

Adroddiad ar dendr
Marchnata Cymraeg
Cyngor Celfyddydau Cymru



Catrin Llwyd a Lowri Johnston

Tachwedd 2020

Cynnwys

1. CYFLWYNIAD	3
2. METHODOLEG.....	4
3. PRIF GANFYDDIADAU'R ASESIAD	8
3.1 YR HYN SY'N DENU CYNULLEIDFA	8
3.2 TECHNEGAU MARCHNATA CYFREDOL	16
3.3 Y GYMRAEG WRTH FARCHNATA'R CELFYDDYDAU	28
3.4 HYGRCHEDD	36
4. CASGLIAD.....	49
5. ARGYMHELLION	50
ATODIADAU.....	54

1. CYFLWYNIAD

Pleser yw cyflwyno'r adroddiad hwn ar farchnata Cymraeg i Gyngor Celfyddydau Cymru (Y Cyngor). Dyma benllanw gwaith ymchwil a wnaed gennym rhwng mis Mai a mis Hydref 2020.

Mae'r gwaith ymchwil hwn yn cefnogi ymrwymiad y Cyngor i ddatblygu a hyrwyddo'r celfyddydau yn y Gymraeg, gan fod gan bawb yr hawl i archwilio ei ddiwylliant a'i greadigrwydd drwy ei ddewis iaith a hynny'n ddefnyddiwr, yn gyfranogwr neu'n artist. Mae marchnata drwy'r Gymraeg yn hanfodol i hyn drwy ddarparu gwybodaeth yn newis iaith y cynulleidfaoedd Cymraeg¹.

Fe'n comisiynwyd gan y Cyngor i asesu dulliau a gweithgareddau marchnata Cymraeg cyfredol ar draws sector y celfyddydau yng Nghymru. Gofynnwyd i ni asesu ai dyma'r ffordd fwyaf effeithiol ac effeithlon o ymgysylltu â chynulleidfaoedd, artistiaid proffesiynol a chyfranogwyr Cymraeg.

Dymunwn ddiolch i'r Cyngor am y cyfle i gyfrannu at ei ymrwymiad i ddatblygu a hyrwyddo'r celfyddydau yn Gymraeg. Dylid nodi i'r gwaith hwn gael ei gomisiynu ym mis Chwefror 2020, fis cyn cyfnod clo COVID-19. Trwy hyblygrwydd ar y ddwy ochr, cytunwyd oedi'r ymchwil am gyfnod, er mwyn sicrhau ein bod yn ymateb yn sensitif i ansicrwydd y sector, ac i sicrhau ein bod yn cyflwyno'r asesiad mwyaf priodol a fyddai'n gweddu tirwedd newydd ein cymdeithas ôl-Covid.

A ninnau'n dal i wynebu ansefydlogrwydd mawr yn ystod y cyfnod o ysgrifennu'r adroddiad hwn o safbwynt dyfodol tymor byr a hirdymor y celfyddydau, hyderwn y bydd y ciplun hwn yn gymorth wrth i'r sector gynllunio i ailafael mewn digwyddiadau celfyddydol, ac wrth ymgysylltu â'i chynulleidfaoedd dros y misoedd a'r blynnyddoedd sydd i ddod.

Cyflwynwn yr adroddiad hwn er mwyn rhannu prif ganfyddiadau ein hasesiad o farchnata Cymraeg y celfyddydau, gan asesu ei effeithiolrwydd a chyflwyno argymhellion ar y ffordd ymlaen. Rhennir prif ganfyddiadau'r asesiad yn Adran 3, a cheir argymhellion yn Adran 5. Mae'r gwaith yn cydberthyn yn agos ag [Adroddiad Mapio'r Gymraeg](#). Drwy gydblythu argymhellion y ddau adroddiad, ceir gwir gyfle i'r Cyngor arwain newid cadarnhaol wrth i'r sector fynd ati i ddenu ac ymgysylltu â chynulleidfaoedd Cymraeg hen a newydd.

¹ Er Budd Pawb: Cynllun Corfforaethol Cyngor Celfyddydau Cymru; 2018-2023.

2. METHODOLEG

Fe'n comisiynwyd i ymgymryd â'r gwaith ym mis Chwefror 2020, gyda'r nod o gynnal y prif waith ymchwil yn ystod y gwanwyn a chyflwyno adroddiad yn yr haf. Yn dilyn trafodaeth gyda'r Cyngor, cytunwyd ein bod yn oedi'r gwaith maes yn ystod y cyfnod clo, gan ailafael ynddo ym mis Mai 2020.

Bwriad y gwaith oedd asesu ai'r dulliau marchnata Cymraeg cyfredol yw'r rhai mwyaf effeithiol ac effeithlon o gyrraedd cynulleidfaoedd, artistiaid proffesiynol a chyfranogwyr Cymraeg. Roedd y gwaith yn cynnwys:

- ymchwil ddesg i'r deunydd marchnata Cymraeg sydd ar gael ar hyn o bryd (copi caled/ar-lein/llwyfannau cyfryngau cymdeithasol)
- gweithio gyda grwpiau ac unigolion Cymraeg i gasglu barn am ddeunyddiau/gweithgareddau marchnata Cymraeg ar draws y sector
- cydgysylltu â'r sector o ran pob celfyddyd i nodi arfer dda, nodi bylchau yn y ddarpariaeth ac ystyried pa gymorth sydd ei angen

Y cam cyntaf oedd penderfynu ar brif themâu ymholi'r asesiad hwn a fyddai'n sail ar gyfer y gwaith ymchwil cyfan. Penderfynwyd canolbwyntio ar bedair prif thema, sef:

i) **Yr hyn sy'n denu cynulleidfa** i fynd i ddigwyddiad celfyddydol Cymraeg;

ii) **Technegau marchnata cyfredol;**

iii) **Y Gymraeg** wrth farchnata'r celfyddydau;

iv) **Hygyrchedd** o safbwynt denu cynulleidfaoedd Cymraeg.

Ymchwil ddesg

Casglwyd sampl o ddeunyddiau marchnata er mwyn nodi arferion da ac unrhyw fylchau yn y ddarpariaeth. Rhannwyd y categori yn dair rhan;

- deunyddiau marchnata print (posteri, taflenni hyrwyddo a rhaglenni)
- deunyddiau digidol (gwefannau, presenoldeb ar y we)
- cyfryngau cymdeithasol

Casglwyd sampl gan 34 o gwmnïau ar draws y sector a ledled Cymru. Mae canfyddiadau'r gwaith ymchwil ddesg yn bwydo cynnwys ac argymhellion yr adroddiad hwn. Ceir rhestr o'r deunyddiau a gasglwyd ar dudalen 56 yn yr Atodiad.

O ran sampl yr ymchwil, roedd angen ymgysylltu â'r sector ynghyd â'r gynulleidfa. O ran y sector, yn sgil y ffaith fod nifer o'r sefydliadau a'r lleoliadau ar gau neu/a gyda'u staff ar ffyrlo yn ystod cyfnod y cytundeb, cytunwyd gyda'r Cyngor ein bod yn canolbwyntio ein gwaith maes ar sefydliadau Portffolio'r Cyngor, ynghyd â rhai unigolion neu brosiectau a oedd wedi derbyn arian ganddo.

Cafwyd trafodaeth gyda sampl o 30 o unigolion/cwmnïau yn y sector rhwng mis Mai a mis Medi 2020 a oedd yn groestoriad o'r sector cyfan. Mae'r sgysiau hynny'n bwydo cynnwys yr adroddiad hwn. Ceir rhestr o'r unigolion/cwmnïau hyn ar dudalen 55 yn yr Atodiad.

O ran ymgysylltu â'r gynulleidfa, rhannwyd yr elfen hon yn waith ymchwil meintiol ac ansoddol.

Meintiol

Er mwyn cyrraedd cynifer o bobl â phosibl, lluniwyd arolwg ar-lein dwyieithog ar Survey Monkey, a oedd yn seiliedig ar y pedair thema ymholi uchod. Rhannwyd yr arolwg drwy rwydweithiau'r Cyngor, y Lleoliadau, drwy'r cyfryngau cymdeithasol a thrwy bartneriaid cymunedol megis y Mentrau Iaith.

Cafwyd 413 o ymatebion cyflawn dros Gymru gyfan. Cafwyd ymatebion o bob sir, ond mae'r prif ymatebion yn dod o Gaerdydd (27%), Gwynedd (14%) a Sir Gâr (14%). Roedd 89% yn rhugl yn y Gymraeg, 6% yn siarad rhywfaint o Gymraeg, a 4% yn ddysgwyr². Roedd 74% o'r sampl yn ystyried

² Mae ffigurau'r adroddiad yn cael eu talgrynnu i'r ganran gyfan agosaf. Felly, mae'n bosibl na fydd cyfansymiau yn hafal i 100 bob tro.

eu hunain yn fenywaidd, 25% yn wrywaidd, ac 1% naill ai'n rhyngrywiol/arall/gwell ganddynt beidio â dweud.

Mae'r holiadur templed a luniwyd wedi ei gynnwys yn yr Atodiad.

Ansoddol

I gefnogi'r gwaith meintiol hwn, roeddem yn awyddus i gynnal grwpiau ffocws ledled Cymru er mwyn clywed barn y cyhoedd a holi'n ddyfnach am rai o'r themâu. Y cynllun gwreiddiol oedd cynnal pedwar grŵp ffocws wyneb yn wyneb, sef un ym mhob rhanbarth (Gogledd-orllewin, Gogledd-ddwyrain, De-orllewin, De-ddwyrain). Yn sgil y cyfnod clo, addaswyd y grwpiau ffocws ac fe'i cynhaliwyd ar Zoom dros yr haf. Fe'i marchnatwyd fel 'Cyfle' ar wefan y Cyngor; rhannwyd y cyfle ar y cyfryngau cymdeithasol; hysbysebwyd y grwpiau ffocws drwy rwydweithiau cymunedol Cymraeg megis y Mentrau Iaith a thrwy rwydweithiau'r sector, megis y Lleoliadau, a thargedwyd grwpiau yn uniongyrchol.

Cynhaliwyd 11 trafodaeth ar Zoom gyda'r cyhoedd. Roedd rhai ohonynt yn grwpiau ffocws o hyd at 10 unigolyn ac eraill yn sesiynau trafod 1:1. Mae'r grwpiau ffocws canlynol wedi eu cynnal ar Zoom yn rhan o'r gwaith ymchwil:

- i. Gogledd-orllewin
- ii. Gogledd-ddwyrain
- iii. De-orllewin
- iv. De-ddwyrain
- v. Dysgwyr
- vi. Pobl ifanc 16-24
- vii. Anabledau

Cyfrannodd 30 o unigolion yn y grwpiau ffocws uchod ar Zoom, yn ogystal â'r 413 o'r cyhoedd a gyfrannodd drwy'r arolwg ar-lein.

Er mwyn meincodi yn erbyn sefydliad cenedlaethol arall nad yw'n rhan o sector y celfyddydau, ond sydd hefyd yn ymgysylltu â chynulleidfaoedd Cymraeg, cafwyd trafodaeth gydag S4C, a chyfeirir at rai o'r pwyntiau hyn yn yr adroddiad.

Mae'r asesiad hwn o farchnata Cymraeg yn y celfyddydau wedi cynnwys ymwneud â'r holl sector celfyddydol yng Nghymru. Er inni drin a thrafod y sector cyfan yn ein hasesiad, dylid nodi bod y sgysiau bron i gyd yn gwro'n naturiol tuag at drafodaethau am brofiadau yn ymwneud â'r theatr a drama yn bennaf. Er bod yma ganfyddiadau o safbwynt y celfyddydau eraill, awgrymwn fod y duedd gan y cyhoedd, a'r sector i raddau, o drafod drama a theatrau yn awgrymu cyswllt naturiol, traddodiadol ac agos y gynulleidfa Gymraeg â'r math hwn o gelfyddyd, a hynny o safbwynt traddodiad ac argaeledd y gelfyddyd yn Gymraeg. Caiff y pwynt hwn ei gadarnhau yn yr arolwg ar-lein gyda 64% o'r cyhoedd yn nodi eu bod wedi mynychu drama Gymraeg yn y 18 mis diwethaf, â gwyliau celfyddydol (49%) a cherddoriaeth fyw (47%) yn dilyn.

Mae ein trafodaethau gyda'r sector, ein gwaith ymchwil meintiol ac ansoddol gyda'r cyhoedd, a'r sampl o ddeunyddiau marchnata a ystyriwyd oll yn bwydo prif ganfyddiadau'r asesiad hwn. Adroddir ar y prif ganfyddiadau yn yr adran nesaf.

3. PRIF GANFYDDIADAU'R ASESIAD

Rhennir y prif ganfyddiadau yn ôl y pedair prif thema ymholi isod, gan gynnwys canfyddiadau'r gynulleidfa a'r sector yng nghorff y gwaith.

3.1 Yr hyn sy'n denu cynulleidfa

3.2 Technegau Marchnata Cyfredol

3.3 Y Gymraeg

3.4 Hygyrchedd

3.1 YR HYN SY'N DENU CYNULLEIDFA

Yn ôl Arolwg Omnibws Cymru 2019 mae 92% o bobl sy'n siarad Cymraeg yn mynychu'r celfyddydau unwaith y flwyddyn yng Nghymru. Mae hyn yn cymharu gydag 85% o bobl nad ydynt yn siarad Cymraeg.

Er mwyn ystyried pam y mae'r gynulleidfa hon yn mynychu'r celfyddydau, rydym wedi defnyddio data gan yr Audience Agency³ sydd yn cydweithio gyda'r Cyngor ar ddarparu gwybodaeth cynulleidfaedd i'r sector. Yn arolygon yr Audience Agency, maent yn rhannu grwpiau o gynulleidfaedd yn 10 segment gwahanol o bobl sydd yn ymwneud â'r celfyddydau ac mae'r data ar lefel y Deyrnas Unedig. Mae'r data hyn yn seiliedig ar segmentu a wnaed yn Lloegr yn wreiddiol ond dyma'r unig ddata cyfredol tebyg sydd ar gael i ni yng Nghymru ar hyn o bryd.

Yng Nghymru, mae 49% o bobl sy'n mynychu'r celfyddydau yn cael eu gosod yn dri grŵp gwahanol, sef 'Trips and Treats', 'Dormitory Dependables' ac 'Up My Street'. Byddwn yn cyfeirio at y nodweddion sy'n perthyn i'r grwpiau hyn, a sut y mae'n cyd-fynd â (neu'n mynd yn groes i) canfyddiadau ein hymchwil isod.

³ <https://www.audiencefinder.wales>. Gwelwyd Tachwedd 2020.

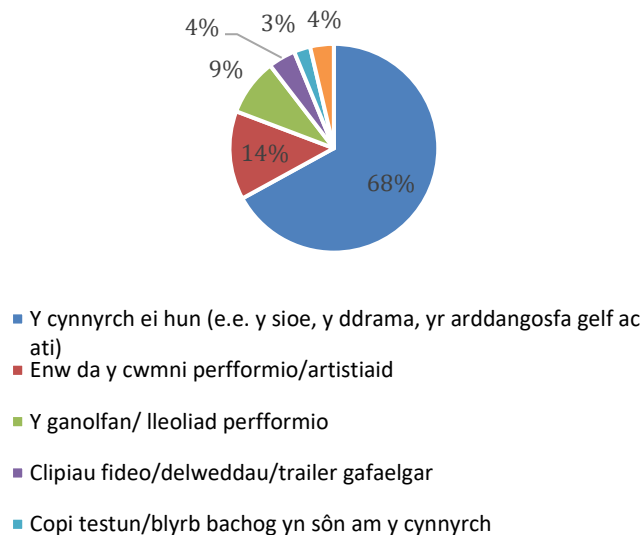
Mae data gan yr Audience Agency yn nodi mai'r prif reswm y mae pobl yng Nghymru yn mynychu'r celfyddydau yw er mwyn cael eu diddanu⁴. Bydd y cyd-destun hwn yn sail i'n trafodaeth yn ystod yr adroddiad hwn.

Y Cynnyrch

Yn ein harolwg ar-lein, gofynnwyd i'r ymatebwyr raddio pwysigrwydd yr hyn sy'n eu denu i fynd i ddigwyddiad Cymraeg. Y dewis oedd y cynnyrch ei hun (e.e. y sioe, y ddrama, yr arddangosfa gelf ac ati), enw da y cwmni perfformio/artistiaid, y lleoliad perfformio, clipiau fideo/delweddau/trailer gafaelfgar, copi testun/blyrb bachog, delwedd/dyluniad a phroffesiynoldeb y deunydd marchnata.

Ffigur 1

Beth sy'n eich denu i weld perfformiad celfyddydol Cymraeg?



