddygiad rhywiol digroeso sy'n gwneud i chi deimlo'n anghyfforddus. Gall hyn gynnwys jôcs neu gynigion rhywiol digroeso, sylwadau diraddiol, neu gael rhywun yn syllu arnoch.

Pan fyddwn yn siarad am drais rhywiol, rydym yn golygu unrhyw weithred, gweithgaredd neu gyffwrdd rhywiol digroeso. Gall hyn gynnwys trais rhywiol ac ymosodiad rhywiol.

Os ydych wedi profi unrhyw fath o drais ar sail rhywedd, gan gynnwys aflonyddu rhywiol, neu os ydych yn pryderu am rywun arall, gallwch gysylltu â Llinell Gymorth Byw Heb Ofn, 24/7 am gyngor a chymorth. Sgwrs we: [llyw.cymru/byw-heb-ofn](http://llyw.cymru/byw-heb-ofn) Ffoniwch: 0808 80 10 100 Neges destun: 07860077333

Mae eich barn yn werthfawr iawn i ni a bydd yn ein helpu i ddeall mwy am y pwnc pwysig hwn. Fodd bynnag, rydym yn cydnabod y gallai hwn fod yn bwnc sensitif ac anodd i rai pobl. Os nad ydych yn teimlo'n gyfforddus yn bwrw ymlaen â'r arolwg, gallwch gau'r arolwg ar unrhyw adeg. Byddwch yn dawl eich meddwl y bydd eich atebion yn gwbl gyfrinachol. Please be reassured that your answers will remain completely confidential.

### Ymwybyddiaeth ddigymell

7. Ers mis Chwefror 2022, a ydych chi wedi gweld unrhyw hysbysebion ynglŷn ag aflonyddu rhywiol a thrais yn economi'r nos?
8. Ble welsoch chi hyn?
9. Hyd eithaf eich gwybodaeth, pa sefydliad(au) oedd y tu ôl i'r hyn a welsoch?

### Ymwybyddiaeth wedi'i chymell

10. Ydych chi wedi gweld unrhyw un o'r hysbysebion ymgyrch hyn o'r blaen?
11. Ble welsoch chi hyn?
12. Pryd wnaethoch chi ei gweld ddiwethaf?
13. Sawl gwaith ydych chi wedi ei gweld?
14. A wnaethoch chi chwilio am wybodaeth ychwanegol ar ôl gweld yr hysbyseb?
15. A wnaethoch chi ymweld â gwefan yr ymgyrch ar ôl gweld yr hysbyseb?
16. Pa wybodaeth ar y wefan oedd fwyaf defnyddiol i chi?

17. Rydym am ddeall yr effaith a gafodd yr ymgyrch arnoch chi. Ticiwch bob un sy'n berthnasol.

Gwnaeth yr ymgyrch...

- Dim effaith arnaf.
- Fy helpu i adnabod trais rhywiol yn economi'r nos.
- Cynyddu fy hyder i weithredu pan fyddaf yn gweld aflonyddu rhywiol yn economi'r nos.
- Rhywbeth arall, dywedwch fwy wrthym.
- Rhoi'r wybodaeth a'r adnoddau sydd eu hangen arnaf i weithredu.

18. Pe bai hyfforddiant gwylwyr ar gael, a oedd yn eich dysgu sut i weithredu pan fyddwch yn dyst i aflonyddu rhywiol a thrais, a fyddai gennych ddiddordeb mewn ymuno?

19. Ydych chi'n meddwl mai'r poster neu'r stori Instagram sydd fwyaf effeithiol wrth rannu negeseuon yr ymgyrch?

20. Beth yw'r rheswm dros hynny?

Edrychwch ar waith celf yr ymgyrch eto cyn ateb y cwestiwn nesaf.

21. I ba raddau ydych chi'n cytuno â'r canlynol:

- Mae'r ymgyrch wedi tynnu sylw at fater pwysig (aflonyddu rhywiol) yn economi'r nos
- Mae'r ymgyrch yn tynnu sylw pobl at bwnc pwysig
- Roedd y negeseuon a ddefnyddiwyd yn yr ymgyrch yn glir
- Roedd y senarios (neu'r sgysiau) a ddefnyddiwyd yn yr ymgyrch yn atseinio fy mhrofiadau fy hun
- Mae ymgyrchoedd yn gyffredinol yn ddefnyddiol ar gyfer annog dynion i gymryd camau yn erbyn aflonyddu rhywiol a thrais yn economi'r nos.

22. Beth oedd eich barn am ddyluniad cyffredinol yr hysbysebion a ddefnyddiwyd yn yr ymgyrch hon?

- Lliwiau
- Ffontiau
- Cynllun

23. Oes gennych chi unrhyw syniadau pellach am y dyluniad?

24. Ydych chi'n meddwl bod yr ymgyrch yn helpu pobl i wybod sut i ymyrryd yn ddiogel pan fyddant yn dyst i aflonyddu rhywiol neu ymddygiad problemus, yn enwedig ymhlith eu ffrindiau (ee tynnu coes rhywiaethol)?

25. Sut ydych chi'n meddwl y gallem ni gael dynion i siarad yn fwy parod pan fyddan nhw'n dyst i aflonyddu rhywiol yn eu grwpiau cyfoedion?

26. A oes unrhyw beth arall yr hoffech chi ei ddweud wrthym?

Os ydych wedi profi unrhyw fath o drais ar sail rhywedd, gan gynnwys aflonyddu rhywiol, neu os ydych yn pryderu am rywun arall, gallwch gysylltu â Llinell Gymorth Byw Heb Ofn 24/7 am gyngor a chymorth. Sgwrs we: [llyw.cymru/byw-heb-ofn](http://llyw.cymru/byw-heb-ofn) Ffoniwch: 0808 80 10 100 Neges destun: 0786 00 77 333 \*Os ydych yn amau bod rhywun mewn perygl uniongyrchol o drais corfforol neu rywiol, ffoniwch 999.