HƯỚNG DẪN GIẢI

Read the following announcement and mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to indicate the option that best fits each of the numbered blanks from 1 to 6.

Youth Leadership Camp 2025 – Empowering Tomorrow's Visionaries

Are you a student (1) _____ aspires to create meaningful change in your school or community? The Youth Leadership Camp 2025 provides an immersive week of collaboration, innovation, and self- discovery in the tranquil highlands of Da Lat.

The camp (2) _____ under the supervision of the Ministry of Education and Youth Development unites aspiring young leaders from various provinces to cultivate essential life competencies. Participants will engage in a diverse (3) _____ of activities, including strategic problem-solving workshops, intercultural dialogues, and outdoor leadership challenges.

Throughout the program, students can (4) _____ their confidence, communication, and teamwork through real-world simulations. Exceptional participants will be recognized for their (5) _____ leadership and visionary thinking during the closing ceremony.

If you're ready to embrace growth, inspire others, and redefine your potential, register today and (6) _____ the leader within you!

Question 1. A. which **B. who** C. whom D. whose

Giải thích:

- **A. which - SAI:** Đại từ quan hệ chỉ vật, không dùng cho danh từ chỉ người "a student".
- **B. who - ĐÚNG:** Đại từ quan hệ chỉ người, đóng vai trò làm chủ ngữ cho động từ "aspires" trong mệnh đề quan hệ.
- **C. whom - SAI:** Đại từ quan hệ chỉ người nhưng đóng vai trò tân ngữ, không thể làm chủ ngữ cho động từ "aspires".
- **D. whose - SAI:** Đại từ quan hệ chỉ sở hữu, phải đi kèm với một danh từ ngay sau đó (whose + N).

Question 2. A. which organizes B. being organized

C. organizing **D. organized**

Giải thích:

- **A. which organizes - SAI:** Sai về thì và thể. Sự kiện đã được lên kế hoạch (tương lai) hoặc thực tế là bị động "được tổ chức".
- **B. being organized - SAI:** Dùng cho hành động đang diễn ra tại thời điểm nói hoặc quá trình (continuous), không phù hợp ngữ cảnh thông báo sự kiện tổng quát.``

- **C. organizing** - **SAI:** Dạng chủ động (V-ing), trong khi "The camp" (trại hè) không thể tự tổ chức nó.
- **D. organized** - **ĐÚNG:** Rút gọn mệnh đề quan hệ ở dạng bị động (Past Participle). Câu đầy đủ là "The camp which is organized...".

Question 3. A. amount **B. range** C. deal D. number

Giải thích:

- **A. amount** - **SAI:** Dùng cho danh từ không đếm được (an amount of money/water).
- **B. range** - **ĐÚNG:** Cấu trúc "a diverse range of + N số nhiều" nghĩa là một loạt các hoạt động đa dạng.
- **C. deal** - **SAI:** Thường dùng trong cụm "a great deal of" + danh từ không đếm được.
- **D. number** - **SAI:** Dù đi với danh từ đếm được, nhưng xét về kết hợp từ (collocation) với "diverse" để chỉ sự phong phú về chủng loại thì "range" chính xác hơn "number".

Question 4. A. take up B. put out **C. build up** D. bring in

Giải thích:

- **A. take up** - **SAI:** Nghĩa là bắt đầu một sở thích hoặc chiếm không gian/thời gian.
- **B. put out** - **SAI:** Nghĩa là dập tắt (lửa) hoặc gây phiền toái.
- **C. build up** - **ĐÚNG:** Cụm động từ mang nghĩa xây dựng, vun đắp, tăng cường (confidence/trust/strength).
- **D. bring in** - **SAI:** Nghĩa là giới thiệu luật mới hoặc kiếm tiền (thu nhập).

Question 5. A. inspiration B. inspired C. inspire **D. inspiring**

Giải thích:

- **A. inspiration** - **SAI:** Danh từ, vị trí này cần một tính từ bổ nghĩa cho danh từ "leadership".
- **B. inspired** - **SAI:** Tính từ mang nghĩa bị động "được truyền cảm hứng", không phù hợp để mô tả tính chất của khả năng lãnh đạo.
- **C. inspire** - **SAI:** Động từ nguyên mẫu.
- **D. inspiring** - **ĐÚNG:** Tính từ mang nghĩa chủ động "truyền cảm hứng" (khả năng lãnh đạo tạo cảm hứng cho người khác).

Question 6. **A. unlock** B. open C. widen D. extend

Giải thích:

- **A. unlock** - **ĐÚNG:** Collocation "unlock potential/the leader within" nghĩa là khơi dậy/mở khóa tiềm năng.

- **B. open** - **SAI:** Nghĩa đen là mở (cửa, hộp), ít dùng với nghĩa trừu tượng trong ngữ cảnh này.
- **C. widen** - **SAI:** Nghĩa là mở rộng về kích thước (kiến thức, con đường).
- **D. extend** - **SAI:** Nghĩa là kéo dài (thời gian) hoặc mở rộng (quy mô).

Trại Lãnh đạo Thanh niên 2025 – Trao quyền cho những nhà kiến tạo tương lai

Bạn có phải là **một học sinh mong muốn** tạo ra những thay đổi ý nghĩa trong trường học hoặc cộng đồng của mình không? Trại Lãnh đạo Thanh niên 2025 mang đến **một tuần trải nghiệm chuyên sâu** về hợp tác, đổi mới và **tự khám phá**, diễn ra tại **vùng cao nguyên yên bình của Đà Lạt**.

Trại được **tổ chức** dưới sự giám sát của Bộ Giáo dục và Phát triển Thanh niên, quy tụ những nhà lãnh đạo trẻ đầy khát vọng đến từ nhiều tỉnh thành khác nhau nhằm bồi dưỡng các **năng lực sống thiết yếu**. Người tham gia sẽ được trải nghiệm **một loạt** hoạt động đa dạng, bao gồm các buổi hội thảo giải quyết vấn đề mang tính chiến lược, đối thoại liên văn hóa và những thử thách lãnh đạo ngoài trời.

Trong suốt chương trình, học sinh có thể **xây dựng** sự tự tin, kỹ năng giao tiếp và tinh thần làm việc nhóm thông qua các mô phỏng tình huống thực tế. Những học viên xuất sắc sẽ được vinh danh vì **khả năng lãnh đạo truyền cảm hứng** và tư duy tầm nhìn tại lễ bế mạc.

Nếu bạn sẵn sàng đón nhận sự trưởng thành, truyền cảm hứng cho người khác và tái định nghĩa tiềm năng của chính mình, hãy đăng ký ngay hôm nay và **khơi mở** nhà lãnh đạo bên trong bạn!

Read the following leaflet and mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to indicate the option that best fits each of the numbered blanks from 7 to 12.

How to Fight Fatigue Effectively

Feeling constantly tired can reduce your productivity and lower your overall well-being. To manage fatigue better, try building a healthy routine (7) _____ boosting your daily energy levels.

- Keep a consistent sleep schedule and avoid screen time before bed, (8) _____ this habit can interfere with your natural sleep rhythm.
- Fuel your body with balanced meals rich in protein and whole grains instead of (9) _____ that cause sudden energy crashes.
- Incorporate short bursts of movement into your day. Even a few minutes of (10) _____ physical activity, such as stretching or walking, can refresh your mind.
- Share your goals with friends or family and encourage (11) _____ to participate so you can stay motivated together.
- When you feel tired, try calming techniques like breathing exercises or listening to music to help you get back (12) _____ and feel more refreshed.

Question 7. A. of B. in **C. for** D. on

Giải thích:

- **A. of - SAI:** Không đi với cấu trúc chỉ mục đích trong ngữ cảnh này.
- **B. in - SAI:** Không tạo thành cụm từ có nghĩa phù hợp.
- **C. for - ĐÚNG:** Cấu trúc "routine for V-ing" (thói quen nhằm mục đích làm gì).
- **D. on - SAI:** Không phù hợp về giới từ.

Question 8. **A. as** B. but C. yet D. so

Giải thích:

- **A. as - ĐÚNG:** Liên từ chỉ nguyên nhân (bởi vì), tương đương với because/since.
- **B. but - SAI:** Chỉ sự tương phản.
- **C. yet - SAI:** Chỉ sự tương phản (tuy nhiên).
- **D. so - SAI:** Chỉ kết quả (vì vậy). Ngữ cảnh câu này là giải thích lý do tại sao nên tránh màn hình (vì nó gây hại giấc ngủ).