Y cynnyrch ei hun oedd y dewis mwyaf ffaithiol gyda 2 o bob 3, neu 68% yn nodi mai'r cynnyrch sy'n eu denu yn bennaf. Mae enw da y cwmni perfformio/yr artistiaid yn ail (14%), ac yn drydydd y mae'r ganolfan berfformio neu leoliad y digwyddiad celfyddydol (9%). Er mwyn gallu targedu a

⁴ <https://www.audiencefinder.wales/data> Gwelwyd Tachwedd 2020.

marchnata'n briodol ar gyfer y gynulleidfa, felly, mae angen deall y prif ffactorau hyn sy'n eu denu yn y lle cyntaf. Mae'n ddifyr nodi mai'r elfen leiaf ffafriol o safbwynt denu cynulleidfa oedd delwedd/dyluniad a phroffesiynoldeb y deunydd marchnata, ac mae'r sector yn aml yn rhoi llawer o amser a chyllideb tuag at yr elfennau hyn, fel y trafodir isod.

Cyn cychwyn ar gynllun marchnata, mae angen dechrau gyda'r cynnyrch ei hun. Soniodd y rhan fwyaf o leoliadau fod cynnyrch deniadol yn gymorth iddynt wrth hyrwyddo digwyddiad, a chaiff eu hymgyrchoedd marchnata eu seilio ar y cynnyrch hwn. Mae'r cyfanwaith hwn o gynnyrch deniadol ac ymgyrch farchnata yn hollbwysig er mwyn bod yn sail i ddenu cynulleidfa, sydd yn wir am farchnata gwaith celfyddydol mewn unrhyw iaith.

Er nad casglu barn ar y cynnyrch celfyddydol yw union gwmpas ein hastudiaeth, mae cydberthynas agos rhwng cynnyrch a'r hyn sy'n denu unigolion at ddigwyddiadau. Soniwyd ym mhob grŵp ffocws y byddai'r cynnyrch ei hun ac enw da (boed hynny'n enw da cwmni/cyfansoddwr/artist/cynhyrhydd neu awdur) yn ddigon i'w denu i fynd i ddigwyddiad celfyddydol.

Amlygwyd hefyd yn y grwpiau ffocws nad yw barn a chwaeth y gynulleidfa o ran cynnyrch celfyddydol Cymraeg yn seiliedig bob tro ar ffactorau megis oed nac ardal ddaearyddol. Er enghraifft, yn ôl y mynychwyr, mae'n bosibl y byddai aelodau o gynulleidfa hŷn mewn ardal wledig hefyd am gael eu herio â chynnyrch ymylol, newydd fel y ceir mewn ardaloedd mwy dinesig, ac roedd y mwyafrif o fynychwyr o'r farn fod, o safbwynt theatr, cynyrchiadau mwy diogel a thraddodiadol yn dueddol o gael eu targedu i ardaloedd gwledig. Trafododd mynychwyr eraill yr wrthddadl i hyn, sef fod cynulleidfaoedd mewn rhai ardaloedd gwledig wedi dod i'r arfer â phrofi digwyddiadau celfyddydol Cymraeg mwy traddodiadol, o bosibl o dan ddylanwad gwaith arbennig mudiadau megis y Clybiau Ffermwyr Ifanc. Ategwyd hyn gan sylw yn yr arolwg ar-lein:

“Mae'n anodd cael rhai pobl mewn rhai ardaloedd ma's o'u comfort zones. Cwmnïau yn ofn arbrofi mewn ardaloedd gwledig”.

Os mai'r cynnyrch ei hun yw un o'r ffactorau pwysicaf sy'n denu cynulleidfa i fynd i ddigwyddiad celfyddydol, ac os ystyried bod y Cyngor 'eisiau gwyrddroi'r cwmp diweddar a fu mewn

cynulleidfaoedd ar gyfer theatr yn Gymraeg⁵, mae angen ystyried a oes gwir gyfle gan y gynulleidfa Gymraeg i fynegi ei barn i'r sector ar yr hyn y maent am ei fwynhau, ac am y cynnyrch celfyddydol a fyddai'n eu denu yn y dyfodol.

Y Profiad

Wrth holi grwpiau ffocws am yr hyn a oedd yn eu denu, rhannwyd enghreifftiau am yr angen i'r digwyddiad celfyddydol gynnig rhywbeth sy'n addo profiad da iddyn nhw. Mae un o brif segmentau'r Audience Agency o ran y gynulleidfa yng Nghymru - 'Dormitory Dependables' - yn mynychu'r celfyddydau er mwyn cael eu diddanu, i gymdeithasu ac i ymlacio⁶. Cafwyd sawl trafodaeth ddifyr am y cysyniad hwn o'r 'profiad'.

Soniwyd yn y grwpiau ffocws fod 'y profiad' o fynychu'r celfyddydau yn cynnwys lleoliad y digwyddiad ei hun. Heriodd unigolion yr arfer o gynnal digwyddiadau celfyddydol Cymraeg mewn mannau celfyddydol traddodiadol (e.e. y galeri gelf, y theatr draddodiadol, y neuadd bentref neu neuadd yr ysgol uwchradd leol). Gan ystyried yr hyn a wyddwn eisoes bod mynychwyr am deimlo eu bod yn cael profiad cadarnhaol, roedd awydd ymysg yr unigolion i weld teithiau a digwyddiadau celfyddydol Cymraeg yn arbrofi trwy fynd i leoliadau neu leoliadau amgen. Cyfeiriwyd hefyd at enghreifftiau o arferion da, gan gynnwys digwyddiadau yn cael eu cynnal mewn tipis, neu bebyll yn cael eu codi o fewn ystafelloedd i greu naws arbennig.

Yn fwy na hynny, dangoswyd gwir ddiddordeb gan yr unigolion i weld digwyddiadau celfyddydol Cymraeg yn ymdrechu i fynd at y gymuned, yn hytrach na disgwyl i'r gymuned fynd i'r lleoliadau bob tro. Byddai hyn yn cynnwys bod cwmnïau yn ymestyn allan a pherfformio digwyddiadau celfyddydol mewn, e.e. clybiau rygbi, tafarndai neu mewn lleoliadau cymunedol eraill. Y fantais yn hyn o beth fyddai cael cynulleidfa barod yn lleol, a'r gynulleidfa honno yn gyfarwydd â'r lleoliad ac yn teimlo'n gartrefol ynddo. Fodd bynnag, trwy fynd â digwyddiadau celfyddydol ar daith yn gymunedol, pwysleisiwyd fod hynny'n gorfod bod yn bartneriaeth o'r cychwyn cyntaf

⁵ Er Budd Pawb: Cynllun Corfforaethol Cyngor Celfyddydau Cymru; 2018-2023.

⁶ <https://www.theaudienceagency.org/audience-spectrum/dormitory-dependables> Gwelwyd Tachwedd 2020.

rhwng y sector celfyddydol a'r gymuned leol, ac na ellir disgwyl cynulleidfa leol i fynychu digwyddiad trwy bennu lleoliad cymunedol yn unig; rhaid meithrin ymddiriedaeth a chydweithio o'r ddwy ochr o'r cychwyn.

Yn ein trafodaethau â'r sector, nid oedd pwysigrwydd y profiad ei hun yn cael ei amlygu gan y rhan fwyaf o'r lleoliadau a'r cwmnïau cynhyrchu fel ffactor pwysig wrth farchnata, er iddo fod yn nodwedd mor amlwg yn y grwpiau ffocws gyda'r gynulleidfa. Wrth ystyried deunyddiau marchnata'r sector, nid oedd y rhan fwyaf ohonynt yn nodi llawer am yr hyn y gallai'r gynulleidfa ei ddisgwyl o ran y profiad ei hun. Yn hynny o beth, yn aml mae'n anodd cael gwybodaeth am bethau megis hyd y digwyddiad, a oes egwyl, a'r hyn sydd i'w ddisgwyl yn gyffredinol. Mae bod mor agored a thryloyw a phosibl ynghylch y profiad yn gwneud y broses o benderfynu mynychu yn llawer haws i'r unigolyn. Meddai'r Audience Agency am y segment 'Dormitory Dependables':

The offer will be received more enthusiastically when it is geared towards an emphasis on the experience and all its trappings, rather than any overly deep focus on the artistic merits of the event.⁸

Yn hyn o beth, mae angen i'r sector ystyried marchnata'r profiad o'r cychwyn cyntaf. Byddwn yn trafod y profiad Cymraeg o fynychu'r celfyddydau yn Adran 3.3.

Dyletswydd

Yn gysylltiedig â'r pwynt uchod, un ffactor a nodwyd gan unigolion mewn ardaloedd lle nad oes nifer helaeth o ddigwyddiadau Cymraeg, yw'r teimlad o ddyletswydd i gefnogi'r celfyddydau Cymraeg:

"Os na fydda i'n mynd, pwy fydd yn gwneud?"⁹

⁸ <https://www.theaudienceagency.org/audience-spectrum/dormitory-dependables> Gwelwyd Tachwedd 2020.

⁹ Grŵp ffocws 2020.

Cadarnhawyd y farn hon gan nifer o fynychwyr. Er y gellid dadlau nad yw dylanwadu ar gydwybod eraill yn dechneg marchnata ynddo'i hun, mae'n sicr yn ffactor sy'n dylanwadu ar ymddygiad unigolion ac mae'n bwysig inni ddeall hyn. Yn ogystal, mewn sefyllfa heb gyfyngiadau COVID-19, wrth ystyried bod mynd i ddigwyddiad celfyddydol yn aml yn golygu gwario arian, gadael y tŷ ar ôl gwaith o bosibl, a theithio i ardal arall, dadleuwyd gan rai fod angen i'r profiad hwnnw gynnig yr addewid o rywbeth arbennig. Nodwyd gan gefnogwyr selog o'r celfyddydau Cymraeg eu bod yn aml yn ceisio mynd â llond car o bobl gyda nhw i ddigwyddiad Cymraeg, a byddai hynny'n cynnwys pobl na fyddai fel arall wedi cael y profiad fel arall.

“Dwi'n mynd â char llawn efo fi felly dwi eisiau iddyn nhw fwynhau.”¹⁰

Yn hyn o beth, dadleuwyd bod yn rhaid i'r digwyddiad gynnig addewid iddyn nhw o amser da oherwydd yr ymdeimlad yma o gyfrifoldeb dros brofiad y gweddill.

Dylanwad cyfoedion

Yn bennaf ymysg y bobl ifanc yn y grwpiau ffocws, mae dylanwad eraill yn ffactor bwysig o ran yr hyn sy'n eu denu i fynd i ddigwyddiad celfyddydol Cymraeg. Nododd unigolion y byddent yn debygol o fynychu digwyddiad celfyddydol Cymraeg os oeddent yn gweld bod cyfoedion, neu bobl yr oeddent yn eu hedmygu, yn siarad yn gadarnhaol am ddigwyddiad celfyddydol Cymraeg. Ymhelaethir ar hyn yn yr adran nesaf.

Cyfranogi

Mae prosiectau cyfranogi yn gallu bod yn ffordd effeithiol iawn o ddenu cynulleidfaoedd. Mae hyn eisoes yn flaenoriaeth i'r Cyngor yn eu Cynllun Gweithredol ar gyfer 2020-2021 wrth sôn am eu nod i ddatblygu a gweithredu rhaglenni ehangu cyfranogiad newydd o'r celfyddydau drwy gyfrwng y Gymraeg a'r Saesneg. Trwy weithio gyda'r gymuned i gynnig cyfle iddynt fod yn rhan o'r digwyddiad ei hun, gall fod yn ffordd o ddenu teuluoedd a ffrindiau i'w cefnogi a'u gweld yn y digwyddiad. Ceir nifer o enghreifftiau o gyfranogi ar waith, gan gynnwys Arts Care Gofal Celf

¹⁰ Grŵp ffocws 2020.

sydd wedi cynnal rhaglenni celfyddydol cyfranogol yn Sir Gaerfyrddin, Sir Benfro a Cheredigion ers dros 25 mlynedd, Opra Cymru yn gweithio gyda chorau lleol, Dawns i Bawb sy'n cynnig dosbarthiadau cymunedol a gweithgareddau addysgol yn y Gogledd-Orllewin, Theatr Felinfach yn gweithio gyda'r gymuned ac unigolion proffesiynol ar Teilwng yw'r Oen, i enwi ond rhai. Mae'n gallu bod yn arf marchnata pwerus wrth iddo gynnig cyswllt personol rhwng y gynulleidfa a'r digwyddiad, ac mae hyn yn ffordd o'u denu. Fel y nodwyd yn yr arolwg ar-lein:

“Mae cael y gymuned i fod yn rhan o'r perfformiad yn bwysig. Mae Tylwyth wedi gwneud hyn hefyd, defnyddio corau i fod yn rhan o'r perfformiad. Hyn yn gallu helpu i dynnu cynulleidfa ac i ddatblygu cynulleidfa”¹¹

Denu cynulleidfa Gymraeg

O ran denu cynulleidfa Gymraeg, gellid ystyried a oes angen marchnata mewn ffordd wahanol ar eu cyfer. Wrth drafod â'r sector, nodwyd rhai nodweddion am y gynulleidfa Gymraeg yr oedd y lleoliadau a'r cwmnïau cynhyrchu yn eu hystyried wrth geisio eu denu:

- Maent yn dueddol o archebu tocynnau yn hwyrach
- Mae arnynt angen clywed adolygiadau / argymhellion gan eraill
- Yn benodol o safbwynt theatrau, maent o'r farn fod y gynulleidfa Gymraeg yn driw iawn i theatr Gymraeg yn gyffredinol pan fo'r arlwy ar gael

Canfyddiadau yn hytrach na ffeithiau yw'r rhain ond maent yn batrwm cyson wrth drafod â'r sector ac mae'n bwysig eu hystyried wrth gynllunio ymgyrch farchnata.

Er hynny, pan ofynnwyd i leoliadau a chwmnïau cynhyrchu a oeddent yn marchnata yn wahanol i ddenu cynulleidfa Gymraeg, nid oeddent fel arfer o'r farn fod hyn yn digwydd. Wrth dreiddio'n ddyfnach, nodwyd eu bod yn dueddol o ymestyn ymhellach i'r gymuned gan dargedu grwpiau a mudiadau cymunedol Cymraeg yn gwbl naturiol; arfer na fyddai digwydd o reidrwydd wrth

¹¹ Arolwg ar-lein 2020.

farchnata digwyddiadau Saesneg. Mae angen sicrhau bod hyn yn arfer cyffredin ledled Cymru a'r celfyddydau. Ceir trafodaeth ymhellach ar hyn o dan thema 3.2 (Technegau Marchnata Cyfredol).

Deunyddiau marchnata

Mae'n ddiddorol cyfeirio at ganlyniad yr arolwg ar-lein (ffigur 1 uchod) am yr hyn sy'n denu cynulleidfa i ddigwyddiad celfyddydol, a bod y tair elfen fwyaf ffafriol y tu hwnt i'r hyn y gall adrannau marchnata ddylanwadu arnynt mewn gwirionedd. Yn ein sgysiau gyda'r sector, roedd pwyslais ar bwysigrwydd deunyddiau marchnata a deunyddiau fideo fel ffordd o farchnata, ac mae'n ddifyr gweld bod y rhain yn ffactorau eilradd i'r gynulleidfa.

Yn gyffredinol ar draws y sector mae ein hasesiad o ddeunyddiau marchnata wedi dangos eu bod yn safonol ac yn denu'r llygaid. Awgrymwn fod angen i'r sector gael cysondeb yn y canlynol:

- yr angen am gopi bachog; mae tueddiad i gopi marchnata fod yn hir
- yr angen i bwysleisio'r profiad eu hun yn y copi; yr hyn y gall bobl ei ddisgwyl o fynychu'r digwyddiad
- delwedd sy'n tynnu sylw ac sy'n gweithio mewn sawl ffurf - ar boster / taflen / rhaglen / ar y we
- fideo hyrwyddo sy'n gweithio mewn sawl ffurf - ar ffurfiau gwahanol gyfryngau cymdeithasol a gwahanol blatfformau digidol

Caiff y Gymraeg ar ddeunyddiau marchnata sylw yn Adran 3.3.

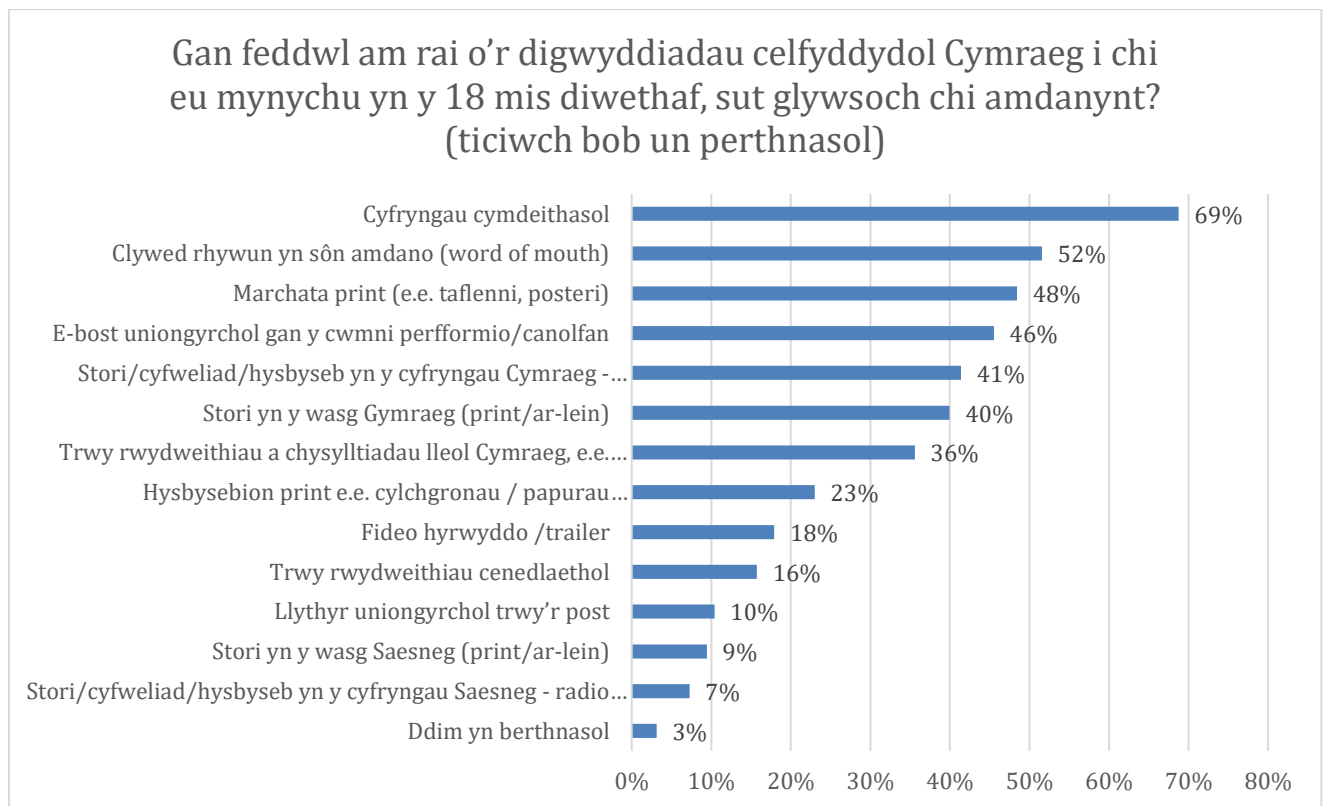
Er bod arferion da, dangosodd ein hymchwil ddesg bod rhai o'r elfennau hyn yn cael eu colli ar adegau. Credwn iddynt fod yn bwysig wrth ystyried anghenion y gynulleidfa a'r gwahanol ffyrdd y maent yn cael gafael ar wybodaeth, fel y dangosir yn yr adran nesaf.

3.2 TECHNEGAI MARCHNATA CYFREDOL

Ystyriwyd yn yr adran flaenorol yr hyn sy'n denu cynulleidfa i fynd i ddigwyddiad celfyddydol Cymraeg. Yn yr adran hon, rydym am ystyried sut y mae cynulleidfaedd yn clywed am ddigwyddiadau celfyddydol a'r technegau marchnata a ddefnyddir i'w cyrraedd ar hyn o bryd.

Gofynnwyd i'r cyhoedd nodi yn yr arolwg ar-lein sut y bu iddynt glywed am ddigwyddiadau celfyddydol Cymraeg yn y 18 mis diwethaf:

Ffigur 2



Mae 69% o'r ymatebwyr yn nodi iddynt glywed amdanynt drwy'r cyfryngau cymdeithasol; 52% wedi clywed rhywun yn sôn amdano, 48% drwy farchnata print (taflenni/posteri), 46% drwy e-bost uniongyrchol gan y cwmni. Yn dilyn hynny y mae'r cyfryngau a'r wasg Gymraeg a'r rhwydweithiau a chysylltiadau Cymraeg lleol, yn 41%, 40% a 36% yn y drefn honno. Mae amrywiaeth o ran technegau marchnata yn dal i fod yn berthnasol i'r gynulleidfa Gymraeg.

Gellir hefyd cymharu'r data hyn fesul grŵp oedran. Er enghraifft, mae 67% o ymatebwyr 16-24 oed yn nodi iddynt glywed am ddigwyddiadau drwy'r cyfryngau cymdeithasol, sydd yn debyg o'i gymharu â 68% o ymatebwyr 55-64 oed. Mae 42% o ymatebwyr 16-24 oed hefyd yn nodi iddynt glywed am ddigwyddiad drwy farchnata print, o'i gymharu â 45% o ymatebwyr 55-64 oed. Cafodd y duedd hon ei chadarnhau mewn grwpiau ffocws hefyd, ac felly gwelir nad yw'r defnydd o'r cyfryngau cymdeithasol neu farchnata print fel pe bai'n berthnasol iawn i grwpiau oed penodol yn unig.

Isod ceir rhai o'r prif themâu eraill a drafodwyd yn y grwpiau ffocws a gyda'r sector o ran sut y mae'r gynulleidfa'n clywed am ddigwyddiadau celfyddydol, neu'r technegau marchnata a ddefnyddir i'w cyrraedd ar hyn o bryd.

Cyfryngau cymdeithasol

Mae 45 miliwn o unigolion yn y Deyrnas Unedig yn defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol ac mae'r ffigur yn tyfu'n flynyddol¹². O'r defnyddwyr hynny, treulir 102 munud ar y cyfryngau cymdeithasol bob dydd.

Mae'r data yn Ffigur 2 uchod yn nodi bod 69% yn clywed am ddigwyddiadau drwy'r cyfryngau cymdeithasol. Mae'r Audience Agency yn sôn am dueddiadau digidol y segment 'Trips and Treats' fel a ganlyn;

They are likely to use the full range of platforms depending on what they're doing – Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest. Many own smartphones and download a large number of apps. Downloading or streaming music using Spotify is also common. They much prefer contact by email than phone or in person.

Er gwaetha'r defnydd o'r platfformau hyn, thema gyffredin mewn grwpiau ffocws oedd bod y cyfryngau cymdeithasol wedi tyfu i fod yn lle prysur iawn, yn enwedig ers cyfnod y pandemig, a

¹² <https://www.statista.com/topics/3236/social-media-usage-in-the-uk/> Gwelwyd Tachwedd 2020.

bod negeseuon a hysbysebion yn gallu mynd ar goll ynghanol 'sŵn' y cyfryngau cymdeithasol. Gan dderbyn rôl allweddol y cyfryngau cymdeithasol a marchnata digidol, mae angen sicrhau bod cwmnïau a lleoliadau'r sector yn defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol yn y modd mwyaf effeithiol ac effeithlon posibl er mwyn cystadlu a dal sylw'r gynulleidfa ar draws y platfformau, tra eu bod hefyd yn cydbwysu hyn â dulliau mwy traddodiadol.

Mae Cwmni'r Frân Wen yn enghraifft o gwmni sydd yn ymgysylltu'n effeithiol â'r gynulleidfa Gymraeg ar blatfformau'r cyfryngau cymdeithasol. Cafodd y cwmni ei enwi gan y cyhoedd yn y grwpiau ffocws fel enghraifft o gwmni sy'n defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol yn effeithiol. Maent wedi rhoi'r adnoddau a'r ymdrech i ddatblygu ymgysylltiad y gynulleidfa ar y cyfryngau cymdeithasol, i ddal sylw'r gynulleidfa fel eu bod yn creu perthynas gyda'r cwmni. Mae eu sianelau cyfryngau cymdeithasol yn llawn cynnwys deniadol a fideos byrion sydd yn unol â brand y cwmni.

Daeth Llenyddiaeth Cymru hefyd i'r amlwg yn ein hymchwil ddesg yn gwmni sydd yn cyfathrebu'n glir ac yn bwrpasol gyda'r gynulleidfa ar y cyfryngau cymdeithasol. Maent yn llwyddo i fod yn broffesiynol ond gydag elfen chwareus, ac nid yw pob neges yn gyfieithiad union o'r Gymraeg i'r Saesneg. Mae'r ddwy iaith yn llwyddo i weithio ochr yn ochr â'i gilydd, gan gynnig rhywbeth bach yn wahanol, ond yn gwbl naturiol yn y Gymraeg a'r Saesneg.

Mae hysbysebu ar y cyfryngau cymdeithasol yn gallu bod yn ffordd effeithiol o gyrraedd cynulleidfaoedd penodol. Nodwyd gan sawl un yn y sector bod hysbysebu ar Facebook er mwyn targedu cynulleidfa Gymraeg yn anodd iawn gan ei bod hi'n heriol adnabod pobl sy'n siarad Cymraeg. Er bod modd i unigolion newid rhyngwyneb eu tudalen Facebook i'r Gymraeg, nid oes modd i'r cwmnïau adnabod carfan benodol o siaradwyr Cymraeg. Mae angen i'r Cyngor ystyried hyfforddiant pellach i'r sector ar ddefnyddio hysbysebion i dargedu siaradwyr Cymraeg ar y cyfryngau cymdeithasol.

Gall hysbysebu ar Google fod yn ffordd wych o gyrraedd cynulleidfa ehangach. Dyma'r brif ffordd y mae S4C¹³ yn hysbysebu ar y we, ac maent yn ystyried bod hyn yn ffordd effeithiol o hysbysebu ac o gyrraedd cynulleidfaoedd. Fodd bynnag, nodwyd nad yw 'Google Ads' yn adnabod y Gymraeg yn iaith swyddogol, felly gall gymryd amser i hysbysebion gael eu cadarnhau cyn iddynt ymddangos ar Google. Y cam nesaf fydd sicrhau bod y Gymraeg yn cael ei derbyn yn iaith swyddogol ar y platform, er mwyn bod y broses yn fwy effeithlon.

Mae'n bwysig bod y negeseuon a gyfathrebir yn llwyddo i dorri trwy'r holl brysurdeb ar y cyfryngau cymdeithasol er mwyn cyrraedd ac ymgysylltu â'r unigolion. Bydd gweithio ar gynnwys deniadol a bachog sy'n ymddangos mewn sawl man ar y we o gymorth er mwyn gwneud hyn.

Marchnata print

Yn unol â'r pwynt uchod o ran prysurdeb y cyfryngau cymdeithasol, trafodwyd mewn rhai grwpiau ei bod hi'n chwa o awyr iach cael taflen farchnata brint y mae modd dal yn eich llaw a'i chadw, gan nodi pa mor bwerus yw hyn fel ffordd syml o dynnu sylw parhaol at ddigwyddiad. Mae 48% o sampl cyfan yr arolwg ar-lein, gan gynnwys 42% o ymatebwyr 16-24 oed, yn nodi eu bod yn clywed am ddigwyddiadau drwy farchnata print.

Difyr yw nodi, felly, fod rhai cwmnïau'n sôn eu bod wedi lleihau eu defnydd o farchnata print, yn bennaf oherwydd y gost, a'u bod yn rhoi mwy o adnoddau tuag at waith ar-lein. Mae'r arolwg ar-lein yn dangos bod dal lle i ddeunyddiau print o fewn ymgyrch farchnata, er gwaetha'r twf mewn marchnata digidol. Wrth gwrs, daw ystyriaethau amgylcheddol ac ariannol yn rhan o hyn, ond gellid cynnwys elfen o farchnata print mewn ymgyrch farchnata, e.e trwy ddewis argraffu rhaglenni tymhorol / blynyddol yn hytrach nag argraffu nifer fawr o daflenni unigol bob tro. Os bydd taflenni unigol yn cael eu hargraffu, mae angen strategaeth glir ar gyfer eu dosbarthu, mewn cydweithrediad â phartneriaid cymunedol i arbed gwastraff ac i sicrhau eu bod yn targedu'r manau cywir.

¹³ Trafodaeth gydag S4C.

Y wasg / gwefannau

O ran y cyfryngau a'r wasg, drwy sylwadau yn yr arolwg ar-lein a sgysiau yn y grwpiau ffocws, tynnwyd sylw penodol at ddefnydd o'r wasg a'r cyfryngau Cymraeg cyfarwydd megis cylchgrawn Golwg, Radio Cymru, rhaglenni Cymraeg ar S4C megis Heno a Prynawn Da, ynghyd â gwerth a phwysigrwydd y Papurau Bro fel dull marchnata cymunedol. Mae'r wasg Gymraeg, er yn fach, yn gefnogol iawn i'r celfyddydau Cymraeg wrth roi sylw iddynt yn y wasg a'r cyfryngau. O'n trafodaethau gyda Mentrau Iaith Cymru, gwyddwn eu bod yn gwneud gwaith o gydlynu'r papurau bro dros Gymru gyfan, a bod nifer ohonynt yn y broses o droi eu papurau bro yn ddigidol, er nad yw hyn yn gyson ledled Cymru.

Nododd rhai cwmnïau celfyddydol yr heriau sydd yn eu hwynebu wrth geisio rhannu gwybodaeth gyda chynulleidfaoedd, gan gynnwys bod prinder gwefan gelfyddydol annibynnol Gymraeg i rannu gwybodaeth ar-lein. Sefydlwyd platfform AM¹⁴ yn 2020 ac mae'n prysur dyfu yn llwyfan cyfoethog i rannu cynnwys fideo Cymraeg ar draws y celfyddydau. Cafwyd trafodaeth am hyn yn y grwpiau ffocws. Er nad yw'n rhwydwaith ar gyfer rhannu gwybodaeth a marchnata digwyddiadau celfyddydol Cymraeg yn benodol ar hyn o bryd, mae potensial i blatfform tebyg ddatblygu yn y dyfodol, trwy weithio mewn partneriaeth ag asiantaethau cymunedol a chelfyddydol Cymraeg.

Yn ein trafodaethau gyda'r sector, soniwyd gan nifer mai anaml iawn y byddai'r wasg Saesneg yng Nghymru yn rhoi sylw i ddigwyddiadau sydd yn cael eu hanelu at gynulleidfa Gymraeg, ac mae ymatebion yr arolwg ar-lein yn cefnogi'r darganfyddiad hwn. Dim ond 9% a oedd wedi clywed am ddigwyddiadau drwy'r wasg Saesneg a 7% drwy'r cyfryngau Saesneg. Mae hyn yn codi cwestiwn yn y lle cyntaf ynghylch yr ymdrech bresennol gan y sector Celfyddydau Cymraeg i ymgysylltu â'r cynulleidfaoedd hynny sy'n medru'r Gymraeg yng Nghymru, ond nad ydynt o reidrwydd yn darllen cylchgronau Cymraeg nac yn gwrando/gwyllo rhaglenni Cymraeg ar y radio/teledu. Yn ogystal, mae angen i'r wasg Saesneg yng Nghymru a thu hwnt roi sylw digonol i

¹⁴ <http://www.amam.cymru/> Gwelwyd Tachwedd 2020.

gelfyddydau Cymraeg yn ôl yr angen, ac mae lle i'r Cyngor ddylanwadu a bod o gymorth i'r sector gyda hyn.

Targedu uniongyrchol

Mae 46% o'r sampl cyfan a ymatebodd i'r arolwg ar-lein yn dweud eu bod wedi clywed am ddigwyddiad celfyddydol trwy e-bost uniongyrchol gan y cwmni. Mae hyn yn gallu bod yn ffordd effeithiol o hyrwyddo a chyrraedd mewNFLwch yr unigolyn. Mae'n bwysig felly bod y cynnwys yn berthnasol, yn gynnil ac yn ddeniadol er mwyn dal sylw'r unigolyn gan ei bod yn hawdd dad-danysgrifio. Soniodd un cwmni cynhyrchu ei fod yn gweld budd o ysgrifennu llythyr at athrawon yn hytrach nac e-bost, a bod y targedu uniongyrchol hyn yn arwain at ymateb cadarnhaol fel arfer.

Rhannodd S4C¹⁵ eu profiad fod nifer yn ymateb yn dda ar eu rhestrau e-bost uniongyrchol, gan eu bod wedi eu segmentu. Mae modd nodi diddordebau defnyddwyr, a'u targedu ar e-bost i argymhell rhaglenni y gallent fod â diddordeb ynddynt. Os nad yw lleoliad yn targedu yn uniongyrchol ar hyn o bryd, mae'n bwysig ystyried hyn er mwyn datblygu cynulleidfaedd ymhellach. Yn ogystal, mae croes-hyrwyddo yn gallu bod yn ddull effeithiol iawn o gyrraedd cynulleidfa wahanol a rhoi mynediad iddynt i gynnwys na fyddent yn ei ddarganfod fel arfer.

Argymhelliad gan eraill

Mae 52% o ymatebwyr sampl cyfan yr arolwg ar-lein yn sôn eu bod yn clywed am ddigwyddiadau celfyddydol Cymraeg gan fod eraill wedi ei argymhell/sôn amdano. Mae'r ffenomen o glywed rhywun yn sôn am rywbeth, neu roi'r gair ar led wedi bod yn ffordd effeithiol o farchnata ers blynnyddoedd lawer, ac fel y soniwyd yn y grwpiau ffocws, mae hyn wedi esblygu'n naturiol bellach i glywed rhywun yn sôn am bethau neu argymhell ar-lein. A ninnau ynghanol y pandemig, mae hyn yn fwyfwy pwysig wrth i'r holl ddulliau marchnata gael eu gorfodi i fod ar-lein yn bennaf yn ystod cyfnod ysgrifennu'r adroddiad hwn.