Question 9. **A. ultra processed foods** B. foods processed ultra
C. processed ultra foods D. foods ultra processed

Giải thích:

- **A. ultra-processed foods - ĐÚNG:** Thuật ngữ chuyên ngành dinh dưỡng (thực phẩm siêu chế biến). Trật tự từ: Trạng từ (ultra) + Tính từ (processed) + Danh từ (foods).
- **B. foods processed ultra - SAI:** Sai trật tự từ.
- **C. processed ultra foods - SAI:** Sai trật tự từ.
- **D. foods ultra processed - SAI:** Sai trật tự từ.

Question 10. A. soft **B. light** C. slight D. mild

Giải thích:

- **A. soft - SAI:** Dùng cho tính chất mềm mại (gối, da).
- **B. light - ĐÚNG:** "Light physical activity" là cụm từ cố định chỉ hoạt động thể chất nhẹ nhàng.
- **C. slight - SAI:** Nghĩa là "một chút/không đáng kể", thường dùng cho sự thay đổi (slight change), không dùng cho loại hình hoạt động.
- **D. mild - SAI:** Dùng cho bệnh tật, thời tiết hoặc vị (cay nhẹ).

Question 11. A. another B. the others C. other **D. others**

Giải thích:

- **A. another - SAI:** Đi với danh từ số ít (người khác).

- **B. the others - SAI:** Những người còn lại (trong một nhóm xác định cụ thể).
- **C. other - SAI:** Phải đi kèm danh từ phía sau (other people).
- **D. others - ĐÚNG:** Đại từ thay thế cho "other people" (những người khác nói chung).

Question 12. A. at ease B. in charge **C. on track** D. off balance

Giải thích:

- **A. at ease - SAI:** Nghĩa là thoải mái, thanh thản (tâm trạng), không dùng với động từ chuyển động "get back".
- **B. in charge - SAI:** Nghĩa là chịu trách nhiệm.
- **C. on track - ĐÚNG:** Thành ngữ "get back on track" nghĩa là quay lại đúng hướng, lấy lại phong độ/nhịp điệu ổn định.
- **D. off balance - SAI:** Nghĩa là mất thăng bằng.

Cách chống mệt mỏi hiệu quả

Cảm giác mệt mỏi kéo dài có thể làm giảm năng suất và ảnh hưởng tiêu cực đến sức khỏe tổng thể của bạn. Để kiểm soát tình trạng mệt mỏi tốt hơn, hãy thử xây dựng một thói quen lành mạnh **nhằm** nâng cao mức năng lượng hằng ngày của bạn.

• Duy trì lịch ngủ đều đặn và tránh sử dụng thiết bị điện tử trước khi đi ngủ, **vì** thói quen này có thể gây cản trở nhịp sinh học tự nhiên của bạn.

• Cung cấp năng lượng cho cơ thể bằng các bữa ăn cân đối, giàu protein và ngũ cốc nguyên hạt thay vì **thực phẩm siêu chế biến**, vốn gây ra tình trạng tụt năng lượng đột ngột.

• Kết hợp những khoảng vận động ngắn trong ngày. Chỉ cần vài phút **vận động nhẹ**, chẳng hạn như giãn cơ hoặc đi bộ, cũng có thể giúp tinh thần bạn tỉnh táo hơn.

• Chia sẻ mục tiêu của bạn với bạn bè hoặc gia đình và khuyến khích **những người khác** cùng tham gia để bạn có thể duy trì động lực cùng nhau.

• Khi cảm thấy mệt mỏi, hãy thử các kỹ thuật thư giãn như bài tập hít thở hoặc nghe nhạc để giúp bạn quay lại **đúng hướng** và cảm thấy sảng khoái hơn.

Mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to indicate the best arrangement of utterances or sentences to make a meaningful exchange or text in each of the following questions from 13 to 17.

Question 13.

a. **Alice**: Sure! Just go straight down this road and take a right at the first intersection. It will be on your left.

b. **Bella**: Excuse me, can you tell me where the nearest bakery is? I'm really in the mood for some pastries!

c. **Bella**: Thank you so much! I really appreciate your help.

A. c-a-b **B. b-a-c** C. c-b-a D. a-c-b

1 **b. Bella: Excuse me, can you tell me where the nearest bakery is? I'm really in the mood for some pastries!**

- **Giải thích:** Câu mở đầu hợp lý nhất vì Bella cần hỏi đường trước.
- **Dịch:** Xin lỗi, bạn có thể cho mình biết tiệm bánh gần nhất ở đâu không? Mình đang rất muốn ăn bánh ngọt!

2 **a. Alice: Sure! Just go straight down this road and take a right at the first intersection. It will be on your left.**

- **Giải thích:** Alice trả lời trực tiếp câu hỏi chỉ đường của Bella.
- **Dịch:** Được chứ! Bạn cứ đi thẳng theo con đường này rồi rẽ phải ở ngã tư đầu tiên. Tiệm sẽ nằm bên trái.

3 **c. Bella: Thank you so much! I really appreciate your help.**

- **Giải thích:** Câu kết tự nhiên khi người hỏi bày tỏ lời cảm ơn sau khi được giúp đỡ.
- **Dịch:** Cảm ơn bạn rất nhiều! Mình thật sự rất cảm kích sự giúp đỡ của bạn.

Question 14.

a. **Emma**: It talked about the immense pressure we face to excel in so many areas of life.

b. **Olivia**: No, I haven't seen it. What did it cover?

c. **Emma**: Hey, did you catch that new documentary about the challenges facing teens today?

d. **Olivia**: I know what you mean. It feels like we have to be perfect at everything.

e. **Emma**: Exactly! And then there's the constant social media scrutiny. It's exhausting.

A. c-a-b-d-e B. b-a-c-e-d **C. c-b-a-d-e** D. b-c-a-e-d

1 **c. Emma: Hey, did you catch that new documentary about the challenges facing teens today?**

- **Giải thích:** Đây là câu mở đầu tự nhiên nhất cho cuộc hội thoại vì Emma chủ động hỏi Olivia về việc có xem một bộ phim tài liệu hay không.
- **Dịch:** Này, cậu có xem bộ phim tài liệu mới nói về những thách thức mà thanh thiếu niên ngày nay đang đối mặt không?

2 **b. Olivia: No, I haven't seen it. What did it cover?**

- **Giải thích:** Olivia trả lời đúng mạch: chưa xem và hỏi lại nội dung, tạo điều kiện để Emma giải thích.
- **Dịch:** Không, mình chưa xem. Nó nói về những gì vậy?

3 **a. Emma: It talked about the immense pressure we face to excel in so many areas of life.**

- **Giải thích:** Câu này trực tiếp trả lời câu hỏi "What did it cover?", cung cấp thông tin chính của bộ

phim.

- **Dịch:** Nó nói về áp lực khổng lồ mà chúng ta phải đối mặt để xuất sắc trong rất nhiều lĩnh vực của cuộc sống.

4 **d. Olivia: I know what you mean. It feels like we have to be perfect at everything.**

- **Giải thích:** Olivia bày tỏ sự đồng cảm và mở rộng ý từ "pressure" sang cảm giác phải hoàn hảo.
- **Dịch:** Mình hiểu ý cậu. Cảm giác như chúng ta phải hoàn hảo trong mọi thứ vậy.

5 **e. Emma: Exactly! And then there's the constant social media scrutiny. It's exhausting.**

- **Giải thích:** Emma nhấn mạnh sự đồng tình ("Exactly!") và bổ sung một nguyên nhân cụ thể khác, kết thúc cuộc trò chuyện một cách tự nhiên.
- **Dịch:** Chính xác! Rồi còn sự soi xét liên tục từ mạng xã hội nữa. Thật sự rất mệt mỏi.

Question 15.

Hi Micky,

a. Your tips made a noticeable difference in my cooking.

b. Thanks again for recommending those useful tips, I really appreciate them.

c. Let's catch up soon to exchange more tips and ideas for improving our cooking skills.

d. Since then, I've already started researching more about the topic and trying out some recipes.

e. I've been thinking a lot about what we discussed last time, especially about mastering new techniques in cooking.

Write back soon, Rose

A. b-c-a-d-e B. b-d-e-a-c **C. e-a-d-b-c** D. e-b-c-a-d

1 **e. I've been thinking a lot about what we discussed last time, especially about mastering new techniques in cooking.**

- **Giải thích:** Đây là câu mở đầu hợp lý vì Rose nhắc lại cuộc trò chuyện trước đó, tạo bối cảnh cho toàn bộ email.
- **Dịch:** Mình đã suy nghĩ rất nhiều về những gì chúng ta đã bàn lần trước, đặc biệt là về việc làm chủ các kỹ thuật nấu ăn mới.

2 **a. Your tips made a noticeable difference in my cooking.**

- **Giải thích:** Câu này tiếp nối tự nhiên, cho thấy kết quả tích cực từ những điều đã thảo luận.
- **Dịch:** Những mẹo của bạn đã tạo ra sự khác biệt rõ rệt trong việc nấu ăn của mình.

3 **d. Since then, I've already started researching more about the topic and trying out some recipes.**

- **Giải thích:** "Since then" liên kết trực tiếp với các câu trước, nói về hành động cụ thể sau cuộc trò chuyện.

- **Dịch:** Kể từ đó, mình đã bắt đầu tìm hiểu thêm về chủ đề này và thử làm một số công thức nấu ăn.

4 **b. Thanks again for recommending those useful tips, I really appreciate them.**

- **Giải thích:** Sau khi nói về kết quả và hành động, Rose quay lại bày tỏ lời cảm ơn – rất đúng logic của email cá nhân.
- **Dịch:** Một lần nữa cảm ơn bạn vì đã gợi ý những mẹo hữu ích đó, mình thực sự rất trân trọng.

5 **c. Let's catch up soon to exchange more tips and ideas for improving our cooking skills.**

- **Giải thích:** Đây là câu kết thư hoàn hảo, mang tính gợi mở và duy trì mối liên hệ trong tương lai.
- **Dịch:** Chúng ta sớm gặp lại nhé để trao đổi thêm nhiều mẹo và ý tưởng nhằm cải thiện kỹ năng nấu ăn của mình.

Question 16.

a. Companies often promote their products in a way that plays on people's desires, making them feel that purchasing these goods is a must.

b. These fraudulent campaigns are designed in a manner that convinces people they are supporting a noble cause, even though their money is being misused.

c. Advertising through mass media is one of the most powerful ways to influence consumer behavior today.

d. When advertisements present products as if they are the solution to all of life's problems, consumers are more likely to believe they need them.

e. However, this power can also be misused, as some scammers use media platforms to deceive people into donating to fake charitable causes.

A. c-b-e-d-a **B. c-a-d-e-b** C. c-e-b-a-d D. d-e-a-c-b

1 **c. Advertising through mass media is one of the most powerful ways to influence consumer behavior today.**

- **Giải thích:** Đây là câu mở đầu mang tính khái quát, giới thiệu sức mạnh của quảng cáo đại chúng trong việc tác động đến hành vi người tiêu dùng.
- **Dịch:** Quảng cáo thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng là một trong những cách mạnh mẽ nhất để tác động đến hành vi của người tiêu dùng ngày nay.

2 **a. Companies often promote their products in a way that plays on people's desires, making them feel that purchasing these goods is a must.**

- **Giải thích:** Câu này cụ thể hóa ý "influence consumer behavior", giải thích cách doanh nghiệp khai thác mong muốn của con người.
- **Dịch:** Các công ty thường quảng bá sản phẩm theo cách đánh vào mong muốn của con người, khiến họ cảm thấy việc mua những món hàng đó là điều bắt buộc.

3 **d. When advertisements present products as if they are the solution to all of life's problems, consumers are more likely to believe they need them.**

- **Giải thích:** Câu này phát triển sâu hơn cơ chế thuyết phục: quảng cáo thổi phồng vai trò của sản phẩm để tạo nhu cầu giả tạo.
- **Dịch:** Khi quảng cáo trình bày sản phẩm như thể đó là giải pháp cho mọi vấn đề trong cuộc sống, người tiêu dùng sẽ dễ tin rằng họ cần chúng hơn.

4 **e. However, this power can also be misused, as some scammers use media platforms to deceive people into donating to fake charitable causes.**

- **Giải thích:** Từ nối *However* báo hiệu sự chuyển hướng sang mặt tiêu cực, nói về việc sức mạnh truyền thông bị lạm dụng.
- **Dịch:** Tuy nhiên, sức mạnh này cũng có thể bị lạm dụng, khi một số kẻ lừa đảo sử dụng các nền tảng truyền thông để đánh lừa mọi người quyên góp cho những tổ chức từ thiện giả mạo.

5 **b. These fraudulent campaigns are designed in a manner that convinces people they are supporting a noble cause, even though their money is being misused.**

- **Giải thích:** Câu này làm rõ và giải thích chi tiết cho "fake charitable causes", hoàn thiện ý tiêu cực ở câu trước.
- **Dịch:** Những chiến dịch lừa đảo này được thiết kế theo cách khiến mọi người tin rằng họ đang ủng hộ một mục đích cao đẹp, mặc dù tiền của họ đang bị sử dụng sai mục đích.

Question 17.

a. These individual efforts, when combined with broader policy changes and community involvement, can lead to a significant positive impact on global environmental health.

b. Green living has become a crucial part of tackling the environmental crises we face today, as it not only helps preserve natural resources but also ensures the well-being of future generations.

c. By making small changes such as reducing plastic consumption, using energy-efficient appliances, and opting for eco-friendly transportation methods like cycling or using electric cars, we can dramatically reduce our carbon footprint.

d. Shifting towards a plant-based diet further contributes to sustainability, as the agricultural industry, particularly livestock farming, is one of the leading contributors to deforestation and greenhouse gas emissions.

e. In addition, many people are adopting renewable energy solutions, like solar panels or wind turbines, which, in the long run, not only decrease our reliance on non-renewable resources but also lower electricity bills.

A. b-e-c-a-d B. d-e-c-b-a C. d-a-e-c-b **D. b-c-e-d-a**

1 **b. Green living has become a crucial part of tackling the environmental crises we face today, as it not only helps preserve natural resources but also ensures the well-being of future generations.**

- **Giải thích:** Đây là câu mở đầu mang tính khái quát, giới thiệu chủ đề "green living" và tầm quan trọng của lối sống xanh đối với môi trường và các thế hệ tương lai.
- **Dịch:** Lối sống xanh đã trở thành một phần then chốt trong việc đối phó với các cuộc khủng hoảng môi trường mà chúng ta đang phải đối mặt hiện nay, vì nó không chỉ giúp bảo tồn tài nguyên thiên nhiên mà còn đảm bảo phúc lợi cho các thế hệ tương lai.

2 **c. By making small changes such as reducing plastic consumption, using energy-efficient appliances, and opting for eco-friendly transportation methods like cycling or using electric cars, we can dramatically reduce our carbon footprint.**

- **Giải thích:** Sau câu khái quát, câu này đưa ra các hành động cụ thể ở cấp độ cá nhân để minh họa cho "green living".
- **Dịch:** Bằng cách thực hiện những thay đổi nhỏ như giảm tiêu thụ nhựa, sử dụng các thiết bị tiết kiệm năng lượng và lựa chọn các phương tiện giao thông thân thiện với môi trường như đạp xe hoặc dùng xe điện, chúng ta có thể giảm đáng kể lượng khí thải carbon của mình.

3 **e. In addition, many people are adopting renewable energy solutions, like solar panels or wind turbines, which, in the long run, not only decrease our reliance on non-renewable resources but also lower electricity bills.**

- **Giải thích:** Cụm *In addition* cho thấy đây là ý bổ sung hợp lý cho các hành động cá nhân đã nêu ở câu trước.
- **Dịch:** Ngoài ra, nhiều người đang áp dụng các giải pháp năng lượng tái tạo như pin mặt trời hoặc tua-bin gió, về lâu dài không chỉ làm giảm sự phụ thuộc vào các nguồn tài nguyên không tái tạo mà còn giúp hạ thấp chi phí tiền điện.

4 **d. Shifting towards a plant-based diet further contributes to sustainability, as the agricultural industry, particularly livestock farming, is one of the leading contributors to deforestation and greenhouse gas emissions.**

- **Giải thích:** Câu này tiếp tục liệt kê một biện pháp khác (chế độ ăn dựa trên thực vật), mở rộng phạm vi từ năng lượng sang thực phẩm và nông nghiệp.
- **Dịch:** Việc chuyển sang chế độ ăn dựa trên thực vật cũng góp phần thúc đẩy tính bền vững, vì ngành nông nghiệp, đặc biệt là chăn nuôi gia súc, là một trong những nguyên nhân hàng đầu gây ra nạn phá rừng và phát thải khí nhà kính.

5 **a. These individual efforts, when combined with broader policy changes and community**

involvement, can lead to a significant positive impact on global environmental health.

- **Giải thích:** Đây là câu kết luận tổng hợp, khái quát lại các hành động cá nhân và mở rộng sang chính sách và cộng đồng, rất phù hợp để kết đoạn.
- **Dịch:** Những nỗ lực cá nhân này, khi được kết hợp với các thay đổi chính sách ở quy mô rộng hơn và sự tham gia của cộng đồng, có thể tạo ra tác động tích cực đáng kể đối với sức khỏe môi trường toàn cầu.