¹⁵ Trafodaeth gydag S4C.

Yn ôl ein sgysiau, mae un lleoliad yng Nghaerdydd wedi manteisio ar dueddiadau siaradwyr Cymraeg o rannu argymhellion gyda chyfoedion, drwy wahodd pobl sy'n dylanwadu ar eraill ar y cyfryngau cymdeithasol i noson y wasg. Maent wedi gweld bod hyn yn gymorth i gael y gair ar led am ddigwyddiadau Cymraeg dros y cyfryngau cymdeithasol.

Rydym eisoes wedi clywed am y grŵp mwyaf o bobl sy'n mynychu'r celfyddydau yng Nghymru, yn ôl yr Audience Agency, sef y 'Trips and Treats'. Dywed yr Audience Agency amdanynt:

They are receptive to advertising and direct marketing messages, but need endorsement from friends and family – as they do not have the time or perhaps the inclination to seek out new or different opportunities from the known.

Mae hefyd yn nodi eu bod yn grŵp o bobl sydd heb arfer ymwneud â'r celfyddydau yn ddigidol, ond yn debygol o fod yn rhan o grwpiau WhatsApp lleol. Cyfeiriwyd mewn grwpiau ffocws at enghreifftiau o grwpiau o ffrindiau/cymdeithasau sy'n sgwrsio dros WhatsApp yn rheolaidd. Dywedwyd eu bod hefyd yn defnyddio'r fforwm hwn, mewn ffordd gwbl naturiol ac anffurfiol i roi gwybod am ddigwyddiadau i eraill, a bod hyn yn ffordd o argymhell a chyrraedd pobl nad ydynt fel arfer yn ymwybodol o ddigwyddiadau celfyddydol Cymraeg. Dywedwyd bod hyn, ynghyd â gweld cyfoedion yn trafod neu'n 'hoffi' digwyddiad celfyddydol ar y cyfryngau cymdeithasol yn ffordd effeithiol o ddenu sylw at ddigwyddiad.

Y gynulleidfa ragweithiol

Yn hytrach na chlywed am ddigwyddiadau celfyddydol trwy ddull marchnata penodol yn unig, soniwyd gan nifer yn y grwpiau ffocws eu bod yn rhagweithiol wrth ymchwilio i gyfleoedd ac wrth chwilio am ddigwyddiadau celfyddydol Cymraeg. Mae'r unigolion hyn yn cymryd y cyfrifoldeb drwy ddilyn gwefannau lleoliadau/cwmnïau y mae ganddynt ddiddordeb ynddynt, sicrhau eu bod ar restr e-bost y cwmni, ac maent yn gwybod sut i chwilio am y cyfleoedd hyn i fynychu'r celfyddydau.

Meddai'r Audience Agency am segment y 'Dormitory Dependables':

Arts and cultural organisations' websites are widely used (especially heritage organisations), as a place to find out information about events, artists, performers and venues.

Yn hyn o beth, mae'n bwysig i'r sector sicrhau bod yr wybodaeth ar gael i'r cyhoedd mewn ffordd sy'n hawdd dod o hyd iddi, ond rhaid hefyd gallu denu'r cyhoedd nad ydynt mor rhagweithiol wrth chwilio am wybodaeth, ac nad ydynt yn ymgysylltu â'r celfyddydau ar hyn o bryd.

Catalyddion yn agor y drws i'r celfyddydau

Thema a ddaeth i'r amlwg yn gryf yn yr holl grwpiau ffocws oedd pwysigrwydd unigolion sy'n 'agor y drws' i eraill brofi diwylliant celfyddydol Cymraeg. Cyfeiriwyd at enghreifftiau o unigolion dylanwadol, neu 'gatalyddion' (e.e. tiwtor dysgu Cymraeg, athro mewn ysgol, neu ffrind dylanwadol) a oedd yn rhoi gwybod i eraill am ddigwyddiadau celfyddydol Cymraeg. Mae'r catalyddion yn llwyddo, nid yn unig i argymhell digwyddiadau, ond maent hefyd yn rhagweithiol wrth gynnig mynd â grŵp gyda nhw i ddigwyddiad celfyddydol Cymraeg am y tro cyntaf. Cafwyd sawl enghraifft o ddisgyblion ysgol yn nodi bod athrawon yn tynnu eu sylw at ddigwyddiadau celfyddydol ac yn trefnu cyfleoedd i ddisgyblion fynd i ddigwyddiadau celfyddydol Cymraeg.

Mae'n bwysig deall rôl allweddol y catalyddion hyn wrth iddynt greu cyfleoedd i eraill brofi'r celfyddydau am y tro cyntaf, a helpu i sefydlu arferion newydd iddynt. Mae tiwtoriaid dysgu Cymraeg ac athrawon yn cynnig cyfle arbennig i fod yn gatalyddion sy'n agor y drws i'r celfyddydau, ac mae angen sicrhau bod pob disgybl a phob dysgwr Cymraeg yn cael yr un cyfle i gyrraedd y celfyddydau Cymraeg.

O safbwynt ffrindiau a chyfoedion sy'n 'agor y drws i eraill', mae hyn yn weithred naturiol ac organig i raddau helaeth. Mae angen ystyried ffyrdd o fynd â hyn gam ymhellach a chydabod eu gwerth wrth farchnata. Credwn fod cyfle yma i'r sector feddwl yn greadigol am ffyrdd o fanteisio ar dueddiadau'r gynulleidfa i gael eu denu gan gatalyddion.

Data cynulleidfaoedd

Un o heriau'r cwmnïau cynhyrchu yw'r diffyg data cynulleidfaoedd sydd ar gael gan y lleoliadau. Pan fydd cwmni cynhyrchu'n teithio i leoliad, mae'r data am y gynulleidfa sydd yn prynu tocynnau yn amrywio ac yn aml yn brin iawn. Nid oes fframwaith cenedlaethol ar gael ar gyfer rhannu data cynulleidfaoedd ac mae hyn yn ei gwneud hi'n anodd iawn i'r cwmnïau cynhyrchu greu darlun cyflawn o'r gynulleidfa sy'n dod i weld eu gwaith.

Nododd sawl un yn y sector ei fod yn amhosibl iddynt ddatblygu eu strategaethau marchnata llawn heb fod ganddynt afael ar ddata cynulleidfaoedd.

“Mae diffyg data clir a defnyddiol gan y lleoliadau yn heriol - ni methu adnabod pwy yw'r gynulleidfa fel mae ar hyn o bryd. Dim ond gyda data allwn ni edrych ar ddatblygu cynulleidfa. Mae hyn yn hollbwysig - mae wir yn amhosib mesur y gynulleidfa fel mae ar hyn o bryd¹⁶.”

Cydweithio rhwng Lleoliadau a Chwmnïau Cynhyrchu

Yn gysylltiedig â'r pwynt uchod am rannu data, mae creu perthynas dda rhwng y lleoliadau a'r cwmnïau cynhyrchu yn hollbwysig er mwyn cydweithio'n llwyddiannus. Soniodd Canolfan y Celfyddydau, Aberystwyth bod Theatr Genedlaethol Cymru yn enghraifft o arfer da wrth iddynt sicrhau eu bod yn ymweld â'r Ganolfan cyn perfformiad a thrafod y cynllun marchnata a'r adnoddau marchnata yr oedd modd iddynt eu darparu o'r cychwyn cyntaf. Trwy gyfarfod cyn cychwyn marchnata, mae hyn yn creu deialog a chyd-ddealltwriaeth rhwng y lleoliad a'r cwmni cynhyrchu er mwyn gallu cydweithio'n llwyddiannus ar ymgyrch farchnata. Roedd Pontio, Bangor hefyd yn canmol Cwmni Dawns Cenedlaethol Cymru am sicrhau bod y staff yn ymweld â'r lleoliad cyn perfformiadau. Daeth i'r amlwg yn y sgysiau â'r sector bod y cyswllt personol hwn yn bwysig iawn. Fodd bynnag, nid yw'r cydweithio hyn yn gyson ar draws y sector, a dengys ein trafodaethau gyda'r sector bod rhwystrau cyfathrebu rhwng y lleoliadau a'r cwmnïau cynhyrchu

¹⁶ Cwmni cynhyrchu.

yn parhau i fod yn rhwystr. Gyda chyfarfodydd wyneb yn wyneb bellach yn digwydd yn rhithiol, heb yr angen i deithio, mae cynnal perthynas waith adeiladol yn haws nag erioed.

Roedd y mwyafrif o'r cwmnïau cynhyrchu o'r farn nad oedd y lleoliadau yn adnabod eu cynulleidfaoedd Cymraeg lleol yn ddigonol. Roeddent o'r farn fod magu perthynas adeiladol â'r gynulleidfa Gymraeg yn aml yn ddibynnol ar ewyllys da staff y lleoliad, yn hytrach na'i fod wedi ei wreiddio yn rhan o'u strategaeth. Roeddent oll yn cydnabod bod diffyg amser a chyllideb gan y lleoliadau yn broblem er mwyn gallu rhoi amser i ddatblygu'r berthynas gyda'r gynulleidfa Gymraeg.

Roedd teimlad ymysg y rhan fwyaf o gwmnïau cynhyrchu sydd yn cyflwyno gwaith theatr cyfrwng Cymraeg nad oedd rhai lleoliadau hefyd yn gweld pwysigrwydd i'r gwaith o ddod i adnabod cynulleidfaoedd Cymraeg, ac nad oeddent yn gallu rhoi adnoddau tuag at farchnata gan fod digwyddiadau eraill mwy 'poblogaidd' yn cael eu blaenoriaethu. Mae hyn yn tanlinellu problem sylfaenol; wrth fynd ati i greu newid strategol o ran cyrraedd cynulleidfaoedd Cymraeg, ni ellir dibynnu ar ewyllys da nac ar sgiliau unigolion yn unig. Nododd y cwmnïau cynhyrchu hefyd fod diffyg cysondeb o ran y gefnogaeth y maent yn ei derbyn gan y lleoliadau wrth fynd ati i farchnata. Wrth gynllunio taith mae cwmni cynhyrchu yn aml yn gallu nodi'r ardaloedd y mae arnynt angen mwy o gymorth wrth farchnata.

“Wrth deithio sioe i'r lleoliad cyflwyno, y teimlad yw bod y lleoliadau ddim yn cyrraedd cynulleidfa Gymraeg yn dda iawn. Mae rhai yn well na'i gilydd. Mae'n dibynnu ar y staff sydd yn gweithio yn yr adran farchnata - ydyn nhw'n siarad Cymraeg neu adnabod yr ardal. Mae 'na brinder pobl sy'n siarad Cymraeg yn gweithio i'r lleoliadau¹⁸.”

Nododd un cwmni cynhyrchu eu bod yn sensitif i anghenion y gynulleidfa a dargedir ganddynt gan mai nhw fel cwmni sydd yn creu'r gwaith ac yn deall y negeseuon marchnata i'w cyfleu.

¹⁸ Aelod o staff cwmni cynhyrchu.

Gofynnwyd y cwestiwn p'un ai bod modd i leoliadau ddeall hyn yn llwyr gan nad ydynt fel rheol yn rhan o'r broses o greu'r gwaith. Mae'n bwysig, felly bod y cwmnïau cynhyrchu yn darparu cymaint o wybodaeth ag sy'n bosibl i'r lleoliad am ddigwyddiadau.

Os yw'r Cyngor am gyrraedd ei darged o gyrraedd rhagor o siaradwyr Cymraeg i fwynhau'r celfyddydau erbyn 2023, yna mae'n hanfodol i'r lleoliadau a'r cwmnïau cynhyrchu weithio'n fwy strategol gyda'i gilydd i gyrraedd cynulleidfaedd Cymraeg.

Rhwydweithiau a chysylltiadau Cymraeg

Diben Mentrau Iaith Cymru yw cefnogi'r rhwydwaith o'r 22 Menter Iaith, ac mae hyn yn cynnwys marchnata a chyfathrebu, hyfforddiant a dylanwadu er budd y Gymraeg. Yn sail i'w gwaith y mae'r egwyddor o rannu gwybodaeth, profiadau, syniadau ac adnoddau rhwng y Mentrau Iaith a phartneriaid eraill ar draws Cymru¹⁹.

Yn ein trafodaethau gyda'r sector, nodwyd gan nifer eu bod yn cydweithio'n agos gyda'r Fenter Iaith leol i rannu negeseuon hyrwyddo. Cafwyd trafodaeth gyda Mentrau Iaith Cymru hefyd a oedd yn pwysleisio eu bod yn croesawu'r cyfle i gydweithio gyda'r sector gan bwysleisio'r angen i weithio'n uniongyrchol gyda'r mentrau unigol mewn gwahanol ardaloedd er mwyn hyrwyddo gyda'u cynulleidfaedd lleol. Mae Venue Cymru a Menter Iaith Conwy yn enghraifft o bartneriaeth dda rhwng lleoliad celfyddydol a Menter Iaith. Mae Venue Cymru eisiau datblygu eu cynulleidfa iaith Gymraeg ac mae Menter Iaith Conwy yn awyddus i weld mwy o ddigwyddiadau Cymraeg yn yr ardal; mae'r ddau wedi bod yn cydweithio i drefnu digwyddiadau, a gobeithio y bydd modd i'r berthynas ddatblygu yn y dyfodol yn dilyn y pandemig.

Mae'r cyswllt gyda chymdeithasau megis Merched y Wawr a'r Clybiau Ffermwyr Ifanc yn bwysig eu meithrin hefyd. Nododd sawl un yn y sector eu bod yn defnyddio cysylltiadau fel hyn i rannu gwybodaeth am ddigwyddiadau er mwyn cael y gair ar led o fewn y rhwydweithiau lleol a thraddodiadol hyn. Soniodd un lleoliad nad yw datblygu rhwydweithiau lleol yn hawdd bob tro. Fel y nodir yn ein sgwrs gyda Mentrau Iaith Cymru, mae'n bwysig bod perthynas yn cael ei greu

¹⁹ <http://www.mentrauiath.cymru>. Gwelwyd Tachwedd 2020.

rhwng y ddwy ochr yn hytrach na'u defnyddio fel ffordd o rannu gwybodaeth yn unig. Mae angen rhoi amser i greu perthynas er budd y celfyddydau a'r mudiadau sy'n hybu'r Gymraeg.

Meddai aelod o staff cwmni cynhyrchu sydd wedi gwneud llawer o waith yn y gymuned;

“Mae angen treulio amser yn y cymunedau cyn dod â'r sioe yno a chwrdd â phobl wyneb yn wyneb - mae hyn yn ffordd wych o ddenu cynulleidfa. Wrth siarad wyneb yn wyneb mae pobl yn cael y teimlad bod nhw'n bwysig a'u bod nhw'n cael eu gweld a'u clywed, ac yn fwy tebyg o'ch cofio chi. Mae hyn yn bwysig iawn.”

Mae adnoddau ac amser staff yn aml yn gwneud hyn yn anodd iawn i gwmnïau, ond trwy weithio mewn partneriaeth ar lefel gymunedol, mae modd rhannu'r gwaith hwn. Mae awydd cryf gan y cyhoedd yn yr arolwg ar-lein i ddigwyddiadau cael eu marchnata mewn cydweithrediad â mudiadau cymunedol, ac roedd y rhan fwyaf o'r syniadau a gynigwyd yn yr arolwg yn ymwneud â'r angen i gwmnïau wneud mwy i hyrwyddo a marchnata'r celfyddydau ar lefel gymunedol.

3.3 Y GYMRAEG WRTH FARCHNATA'R CELFYDDYDAU

Rydym bellach wedi trafod yr hyn sy'n denu cynulleidfa, ynghyd â'r dulliau a ddefnyddir i farchnata ar eu cyfer. O ystyried bod hyn yn golygu ceisio cyrraedd a denu rhai sydd â gwahanol berthynas tuag at y Gymraeg (yn siaradwyr Cymraeg rhugl, yn ddysgwyr, a rhai newydd i'r Gymraeg) wrth asesu marchnata Cymraeg, mae angen ystyried yr hyn sy'n bwysig i'r sector ac i'r gynulleidfa o safbwynt ieithyddol.

Mae Llywodraeth Cymru wedi rhoi neges gadarn yn ei strategaeth Gymraeg, Cymraeg 2050, o'i uchelgais i gael miliwn o siaradwyr Cymraeg erbyn 2050. Ynghyd ag ymrwymiad y Cyngor i gydymffurfio â Safonau'r Gymraeg a'i egwyddor i drin y Gymraeg a'r Saesneg ar y sail eu bod yn gyfartal, mae'r Cyngor yn symud yn gynyddol at gael perthynas fwy cydweithiol gyda Phortffolio Celfyddydol Cymru o safbwynt hyrwyddo'r Gymraeg. Yn benodol, mae disgwyl i'r holl Bortffolio fabwysiadu ffordd ragweithiol o fynd ati yn y maes hwn²⁰.

Rydym yn deall bod Pecyn Cymorth Datblygu Dwyieithrwydd yn y Celfyddydau y Cyngor²¹ yn y broses o gael ei ddiweddarau i fod yn adnodd ymarferol ar-lein. Bydd hwn yn hynod ddefnyddiol wrth i'r sector fedru mynd ati'n ymarferol i roi gweledigaeth y Cyngor ar waith er mwyn '*annog rhagor o bobl i fwynhau'r celfyddydau a chymryd rhan ynddynt*²²'.

Mae'r Pecyn Cymorth uchod eisoes yn cynnig cyngor ac yn gosod cyd-destun i alluogi'r sector i weithredu'n ddwyieithog a marchnata yn fwy effeithiol yn y Gymraeg. Nid yw'n fwriad gennym fynd i'r afael yn ormodol â themâu'r ddogfen uchod am eu bod eisoes yn cael eu datblygu. O safbwynt y Gymraeg o fewn cwmpas ein hasesiad, canolbwyntiwyd ar farn y sector ar sefyllfa gyfredol marchnata gan nodi'r cymorth yr oedd arnynt ei angen, ynghyd â chasglu barn y cyhoedd ar yr hyn sy'n bwysig iddynt wrth ystyried y Gymraeg wrth farchnata.

²⁰ Polisi Hyrwyddo a Hwyluso'r Defnydd o'r Gymraeg Cyngor Celfyddydau Cymru; 2019.

²¹ <https://arts.wales/cy/node/410>. Gwelwyd Tachwedd 2020.

²² Er Budd Pawb: Cynllun Corfforaethol Cyngor Celfyddydau Cymru; 2018-2023.

Y Gymraeg a ddefnyddir wrth farchnata

Yn anad dim, mae'r arolwg ar-lein a'r grwpiau ffocws yn profi bod cefnogaeth gref i'r Gymraeg a bod y cyhoedd yn awyddus iawn i'r Gymraeg gael ei phriod le wrth farchnata digwyddiadau celfyddydol.

Nododd 73% o'r sampl cyfan yn yr arolwg ar-lein ei fod yn bwysig iawn iddynt fod fersiwn Gymraeg deunyddiau marchnata cystal â'r Saesneg (o ran statws/gwerth); roedd 76% ohonynt yn credu ei fod yn bwysig iawn bod y Gymraeg wedi ei hysgrifennu yn glir ac yn ddealladwy ar ddeunydd marchnata, ac mae'n bwysig iawn i 64% bod y copi Cymraeg yn teimlo fel darn gwreiddiol Cymraeg, yn hytrach na chyfieithiad llythrennol o'r Saesneg.

Ategwyd hyn yn y grwpiau ffocws ac un o'r prif nodweddion a amlygwyd oedd pwysigrwydd Cymraeg dealladwy wrth farchnata, er mwyn cyfathrebu'n glir gyda'r gynulleidfa mewn iaith y maent yn ei deall. Soniwyd ymhellach am bwysigrwydd bod y Gymraeg yn teimlo'n "agos atoch, ac yn siarad â chi". I gefnogi hyn, awgrymwyd na ddylid gorgymhlethu na defnyddio Cymraeg sy'n rhy ffurfiol. Fodd bynnag, mae'r gynulleidfa yn awyddus i'r Gymraeg fod yn gywir, a bod y Gymraeg a ddefnyddir yn teimlo fel copi gwreiddiol, yn hytrach na bod yn gyfieithiad slafaidd o'r Saesneg.

Cyfeiriwyd yn yr arolwg at rai enghreifftiau o gyfieithiadau gwael sydd i'w gweld ar rai deunyddiau marchnata:

"Mae safon y Gymraeg ysgrifenedig yn aml yn warthus ac mi rydw i yn aml, mewn sawl gwahanol gyswllt wedi gorfod troi at y testun Saesneg er mwyn deall y Gymraeg. Hyn oherwydd bod y cyfieithydd wedi trosi yn rhy llythrennol gydag ychydig barch at yr ystyr".

"Mae'r fersiynau iaith Gymraeg o'r testun yn aml yn gyfieithiadau diflas, diliw, digymeriad o'r Saesneg. Pan mae 'na eiriad bachog ac unigryw, does dim ots gen i os nad yw hi'n dweud yn UNION yr un peth a'r Saesneg".

Ar y cyfan, roedd y mwyafrif yn y grwpiau ffocws yn fodlon â safon y Gymraeg ar ddeunyddiau marchnata yn y maes ar hyn o bryd, ac eithrio ambell enghraifft unigol.

Roedd y grwpiau ffocws hefyd yn agored i weld tafodieithoedd yn cael eu defnyddio wrth farchnata, ac o ddefnyddio tafodiaith mewn modd priodol, na fyddai hynny'n debygol o'u rhwystro rhag deall testun deunyddiau marchnata.

Wrth drafod gyda phobl ifanc, cafwyd yr un consensws o ran pwysigrwydd bod y Gymraeg a ddefnyddir yn ddealladwy, heb fod yn rhy ffurfiol. Nodwyd hefyd ganddynt na ddylid ymdrechu'n ormodol i ysgrifennu yn rhy amlwg ar gyfer pobl ifanc a bod angen cydbwysedd rhwng "*peidio bod yn rhy posh, a dim rhy cŵl*". Cafwyd trafodaeth ddifyr gyda chriwiau o ddysgwyr hefyd, a oedd yn ategu'r angen i'r Gymraeg fod "*yn gywir, yn syml ac yn ddealladwy*" a chaiff hyn ei gadarnhau yn yr arolwg ar-lein, gyda 92% o ddysgwyr yn nodi ei bod yn bwysig iawn/pwysig iddynt fod y deunyddiau marchnata yn glir ac yn ddealladwy.

Mae taro'r cydbwysedd hwn rhwng ysgrifennu copi marchnata Cymraeg cywir sydd yn apelio at amrywiaeth ein siaradwyr yn sgîl ynddo'i hun, ac yn gofyn am allu ieithyddol a dealltwriaeth o wahanol gyweiriau addas dros amryw blatfformau. Nid ydym yn argymhell bod angen unffurfiaeth wrth ysgrifennu copi marchnata Cymraeg, gan fod angen i'r Gymraeg fod yn naturiol gan adlewyrchu gwahanol gynyrchiadau, genres, platfformau a thafodieithoedd yn ôl yr angen. Hyderwn y bydd y gwaith o ddiwygio'r Pecyn Cymorth Datblygu Dwyieithrwydd yn y Celfyddydau²³, a sicrhau hyfforddiant pwrpasol ar gyfer gwreiddio egwyddorion y pecyn, yn gyfle i gynghori'r sector a chael cysondeb wrth ddefnyddio'r Gymraeg i farchnata.

O ran yr angen i addasu'r Gymraeg ar gyfer gwahanol blatfformau, mae ysgrifennu ar gyfer y cyfryngau cymdeithasol yn sicr yn ffordd o addasu a llacio'r Gymraeg a ddefnyddir, gan gynnig elfen o hyblygrwydd i ysgafnhau'r arddull. Soniwyd eisoes am Gwmni'r Frân Wen, a'u gwaith ymgysylltu ar-lein effeithiol. Dyma enghraifft o ddefnyddio Cymraeg anffurfiol ac 'agos atoch chi', a rhaid canmol eu cynnwys ar-lein yn gyffredinol.

²³ Mae'r Pecyn yn cael ei ddiwygio er mwyn bod yn adnodd ar-lein ar gyfer y sector.

Fodd bynnag mae angen sicrhau bod gan y sector isadeiledd ieithyddol cryf, dealltwriaeth ac ymwybyddiaeth o faterion ieithyddol, ynghyd â chefnogaeth ieithyddol. Mae angen i'r sector ei hun gymryd y cyfrifoldeb dros sicrhau ei fod yn rhagweithiol wrth chwilio am gyfleoedd i ddatblygu'r isadeiledd ieithyddol hwn er mwyn datblygu eu gallu i hybu a defnyddio'r Gymraeg wrth greu ymgyrchoedd marchnata gwreiddiol.

O ran ein trafodaethau gyda'r sector, teimlwn fod y sector theatr Gymraeg eisoes yn ymwybodol o bwysigrwydd copi Cymraeg safonol, ond dangosodd ein hymchwil bod gwaith i'w wneud ar hyn gyda'r sector ddawns, opera a chelf. Gall copi Cymraeg deunyddiau marchnata'r sectorau hyn deimlo fel cyfieithiad union o'r Saesneg i'r Gymraeg ar adegau, a gall hyn ei wneud yn anodd ei ddarllen a'i ddeall.²⁴

Barn a gododd mewn rhai sgysiau gyda'r sector oedd yr angen i'r sector ddawns yn benodol edrych ar y modd y mae'n cyfathrebu gyda chynulleidfaedd Cymraeg. Dywed un aelod o staff cwmni cynhyrchu nad yw iaith dawns yn gweithio fel cyfieithiad o'r Saesneg ac mae'n rhaid bod yn greadigol wrth fynegi'r gelfyddyd hon:

*"Mae 'na deimlad dosbarth uwch Saesneg i'r sector ddawns os dyw nhw ddim yn gwynebu bod angen i'r Gymraeg chwarae rhan ganolog yn y gwaith a'r hyrwyddo."*²⁵

Daeth hyn i'r amlwg yn neunyddiau marchnata'r sector ddawns hefyd. Ar adegau, roedd y copi Cymraeg yn gymhleth ac anodd ei ddeall. Mae'r copi hwn fel arfer yn sail ar gyfer copi gwefannau a'r cyfryngau cymdeithasol, ac felly rhaid sicrhau bod y copi cyntaf un yn cyfleu'r Gymraeg yn briodol i'r gynulleidfa mewn modd dealladwy. Awgrymwn yr angen i greu cyfleoedd i'r sector celfyddydol cyfan rannu arferion da a chyd-rannu arbenigedd o ran ysgrifennu ar gyfer y celfyddydau.

²⁴ Ymchwil ddesg, 2020.

²⁵ Sgysiau gyda'r sector, 2020.

Staff a recriwtio

“There’s a nervousness around the Welsh language - of doing something wrong. This can also create recruitment issues - we find it difficult to find staff who have good Welsh language writing skills.”²⁶

Mae’n bwysig fod gan gwmnïau staff sy’n siarad Cymraeg er mwyn cyfathrebu gyda chynulleidfaedd yn eu mamiaith, ond dangosodd ein sgysiau gyda’r sector fod problem wrth recriwtio staff sydd â’r sgiliau Cymraeg angenrheidiol. Mae creu testun gwreiddiol, safonol yn y Gymraeg yn golygu cael staff sydd â’r sgiliau, y gallu a’r profiad perthnasol, ac mae cyfieithu o’r Saesneg yn sgil arbenigol y mae angen cynllunio a chyllido ar ei gyfer. Gall diffyg staff sydd â’r hyfedredd priodol yn y Gymraeg hefyd effeithio ar gyfathrebu digidol y cwmnïau gan fod hyn yn gynnwys sy’n aml yn cael ei greu ar y diwrnod a’r angen iddo fod yn ddwyieithog ar y pryd. Nid oes rhyfedd i’n trafodaethau ddangos bod y cwmnïau hynny a fuddsoddodd mewn staff â sgiliau Cymraeg addas wedi gweld budd mawr.

Mae Helo Blod²⁷ yn enghraifft o gymorth rhad ac am ddim gan Busnes Cymru sydd ar gael i fusnesau y gallai’r sector wneud mwy o ddefnydd ohono. Eto, trwy hyfforddiant priodol a chodi lefelau ymwybyddiaeth am y cymorth a’r hyfforddiant sydd ar gael, mae modd cynllunio’n well ar gyfer defnyddio’r Gymraeg wrth farchnata.

Soniodd canolfan gelfyddydau yn y de eu bod wedi gweld eu cynulleidfa Gymraeg yn ymgysylltu’n well ar ôl iddynt sicrhau bod aelod o staff yn gallu cyfathrebu yn Gymraeg ar y ffôn wrth i bobl archebu tocynnau. Golyga hyn bod modd cofnodi dewis iaith unigolyn a gweld eu tueddiadau archebu, gan gasglu data defnyddiol am y gynulleidfa Gymraeg.

Trafodwyd mai un her i gwmni yng Ngwynedd, mewn ardal lle mae niferoedd siaradwyr Cymraeg yn uchel, yw dod o hyd i diwtoriaid sy’n gallu cynnal gweithdai dawn yn y Gymraeg. I fynd i’r afael â hyn, gwnaethpwyd cais am arian grant er mwyn cynnal hyfforddiant; maent bellach wedi

²⁶ Sgysiau gyda’r sector, 2020.

²⁷ <https://businesswales.gov.wales/heloblod/cy/helo-blod>. Gwelwyd Tachwedd 2020.

hyfforddi dwy sydd yn siarad Cymraeg i gynnal gweithdai dawn. Mae'r prentis diweddaraf yn hyfforddwraig ddawns nad yw'n gallu siarad Cymraeg, ac mae'r cwmni'n cefnogi'r tiwtor i ddysgu'r Gymraeg. Yn ystod ein sgysiau gyda'r sector, gwelwyd bod recriwtio tiwtoriaid Cymraeg sydd â'r sgiliau priodol i gynnal gweithdai yn broblem mewn mannau eraill o Gymru hefyd ac nid yn unig i Wynedd.

Datblygu cynulleidfa Gymraeg

Soniodd Mentrau Iaith Cymru bod y gynulleidfa Gymraeg *“yn gynulleidfa driw iawn - fe wneith cynulleidfa Gymraeg gefnogi busnes, theatr ayyb. Ti yn eu denu eto ac eto os yn rhoi'r ymdrech i'w denu'r tro cyntaf.”*

Gall yr ymdrech a wneir i ddatblygu cynulleidfa Gymraeg dalu ar ei ganfed i leoliad neu gwmni cynhyrchu. Gwyddom eisoes bod diffyg argaeledd data o ran proffil y gynulleidfa Gymraeg yn her i'r sector, a pha mor ddefnyddiol y byddai'r data hyn er mwyn datblygu strategaeth datblygu cynulleidfa Gymraeg. Mae'n rhaid cael ymwybyddiaeth a dealltwriaeth o'r gynulleidfa er mwyn datblygu'r berthynas hon.

Gall y rhaglen o ddigwyddiadau effeithio ar y berthynas gyda'r gynulleidfa Gymraeg: heb gynnwys sy'n denu nid oes modd datblygu'r gynulleidfa gan na fyddant yn mynd yno yn y lle cyntaf. Roedd un lleoliad yn y de yn gweld hyn yn heriol gan nad oedd llawer o ddigwyddiadau Cymraeg yn cael eu cynnal yn yr ardal, felly anaml oedd cyswllt â'r garfan hon o'r gynulleidfa.

“There are big gaps between Welsh language shows so it's hard to say if we're developing a Welsh language audience.”²⁸

Y profiad Cymraeg

Yn ein trafodaethau gyda'r sector, daeth i'r amlwg bod lleoliadau nad ydynt yn cael eu hadnabod yn rhai Cymraeg o'r farn fod cynulleidfaoedd Gymraeg yn barod i deithio'n bellach i gael profiad

²⁸ Sgysiau gyda'r sector, 2020.

cwbl Gymraeg. Caiff hyn ei gadarnhau gan yr arolwg ar-lein, yn enwedig o ran siaradwyr Cymraeg rhugl. Byddai 64% o ymatebwyr yr arolwg ar-lein sy'n rhugl yn y Gymraeg yn teithio'n bellach (na'u lleoliad arferol) i weld digwyddiad celfyddydol cyfrwng Cymraeg pe bai'r ganolfan/lleoliad yn gallu cynnig profiad cwbl Gymraeg iddynt (e.e. staff Cymraeg, a bod y Gymraeg yn weledol). Mae hyn yn cymharu â 26% o'r ymatebwyr sy'n siarad rhywfaint o Gymraeg, a 19% o ddysgwyr Cymraeg. Yn ogystal:

- **Mae 88% o ymatebwyr yr arolwg a oedd yn rhugl yn y Gymraeg yn dweud ei bod hi'n bwysig neu'n bwysig iawn iddyn nhw bod lleoliad yn gallu cynnig naws Gymraeg pan fyddant yn mynd i weld digwyddiad celfyddydol Cymraeg (e.e staff bar, staff tocynnau ac ati);**
- **Mae 56% o ymatebwyr yr arolwg a oedd yn siarad rhywfaint o Gymraeg yn credu ei bod hi'n bwysig/pwysig iawn cynnig naws Gymraeg, gyda dysgwyr yn nodi bod cyflwyno'r Gymraeg yn y bar ac ati yn rhywbeth i'w groesawu, ac yn eu helpu i ymarfer eu Cymraeg mewn awyrgylch anffurfiol:**

"Mae hyn yn arbennig o bwysig i bobl sy'n dysgu'r Gymraeg - bod y profiad celfyddydol yn troi'n brofiad o weld y Gymraeg ar waith".²⁹

Meddai un yn yr arolwg ar-lein am y profiad Cymraeg:

"Mae'n rhoi ymdeimlad bod y staff / yr awyrgylch yn RHAN o'r perfformiad cyfan, ei fod yn un pecyn cynhwysfawr".