Read the following passage and mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to indicate the option that best fits each of the numbered blanks from 18 to 22.

Although smell is often considered the least valued of the five senses, scientists now understand that it forms one of the most immediate links between the brain and the outside world. A scent can reach the area of the brain connected with emotions and memories in just two seconds, which partly explains why certain aromas can instantly trigger vivid recollections. Yet the precise mechanism behind this influence remains unclear, (18) _____.

Question 18.

A. even though scientists have already found some clues about how it works

B. because many people still do not pay attention to their sense of smell

C. so researchers have stopped all experiments related to the topic

D. but most experts agree that smell affects emotions very strongly

Giải thích:

- **A. even though...** - **SAI:** Câu bắt đầu bằng "Yet" (Tuy nhiên) đã thể hiện sự tương phản với đoạn trước. Mệnh đề này thừa và sai ngữ pháp vì thiếu mệnh đề chính.
- **B. because many people...** - **SAI:** Không phù hợp về nghĩa. Việc người ta không chú ý không phải là nguyên nhân khiến cơ chế chưa rõ ràng.
- **C. so researchers have stopped...** - **SAI:** Sai logic thực tế (khoa học chưa rõ thì phải nghiên cứu tiếp chứ không dừng lại).
- **D. but most experts agree that smell affects emotions very strongly** - **ĐÚNG:** Tạo ra cấu trúc tương phản hợp lý: Cơ chế thì chưa rõ (unclear), NHƯNG tác động mạnh mẽ thì đã được đồng thuận.

Dịch:

Mặc dù khứu giác thường được xem là giác quan ít được coi trọng nhất trong năm giác quan, các nhà khoa học hiện nay hiểu rằng nó tạo nên một trong những mối liên hệ trực tiếp nhất giữa não bộ và thế giới bên ngoài. Một mùi hương có thể đi tới vùng não liên quan đến cảm xúc và ký ức chỉ trong vòng hai giây, điều

này phần nào giải thích vì sao một số mùi nhất định có thể ngay lập tức gợi lại những hồi ức sống động. Tuy nhiên, cơ chế chính xác đằng sau sự tác động này vẫn chưa được làm rõ, **nhưng hầu hết các chuyên gia đều đồng ý rằng mùi hương ảnh hưởng rất mạnh đến cảm xúc**.

Nevertheless, smell also (19) _____. Apparently, people respond more strongly to subtle chemical cues than they realise, and even first impressions can be shaped by scent. Many individuals tend to be attracted to those (20) _____. Interestingly, people also smell of what they eat, which may further affect how they are perceived.

Question 19.

A. plays a surprisingly important role in social interaction

B. help people understand certain feelings during simple daily conversations

C. affecting the way we react to others when we first meet them

D. works as a main tool for solving difficult mathematical problem

Giải thích:

- **A. plays a surprisingly important role in social interaction - ĐÚNG:** Chủ ngữ "smell" (số ít) đi với động từ "plays". Nội dung câu sau bổ trợ cho ý "social interaction" (first impressions, attraction).
- **B. help people... - SAI:** Sai ngữ pháp ("smell" là số ít, phải dùng "helps"). Nội dung về hội thoại hàng ngày không khớp với ngữ cảnh tiềm thức (subtle cues).
- **C. affecting... - SAI:** Sai ngữ pháp. Câu cần một động từ chính (V-chia thì), không phải V-ing.
- **D. works as a main tool for solving difficult mathematical problem - SAI:** Sai hoàn toàn về nghĩa.

Question 20.

A. whose scent appears incompatible with their own body chemistry

B. who appear to have no noticeable scent in the daily life at all

C. whose natural smell seems to align with their own body chemistry

D. who constantly try to mask their natural smell with strong perfumes

Giải thích:

- **A. whose scent appears incompatible... - SAI:** "Incompatible" (không tương thích) mâu thuẫn với từ "attracted" (bị thu hút).
- **B. who appear to have no noticeable scent... - SAI:** Mâu thuẫn với ý đoạn văn là con người phản ứng với mùi hương (dù tinh tế).
- **C. whose natural smell seems to align with their own body chemistry - ĐÚNG:** Hợp lý về nghĩa: Bị thu hút bởi người có mùi hương "align" (tương thích/phù hợp) với hóa học cơ thể mình.

- **D. who constantly try to mask... - SAI:** Đoạn văn nói về sinh học tự nhiên, không phải việc dùng nước hoa che giấu.

Dịch:

Tuy vậy, khứu giác cũng **đóng một vai trò quan trọng một cách đáng ngạc nhiên trong các tương tác xã hội**. Rõ ràng, con người phản ứng mạnh mẽ với những tín hiệu hóa học tinh tế hơn họ tưởng, và ngay cả ấn tượng ban đầu cũng có thể bị chi phối bởi mùi hương. Nhiều người có xu hướng bị thu hút bởi những người **có mùi tự nhiên dường như hài hòa với cơ địa sinh học của chính họ**. Thú vị là, con người cũng mang mùi của những gì họ ăn, điều này có thể tiếp tục ảnh hưởng đến cách họ được người khác nhìn nhận.

In consumer behaviour, the impact of scent has become a topic of substantial interest. In one well-known study, a majority of participants reported being more willing to buy a pair of trainers when the shop environment smelled pleasantly floral. (21) _____. The use of fragrance has gradually become a marketing tool across different industries. Today, many companies deliberately integrate scent into their branding strategies to create welcoming environments and encourage customers to stay longer. However, experts warn that scent-based persuasion has its limits. (22) _____.

Question 21.

A. This demonstrates how carefully people assess the objective quality of a product

B. Such findings suggest that environmental cues can subtly shape purchasing decisions

C. The study concluded that floral shops are the most effective retail spaces

D. Customers primarily buy products based on visual design rather than scent

Giải thích:

- **A. This demonstrates how carefully... - SAI:** Nghiên cứu cho thấy bị ảnh hưởng bởi mùi là yếu tố cảm tính/vô thức, không phải là đánh giá kỹ lưỡng (carefully assess) hay khách quan (objective).
- **B. Such findings suggest that environmental cues can subtly shape purchasing decisions - ĐÚNG:** Tóm tắt chính xác kết quả nghiên cứu: mùi hương (environmental cues) ảnh hưởng đến quyết định mua hàng.
- **C. The study concluded that floral shops... - SAI:** Hiểu sai từ "floral" (mùi hoa) thành "floral shops" (cửa hàng bán hoa).
- **D. Customers primarily buy products based on visual design... - SAI:** Trái ngược với kết quả nghiên cứu vừa nêu (khách mua vì mùi hương).

Question 22.

A. Most customers cannot detect any attempt to influence them through scent

B. People always respond positively to pleasant smells regardless of context

C. Scent-based strategies work only when combined with loud music and bright lighting

D. Consumers may resist such tactics if they feel the intention behind them is too obvious

Giải thích:

- **A. Most customers cannot detect... - SAI:** Nếu khách không phát hiện thì chiến thuật phải thành công, mâu thuẫn với ý "has its limits" (có giới hạn).
- **B. People always respond positively... - SAI:** Từ "always" (luôn luôn) là quá tuyệt đối, sai thực tế.
- **C. Scent-based strategies work only when combined... - SAI:** Thông tin không có trong bài.
- **D. Consumers may resist such tactics if they feel the intention behind them is too obvious - ĐÚNG:** Giải thích cho "giới hạn" (limits): Nếu khách hàng nhận ra mình đang bị thao túng (intention is obvious), họ sẽ phản kháng (resist).

Dịch:

Trong hành vi tiêu dùng, tác động của mùi hương đã trở thành một chủ đề được quan tâm đáng kể. Trong một nghiên cứu nổi tiếng, đa số người tham gia cho biết họ sẵn sàng mua một đôi giày thể thao hơn khi môi trường cửa hàng có mùi hương hoa dễ chịu. **Những phát hiện như vậy cho thấy các tín hiệu từ môi trường có thể tinh tế định hình quyết định mua sắm**. Việc sử dụng hương thơm dần dần đã trở thành một công cụ tiếp thị trong nhiều ngành khác nhau. Ngày nay, nhiều công ty chủ động tích hợp mùi hương vào chiến lược xây dựng thương hiệu nhằm tạo ra không gian thân thiện và khuyến khích khách hàng ở lại lâu hơn. Tuy nhiên, các chuyên gia cảnh báo rằng việc thuyết phục dựa trên mùi hương cũng có những giới hạn. **Người tiêu dùng có thể phản kháng những chiến thuật như vậy nếu họ cảm thấy ý đồ đằng sau đó quá lộ liễu**.