Yn hyn o beth, mae angen i leoliadau ystyried sut y gellir cynnig profiad Cymraeg i gynulleidfa. Mae hyn yn cynnwys y profiad o archebu tocynnau, archebu diod wrth y bar/mannau cymdeithasu ynghyd â'r Gymraeg sydd yn weledol o'ch cwmpas ac yn rhan o'r digwyddiad ei hun. Er bod yma enghreifftiau o arferion da, ceir anghysondeb yn y sector o ran eu gallu i gynnig y profiad Cymraeg wrth i'r cyhoedd ymweld â'r celfyddydau. Nid yw'r profiad Cymraeg yn cael ei gynnig mewn modd rhagweithiol ym mhob ardal nac ymhob lleoliad. Gydag ychydig o waith

²⁹ Grwpiau ffocws, 2020.

cynllunio strategol (yn cynnwys trefnu bod staff Cymraeg yn gweithio ar yr adegau pan fydd digwyddiadau Cymraeg yn cael eu cynnig), a hyfforddiant priodol i'r staff, gellir gwneud gwahaniaeth mawr i brofiad Cymraeg y gynulleidfa.

3.4 HYGyrCHEDD

'Mewn Cymru deg a chyfartal, rydym ni'n credu y dylai'r celfyddydau

fod ar gael yn hawdd ac yn hygyrch i bawb³⁰.'

Mae'r Cyngor wedi ymrwymo i annog rhagor o bobl i fwynhau'r celfyddydau a chymryd rhan ynddynt. Er mwyn i ni wella'r modd y mae'r sector yn marchnata yn Gymraeg, mae angen i ni ystyried hygyrchedd y celfyddydau Cymraeg yn gyffredinol. Yn yr adran hon, byddwn yn ystyried y graddau y mae'r celfyddydau Cymraeg yn hygyrch i bawb o ran anableddau, ynghyd â cheisio deall beth yw'r ffactorau sy'n rhwystro pobl rhag mynychu digwyddiadau celfyddydol Cymraeg ar hyn o bryd.

Anableddau

Credwn fod y Gymraeg a maes anableddau o fewn y celfyddydau yn haeddu ymchwil trwyadl. Nid yw'n fwriad gennym fynd i'r afael â'r maes cyfan yn rhan o'n hasesiad, ond mae angen tynnu sylw atynt yn yr adroddiad hwn wrth i ni drafod ehangu cynulleidfa a'r hyn sy'n eu hatal rhag mynychu. Yn ein trafodaeth gyda Disability Arts Cymru a chwmini Hijinx, nodwyd y bu tueddiad yn hanesyddol i bobl ag anawsterau dysgu neu anableddau penodol gael eu magu mewn yn y Saesneg yn unig hyd yn oed pe bai pawb arall ar yr aelwyd yn siarad Cymraeg. Cafodd hyn effaith ar hunaniaeth pobl anabl Gymraeg eu hiaith. Iaith Arwyddion Prydain (BSL) yw'r iaith arwyddion a ddefnyddir amlaf ym Mhrydain. Mae ganddi ei strwythur gramadegol a'i chystrawen ei hun, ac nid yw'n gysylltiedig iawn â Saesneg llafar. Gan nad oes iaith Arwyddion Cymraeg, golyga hyn nad oes gan bob person anabl (yn ddibynnol ar eu hanabledd) fynediad llawn i'r Gymraeg o oed cynnar ar hyn o bryd.

Mae cwmni Hijinx yn canolbwyntio ar greu gwaith celfyddydol yng Nghymru ac mae gweithio gydag artistiaid ag anableddau dysgu a/neu awtistiaeth wrth wraidd eu gwaith. Soniodd Hijinx

³⁰ Er Budd Pawb; Cynllun Corfforaethol Cyngor Celfyddydau Cymru; 2018-2023.

fod diffyg dealltwriaeth o ddwyieithrwydd pobl ag anableddau dysgu wedi cael sgil effaith ar allu'r cwmni i greu cynnwys yn Gymraeg.

“O’r holl deuluoedd sy’n gweithio gyda ni, ac mae rhai ohonynt yn deuluoedd dwyieithog, prin iawn yw’r unigolion sy’n hyderus i siarad Cymraeg. Mae hyn yn cael sgil effaith ar ein gallu i greu cynyrchiadau Cymraeg”.

Mae’r cwmni’n agored iawn i ddenu cynulleidfaoedd Cymraeg ac i greu cyfleoedd i bobl ddwyieithog ag anableddau fod yn rhan o’u gwaith. Maent yn ystyried cyfleoedd i gydweithio ag Eisteddfod Genedlaethol Cymru er mwyn cyrraedd cynulleidfa o siaradwyr Cymraeg a chyd-greu cyfleoedd i bobl ddwyieithog sydd ag anableddau dysgu/awtistiaeth gyfranogi yn y celfyddydau yn Gymraeg. Yn gwmni sy’n deall pwysigrwydd bod yn wirioneddol hygyrch, soniodd Hijinx am bwysigrwydd creu cynnyrch Cymraeg ystyrllon yn y lle cyntaf, cyn eu bod yn mynd ati i ddatblygu cynulleidfaoedd o siaradwyr Cymraeg:

“Dy’n ni ddim eisiau bod yn docenistaidd. Mae angen gwneud gwaith i greu cynnyrch Cymraeg yn gyntaf cyn ymgysylltu â chynulleidfaoedd Cymraeg³¹.”

Mae gwir angen creu cyfleoedd tebyg i’r bartneriaeth uchod rhwng cwmni celfyddydol a sefydliad celfyddydol Cymraeg er mwyn datblygu’r berthynas rhwng y celfyddydau, y Gymraeg ac anableddau.

Un sydd wedi gwneud gwaith ynglŷn â’r berthynas rhwng y Gymraeg ac Iaith Arwyddion Prydain yw’r actores Stephanie Anne Back, ac mae prosiectau megis un diweddar ganddi, ‘I Said I Love You’ yn trafod themâu difyr yn y maes. Meddai Stephanie yn ei blog Unlimited:

“Extensive research into the history of Welsh language and culture and BSL/ Deaf culture revealed similar experiences for both cultures, most prevalent was the

³¹ Trafodaeth Hijinx.

oppression of the languages by the dominant English Language. This is still the case today.³²

Mae galluogi artistiaid fel Stephanie i ddatblygu syniadau a chreu gwaith yn rhan mor bwysig o waith y Cyngor. Byddai'n dda gweld mwy o brosiectau sy'n archwilio themâu tebyg o ran yr iaith Gymraeg ac anabledau. Mae'r adroddiad hwn eisoes wedi tynnu sylw at bwysigrwydd y cynnwys i'r gynulleidfa, ac mae'n bwysig bod y cynnwys yn cael ei greu mewn modd hygyrch o'r cychwyn cyntaf.

Mae'r sector o'r farn fod angen gwella hygyrchedd yn gyffredinol ac o safbwynt anabledau yn y sector celfyddydau Cymraeg. Dywedodd yr actores, Mared Jarman mewn erthygl ddiweddar i Unlimited:

"The Welsh language arts sector is so behind when it comes to disability. Yes, good, innovative people are being proactive, but it's not enough. We have some serious catching up to do³³."

Cyfeiriodd Hijinx at y doreth o wahanol elfennau sydd angen eu hystyried wrth geisio gwneud digwyddiad celfyddydol yn hygyrch i bobl sydd ag anabledau. Mae hyn yn cynnwys ystyriaethau megis penawdau caeedig, uwchdeitlau, trailer gyda BSL, addasu testun sydd ar daflen bapur ar ffurf ffeil fideo, creu deunydd Hawdd ei Ddeall, a chynnig sgwrs cyn sioe i egluro'r hyn sydd i'w ddisgwyl mewn digwyddiad. Mae creu digwyddiad hygyrch yn golygu gwahanol bethau i wahanol bobl, yn ddibynnol ar natur yr anabled. Trwy ychwanegu ail iaith i'r arlwy o ran creu digwyddiad hygyrch, awgrymwyd yr angen am arweiniad clir a chanllawiau ar gyfer y sector, gan fod angen arbenigedd a phrofiad, a'r angen i gynllunio hygyrchedd i mewn i'r gyllideb o'r cychwyn cyntaf.

³² <https://weareunlimited.org.uk/commission/stephanie-anne-back-i-said-i-love-you-isily/> Gwelwyd Tachwedd 2020.

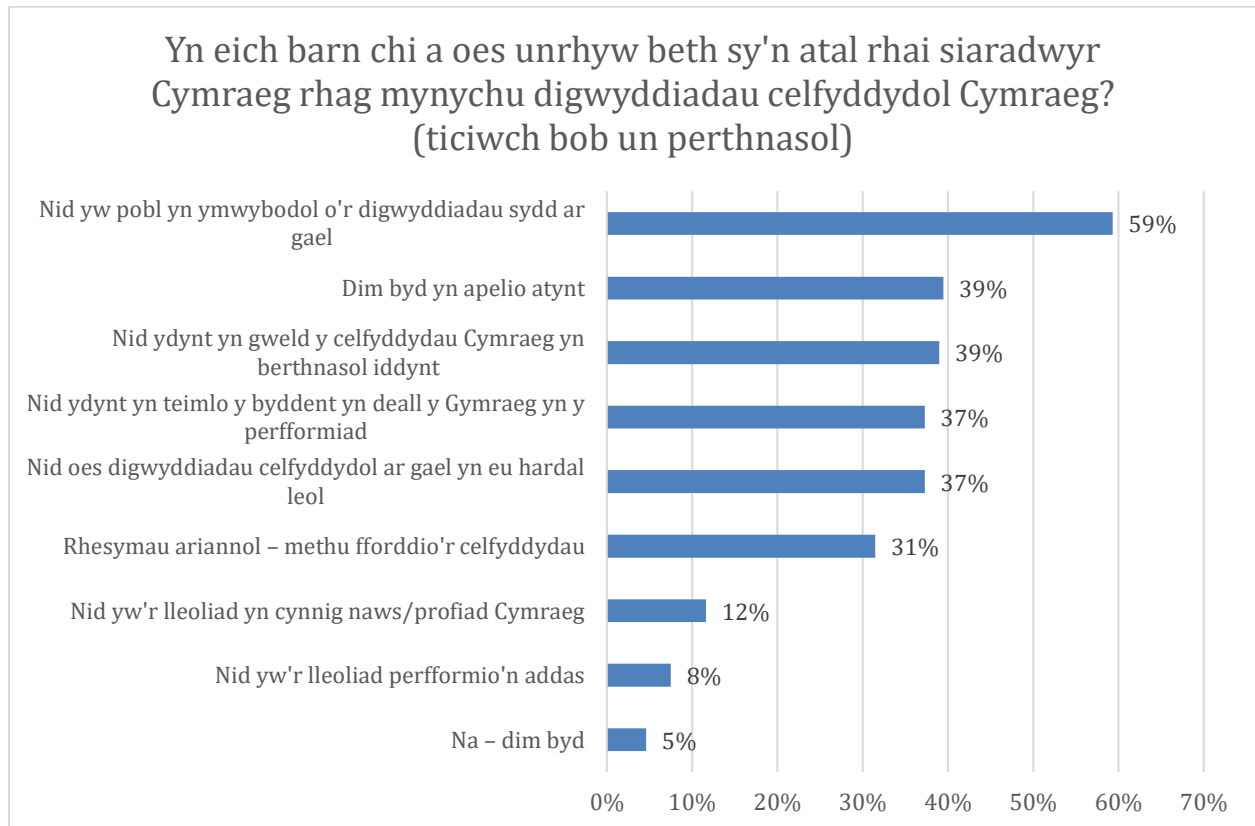
³³ <https://weareunlimited.org.uk/unlimited-connects-wales-2020-into-the-future-ymlaen-ir-dyfodol/> Gwelwyd Tachwedd 2020.

Cytunodd y sector fod cyllideb yn broblem wrth geisio cynnwys sawl elfen o ran hygyrchedd. Yr hyn sy'n bwysig yn ôl Disability Arts Cymru, yw dewis a dethol yr elfennau y mae'r cwmni am ganolbwyntio arnynt o ran hygyrchedd, ond gan geisio sicrhau bod mynediad i bawb i'r gwaith.

Yr hyn sy'n rhwystro'r cyhoedd rhag ymgysylltu â'r celfyddydau

Holwyd y cyhoedd yn yr arolwg ar-lein a oeddent yn credu bod unrhyw beth yn atal siaradwyr Cymraeg rhag mynd i ddigwyddiadau celfyddydol ar hyn o bryd:

Ffigur 3



Credwyd mai'r prif reswm sy'n atal pobl rhag mynd i ddigwyddiad celfyddydol Cymraeg yw nad ydynt yn ymwybodol o'r hyn sydd ar gael, gyda 59% yn rhannu'r farn hon. Roedd 39% o'r farn nad yw pobl yn gweld y celfyddydau Cymraeg yn berthnasol iddynt, roedd 39% yn credu nad oes unrhyw beth yn apelio atynt, â 37% o'r farn nad oes digwyddiadau celfyddydol ar gael iddynt yn eu hardal leol. Teimlai 37% na fyddent yn deall y Gymraeg yn y digwyddiad.

Cafwyd cyfle i ymhelaethu ar yr uchod, a rhwystrau eraill sy'n atal pobl rhag ymwneud â'r celfyddydau Cymraeg, yn y grwpiau ffocws. Dyma'r grynhoi'r prif themâu a ddaeth i'r amlwg:

Diffyg ymwybyddiaeth

“Bydden i ddim yn gwybod am bethau tasen i ddim yn mynd yn fwriadol i edrych be sy' mhlân”.

Mae 59% wedi nodi yn yr arolwg ar-lein mai'r prif ffactor sy'n atal pobl rhag mynd i ddigwyddiad celfyddydol Cymraeg yw nad yw pobl yn ymwybodol o'r hyn sydd ar gael. Diffyg ymwybyddiaeth yw'r prif ffactor yn yr arolwg ar draws pob sir. Roedd 78% o ymatebwyr Wrecsam a 75% o ymatebwyr Casnewydd o'r farn mai diffyg ymwybyddiaeth oedd y prif rwystr.

Meddai un yn y grwpiau ffocws:

“Bydden nhw ddim yn mynd i chwilio am bethau penodol yn Gymraeg. Felly maen nhw'n fwy tebygol o ffindo mas am y pethau Saesneg”.

Mae hyn yn gysylltiedig â'r pwynt y soniwyd amdano yn Adran 3.2 (Technegau Marchnata), sef fod nifer yn mynd ati'n rhagweithiol i chwilio am wybodaeth, pan nad yw eraill yn chwilio o gwbl. Yr her i'r sector yw deall sut i ddod o hyd i'r gynulleidfa hon gan sicrhau bod yr wybodaeth yn eu cyrraedd a'u denu.

Gwybodaeth

Cyn penderfynu mynd i ddigwyddiad celfyddydol Cymraeg, mae angen cynnig rhywfaint o wybodaeth ymlaen llaw. Dywed yr Audience Agency am y Dormitory Dependables:

“There is no such thing as too much information for Dormitory Dependables. They like to see all the facts and consider their options before making rational, analytical decisions. Once they have all the information, they'll have no trouble at all making a decision.”

Mae tueddiad ar y cyfan yn neunyddiau marchnata'r sector celfyddydau Cymraeg i beidio â darparu gormod o wybodaeth wrth farchnata, am eu bod am gadw'r deunydd yn gynnil a chyflwyno elfen o sypreis, o bosibl. Fodd bynnag, gwelwn o'r adroddiad hwn fod gwybodaeth ac eglurder yn hollbwysig i'r rai carfannau o'r gynulleidfa.

Mae hyn eto yn tanlinellu pwysigrwydd adnabod y gynulleidfa: heb i'r sector allu adnabod anghenion y gynulleidfa, mae'n amhosibl gwybod faint o wybodaeth y mae arnynt ei hangen er mwyn gwneud penderfyniad i fynd i ddigwyddiad. Mae S4C ar fin cynnal gwaith ymchwil er mwyn gwella eu hymwybyddiaeth o'u cynulleidfa a cheisio deall sut i ymgysylltu a denu un garfan o siaradwyr Cymraeg nad ydynt yn gwylio'r sianel o gwbl ar hyn o bryd. Mae'n sicr y bydd canlyniadau'r ymchwil yn ddadlennol a cheir cyfle i'r Cyngor a'r sector celfyddydol drafod dulliau targedu ac adnabod cynulleidfaoedd Cymraeg ymhellach gyda sefydliadau Cymraeg mewn sectorau gwahanol.