Read the following passage and mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to indicate the best answer to each of the following questions from 23 to 30.

Urbanisation, a process once associated primarily with industrial expansion, has evolved into a multidimensional transformation reshaping societies worldwide. As cities expand, policymakers face mounting pressure to balance economic development with social equity, environmental sustainability, and cultural preservation. Although urbanisation has historically been viewed as a sign of national progress, contemporary debates highlight its uneven consequences, particularly for vulnerable populations whose livelihoods are increasingly threatened.

Modern urban growth is driven not only by rural-to-urban migration but also by demographic change

and the expansion of large-infrastructure projects. **These forces** accelerate the conversion of agricultural land into residential and commercial zones. However, this rapid expansion often outpaces the capacity of municipal governments to provide adequate housing, transportation, and waste-management systems. As a result, informal settlements grow on the edges of cities, showing problems in government management that are hard to solve. **As a result, informal settlements grow on the edges of cities, revealing systemic failures that governments struggle to confront**.

Despite its challenges, urbanisation also presents opportunities for innovation. Cities that adopt data-driven planning, integrated public transit, and green infrastructure can mitigate congestion and enhance residents' quality of life. Furthermore, urban hubs attract diverse talent pools, making them **engines** of creativity and technological advancement. Yet critics argue that such innovation disproportionately benefits affluent districts, reinforcing spatial inequalities that limit social mobility for lower-income communities.

Increasingly, researchers are calling for a "resilient urbanism" approach - one that emphasises citizen participation, long-term ecological stability, and inclusive policy frameworks. This model encourages city leaders to anticipate climate-related **disruptions**, redesign public spaces to withstand extreme weather, and ensure that marginalised groups have meaningful influence in urban decision-making. Whether governments can adopt these principles consistently remains uncertain, but many experts contend that the future of urbanisation will depend on how effectively cities address these intertwined social and environmental challenges.

Đô thị hóa, một quá trình từng chủ yếu gắn liền với sự mở rộng công nghiệp, nay đã phát triển thành một sự chuyển biến đa chiều, tái định hình các xã hội trên toàn cầu. Khi các thành phố không ngừng mở rộng, các nhà hoạch định chính sách phải đối mặt với áp lực ngày càng gia tăng trong việc dung hòa giữa phát triển kinh tế với công bằng xã hội, bền vững môi trường và bảo tồn giá trị văn hóa. Mặc dù trong lịch sử, đô thị hóa thường được xem là dấu hiệu của tiến bộ quốc gia, những tranh luận đương đại lại nhấn mạnh các hệ quả không đồng đều của quá trình này, đặc biệt đối với những nhóm dân cư dễ bị tổn thương, những người mà sinh kế đang ngày càng bị đe dọa.

Sự tăng trưởng đô thị hiện đại không chỉ được thúc đẩy bởi làn sóng di cư từ nông thôn ra thành thị mà còn bởi biến động nhân khẩu học và sự mở rộng của các dự án hạ tầng quy mô lớn. Những động lực này đẩy nhanh quá trình chuyển đổi đất nông nghiệp thành các khu dân cư và thương mại. Tuy nhiên, tốc độ mở rộng nhanh chóng ấy thường vượt quá năng lực của chính quyền đô thị trong việc cung cấp đầy đủ nhà ở, hệ thống giao thông và quản lý chất thải. Hệ quả là các khu dân cư tự phát mọc lên ở vùng ven đô, phơi bày những bất cập mang tính hệ thống trong công tác quản lý mà các chính phủ gặp nhiều khó khăn khi xử lý.

Bất chấp những thách thức, đô thị hóa cũng mở ra nhiều cơ hội đổi mới. Những thành phố áp dụng quy hoạch dựa trên dữ liệu, hệ thống giao thông công cộng tích hợp và hạ tầng xanh có thể giảm thiểu ùn

tắc và nâng cao chất lượng sống của cư dân. Hơn nữa, các trung tâm đô thị thu hút nguồn nhân lực đa dạng, trở thành động lực cho sáng tạo và tiến bộ công nghệ. Tuy vậy, các ý kiến phê phán cho rằng những đổi mới này thường mang lại lợi ích không tương xứng cho các khu vực giàu có, qua đó củng cố bất bình đẳng không gian và hạn chế khả năng dịch chuyển xã hội của các cộng đồng thu nhập thấp.

Ngày càng nhiều nhà nghiên cứu kêu gọi một cách tiếp cận "đô thị hóa có khả năng chống chịu" — nhấn mạnh sự tham gia của người dân, tính ổn định sinh thái dài hạn và các khuôn khổ chính sách bao trùm. Mô hình này khuyến khích các nhà lãnh đạo đô thị chủ động dự báo những gián đoạn liên quan đến khí hậu, tái thiết không gian công cộng để chống chịu với thời tiết cực đoan, đồng thời bảo đảm rằng các nhóm yếu thế có tiếng nói thực chất trong quá trình ra quyết định đô thị. Việc các chính phủ có thể áp dụng nhất quán những nguyên tắc này hay không vẫn còn là điều chưa chắc chắn, song nhiều chuyên gia cho rằng tương lai của đô thị hóa sẽ phụ thuộc vào mức độ hiệu quả mà các thành phố giải quyết được những thách thức xã hội và môi trường đan xen này.

Question 23. Which of the following is **NOT** mentioned in paragraph 1 as a concern related to urbanisation?

A. cultural preservation
B. environmental sustainability
C. agricultural productivity
D. social equity

(Nội dung nào sau đây **KHÔNG** được đề cập trong đoạn 1 như một mối quan ngại liên quan đến đô thị hóa?

A. bảo tồn văn hóa
B. bền vững môi trường
C. năng suất nông nghiệp
D. công bằng xã hội)

Giải thích:

- **A. cultural preservation - SAI:** Có đề cập trong đoạn 1.
- **B. environmental sustainability - SAI:** Có đề cập trong đoạn 1.
- **C. agricultural productivity - ĐÚNG:** Đoạn 1 KHÔNG đề cập đến "năng suất nông nghiệp" (agricultural productivity). Đoạn 2 chỉ nhắc đến việc "chuyển đổi đất nông nghiệp" chứ không nói về năng suất.
- **D. social equity - SAI:** Có đề cập trong đoạn 1.

Question 24. The word "**These forces**" in paragraph 2 refers to _____.

A. informal settlements and systemic failures
B. demographic change and large infrastructure projects
C. municipal governments and private developers
D. social equity and cultural preservation

(Cụm từ "**These forces**" trong đoạn 2 ám chỉ _____.

A. các khu dân cư tự phát và những thất bại mang tính hệ thống

B. biến động nhân khẩu học và các dự án hạ tầng quy mô lớn

C. chính quyền đô thị và các nhà phát triển tư nhân

D. công bằng xã hội và bảo tồn văn hóa)

Giải thích:

- **A. informal settlements... - SAI:** Đây là kết quả, không phải động lực.
- **B. demographic change and large infrastructure projects - ĐÚNG:** Từ "These forces" thay thế cho hai danh từ ngay câu trước đó: "demographic change" và "expansion of large-infrastructure projects".
- **C. municipal governments... - SAI:** Không được nhắc đến như là động lực tăng trưởng.
- **D. social equity... - SAI:** Đây là mục tiêu cần cân bằng, không phải động lực.

Question 25. Which of the following best paraphrases the underlined sentence in paragraph 2?

A. City authorities expand urban areas by creating new districts that can be easily managed by officials.

B. informal housing on city outskirts increases, exposing governance gaps that authorities find difficult to fix.

C. Local governments allow settlement growth on the outskirts as a means to address housing demands.

D. Informal settlements decline when city planners successfully manage infrastructure and services.

(Phương án nào sau đây diễn đạt đúng nhất (paraphrase) câu được gạch chân trong đoạn 2?

A. Chính quyền thành phố mở rộng khu đô thị bằng cách tạo ra các quận mới dễ quản lý.

B. Nhà ở tự phát ở vùng ven đô gia tăng, làm lộ rõ những khoảng trống trong quản trị mà chính quyền khó khắc phục.

C. Chính quyền địa phương cho phép các khu dân cư ở vùng ven phát triển để đáp ứng nhu cầu nhà ở.

D. Các khu dân cư tự phát suy giảm khi quy hoạch đô thị quản lý hiệu quả hạ tầng và dịch vụ.)

Giải thích:

- **A. City authorities expand... - SAI:** Sai nghĩa. Đoạn văn nói về sự phát triển tự phát (informal), không phải do chính quyền chủ động mở rộng.
- **B. informal housing on city outskirts increases, exposing governance gaps that authorities find difficult to fix - ĐÚNG:** Paraphrase chuẩn xác:
    - Informal settlements = informal housing.
    - Grow = increases.
    - Edges of cities = city outskirts.

- Revealing systemic failures = exposing governance gaps.
- Struggle to confront = find difficult to fix.

- **C. Local governments allow... - SAI:** Sai ý "allow" (cho phép). Thực tế là họ không kiểm soát được chứ không phải cho phép.
- **D. Informal settlements decline... - SAI:** Sai ý "decline" (giảm), bài nói là "grow" (tăng).

Question 26. The word "**engines**" in paragraph 3 could be best replaced by _____.

A. drivers B. machines C. vehicles D. tools

(Từ "**engines**" trong đoạn 3 có thể được thay thế phù hợp nhất bằng _____.

A. động lực B. máy móc C. phương tiện D. công cụ)

Giải thích:

- **A. drivers - ĐÚNG:** Trong ngữ cảnh "engines of creativity", "engines" mang nghĩa ẩn dụ là động lực, nhân tố thúc đẩy = drivers.
- **B. machines - SAI:** Nghĩa đen (máy móc), không hợp ngữ cảnh.
- **C. vehicles - SAI:** Nghĩa đen (xe cộ).
- **D. tools - SAI:** "Công cụ" không lột tả hết sức mạnh thúc đẩy như "động cơ/động lực".

Question 27. Which of the following is **TRUE** according to paragraph 3?

A. Innovation in cities usually benefits all neighbourhoods equally.

B. Urban hubs often foster creativity and technological growth.

C. Critics believe that innovation slows down economic productivity.

D. Green infrastructure worsens congestion in large cities.

(Phát biểu nào sau đây là **ĐÚNG** theo nội dung đoạn 3?

A. Đổi mới ở các thành phố thường mang lại lợi ích ngang bằng cho mọi khu dân cư.

B. Các trung tâm đô thị thường thúc đẩy sáng tạo và phát triển công nghệ.

C. Những người phê phán cho rằng đổi mới làm chậm năng suất kinh tế.

D. Hạ tầng xanh làm trầm trọng thêm tình trạng ùn tắc ở các thành phố lớn.)

Giải thích:

- **A. Innovation... benefits all neighbourhoods equally - SAI:** Đoạn 3 nói ngược lại: "disproportionately benefits affluent districts" (lợi ích không đều, thiên về khu giàu).
- **B. Urban hubs often foster creativity and technological growth - ĐÚNG:** Tương đương với ý "engines of creativity and technological advancement".
- **C. Critics believe that innovation slows down... - SAI:** Bài nói critics cho rằng nó gây bất bình đẳng, không nói làm chậm năng suất.

- **D. Green infrastructure worsens congestion... - SAI:** Bài nói nó giúp "mitigate congestion" (giảm tắc nghẽn).

Question 28. The word "**disruptions**" in paragraph 4 is **OPPOSITE** in meaning to _____.

A. damage B. disturbances C. interruptions **D. stability**

(Từ "**disruptions**" trong đoạn 4 có nghĩa **TRÁI NGƯỢC** với _____.

A. thiệt hại B. xáo trộn C. gián đoạn D. ổn định)

Giải thích:

- **A. damage - SAI:** Thiệt hại.
- **B. disturbances - SAI:** Đồng nghĩa với disruptions (xáo trộn).
- **C. interruptions - SAI:** Đồng nghĩa với disruptions (gián đoạn).
- **D. stability - ĐÚNG:** Trái nghĩa với "disruptions" (sự gián đoạn/xáo trộn) là "stability" (sự ổn định).

Question 29. In which paragraph does the writer mention spatial inequalities?

A. Paragraph 1 B. Paragraph 2 **C. Paragraph 3** D. Paragraph 4

(Tác giả đề cập đến bất bình đẳng không gian ở đoạn nào?

A. Đoạn 1 B. Đoạn 2 C. Đoạn 3 D. Đoạn 4)

Giải thích:

- **A. Paragraph 1 - SAI:** Nói về thách thức chung.
- **B. Paragraph 2 - SAI:** Nói về quản lý kém và khu ổ chuột.
- **C. Paragraph 3 - ĐÚNG:** Câu "reinforcing spatial inequalities" nằm ở đoạn 3.
- **D. Paragraph 4 - SAI:** Nói về giải pháp tương lai.

Question 30. In which paragraph does the writer mention a model for future urban development?

A. Paragraph 1 B. Paragraph 2 C. Paragraph 3 **D. Paragraph 4**

(Tác giả đề cập đến một mô hình cho phát triển đô thị trong tương lai ở đoạn nào?

A. Đoạn 1 B. Đoạn 2 C. Đoạn 3 D. Đoạn 4)

Giải thích:

- **A. Paragraph 1 - SAI.**
- **B. Paragraph 2 - SAI.**
- **C. Paragraph 3 - SAI.**
- **D. Paragraph 4 - ĐÚNG:** Đoạn 4 giới thiệu mô hình "resilient urbanism" (đô thị hóa có khả năng chống chịu) cho tương lai.

Read the following passage and mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to indicate the best answer to each of the following questions from 31 to 40.

The idea of green living has become increasingly prominent as the world confronts worsening environmental challenges. Many people now view eco-friendly habits - such as reducing waste, saving energy, or choosing sustainable products - as essential markers of responsible citizenship. These behaviours are widely promoted in schools, workplaces, and media campaigns, suggesting that meaningful environmental progress begins with individual action. Yet researchers argue that while such choices contribute to public awareness, **they** often create an impression of effectiveness that far exceeds their actual impact. Real progress, they claim, depends less on personal lifestyle changes and more on coordinated reforms across industries and governments.

Companies have quickly recognised the commercial value of green living. **[I]** A growing number of brands advertise their products using terms like "eco-safe," "green-approved," or "low-carbon," even when such claims remain only loosely supported by scientific evidence. Although these labels appeal to consumers who wish to make environmentally responsible decisions, they frequently provide little **clarity** about the product's true footprint. This marketing trend - sometimes described as consumer-driven sustainability - has accelerated faster than any formal mechanism for checking its accuracy. **[II]** This creates an environment in which environmental responsibility appears widespread, even when actual production practices remain largely unchanged.

Another challenge arises from the narrative that environmental protection is primarily a matter of personal discipline. Advocates of green living often highlight the cumulative value of small actions, arguing that millions of responsible choices can help reshape environmental outcomes. While such actions play a role in creating a culture of sustainability, they can also distract attention from the sectors that generate the majority of emissions. **[III]** In this way, **green living may unintentionally shift responsibility onto individuals while allowing major polluters to avoid public scrutiny**. Environmental experts warn that unless structural reforms are placed at the centre of sustainability agendas, lifestyle changes alone will fall short of the scale needed to address the crisis. **[IV]** Green-living, therefore, should be understood as a useful starting point - one that encourages civic participation and awareness - but not as a replacement for decisive policy and industrial change.

Lối sống xanh ngày càng trở nên nổi bật khi thế giới phải đối mặt với những thách thức môi trường ngày một nghiêm trọng. Nhiều người hiện nay xem các thói quen thân thiện với môi trường — như giảm thiểu rác thải, tiết kiệm năng lượng hay lựa chọn sản phẩm bền vững — là những dấu hiệu thiết yếu của một công dân có trách nhiệm. Những hành vi này được quảng bá rộng rãi trong trường học, nơi làm việc và các chiến dịch truyền thông, qua đó gợi ý rằng tiến bộ môi trường thực chất bắt đầu từ hành động của mỗi cá

nhân. Tuy nhiên, các nhà nghiên cứu cho rằng dù những lựa chọn ấy góp phần nâng cao nhận thức cộng đồng, chúng thường tạo ra cảm giác về hiệu quả vượt xa tác động thực tế của mình. Theo họ, tiến bộ thực sự phụ thuộc ít hơn vào thay đổi lối sống cá nhân và nhiều hơn vào các cải cách có phối hợp ở cấp độ ngành và chính phủ.