Ffactorau daearyddol

Nid yw argaeledd y celfyddydau Cymraeg yn gyson ledled Cymru. Dyma a ddaeth i'r amlwg ym mhob grŵp ffocws, ac roedd hyn yn atal pobl rhag ymwneud â'r celfyddydau. Er enghraifft, yng Nghaerdydd, y teimlad oedd bod toreth o wahanol gyfleoedd i fwynhau'r celfyddydau Cymraeg, fel y gellid ei ddisgwyl mewn dinas. Nodwyd ei bod hi'n anodd bachu ar bob cyfle a bod yr arlwy o gynnyrch Cymraeg yn gallu teimlo'n "hectic", a bod angen ystyried ffyrdd o gynllunio digwyddiadau celfyddydol Cymraeg yn well, trwy eu gwasgaru yn ddaearyddol mewn modd tecach. Wrth deithio o Gaerdydd tua'r cymoedd, mae'r arlwy Gymraeg yn lleihau ac mae hyn yn rhwystr i rai:

"The main barrier for me is the availability of events and the awareness of events themselves. Blackwood is the nearest venue – you'd need a car"³⁵.

³⁵ Grŵp ffocws.

Casnewydd sydd â'r ganran uchaf o ymatebwyr yn yr arolwg (67%) sydd o'r farn mai un o'r prif ffactorau sy'n atal pobl rhag mynd i ddigwyddiadau Cymraeg yw nad oes digwyddiadau celfyddydol ar gael yn eu hardal leol.

Roedd unigolion yng ngrwpiau ffocws y gogledd-orllewin yn teimlo bod yr arlwy Cymraeg yn ardal Bangor a Chaernarfon yn ddigonol, ond fod hynny'n lleihau wrth fynd tua'r gorllewin tuag at ardal Penllyn. Yn yr un modd, roedd grwpiau ffocws y gogledd-ddwyrain oll o'r farn mai'r prif ffactor sy'n atal pobl yn yr ardal rhag mynd i ddigwyddiadau celfyddydol Cymraeg yw diffyg argaeledd yn yr ardal, a bod yr angen i deithio ymhellach yn sgil effaith iddo:

"'Dyw pethau ddim yn dod i'r Wyddgrug. Dyma'r prif rwystr. Yn ymarferol, i bobl sy'n gweithio, mae'n ormod disgwyl i rywun deithio i Fangor am 5:30 y nos. Mae angen perswadio'r cwmnïau i ddod â chynyrchiadau i'r theatrau yn yr ardal".³⁶

Cefnogwyd hyn mewn grŵp arall yn y gogledd-ddwyrain:

"Weithiau, bydd drama dda yn mynd ar daith, ond mae'r cwmnïau'n meddwl bod neb yn byw rhwng Bangor a'r Drenewydd. Mae nifer fawr o siaradwyr Cymraeg yn y gogledd-ddwyrain sy'n cael eu siomi³⁷".

Mae'n bwysig i'r cwmnïau cynhyrchu ystyried barn y gynulleidfa am hygyrchedd lleoliadau wrth drefnu taith. Wrth reswm, mae angen cydlynu sawl elfen wrth drefnu taith ddawns/theatr/cerddoriaeth, gan gynnwys argaeledd lleoliadau, dyddiadau, cost a bod y cyfarpar neu'r set yn ffitio'r lleoliad. Mae cael lleoedd addas i gynnal y digwyddiadau yn hollbwysig, ac weithiau mae diffyg lleoliadau neu neuaddau mewn ardaloedd yn golygu nad oes modd i'r cwmni fynd â gwaith i'r ardal dan sylw. Awgrymwn yr angen am ragor o gynllunio a chydweithio ledled yr holl sector

³⁶ Grŵp ffocws.

³⁷ Grŵp ffocws.

yn gyffredinol, er mwyn sicrhau cyfle i bawb fynd i ddigwyddiadau celfyddydol Cymraeg, lle bynnag y maent yn byw.

Nododd lleoliad yn y Gogledd-ddwyrain eu bod yn gallu teimlo eu bod yn cael eu dieithrio o gyfarfodydd ac nad oes ganddynt yr un cyfle i rwydweithio gyda'r sector oherwydd eu lleoliad. Mae'n bwysig sicrhau nad yw'r holl adnoddau'n cael eu rhoi i'r brifddinas; efallai trwy gyfnod COVID-19 fod cyfleoedd i rwydweithio yn genedlaethol a chyfarfod dros y we yn gallu newid y deinameg hwn.

Yn ogystal â'r ffaith fod llai o ddarpariaeth Gymraeg mewn rhai rhannau o Gymru yn rhwystr i'r gynulleidfa, cynigiwyd gan nifer yn y grwpiau ffocws nad yw amser cynnal digwyddiadau yn apelio bob tro. Heblaw am ambell eithriad, soniwyd bod digwyddiadau a chyngherddau'n dueddol o gael eu cynnal gyda'r hwyr. Mewn ardaloedd gwledig, nodwyd y byddai cynnig perfformiadau matinee o bosibl yn ffordd o annog rhagor i fynychu. Awgrymwyd gan yr unigolion y byddent yn barod i deithio ychydig yn bellach yn y dydd gan na fyddai hynny'n golygu teithio'n bell ar hyd ffyrdd gwledig yn y nos. Mae hyn yn cyd-fynd â thueddiad y 'Dormitory Dependables' o ran ymweld â'r celfyddydau - *'Given motivations, likely to be put off if arts attending is distanced, feels risky or is hard to relax'*. Mae'n bosibl, felly, fod angen hyblygrwydd ar ran y sector er mwyn iddynt ddeall yr hyn sy'n apelio i'r gynulleidfa, gan hwyluso'r profiad iddynt.

Canfyddiad eraill o'r celfyddydau Cymraeg

Mae canfyddiad pobl o'r hyn yw'r celfyddydau Cymraeg yn eu hatal rhag ymwneud â'r maes ar hyn o bryd. Yn ôl y grwpiau ffocws a'r arolwg ar-lein, mae'r canfyddiad hwn yn ymwneud â'u rhagdybiaeth am y cynnyrch ei hun a'u canfyddiad ynghylch a yw'r celfyddydau Cymraeg yn rhywbeth sydd yn perthyn iddyn nhw.

*"Mae'n boring. Dyw e ddim i fi"...*³⁸

³⁸ Grŵp ffocws.

Mae'r cysyniad bod ymwneud â'r celfyddydau yn perthyn i'r dosbarth canol yn fater y mae'r Cyngor a'r sector yn gyfarwydd iawn ag ef ers blyneddau. Mae'r Cyngor yn datgan ei fod yn 'clywed her yn cael ei chynnig i dra-arglwyddiaeth y dosbarth canol ar greu celfyddyd, ar fynychu ac ar gyfranogi yn y celfyddydau³⁹. Mae'n bwysig nodi'r canfyddiad hwn, sy'n cyd-fynd â barn 39% o ymatebwyr yr arolwg ar-lein a oedd yn credu bod pobl yn teimlo nad oedd y celfyddydau'n perthyn iddynt.

"Mae llawer o siaradwyr Cymraeg yn y de ddwyrain yn gweld y diwylliant Cymraeg fel rhywbeth nad ydyn nhw'n rhan ohono⁴⁰".

"Yn bersonol dwi yn teimlo fod snobyddiaeth yn erbyn pobl sydd yn dysgu Cymraeg a phobl Cymraeg sydd yn newydd i ddramâu/llynyddiaeth Cymraeg sydd yn neud fi yn anghyffyrddus mewn cynulleidfa⁴¹."

"Mae angen rhoi'r neges bod croeso iddyn nhw yno. Mynd nôl i'r mater o 'ddosbarth' yng Nghymru. Bod pawb yn cael croeso - angen addysgu/trochi hyn o oed cynnar iawn yn yr ysgol"⁴².

Er mai canfyddiadau yw'r rhain, fe'i nodwyd gan nifer yn yr ymchwil, ac felly mae angen ystyried ffyrdd creadigol o geisio herio canfyddiadau am y celfyddydau Cymraeg, gan ddangos nad oes rhaid i'r celfyddydau bob tro fod yn rhywbeth sy'n perthyn i eraill. Ac yn ôl grŵp o bob ifanc:

"Mae perception yn broblem. Pobl yn poeni bo nhw ddim yn mynd i ddeall. Pobl yn ffindo fe yn intimidating. Mae angen tynnu pobl ifanc mewn i'r celfyddydau drwy gigs a comedi yn lle dramâu trwm. Os ti'n gallu cael peint, mae'r profiad hefyd yn fwy relaxed"⁴³.

³⁹ Er Budd Pawb. Cynllun Corfforaethol Cyngor Celfyddydau Cymru 2018-2023.

⁴⁰ Arolwg Ar-lein.

⁴¹ Arolwg Ar-lein.

⁴² Arolwg Ar-lein.

⁴³ Grŵp Ffocws.

Yr hyn sy'n her i'r sector yw ceisio denu'r unigolion hyn sydd â chanfyddiadau neu ragdybiaethau negyddol am y celfyddydau Cymraeg, a'u denu i ddod i ddigwyddiad am y tro cyntaf. Mae'n bwysig bod yr ymgyrch farchnata yn adlewyrchu'r cynnyrch a'r profiad i'r unigolyn. Rydym am i'r unigolion ddychwelyd i'r celfyddydau dro ar ôl tro ac felly awgrymw'n fod yn rhaid i'r ymgyrch farchnata fod yn ddiwyll. Bydd y gynulleidfa'n colli ffydd yn y celfyddydau petaent yn cael eu camarwain mewn unrhyw fodd.

Mae angen sicrhau bod y celfyddydau'n cael eu marchnata mewn ffordd gynhwysol, sy'n gwneud hi'n amlwg eu bod yn rhywbeth i bawb, beth bynnag yw eu dosbarth cymdeithasol, a pha bynnag mor hyderus y maent yn eu defnydd o'r Gymraeg. Mae COVID-19 yn gyfle i'r sector 'ailagor' y celfyddydau o'r newydd a dangos eu bod yn perthyn i bawb yng Nghymru.

Hyder yn y Gymraeg

Nododd unigolion yn yr ymchwil nad yw rhai yn ymwneud â'r celfyddydau gan nad ydynt yn credu bod "*eu Cymraeg nhw'n ddigon da*" - ffenomen sy'n gyfarwydd iawn i ni mewn cymunedau ledled Cymru. Y gred yw bod y diffyg hyder hwn yn eu rhwystro rhag mynd i ddigwyddiadau celfyddydol Cymraeg am eu bod yn poeni na fyddant yn deall yn llawn yr hyn sy'n digwydd, ac nad ydynt yn teimlo ei fod yn gelfyddyd sy'n perthyn iddynt. Ynghyd â dysgwyr a siaradwyr llai rhugl, roedd hyn hefyd yn farn a rannwyd gan unigolion sy'n rhugl yn y Gymraeg.

I roi hyn yn ei gyd-destun ehangach, canfu ymchwil a wnaed gan BBC Cymru Wales, S4C a Llywodraeth Cymru yn 2013 fod hyder yn aml yn cael ei roi fel rheswm gan rai siaradwyr Cymraeg dros beidio â defnyddio'r iaith. Mae'r adroddiad yn nodi mai'r math o deimladau a brofwyd gan rai siaradwyr Cymraeg yw credu eu bod yn swnio fel ffŵl wrth geisio siarad Cymraeg, teimlo'n lletchwith, yn ddi-glem ac yn swil. Mae Llywodraeth Cymru bellach yn cynnwys cwestiwn yn Arolwg Cenedlaethol Cymru ar hyder pobl i siarad Cymraeg. Yn arolwg 2017-18, nododd 21% o siaradwyr rhugl eu bod yn pryderu y byddai safon eu hiaith yn cael ei beirniadu wrth siarad Cymraeg. Mae'n bwysig i ni ddeall bod hyder unigolion i ddefnyddio'r Gymraeg, ac i brofi'r

celfyddydau yn Gymraeg yn rhwystr iddynt rhag profi'r celfyddydau yn y lle cyntaf, a dylid ystyried hyn wrth geisio marchnata ar gyfer siaradwyr Cymraeg o bob lefel.

Hygyrchedd o ran dysgwyr

Yn ôl y Ganolfan Dysgu Cymraeg Genedlaethol, roedd 13,260 o ddysgwyr unigryw wedi cofrestru ar gyrsiau'r Ganolfan yn ystod 2018-19. Wrth i ni ystyried sut i farchnata yn Gymraeg ar gyfer siaradwyr Cymraeg rhugl, mae angen sicrhau bod y celfyddydau Cymraeg yn cael eu marchnata'n briodol i ddenu'r niferoedd helaeth o ddysgwyr. Yn ystod y cyfnod ymchwil, cafwyd trafodaethau gyda grŵp ffocws o ddysgwyr Cymraeg ledled Cymru, ynghyd â sgwrs gyda chynrychiolaeth o'r Ganolfan Dysgu Cymraeg Genedlaethol.

Er mwyn sicrhau bod gwersi lefel Uwch yn gyfredol, mae'r Ganolfan yn cyhoeddi cyfres o wersi cyfoes i ddysgwyr bob blwyddyn. Yn 2018-19, cynhaliwyd cyfres gwrs i hyrwyddo Diwrnod Cenedlaethol Barddoniaeth a oedd yn cynnwys cerdd wreiddiol gan Mererid Hopwood, a gwrs i hyrwyddo cynhyrchiad y Theatr Genedlaethol, 'Nyrsys'. Mae'r gwersi hyn yn cael eu cynnig i ddysgwyr lefel uwch dros Gymru gyfan, ac yn ffordd o ddod â'r Gymraeg yn fyw iddynt. Trwy godi ymwybyddiaeth ymysg y dysgwyr, cafwyd tystiolaeth bod dysgwyr Cymraeg wedi chwyddo'r cynulleidfaoedd. Mae angen i'r Cyngor a'r sector sylweddoli gwerth dysgwyr i'r celfyddydau Cymraeg.

Mae gwerth dysgwyr i'r sector celfyddydau Cymraeg wedi dod i'r amlwg yn ein trafodaethau gyda'r Ganolfan, ac mae creu cyfleoedd i ddysgwyr ymarfer eu Cymraeg o ddydd i ddydd drwy'r celfyddydau yn flaenoriaeth iddynt. Mae'r Ganolfan yn comisiynu digwyddiadau celfyddydol penodol ar gyfer dysgwyr hefyd, megis 'Taith yr Iaith' a oedd yn cyflwyno hanes y Gymraeg i ddysgwyr, a 'Trafferth' sy'n rhoi hanes chwedlau i ddysgwyr ledled Cymru. Mae'r Ganolfan hefyd yn cefnogi ymgyrch Dydd Miwsig Cymru Llywodraeth Cymru, ac yn 2019 ac yn 2020 comisiynwyd rhaglen radio wedi'i chyflwyno gan ddysgwyr a ddarllledwyd ar wefan Cymru.fm.

Rhannodd y dysgwyr rai o'u profiadau o fynychu'r celfyddydau Cymraeg â ni, ac yn benodol eu profiad o fynd i'r theatr, ac o weld cerddoriaeth fyw. Wrth drafod yr hyn sy'n gwneud y profiad yn fwy hygyrch iddynt, nodwyd bod astudio a dod i wybod mwy am y pwnc yn bwysig iawn er mwyn eu helpu cyn penderfynu mynd i ddigwyddiad celfyddydol ac mae'r gwersi cyfoes yn ffordd o gyflwyno'r wybodaeth hon iddynt. Soniwyd hefyd am ystyriaethau ymarferol, megis bod dysgwyr am eistedd gyda'i gilydd mewn bloc yn gyffredinol a bod cael cwmni eu tiwtor yn bwysig; mae'n rhan o'r profiad cyfan eu bod yn sgwrsio yn Gymraeg gyda'u tiwtor. Maent yn teimlo'n fwy diogel o fewn y grŵp mewn sefyllfa ddieithr lle mae'r Gymraeg i'w chlywed o'u cwmpas.

Soniwyd bod cynnal sgwrs cyn sioe yn sicr yn ffordd o chwalu unrhyw ragdybiaethau fyddai gan y dysgwyr, ac yn helpu gyda'u hyder, trwy groesawu'r dysgwyr i mewn i amgylchedd newydd ac estron. Mae'r Ganolfan yn gweithio'n agos gyda Theatr Genedlaethol Cymru i gynnal 'sgwrs cyn sioe' ar rai o'r perfformiadau mwyaf sy'n teithio ledled Cymru. Mae rhai cwmnïau cynhyrchu eraill wedi gweld y budd o gynnal sgwrs cyn sioe, a bod hyn yn ffordd o egluro'r hyn sy'n digwydd yn y sioe, cyflwyno geirfa allweddol a sôn am y cymeriadau cyn i'r sioe gychwyn. Cafwyd enghreifftiau eraill o'r dulliau a ddefnyddir i wneud y digwyddiadau'n fwy hygyrch i ddysgwyr, megis offer Sibrwd ac uwchdeitlo. Yr hyn a ddaeth i'r amlwg oedd bod gwahanol bethau'n apelio at wahanol ddysgwyr, a bod llawer yn ymwneud â lefel y dysgwyr ar y pryd. Yn bennaf oll, mae angen cydnabod gwerth dysgwyr i'r gynulleidfa Gymraeg, a sicrhau eu bod yn cael eu hystyried a'u cynnwys yn rhan o unrhyw waith i ddatblygu cynulleidfa, ac wrth ganfod barn am gynnyrch y celfyddydau.