Các doanh nghiệp nhanh chóng nhận ra giá trị thương mại của lối sống xanh. [I] Ngày càng nhiều thương hiệu quảng bá sản phẩm bằng những thuật ngữ như "an toàn sinh thái", "được chứng nhận xanh" hay "phát thải carbon thấp", ngay cả khi những tuyên bố này chỉ được hậu thuẫn rất lỏng lẻo bởi bằng chứng khoa học. Dù các nhãn mác ấy hấp dẫn những người tiêu dùng mong muốn đưa ra lựa chọn có trách nhiệm với môi trường, chúng thường cung cấp rất ít thông tin rõ ràng về dấu chân sinh thái thực sự của sản phẩm. Xu hướng tiếp thị này — đôi khi được gọi là tính bền vững do người tiêu dùng dẫn dắt — đã phát triển nhanh hơn nhiều so với bất kỳ cơ chế chính thức nào nhằm kiểm chứng độ chính xác của nó. [II] Điều này tạo ra một bối cảnh trong đó trách nhiệm môi trường dường như trở nên phổ biến, ngay cả khi các phương thức sản xuất thực tế vẫn hầu như không thay đổi.

Một thách thức khác xuất phát từ quan niệm cho rằng bảo vệ môi trường chủ yếu là vấn đề kỷ luật cá nhân. Những người ủng hộ lối sống xanh thường nhấn mạnh giá trị tích lũy của các hành động nhỏ, lập luận rằng hàng triệu lựa chọn có trách nhiệm có thể góp phần định hình lại các kết quả môi trường. Dù những hành động này đóng vai trò nhất định trong việc hình thành một văn hóa bền vững, chúng cũng có thể khiến sự chú ý bị chuyển hướng khỏi những lĩnh vực tạo ra phần lớn lượng phát thải. [III] Theo cách đó, lối sống xanh có thể vô tình đẩy gánh nặng trách nhiệm sang cá nhân, trong khi cho phép các nguồn gây ô nhiễm lớn tránh né sự giám sát của công chúng. Các chuyên gia môi trường cảnh báo rằng nếu các cải cách mang tính cấu trúc không được đặt ở vị trí trung tâm của chương trình nghị sự về bền vững, thì riêng những thay đổi trong lối sống sẽ không đủ tầm để giải quyết cuộc khủng hoảng hiện nay. [IV] Vì vậy, lối sống xanh nên được hiểu như một điểm khởi đầu hữu ích — giúp khuyến khích sự tham gia của công dân và nâng cao nhận thức — chứ không phải là sự thay thế cho các chính sách quyết đoán và những thay đổi mang tính hệ thống trong công nghiệp.

Question 31. According to paragraph 1, individual green habits _____.

A. are promoted as the most effective solution to climate change

B. give a sense of contribution that may not match their real impact

C. have been proven to deliver large-scale environmental improvements

D. are rarely encouraged by schools and public institutions

(Theo đoạn 1, các thói quen sống xanh của cá nhân _____.

A. được quảng bá như giải pháp hiệu quả nhất đối với biến đổi khí hậu

B. tạo cảm giác đóng góp nhưng có thể không tương xứng với tác động thực tế

C. đã được chứng minh là mang lại những cải thiện môi trường trên quy mô lớn

D. hiếm khi được khuyến khích trong trường học và các tổ chức công)

Giải thích:

- **A. are promoted as the most effective solution... - SAI:** Bài nói "create an impression" (tạo cảm giác) chứ không khẳng định nó là giải pháp hiệu quả nhất thực sự.
- **B. give a sense of contribution that may not match their real impact - ĐÚNG:** Khớp với ý "create an impression of effectiveness that far exceeds their actual impact" (tạo cảm giác hiệu quả vượt xa tác động thực tế).
- **C. have been proven to deliver large-scale... - SAI:** Bài nói ngược lại: "fall short of the scale needed".
- **D. are rarely encouraged... - SAI:** Bài nói "widely promoted in schools..." (được khuyến khích rộng rãi).

Question 32. The word "**they**" in paragraph 1 refers to _____.

A. researchers B. campaigns **C. choices** D. challenges

(Từ "**they**" trong đoạn 1 ám chỉ _____.

A. các nhà nghiên cứu B. các chiến dịch

C. những lựa chọn D. các thách thức)

Giải thích:

- **A. researchers - SAI.**
- **B. campaigns - SAI.**
- **C. choices - ĐÚNG:** "They" thay thế cho "such choices" (những lựa chọn như vậy) ở mệnh đề trước.
- **D. challenges - SAI.**

Question 33. The word "**clarity**" in paragraph 2 could best be replaced by _____.

A. accuracy B. confidence C. certainty **D. transparency**

(Từ "**clarity**" trong đoạn 2 có thể được thay thế phù hợp nhất bằng _____.

A. độ chính xác B. sự tin cậy C. sự chắc chắn D. tính minh bạch)

Giải thích:

- **A. accuracy - SAI:** Độ chính xác.
- **B. confidence - SAI:** Sự tự tin.
- **C. certainty - SAI:** Sự chắc chắn.
- **D. transparency - ĐÚNG:** Trong ngữ cảnh "provide little clarity" về dấu chân carbon, "clarity" đồng nghĩa với sự minh bạch, rõ ràng thông tin = transparency.

Question 34. Which of the following best summarises paragraph 2?

A. Companies use green-themed labels to meet strict environmental standards.

B. Corporate green claims often lack verification, leaving consumers misinformed.

C. Consumer-driven sustainability has reduced the need for government regulation.

D. Marketing transparency has improved as brands adopt eco-friendly practices.

(Phương án nào sau đây tóm tắt đúng nhất nội dung đoạn 2?

A. Doanh nghiệp sử dụng nhãn xanh để đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường nghiêm ngặt.

B. Các tuyên bố xanh của doanh nghiệp thường thiếu kiểm chứng, khiến người tiêu dùng bị hiểu sai.

C. Tính bền vững do người tiêu dùng dẫn dắt đã làm giảm nhu cầu quản lý của chính phủ.

D. Tính minh bạch trong tiếp thị đã được cải thiện khi các thương hiệu áp dụng thực hành thân thiện môi trường.)

Giải thích:

- **A. Companies use green-themed labels to meet strict environmental standards - SAI:** Bài nói các tuyên bố này "loosely supported" (thiếu căn cứ) và thiếu cơ chế kiểm tra, không phải để đáp ứng tiêu chuẩn nghiêm ngặt.
- **B. Corporate green claims often lack verification, leaving consumers misinformed - ĐÚNG:** Tóm tắt đủ ý chính đoạn 2: Doanh nghiệp tuyên bố xanh (claims) nhưng thiếu kiểm chứng (lack verification/scientific evidence) -> người tiêu dùng thiếu thông tin (little clarity).
- **C. Consumer-driven sustainability has reduced the need for government regulation - SAI:** Bài nói marketing phát triển nhanh hơn quy định quản lý, ám chỉ cần quản lý hơn chứ không phải giảm bớt.
- **D. Marketing transparency has improved... - SAI:** Bài nói "provide little clarity" (thiếu minh bạch).

Question 35. Which of the following is **NOT** stated as a feature of green marketing claims?

A. labels such as "eco-safe"

B. limited scientific support

C. rapid expansion of eco-advertising

D. strict verification by authorities

(Phương án nào sau đây **KHÔNG** được nêu là đặc điểm của các tuyên bố tiếp thị xanh?

A. các nhãn như "an toàn sinh thái"

B. sự hậu thuẫn khoa học hạn chế

C. sự mở rộng nhanh chóng của quảng cáo sinh thái

D. sự kiểm chứng nghiêm ngặt của cơ quan chức năng)

Giải thích:

- **A. labels such as "eco-safe" - SAI:** Có đề cập.
- **B. limited scientific support - SAI:** Có đề cập ("loosely supported").
- **C. rapid expansion of eco-advertising - SAI:** Có đề cập ("accelerated faster").
- **D. strict verification by authorities - ĐÚNG:** Bài nói "faster than any formal mechanism for checking" (nhanh hơn bất kỳ cơ chế kiểm tra nào) => KHÔNG có sự kiểm chứng nghiêm ngặt.

Question 36. Which of the following best paraphrases the underlined sentence in paragraph 3?

A. Green living can accidentally place most of the environmental burden on the general public instead of holding major polluters accountable.

B. Green living ensures that individuals correct their habits before expecting major polluters to change theirs.

C. Green living suggests that environmental outcomes rely mainly on personal choices rather than demanding action from major polluters.

D. Green living limits how much attention the public pays to environmental issues caused by major polluters.

(Phương án nào sau đây diễn đạt đúng nhất (paraphrase) câu được gạch chân trong đoạn 3?

A. Lối sống xanh có thể vô tình đặt phần lớn gánh nặng môi trường lên công chúng thay vì buộc các nguồn gây ô nhiễm lớn chịu trách nhiệm.

B. Lối sống xanh bảo đảm rằng cá nhân phải sửa đổi thói quen của mình trước khi mong đợi các nguồn gây ô nhiễm lớn thay đổi.

C. Lối sống xanh cho rằng kết quả môi trường chủ yếu phụ thuộc vào lựa chọn cá nhân hơn là yêu cầu hành động từ các nguồn gây ô nhiễm lớn.

D. Lối sống xanh làm hạn chế mức độ quan tâm của công chúng đối với các vấn đề môi trường do các nguồn gây ô nhiễm lớn gây ra.)

Giải thích:

- **A. Green living can accidentally place most of the environmental burden on the general public instead of holding major polluters accountable - ĐÚNG:** Paraphrase chính xác:
  - Shift responsibility onto individuals = place burden on general public.
  - Allowing major polluters to avoid scrutiny = instead of holding major polluters accountable.
  - Unintentionally = accidentally.
- **B. Green living ensures that individuals correct their habits before... - SAI:** Sai ý, bài đang phê phán việc dồn trách nhiệm cho cá nhân.
- **C. Green living suggests that environmental outcomes rely mainly on personal choices... - SAI:** Mới chỉ nói một vế, thiếu vế quan trọng là "major polluters" trốn tránh trách nhiệm.

- **D. Green living limits how much attention the public pays... - SAI:** Chưa đủ ý bao quát về sự chuyển dịch trách nhiệm.

Question 37. According to the passage, advocates of green living often claim that _____.

A. large-scale change depends mainly on government action

B. industries are responsible for the majority of emissions

C. small everyday actions can collectively make a difference

D. consumers should avoid buying green-certified products

(Theo bài đọc, những người ủng hộ lối sống xanh thường cho rằng _____.

A. thay đổi trên quy mô lớn chủ yếu phụ thuộc vào hành động của chính phủ

B. các ngành công nghiệp chịu trách nhiệm cho phần lớn lượng phát thải

C. những hành động nhỏ hằng ngày có thể cộng hưởng để tạo ra khác biệt

D. người tiêu dùng nên tránh mua các sản phẩm được chứng nhận xanh)

Giải thích:

- **A. large-scale change depends mainly on government action - SAI:** Đây là ý của "researchers" (nhà nghiên cứu), không phải "advocates of green living" (người ủng hộ sống xanh).
- **B. industries are responsible... - SAI:** Ý của researchers.
- **C. small everyday actions can collectively make a difference - ĐÚNG:** Bài viết: "Advocates... highlight the cumulative value of small actions... millions of responsible choices can help reshape...".
- **D. consumers should avoid buying... - SAI:** Không có thông tin này.

Question 38. Which of the following can be inferred from the passage?

A. The absence of rigorous oversight has allowed environmentally themed claims to flourish largely unchecked.

B. Consumers are generally equipped to scrutinise green labels with the same precision as scientific evaluators.

C. Corporations seldom rely on ecological rhetoric because it offers little strategic advantage in competitive markets.

D. System-wide policy reforms are portrayed as secondary measures that merely complement individual behavioural shifts.

(Điều nào sau đây có thể được suy ra từ bài đọc?

A. Việc thiếu cơ chế giám sát nghiêm ngặt đã cho phép các tuyên bố mang màu sắc môi trường lan rộng gần như không bị kiểm soát.

B. Người tiêu dùng nhìn chung có đủ năng lực để đánh giá nhãn xanh với độ chính xác như các

chuyên gia khoa học.

C. Doanh nghiệp hiếm khi dựa vào diễn ngôn sinh thái vì nó mang lại ít lợi thế chiến lược trong thị trường cạnh tranh.

D. Các cải cách chính sách mang tính hệ thống được mô tả là biện pháp thứ yếu, chỉ bổ trợ cho thay đổi hành vi cá nhân.)

Giải thích:

- **A. The absence of rigorous oversight has allowed environmentally themed claims to flourish largely unchecked - ĐÚNG:** Suy luận từ ý: Marketing phát triển nhanh hơn cơ chế kiểm tra (faster than formal mechanism) => Thiếu giám sát dẫn đến bùng nổ không kiểm soát.
- **B. Consumers are generally equipped to scrutinise... - SAI:** Bài nói người tiêu dùng bị "misinformed" (thiếu thông tin).
- **C. Corporations seldom rely on ecological rhetoric... - SAI:** Bài nói "A growing number of brands advertise..." (Ngày càng nhiều hãng quảng cáo).
- **D. System-wide policy reforms are portrayed as secondary... - SAI:** Bài nói cải cách hệ thống phải là trung tâm (centre), lối sống chỉ là khởi đầu (starting point).

Question 39. Where in the passage does the following sentence best fit?

"As a result, customers are often left to rely on vague slogans rather than verified information."

A. [I] **B. [II]** C. [III] D. [IV]

(Câu sau nên được đặt ở vị trí nào trong bài?

"Vì vậy, khách hàng thường buộc phải dựa vào những khẩu hiệu mơ hồ thay vì thông tin đã được kiểm chứng."

A. [I] B. [II] C. [III] D. [IV])

Giải thích:

- **A. [I] - SAI:** Chưa đề cập đến vấn đề thiếu thông tin.
- **B. [II] - ĐÚNG:** Câu cần điền bắt đầu bằng "As a result" (Kết quả là) và nhắc đến "vague slogans" (khẩu hiệu mơ hồ). Vị trí [II] nằm ngay sau câu nói về các nhãn mác "provide little clarity" (cung cấp ít sự rõ ràng) và thiếu bằng chứng khoa học. Đây là quan hệ nhân quả hợp lý nhất.
- **C. [III] - SAI:** Chuyển sang chủ đề trách nhiệm cá nhân vs doanh nghiệp.
- **D. [IV] - SAI:** Phần kết luận.

Question 40. Which of the following best summarises the whole passage?

A. The rising enthusiasm for green living shows that personal discipline is widely viewed as the foundation of environmental responsibility, regardless of broader political or industrial action.

B. Recent shifts in consumer behaviour demonstrate that lifestyle adjustments are now widely seen as the primary solution to environmental degradation, rendering larger policy reforms increasingly unnecessary.

C. Although individual environmental habits help cultivate public awareness, they remain insufficient unless matched by structural reforms that address the systemic forces driving ecological damage.

D. While green marketing reflects consumers' growing desire for sustainable choices, its reliance on unverified claims exposes significant gaps in corporate accountability.

(Phương án nào sau đây tóm tắt đúng nhất toàn bộ bài đọc?

A. Sự gia tăng nhiệt tình với lối sống xanh cho thấy kỷ luật cá nhân được xem rộng rãi là nền tảng của trách nhiệm môi trường, bất chấp các hành động chính trị hay công nghiệp ở quy mô lớn.

B. Những thay đổi gần đây trong hành vi tiêu dùng cho thấy điều chỉnh lối sống hiện được coi là giải pháp chủ yếu cho suy thoái môi trường, khiến các cải cách chính sách lớn ngày càng không cần thiết.

C. Mặc dù các thói quen môi trường của cá nhân giúp nuôi dưỡng nhận thức cộng đồng, chúng vẫn không đủ nếu không đi kèm các cải cách mang tính cấu trúc nhằm xử lý những lực đẩy hệ thống gây tổn hại sinh thái.

D. Dù tiếp thị xanh phản ánh mong muốn ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với lựa chọn bền vững, việc dựa vào các tuyên bố thiếu kiểm chứng đã phơi bày những khoảng trống lớn trong trách nhiệm giải trình của doanh nghiệp.)

Giải thích:

- **A. The rising enthusiasm... - SAI:** Bài không khẳng định kỷ luật cá nhân là nền tảng duy nhất, mà kêu gọi cần cải cách hệ thống.
- **B. Recent shifts... rendering larger policy reforms increasingly unnecessary - SAI:** Sai hoàn toàn. Bài nói cải cách chính sách là CẦN THIẾT (essential), không phải unnecessary.
- **C. Although individual environmental habits help cultivate public awareness, they remain insufficient unless matched by structural reforms that address the systemic forces driving ecological damage - ĐÚNG:** Tóm tắt toàn diện và cân bằng:
  - Thừa nhận mặt tích cực của sống xanh (awareness - đoạn 1, 4).
  - Nhấn mạnh mặt hạn chế (insufficient - đoạn 1, 3).
  - Khẳng định giải pháp cốt lõi là cải cách cấu trúc (structural reforms - đoạn 4).
- **D. While green marketing... - SAI:** Chỉ tóm tắt đoạn 2 về marketing, bỏ qua các ý quan trọng khác về trách nhiệm và giải pháp tổng thể.

THE END