Cartrefi di-gymraeg / dwyieithog

Rydym eisoes wedi clywed yn Adran 3.2 (Technegau Marchnata) am bwysigrwydd y catalyddion a'r rhai sy'n agor y drws i eraill i ddiwylliant celfyddydol Cymraeg. I ategu hyn, soniwyd gan rai unigolion yn yr ymchwil, a oedd yn dod o gartrefi di-gymraeg, na fyddent yn mynd i weld digwyddiadau celfyddydol Cymraeg gan nad oedd eu rhieni'n siarad Cymraeg. Dyma farn un person ifanc yn ardal y de-orllewin:

“Ble ni’n byw, dyw Cymraeg ddim yn iaith gyntaf lot o deuluoedd. Cefndir teulu fi yw Saesneg, dyw rhieni fi ddim yn siarad Cymraeg. Felly mae rhieni fi’n chwilio am bethau Saesneg i’w gwneud. Sdim diddordeb gyda’r teulu mewn stwff Cymraeg”.⁴⁴

Mae un cwmni theatr sy’n creu gwaith dwyieithog i blant yn ne Cymru yn cyd-adnabod pwysigrwydd hyn:

“We target schools and especially children in welsh education who don’t have welsh speaking parents - we want to make the parents feel comfortable to bring their children to a welsh language production out of school hours.”

Ategwyd hyn gan eraill a oedd yn byw mewn cartrefi dwyieithog, a nododd na fyddent yn mynd i ddigwyddiad celfyddydol Cymraeg gan nad oedd eu partner yn siarad Cymraeg, neu os nad oedd diddordeb gan eu cylch ffrindiau agos.

“Nid yw’n partner i’n siarad Cymraeg, yn amlwg mae hyn yn dylanwadu ar be allai i fynychu⁴⁵”.

Mae meddwl am ffyrdd o gyrraedd cynulleidfa ehangach yn bwysig er mwyn dangos bod y celfyddydau’n agored i bawb, gan ddangos i deuluoedd a grwpiau o ffrindiau iaith gymysg bod ganddynt oll fynediad i’r celfyddydau Cymraeg.

Rydym yn cydnabod yr her i’r sector wrth iddynt geisio apelio at wahanol garfannau o siaradwyr Cymraeg, modd cynhwysol sy’n ei gwneud hi’n agored i bawb.

⁴⁴ Grŵp ffocws.

⁴⁵ Arolwg ar-lein.

4. CASGLIAD

Mae'r adroddiad hwn wedi mynd i'r afael â maes Marchnata Cymraeg drwy ymgysylltu â'r sector celfyddydol a'r cyhoedd, gan ymchwilio i bedair prif thema:

- Yr hyn sy'n denu cynulleidfa
- Technegau Marchnata Cyfredol
- Y Gymraeg
- Hygyrchedd

Drwy gyfrwng y pedair thema, rydym yn hyderus ein bod wedi mynd i'r afael â'r prif elfennau sydd angen eu deall wrth ddatblygu'r ffordd y mae'r celfyddydau'n cael eu marchnata yn Gymraeg. Mae'r ymchwil wedi agor cil y drws ar themâu eraill, yr awgrymwn i'r Cyngor eu hystyried ymhellach yn yr argymhellion.

Dymunwn ddiolch yn fawr i'r Cyngor am y cyfle i ymgymryd â gwaith mor bwysig i ddatblygiad y Gymraeg yn iaith gymunedol, a hefyd o ran datblygiad a hyfywedd y celfyddydau yng Nghymru. Rydym hefyd am ddiolch yn ddiffuant i'r sector celfyddydol ac i'r gynulleidfa am eu hamser wrth ymgymryd â thrafodaethau a chymryd rhan yn yr arolwg ar-lein. Bu'n bleser ymgymryd â'r gwaith, a rhaid canmol parodrwydd a brwdfrydedd y sector a'r gynulleidfa i drafod y materion dan sylw ac i rannu eu syniadau. Mae yma awydd pendant i wella a datblygu'r ffordd y mae'r celfyddydau'n cael eu marchnata yn Gymraeg, ac mae'n sicr y bydd y sector a'r gynulleidfa am fod yn rhan o ddatblygu hyn ar gyfer y dyfodol.

A ninnau mewn cyfnod ansicr iawn yng nghyfnod ysgrifennu'r adroddiad, dymunwn yn dda i'r Cyngor a'r sector wrth iddynt fynd ati i gymhwyso'r hyn sydd wedi ei ganfod yn yr ymchwil. Hyderwn y bydd yr adroddiad, a'r argymhellion sydd i ddilyn, yn gymorth wrth ddatblygu'r maes yn y dyfodol.

5. ARGYMHELLION

Cyflwynwn yr argymhellion isod i'w hystyried gan Gyngor Celfyddydau Cymru:

1. Cynnal ymchwil genedlaethol er mwyn casglu barn y cyhoedd ar gynnyrch cyfredol y celfyddydau Cymraeg, ac i ddeall dyheadau siaradwyr Cymraeg o ran y cynnyrch sy'n apelio atynt;
2. Cydlynu proses i'r lleoliadau rannu data cynulleidfaoedd gyda'r cwmnïau cynhyrchu, sy'n cynnwys data siaradwyr Cymraeg a lefel eu hyfedredd yn y Gymraeg. Sicrhau cysondeb yn y data a gesglir ledled Cymru;
3. Datblygu dealltwriaeth y Cyngor a'r sector o broffil cynulleidfaoedd Cymraeg drwy segmentu cynulleidfaoedd yn wahanol grwpiau (e.e. o ran ymddygiad, data hyfedredd ieithyddol, ffactorau demograffig a daearyddol) er mwyn gallu marchnata yn fwy penodol ar eu cyfer;
4. Cydweithio ag asiantaethau cenedlaethol i lobïo Google i roi statws swyddogol i'r Gymraeg fel bod y broses o hysbysebu drwy Google Ads yn fwy effeithiol ac effeithlon er mwyn marchnata ar gyfer siaradwyr Cymraeg;
5. Arwain ar gryfhau'r berthynas rhwng y wasg/y cyfryngau Saesneg (yng Nghymru a thu hwnt) a'r celfyddydau Cymraeg er mwyn cyrraedd pobl nad ydynt yn ymgysylltu â'r celfyddydau na'r wasg/y cyfryngau Cymraeg ar hyn o bryd. Creu cyfleoedd i rwydweithio a chodi ymwybyddiaeth o'r celfyddydau Cymraeg yng Nghymru drwy gyfrwng y Saesneg;
6. Comisiynu gwaith ymchwil i wella dealltwriaeth y Cyngor a'r sector o'r berthynas rhwng y Gymraeg ac anabledau a chymunedau eraill sy'n anodd eu cyrraedd o fewn y celfyddydau, o safbwynt creu cyfle i bobl anabl gyfranogi yn Gymraeg, ac er mwyn sicrhau bod y sector yn denu cynulleidfaoedd Cymraeg newydd mewn modd hygyrch;

7. Datblygu plattform ar-lein cenedlaethol i gydlynu a hyrwyddo digwyddiadau celfyddydol Cymraeg i'r gynulleidfa, neu archwilio'r posibilrwydd o ddatblygu plattform tebyg sydd eisoes yn bodoli. Cydweithio â phartneriaid cenedlaethol a lleol sy'n hyrwyddo'r Gymraeg er mwyn gwneud hyn;
8. Parhau i gynnal Cyfarfodydd Cyfathrebwyr gan sicrhau bod ffocws ar dechnegau marchnata Cymraeg. Dylid cynnwys cyfleoedd i'r sector rannu arferion da rheolaidd o ran marchnata ar gyfer siaradwyr Cymraeg ar draws pob plattform;
9. Sicrhau bod y Pecyn Cymorth i Ddatblygu Dwyieithrwydd yn y Celfyddydau diwygiedig yn cynnwys canllawiau i adrannau marchnata o ran hyrwyddo ar gyfer cynulleidfaedd Cymraeg. Dylai'r pecyn gynnwys argymhellion pellach ar sut i fynd ati i feithrin perthynas â sefydliadau cenedlaethol a chymunedol sy'n hyrwyddo'r Gymraeg. Dylid sicrhau bod y sector yn cael eu hyfforddi'n bwrpasol ar egwyddorion y Pecyn ac ar sut i roi'r egwyddorion hynny ar waith;
10. Hwyluso cydweithio strategol pellach rhwng y sector a maes hybu'r Gymraeg ar lefel genedlaethol a lleol, drwy:
 - Archwilio'r posibilrwydd o benodi swyddog ar y cyd â mudiad cenedlaethol sy'n hybu'r Gymraeg, megis Mentrau Iaith Cymru, i fod yn gyfrifol am ddatblygu rhwydwaith marchnata a hyrwyddo Cymraeg ar gyfer y celfyddydau mewn cymunedau ledled Cymru. Gellid gwneud hyn ar ffurf prosiect pilot yn gyntaf, gan ddechrau yn y gogledd-ddwyrain;
 - Cynorthwyo'r sector i gryfhau eu perthynas gyda mudiadau a rhwydweithiau cymunedol lleol, gan gynnwys ysgolion, mudiadau hyrwyddo'r Gymraeg, yr Urdd, y Mentrau Iaith a Mentrau Iaith Cymru, y Ganolfan Dysgu Cymraeg Genedlaethol a chymdeithasau lleol megis Merched y Wawr er mwyn datblygu rhwydwaith o gatalyddion sy'n creu cyfleoedd i eraill fwynhau'r celfyddydau Cymraeg, gan ystyried ffyrdd o gydnabod eu gwerth wrth farchnata;

- Mae angen adnabod rhwydwaith o leoliadau cymunedol i gynnal digwyddiadau Cymraeg, gan sicrhau bod y sector yn datblygu partneriaeth gyda'r cyhoedd yn lleol o'r cychwyn cyntaf wrth farchnata;
 - Annog cydweithio gyda sefydliadau cenedlaethol Cymraeg sydd hefyd yn ymwneud â chynulleidfaedd, nad ydynt yn rhan o'r celfyddydau er mwyn rhannu arbenigedd ac arferion da wrth ddenu cynulleidfaedd;
 - Ar sail rhai o ganfyddiadau'r adroddiad hwn, gwella ymwybyddiaeth y sector celfyddydau cyfan o'r Gymraeg, ynghyd â'u dealltwriaeth o anghenion a dyheadau cynulleidfaedd Cymraeg. Y sector i ddangos hyblygrwydd wrth ymateb i rai o ofynion y gynulleidfa, megis addasu amseroedd cynnal digwyddiadau a'u lleoliadau;
 - Sicrhau bod y sector celfyddydol yn datblygu eu dealltwriaeth o'r sgiliau Cymraeg sydd eu hangen ar staff marchnata, a'u bod yn ystyried y sgiliau hyn wrth recriwtio. Trefnu hyfforddiant DPP priodol ar gyfer datblygu sgiliau ysgrifennu copi Cymraeg cywir ac addas ar draws y platfformau;
 - Cydweithio â Llywodraeth Cymru a Chomisiynydd y Gymraeg er mwyn hyrwyddo cymorth ymarferol ar gyfer y sector i ddatblygu eu defnydd o'r Gymraeg, megis cynllun cyfieithu'r Llywodraeth, Helo Blod;
 - Creu canllawiau a hyfforddiant i'r sector ar ysgrifennu copi marchnata Cymraeg gwreiddiol, a sut i addasu'r copi hwn ar gyfer gwahanol blatfformau. Dylai'r canllawiau fod yn seiliedig ar egwyddorion Hawdd ei Ddeall a Chymraeg Clir;
11. Cydnabod gwerth dysgwyr Cymraeg i'r gynulleidfa Gymraeg a chyfranogwyr, a sicrhau eu bod yn cael eu hystyried a'u cynnwys yn rhan o unrhyw waith i ddatblygu cynulleidfaedd a chynnyrch y celfyddydau;

12. Mae angen cynllunio strategol rhwng y Cyngor, y cwmnïau cynhyrchu, y lleoliadau a rhwydweithiau cymunedol Cymraeg lleol er mwyn lleoli digwyddiadau celfyddydol Cymraeg mewn modd teg a chytbwys ledled Cymru fel bod gan bawb gyfle i gymryd rhan yn y celfyddydau Cymraeg a'u mwynhau;

13. Mae angen i'r sector gyfleu elfennau o'r profiad cyfan i'r cyhoedd wrth farchnata digwyddiadau celfyddydol Cymraeg, megis:
 - naws y lleoliad
 - hygyrchedd
 - yr hyn sydd i'w ddisgwyl ar lefel ymarferol ac emosiynol
 - Trefniadau i hwyluso'r ddealltwriaeth o'r Gymraeg.

14. Creu ymgyrch farchnata genedlaethol benodol yn dilyn COVID-19 sy'n 'ailagor' y celfyddydau, gan farchnata a hyrwyddo'r celfyddydau Cymraeg fel rhywbeth sy'n perthyn i bawb yng Nghymru, i geisio chwalu rhagdybiaethau mai rhywbeth i'r dosbarth canol Cymraeg ydyw yn unig;

15. Creu cyfleoedd rheolaidd i'r sector celfyddydol rwydweithio a thrafod gyda'i gilydd er mwyn annog cydweithio effeithiol rhwng lleoliadau a chwmnïau cynhyrchu o'r cychwyn cyntaf cyn mynd ati i farchnata ar gyfer cynulleidfaoedd;

16. Cynnal hyfforddiant i diwtoriaid sy'n hyderus yn y Gymraeg er mwyn rhoi iddynt y sgiliau sydd eu hangen i fod yn diwtoriaid celfyddydol Cymraeg.

ATODIADAU

- Rhestr o sampl y Sector yr ymgysylltwyd â hwy
- Rhestr o'r deunyddiau marchnata a astudiwyd yn rhan o'r ymchwil ddesg
- Templed Arolwg Ar-lein y Cyhoedd arSurvey Monkey

**Rhestr o sefydliadau ac artistiaid y
sector celfyddydau yr ymgysylltwyd
â hwy yn rhan o'r gwaith ymchwil.
Cynhaliwyd y sgysiau rhwng mis
Mai 2020 a mis Hydref 2020, â'r
mwyafrif yn sgysiau wyneb**

Arad Goch

Arts Care Gofal Celf

Ballet Cymru

BBC National Orchestra of Wales

Canolfan Celfyddydau Pontardawe

Canolfan Mileniwm Cymru

Canolfan y Celfyddydau Aberystwyth

Celfyddydau Cenedlaethol Ieuencid
Cymru

Cwmni'r Frân Wen

Dawns i Bawb

Disability Arts Cymru

Elen Bowman

Galeri

Glesni Price Jones

Hafren

Hijinx

Ioan Hefin

Llenyddiaeth Cymru

Menter Iaith Conwy

Mentrau Iaith Cymru

NoFit State

Opra Cymru

Oriel Gelf Glynn Vivian

Pontio

Sefydliad y Glowyr Coed Duon

Sherman Cymru

Taliesin

Theatr Bara Caws

Theatr Clwyd

Theatr Felinfach

Theatr Genedlaethol Cymru

Theatr Iolo

Theatr Torch

Tŷ Cerdd

Deunyddiau marchnata

***Print (Taflenni, poster, rhaglenni);
Gwefannau; Cyfryngau cymdeithasol
(Facebook, Twitter, Instagram).***

Arad Goch

Arts Care Gofal Celf

Ballet Cymru

Canolfan Celfyddydau Pontardawe

Canolfan Mileniwm Cymru

Canolfan y Celfyddydau Aberystwyth

Celfyddydau Cenedlaethol Ieuenctid
Cymru

Cerdd Gymunedol Cymru

Cerddorfa Genedlaethol Cymru y
BBC

Chapter

Cwmni Dawns Cenedlaethol Cymru

Cwmni'r Frân Wen

Dawns i bawb

Galeri

Hafren

Hijinx

Llenyddiaeth Cymru

Music Theatre Wales

National Theatre Wales

Opera Cenedlaethol Cymru

Oriel Gelf Glynn Vivian

Oriel Myrddin

Pontio

Sefydliad y Glowyr Coed Duon

Sherman Cymru

Taliesin

Theatr Bara Caws

Theatr Clwyd

Theatr Genedlaethol Cymru

Theatr Iolo

Theatr Mwldan

Theatr na n'Óg

Theatr Torch

Tŷ Cerdd

Volcano

